

## PENGARUH MOTIVASI MENGHINDARI RIBA DAN PRODUCT KNOWLEDGE PERBANKAN SYARI'AH TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH PT. BANK SYARI'AH MANDIRI PASURUAN- JAWA TIMUR

**Imam Wahyudhi**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

IAIN Fattahul Muluk Papua

Email: [imamwahyudhi.234@gmail.com](mailto:imamwahyudhi.234@gmail.com)

**Received:**

April 28, 2022

**1st Revision:**

June 21, 2022

**Published:**

June 27, 2022

**Abstract**

*An islamic bank (a sharia bank) is a financial institution functioning as a financial intermediary based on Islamic sharia principles. The factor of obedience with sharia principles and knowledge of financial products are the main factors for consideration for sharia customers. Decreasing in the number of customers for two consecutive years at Bank Syariah Mandiri Pasuruan becomes temporary concern while Pasuruan City is well known as the city of Muslim students. This research is a quantitative descriptive study using accidental sampling technique. Research will describe the state of the field which aims to answer the question whether there is a significant effect simultaneously and partially between the independent variable and dependent variable. The results obtained indicate that the motivation to avoid usury and knowledge of banking products simultaneously on the decision to become a customer does not have a positive and significant effect with the proportion of motivation to avoid usury ( $x_1$ ) and knowledge of sharia banking products ( $x_2$ ) on the decision to become a customer ( $Y$ ) amounted to 24.7%. Meanwhile, the variable partial test ( $x_1$ ) has no positive effect. For variable ( $x_2$ ) has a significant effect.*

**Keywords:** *riba, product knowledge, customer.*

**Abstrak**

Bank syariah merupakan sebuah lembaga keuangan dengan fungsi intermediasi keuangan yang berdasarkan prinsip syariah Islam. Faktor kepatuhan terhadap prinsip syariah dan pengetahuan akan produk keuangan ini menjadi pertimbangan bagi nasabah syariah. Adanya penurunan jumlah nasabah selama dua tahun berturut turut pada Bank Syariah Mandiri Pasuruan menjadi perhatian sementara Kota Pasuruan dikenal dengan label kota santri. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif melalui teknik *accidental sampling*. Peneliti bertujuan menjawab

pertanyaan apakah terdapat pengaruh signifikan secara simultan dan parsial antara variabel bebas dengan variabel terikat. Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa motivasi menghindari riba dan pengetahuan produk perbankan secara simultan terhadap keputusan menjadi nasabah tidak berpengaruh secara positif dan signifikan dengan proporsi motivasi menghindari riba ( $x_1$ ) dan *product knowledge* perbankan syari'ah ( $x_2$ ) terhadap keputusan menjadi nasabah (Y) sebesar 24,7%. Sedangkan untuk pengujian parsial variabel ( $x_1$ ) tidak berpengaruh secara positif. Untuk variabel ( $x_2$ ) berpengaruh signifikan.

**Kata Kunci:** *riba, product knowledge, nasabah.*

## 1. PENDAHULUAN

Dewasa ini dunia perbankan syari'ah muncul sebagai dinamika perkembangan yang seiring sejalan dengan bank konvensional. Dengan hadirnya Bank Muamalat di Indonesia bank yang berlandaskan syari'ah dan landasan hukum bank tertuang dalam Undang-undang Nomor 7 Tahun 1992 kemudian legitimasi itu di perkuat lagi oleh pemerintah dengan merevisinya dengan Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998. Di sana tertulis bahwa bank konvensional diperbolehkan membuka unit-unit yang berbasis syari'ah, hal ini dilakukan untuk mengantisipasi tentang sistem keuangan yang semakin maju dan kompleks serta mempersiapkan infrastruktur memasuki era globalisasi. Jadi adopsi perbankan syari'ah dalam sistem perbankan nasional bukanlah semata-mata mengkomodasi kepentingan penduduk Indonesia yang kebetulan sebagian besar muslim. Namun lebih kepada adanya faktor keunggulan atau manfaat lebih daripada perbankan syari'ah dalam menjembatani perekonomian (Kasmir, 2014).

Harus diakui pertumbuhan bank syari'ah di Indonesia merupakan fenomena yang sangat menarik. Bila dilihat jumlah penduduk di Negara Indonesia yang kini telah mencapai 268.583.016 jiwa, sungguh merupakan peluang pasar yang sangat menggiurkan dari posisi profitabilitasnya. Dalam bank syari'ah, sistem yang digunakan adalah bagi hasil pada akhir tahun (bukan sistem bunga seperti yang dilakukan oleh bank konvensional) (Ismail, 2011). *Return* yang diberikan kepada nasabah pemilik dana pun ternyata lebih tinggi daripada bunga deposito yang diberikan oleh bank konvensional. Itulah alasan yang menjadikan bank syari'ah tetap kokoh dan tidak terpengaruh oleh krisis yang terjadi karena transaksi dan aktivitasnya halal, tetapi sifatnya yang terbuka sehingga tidak mengkhhususkan diri bagi nasabah muslim saja, tetapi juga bagi non muslim ini membuktikan bahwa bank syari'ah membuka peluang yang sama terhadap semua nasabah (Azis, 2018). Akan tetapi perbankan syari'ah masih mempunyai banyak kendala, diantaranya masih banyak masyarakat yang masih takut untuk menabung di bank syari'ah. Hal itu dikarenakan oleh minimnya pemahaman masyarakat soal prinsip-prinsip sistem ekonomi Islam di dunia perbankan (Rezzy, 2018). Secara perspektif Islam keberadaan riba dilarang sebagaimana firman Allah dalam QS. Ali-Imron ayat 130.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُضَاعَفَةً وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ - ١٣٠

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan. Peliharalah dirimu dari api neraka, yang disediakan untuk orang-orang yang kafir."

Prinsip utama bank syari'ah yaitu larangan atas riba pada semua jenis transaksi. Dengan pelaksanaan aktivitas bisnis yang didasarkan prinsip kesetaraan (*aquily*), keadilan (*fairness*), dan keterbukaan (*transparency*), serta pembentukan pola kemitraan yang saling menguntungkan serta keharusan memperoleh keuntungan usaha secara halal. Di sinilah bank syari'ah dituntut harus mengeluarkan dan mengadministrasikan zakat guna membantu mengembangkan lingkungan masyarakat (Hidayat, 2018)

Alasan utama berdirinya perbankan syari'ah di Indonesia yaitu adanya pandangan bahwa bunga pada bank konvensional hukumnya haram dan dari segi ekonomi dimana penyerahan risiko dibebankan pada salah satu pihak dinilai melanggar norma keadilan. (Syafi'i Antonio, 2016). Hal ini sesuai dengan QS. Al-Baqarah ayat 275.

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ  
 قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ  
 فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ -  
 ٢٧٥

*Artinya: "Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya."*

Ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah Subhanahu Wa Ta'ala menghalalkan jual-beli dan mengharamkan riba. Adanya larangan riba dalam melakukan kegiatan di lembaga perbankan syari'ah yang diatur oleh agama Islam sangat mempengaruhi kegiatan umat Islam dalam aktivitas kehidupan usaha berbisnis, khususnya dalam memutuskan untuk menjadi nasabah di sebuah bank yang mampu menunjang aktivitas ekonomi. Oleh karena itu, bank syari'ah hadir sebagai alternatif terhadap *problem solving* persoalan pertentangan antara bunga bank dan riba.

Kota Pasuruan yang dijuluki sebagai kota santri, yang menggambarkan masyarakat yang agamis dengan kondisi social dan tipe masyarakat yang kental dengan budaya dan nilai ke Islaman. Masyarakat yang senantiasa menerapkan khas keIslaman yang nota bene lebih dominan menerapkan syariat Islam kedalam setiap perilaku masyarakatnya dalam kehidupan sehari hari. Motivasi bisa di jelaskan menggunakan kata dorongan, harapan, arahan (Hidayat dan Rifai, 2018). Motivasi tersebut dapat menjadi sebuah dorongan untuk memperoleh sebuah harapan untuk mencapai sesuatu. Yang pada konteks ini adalah kemaslahatan (selamat dunia akhirat). Unsur *product knowledge* merupakan salah satu hal dari beberapa factor lain dalam mempengaruhi

seseorang menjadi nasabah bank syariah. Informasi yang dimiliki serta pemahaman yang ada pada seseorang terkait produk tabungan dan produk pembiayaan syariah, akad-akad yang digunakan serta pembagian keuntungan (bagi hasil) bagi produk tabungan syariah maupun besaran biaya admin dan besaran margin bank pada produk pembiayaan (Kholila dan Siti, 2018). Dari situasi penalaran demikian, maka menempatkan motivasi (harapan) dan seperangkat pemahaman produk dalam titik pertentangan bathin nasabah, Kalau ada sebuah produk keuangan dengan menawarkan solusi keuangan dan pembagian keuntungan dengan halal. Buat apa memilih produk lain yang masih belum tentu kehalalannya?

Bank Syariah Mandiri Pasuruan merupakan salah satu bank syariah yang berada di Kabupaten Pasuruan. Dimana kehadiran bank ini sebagai salah satu jawaban atas kebutuhan masyarakat Kabupaten Pasuruan akan kebutuhan pada bank Syariah. Namun dalam beberapa tahun yang telah berlalu, jumlah nasabah yang ada Bank Syariah Mandiri Pasuruan mengalami fluktuatif dari sisi jumlahnya.

**Tabel 2. Jumlah Nasabah PT. Bank Syari'ah Mandiri Pasuruan  
Tahun 2015-2020**

Tahun	Jumlah Nasabah	Prosentase
2015	650	6,50%
2016	832	21,88%
2017	1101	24,43%
2018	1171	5,98%
2019	1227	4,56%
2020	1307	6,12%

Dari tabel di atas dapat ditarik suatu kesimpulan, jumlah nasabah Bank Syari'ah Mandiri mengalami penurunan yang cukup signifikan sebesar 4,56% pada tahun 2019. Dan mengalami kenaikan tertinggi sebesar 24,43% pada tahun 2017. Dari kesenjangan yang telah dikemukakan, dalam penelitian berusaha untuk menjawab apakah motivasi menghindari riba dan product knowledge mempengaruhi seseorang dalam menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri Pasuruan.

## 2. KAJIAN LITERATUR

### Konsep Riba

Riba adalah penetapan bunga atau melebihi jumlah pinjaman saat pengembalian berdasarkan persentase tertentu dari jumlah pinjaman pokok yang dibebankan kepada peminjam. Dalam ajaran Islam melarang adanya riba, namun dalam prakteknya bentuk kegiatan usaha, produk, dan jasa perbankan syari'ah secara konseptual tidak berdasarkan bunga kurang dimengerti oleh masyarakat. Tidak hanya itu, masyarakat juga masih awam terhadap produk yang dimiliki

oleh bank syari'ah. Sehingga menyebabkan masyarakat enggan menggunakan produk-produk yang ditawarkan, fasilitas yang ditawarkan tidak kalah unggul dengan bank konvensional.

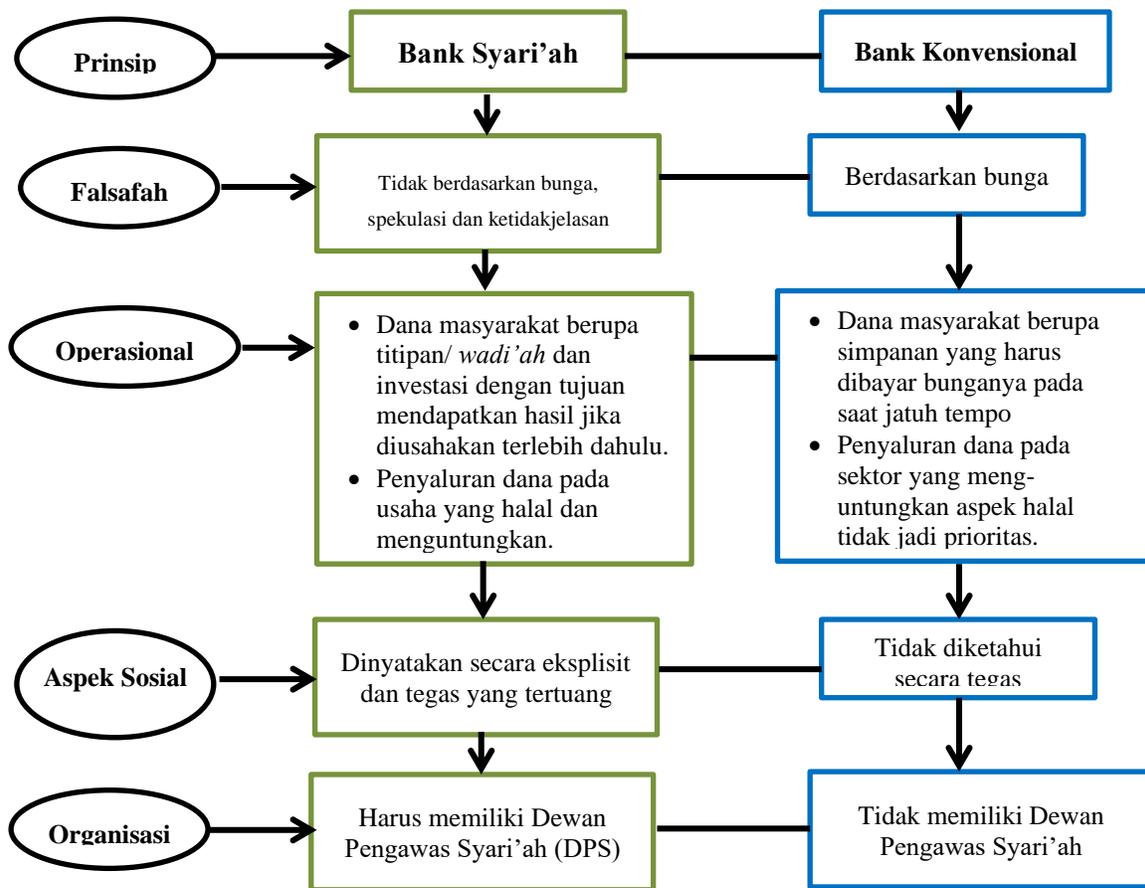
Beberapa faktor yang melatarbelakangi nasabah dalam memilih perbankan syari'ah berasal dari faktor eksternal dan internal. Faktor bauran pemasaran merupakan faktor eksternal yang mampu menciptakan, membentuk, dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan pembeli sasaran (*target buyers*). Sedangkan faktor internal yang mempengaruhi keputusan konsumen atau nasabah adalah faktor psikologis yang terdiri dari faktor motivasi, kepribadian, pembelajaran, sikap, dan persepsi.

Faktor utama nasabah mempertahankan hubungannya dengan bank syari'ah adalah ketaatan terhadap prinsip syari'ah yaitu nasabah yang berkaitan dengan keimanan dan keyakinan terhadap pengharaman riba. Faktor lain yang mempengaruhi adalah pengetahuan nasabah terhadap produk layanan perbankan syari'ah. Pengetahuan adalah sesuatu yang diketahui atau segala sesuatu tentang suatu hal. Pengetahuan nasabah dalam hal ini terkait dengan produk dan jasa serta layanan yang diberikan pada nasabah oleh bank syari'ah.

Terdapat beberapa penelitian yang membahas mengenai variabel motivasi yang mempengaruhi keputusan menjadi nasabah. Menurut penelitian yang dilakukan Shinta Rawaini (2015) yang berjudul Pengaruh Pengetahuan Nasabah, Motivasi Nasabah dan Penjualan Perorangan terhadap Keputusan menjadi Nasabah Asuransi Syariah PT Prudential Life Assurance cabang Yogyakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel motivasi nasabah berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah. Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan oleh Neneng Nelvi (2015) skripsi berjudul Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah (Studi kasus pada nasabah BNI Syariah Yogyakarta). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan motivasi berpengaruh terhadap keputusan nasabah sedangkan secara parsial motivasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan memilih bank syariah. Menurut Suwarman dalam Achmad Fauzi (2017) pengetahuan konsumen akan mempengaruhi keputusan pembelian. Ketika konsumen memiliki pengetahuan yang lebih banyak, maka ia akan lebih baik dalam menentukan dan mengambil keputusan. Ia akan lebih efisien dan tepat dalam mengolah suatu informasi sehingga mampu me-recall atau memperjelas kembali secara lebih baik. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Hidayatullah (2014) skripsi berjudul Pengaruh Pengetahuan Konsumen terhadap Keputusan Menjadi Nasabah pada PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Makasar menunjukkan bahwa pengetahuan konsumen yang terdiri dari atribut produk (X1), manfaat produk (X2), nilai kepuasan 156 Rahmayani, et al. Pengaruh Motivasi Menghindari Riba produk (X3) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah di Makasar. Sedangkan penelitian yang lain dilakukan oleh Fenty Rismayanti (2005) skripsi berjudul "Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Tbk Cabang Bandung" menunjukkan bahwa pengetahuan konsumen cenderung kurang baik pada item atribut produk, dan baik item manfaat serta nilai kepuasan produk karena mayoritas responden menjawab kurang mengetahui dan mengetahui terhadap variable yang diteliti.

**Tabel 2. Perbedaan Prinsip Bank Syari’ah dan Bank Konvensional**

Bagi Hasil	Bunga
Penentuan bagi hasil dibuat sewaktu-waktu perjanjian dibuat berdasarkan kepada untung atau rugi.	Penentuan bunga dibuat sewaktu perjanjian tanpa berdasarkan kepada untung-rugi.
Jumlah nisbah bagi hasil berdasarkan jumlah keuntungan yang dicapai.	Jumlah persen bunga berdasarkan jumlah uang (modal) yang ada.
Bagi hasil tergantung pada hasil proyek, jika proyek tidak mendapat keuntungan atau mengalami kerugian risikonya ditanggung kedua belah pihak.	Pembayaran bunga tetap seperti tanpa diambil pertimbangan apakah proyek yang dilaksanakan pihak kedua untung atau rugi.
Jumlah pemberian hasil keuntungan meningkat sesuai dengan peningkatan keuntungan yang didapat	Jumlah bunga tidak meningkat walaupun jumlah keuntungan berlipat ganda.
Penerimaan atau pembagian keuntungan adalah halal.	Pengambilan atau pembayaran bunga adalah haram.



**Gambar 1. Perbandingan Bagi Hasil dengan Sistem Bunga pada Bank Syari’ah dan Bank Konvensional**

Upaya yang harus dilakukan perbankan syari'ah dalam meningkatkan jumlah nasabah selain motivasi adalah mempelajari dan mengamati pola perilaku yang berkaitan dengan proses pengambilan keputusan (*decision making*) yang mana nantinya setelah penilaian dan akhirnya menjatuhkan pilihan, setelah melalui beberapa perhitungan dan pertimbangan alternatif untuk menggunakan jasa perbankan syari'ah. Karena nasabah merupakan pusat perhatian, maka faktor yang dapat memberikan pengaruh pada keputusan nasabah dalam memilih bank syari'ah adalah pengetahuan produk. Pengetahuan produk atau *product knowledge* dapat diartikan sebagai pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen mengenai produk dan jasa yang dikonsumsi. Pengetahuan produk diperlukan sebagai dasar suksesnya suatu produk. Pengetahuan terhadap suatu produk perbankan diharapkan dapat mempengaruhi keputusan secara positif pada peningkatan jumlah nasabah PT. Bank Syari'ah Mandiri Pasuruan Jawa Timur.

Bank Syari'ah Mandiri hadir, dan tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan idealisme usaha dengan nilai-nilai moral yang melandasi kegiatan operasionalnya untuk menuju dan membangun Indonesia yang lebih baik dengan prinsip Islam yaitu memenuhi keinginan umat muslim secara *kaffah* (Hidayat, 2018). Peningkatan eksistensi bank syari'ah di Indonesia juga didorong oleh tingginya minat masyarakat untuk menempatkan dananya telah berkembang menjadi sebuah *trend*. Berkembangnya tersebut dikarenakan produk perbankan syari'ah memiliki daya tarik bagi deposan mengingat *nisbah* bagi hasil dan margin produk tersebut masih kompetitif dibandingkan bunga di Bank Konvensional.

Selain itu, kinerja perbankan syari'ah menunjukkan peningkatan yang signifikan, hal ini dapat dilihat dari tingkat permodalan dan profitabilitas (keuntungan) yang semakin meningkat merupakan hal yang sangat penting, karena bisnis perbankan adalah bisnis kepercayaan, maka Bank Syari'ah Mandiri cabang Pasuruan Jawa Timur harus mampu menunjukkan kredibilitasnya, sehingga akan semakin banyak masyarakat yang bertransaksi.

### 3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan menggunakan metode pendekatan deskriptif kuantitatif yaitu penelitian yang menggambarkan atau menguraikan suatu keadaan atau kejadian se jelas mungkin dan instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan adalah kuesioner, survei lapangan, dan wawancara guna memperoleh keterangan dan sumber informasi yang berupa data. Kemudian data tersebut diolah dengan menggunakan statistik yaitu analisis regresi linier berganda untuk mengetahui hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen (Daniel Ortega, dan Anas Alhifni, 2017).

Sedangkan untuk pengambilan sampel penelitian dari jumlah populasi sebanyak 3130 nasabah, peneliti hanya mengambil 80 orang atau nasabah. Sampel adalah bagian dari dari populasi yang akan diteliti secara mendalam secara matematika dapat disebut sebagai himpunan bagian populasi (Sugiyono, 2012). Teknik penentuan atau pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental sampling* yaitu suatu metode dengan cara pengambilan sampel secara kebetulan (Hadari Nawawi, 2001).

**Variabel Penelitian**

Variabel penelitian suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang yang memiliki variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Adapun variabel-variabel penelitian yang dibahas antara lain:

**Variabel bebas (*independent variable*)**

Variabel bebas merupakan variabel-variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan timbulnya variabel terikat. Variabel independen dalam hal ini adalah motivasi menghindari riba ( $x_1$ ) dan *product knowledge* perbankan syari'ah ( $x_2$ ) yang sangat mempengaruhi tinggi rendahnya keputusan menjadi nasabah di PT. Bank Syari'ah Mandiri Pasuruan Jawa Timur.

**Variabel terikat (*dependent variable*)**

Variabel **terikat** merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas dalam hal ini tinggi rendahnya keputusan menjadi nasabah (Y)

**Operasional Variabel**

Definisi operasional adalah penjabaran masing-masing variabel terhadap indikator-indikator yang membentuknya. Untuk menghindari terjadinya perbedaan persepsi dalam menginterpretasikan pengertian dari masing-masing variabel baik terikat maupun bebas, maka definisi operasional dari variabel-variabel penelitian ini dibatasi sebagai berikut:

**Tabel 3. Definisi Operasional Penelitian**

Variabel	Definisi Variabel	Indikator
Motivasi menghindari riba	Merupakan dorongan internal dan eksternal dalam diri seseorang untuk menghindari bahaya riba atau bunga bank yang telah diharamkan oleh Allah dengan tujuan memulai transaksi yang lebih halal dan tidak bertentangan dengan prinsip ekonomi Islam ( Antonio, 2015).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kebutuhan pengakuan bertansaksi sesuai syari'ah.</li> <li>2. Kebutuhan agar hartanya bersih dari riba.</li> <li>3. Pengetahuan tentang bahaya riba.</li> </ol>
Pengetahuan produk perbankan syari'ah ( <i>product knowledge</i> )	Pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen mengenai produk atau jasa yang akan dikonsumsi (Peter dan Olson, 1996).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Atribut produk</li> <li>2. Manfaat produk</li> <li>3. Nilai kepuasan</li> </ol>
Keputusan menjadi nasabah	Merupakan proses psikologis dasar yang memainkan peranan penting dalam memahami bagaimana konsumen secara aktual mengambil	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengenalan masalah</li> <li>2. Pencarian informasi</li> <li>3. Evaluasi alternatif</li> <li>4. Keputusan pembelian</li> </ol>

	keputusan pembelian yang melewati beberapa tahap (Kotler dan Keller, 2006).	5. Perilaku pasca pembelian
--	---	-----------------------------

**Uji Validitas dan Reliabilitas**

**Uji Validitas**

Uji validitas atau kesahihan adalah alat uji yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur dengan jalan membandingkan antara r hitung (*product moment*) dengan r tabel (Sofyan, Siregar, 2010).

- a. Apabila  $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$  (pada taraf  $\alpha = 5\%$ ), maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut valid.
- b. Apabila  $r \text{ hitung} \leq r \text{ tabel}$  (pada taraf  $\alpha = 5\%$ ), maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut tidak valid.

**Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas adalah alat uji untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula (Wiratna Sujerweni, 2014). Reliabilitas dalam penelitian ini diukur dengan teknik *Alpha Cronbach*. Teknik ini digunakan untuk menghitung realibitas suatu tes yang tidak mempunyai pilihan “benar” atau “salah” maupun “ya” atau “tidak” melainkan digunakan untuk menghitung realibilitas suatu tes yang mengukur sikap dan perilaku.

**Metode Pengumpulan Data**

**Cara pengumpulan data**

- a. **Pengamatan (observasi)** adalah metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung terhadap aktivitas nasabah yang ada di Bank Syari’ah Mandiri Pasuruan.
- b. **Wawancara (interview)** adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara tanya jawab langsung dengan karyawan, staf, manajer yang ada ada di Bank Syari’ah.
- c. **Penyebaran Kuesioner** adalah metode pengumpulan data dengan cara membagikan kuisisioner (daftar pertanyaan) baik secara terbuka ataupun tertutup, agar dapat mengisi isian secara objektif dengan skala penilaian Likert Sangat Mengetahui (SM), Mengetahui (M), Kurang Mengetahui (KM), Tidak Mengetahui (TM) serta Sangat Tidak Mengetahui (STM) dengan skor nilai 5, 4, 3, 2, 1.

**Tabel 4. Skala Penilaian Likert**

Simbol	Alternatif Jawaban	Nilai
SM	Sangat Mengetahui	5

M	Mengetahui	4
KM	Kurang Mengetahui	3
TM	Tidak Mengetahui	2
STM	Sangat Tidak Mengetahui	1

### Teknik Analisis Data

Adalah proses menyusun data agar dapat ditafsirkan, artinya memberikan makna, menjelaskan pola dan mencari hubungan antar berbagai konsep, metode yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, penerapan metode ini akan menghasilkan tingkat hubungan antara variabel-variabel yang diteliti memiliki nilai kontribusi antara variabel bebas dan variabel terikat serta arah hubungan yang terjadi (hubungan negatif dan hubungan positif).

#### Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik harus dilakukan untuk menguji asumsi yang ada pada penelitian dengan model regresi yang terdiri dari normalitas, multikolinearitas, heteroskedasitas dan autokorelasi (*data time series*).

#### Uji Normalitas

Uji normalitas perlu dilakukan untuk menguji apakah sebuah model regresi baik variabel terikat ataupun variabel bebas, keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak.

#### Uji Multikolinearitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah model dalam menggunakan regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas.

#### Uji Heterokedasitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

#### Uji Koefisien Determinasi ( $R_2$ )

Uji ini bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat.

### Pengujian Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).

#### Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara bersama-sama mempunyai pengaruh nyata atau tidak terhadap variabel dependen. Hipotesis yang akan diuji menggunakan uji F parsial.

$H_0$  = Motivasi menghindari riba dan *product knowledge* perbankan syari'ah secara simultan tidak berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah.

$H_1$  = Motivasi menghindari riba dan *product knowledge* perbankan syari'ah secara simultan berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah.

**Uji T (Parsial)**

Uji T digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Apakah  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak artinya variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

**4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

**4.1. Hasil**

**Gambaran Responden**

Dalam penelitian ini, jumlah responden adalah 80 responden, yaitu nasabah di Bank Syari'ah Mandiri Pasuruan. Perhitungan jumlah responden didasarkan pada ketentuan sampel eror 5% dari populasi yang ada.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan melalui penyebaran kuesioner, berikut ini gambaran umum karakteristik responden:

**Usia Responden**

**Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

Usia	Banyaknya Responden	Presentase
<17 Th	12	15 %
17 – 25 Th	13	16,25 %
26 – 35 Th	16	20%
36 – 45 Th	18	22,5 %
>45 Th	21	26,25 %
<b>Total</b>	<b>80</b>	<b>100 %</b>

Sumber: Data Primer, diolah 2019

Pada tabel 5 diketahui bahwa 80 nasabah yang dijadikan responden, menunjukkan bahwa umur responden yang paling banyak adalah nasabah dengan usia > 45 tahun yaitu sebanyak 21 orang responden dengan persentase sebesar 26,25%. Dan untuk responden dengan jumlah paling sedikit adalah nasabah yang berusia kurang dari 17 tahun yaitu sebanyak 12 orang responden dengan persentase 15%.

## Jenis Kelamin Responden

**Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Banyaknya Responden	Presentase
Laki – laki	35	43,75 %
Perempuan	45	56,25 %
Total	80	100%

Sumber: Data Primer, diolah 2019

Pada tabel 6 dapat diketahui bahwa jumlah responden laki - laki sebanyak 35 orang dengan persentase 43,75 %. Sedangkan responden Perempuan sebanyak 45 orang dengan persentase 56,25 %

## Pekerjaan Responden

**Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

Pekerjaan	Banyaknya Responden	Presentase
PNS	27	33,75 %
Pegawai Swasta	16	20 %
Wiraswasta	22	27.5 %
Pelajar/Mahasiswa	15	18,75 %
Total	80	100 %

Sumber: Data Primer, diolah 2019

Tabel 7 menunjukkan bahwa pekerjaan responden didominasi oleh PNS, yaitu 27 orang responden dengan persentase sebesar 33,75 %.

## Produk yang Dimiliki Responden

**Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Produk yang Dimiliki**

Produk	Banyaknya Responden	Presentase
Simpanan/ Tabungan	28	35 %
Pembiayaan	39	48,75 %

Lainnya	13	16,25 %
Total	80	100 %

Sumber: Data Primer, diolah 2019

Dari tabel 8 dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini paling banyak memiliki produk pembiayaan sebanyak 39 orang responden dengan persentase **sebesar** 48,75 %. Dan paling sedikit adalah 13 orang dengan persentase 16,25 % yang memiliki produk lainnya seperti giro dan pembayaran spp.

1. Uji Validitas

Uji Validitas Adalah menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Validitas suatu instrumen akan menggambarkan tingkat kemampuan alat ukur yang digunakan untuk mengungkapkan sesuatu yang menjadi sasaran pokok pengukuran. Apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( pada taraf  $\alpha = 5\%$ ), maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut valid.

a) Variabel Motivasi Menghindari Riba (X1)

**Tabel 9 Hasil Uji Multikolinieritas**

Item Soal	R hitung	Tingkat Signifikasi	Keterangan
Soal 1	0,220 > 0,379	5%	Valid
Soal 2	0,220 > 0,514	5%	Valid
Soal 3	0,220 > 0,523	5%	Valid
Soal 4	0,220 > 0,567	5%	Valid
Soal 5	0,220 > 0,614	5%	Valid

Sumber : Data Primer, diolah 2019

Berdasarkan tabel 9 hasil uji validitas variabel motivasi menghindari riba(X1) dapat diketahui bahwa r tabel dengan df (Alpha, n-2) atau  $(80-2) = 78$  atau mendekati 80 dan tingkat signifikansi 5% dengan uji 2 arah adalah 0,220. Maka masing-masing item soal dinyatakan valid karena nilai r hitung > r tabel.

b) Variabel *Product Knowledge* Perbankan Syari'ah (X2)

**Tabel 10. Uji Validitas Variabel Pengetahuan Produk Perbankan Syari'ah**

Item Soal	R hitung	Tingkat Signifikasi	Keterangan
-----------	----------	---------------------	------------

Soal 1	0,220 > 0,355	5%	Valid
Soal 2	0,220 > 0,394	5%	Valid
Soal 3	0,220 > 0,474	5%	Valid
Soal 4	0,220 > 0,364	5%	Valid

Sumber : Data Primer, diolah 2019

Berdasarkan tabel 10 hasil uji validitas variabel *product knowledge* perbankan **syari'ah** ( $X_2$ ) dapat diketahui bahwa  $r$  tabel dengan  $df$  ( $\text{Alpha}, n-2$ ) atau  $(80-2) = 78$  atau mendekati 80 dan tingkat signifikansi 5% dengan uji 2 arah adalah 0,220. Maka masing-masing item soal dinyatakan valid karena nilai  $r$  hitung >  $r$  tabel.

c) Variabel Keputusan Menjadi Nasabah

**Tabel 11. Uji Validitas Variabel Keputusan Menjadi Nasabah**

Item Soal	R hitung	Tingkat Signifikasi	Keterangan
Soal 1	0,220 > 0,387	5%	Valid
Soal 2	0,220 > 0,288	5%	Valid
Soal 3	0,220 > 0,245	5%	Valid
Soal 4	0,220 > 0,270	5%	Valid
Soal 5	0,220 > 0,253	5%	Valid

Sumber : Data Primer, diolah 2019

Berdasarkan tabel 11 hasil uji validitas variabel keputusan menjadi nasabah ( $Y$ ) dapat **diketahui** bahwa  $r$  tabel dengan  $df$  ( $\text{Alpha}, n-2$ ) atau  $(80-2) = 78$  atau mendekati 80 dan tingkat signifikansi 5% dengan uji 2 arah adalah 0,220. Maka masing-masing item soal dinyatakan valid karena nilai  $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ .

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner. Alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tetap konsisten apabila pengukuran diulang kembali. Uji reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas, di mana yang masuk pengujian adalah item yang valid saja. Kriteria suatu instrument penelitian dikatakan reliable dengan menggunakan teknik *Alpha*

*Cronbach* apabila nilai *Alpha Cronbach* > 0,6 maka kuesioner tersebut dapat dikatakan reliabel, dengan tingkat signifikansi 5%.

**Tabel 12. Uji Reliabilitas Variabel X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, dan Y**

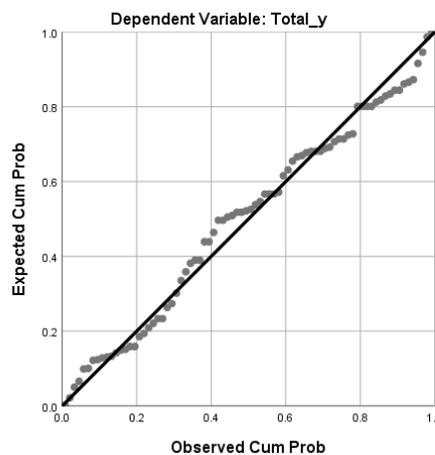
No	Variabel	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
1.	Motivasi Menghindari Riba (X <sub>1</sub> )	0,733	Reliabel
2.	<i>Product Knowledge</i> Perbankan Syari'ah (X <sub>2</sub> )	0,722	Reliabel
3.	Keputusan Menjadi Nasabah (Y)	0,791	Reliabel

Sumber : Data Primer, diolah 2019

Berdasarkan tabel 12 hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa setiap kuesioner dikatakan reliabel karena nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0,6.

3. Uji Asumsi Klasik  
Uji Normalitas

Normalitas digunakan untuk menunjukkan bahwa data yang ada terdistribusi dengan normal. Adapun untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi secara **normal** atau tidak digunakan Uji *Probability Plot*. Sedangkan syarat dalam analisis parametric yaitu distribusi data harus normal. Adapun dasar pengambilan keputusan dengan Uji *Probability Plot* dikatakan model regresi berdistribusi normal apabila data plotting (titik-titik) yang menggambarkan data sesungguhnya mengikuti garis diagonal.



**Gambar 3. Normal P.P Plot of Regression**

Sumber : data **diolah** tahun 2019 menggunakan SPSS 25 64 Bit

**Berdasarkan** dengan Uji *Probability Plot* yang ditunjukkan oleh gambar 3 di atas, dimana *ploting* (titik-titik) sudah mengikuti garis diagonal. Maka data penelitian ini terdistribusi secara normal.

4. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas adalah keadaan dimana antara dua variabel independen atau lebih pada model regresi terjadi hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak **adanya** masalah multikolinieritas. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dengan melihat nilai *tolerance* dan VIF. Semakin kecil nilai *tolerance* dan semakin besar VIF maka semakin mendekati terjadinya masalah multikolinieritas. Dalam kebanyakan penelitian menyebutkan bahwa jika *tolerance* lebih dari 0,10 dan VIF kurang dari 10 maka tidak terjadi multikolinieritas.

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	14.578	1.295		11.256	.000		
	Total_x1	-.051	.070	-.098	-.727	.469	.673	1.487
	Total_x2	.220	.103	.289	2.148	.035	.673	1.487

a. Dependent Variable: Total\_y

Sumber : data diolah tahun 2019 menggunakan SPSS Versi 25 64Bit

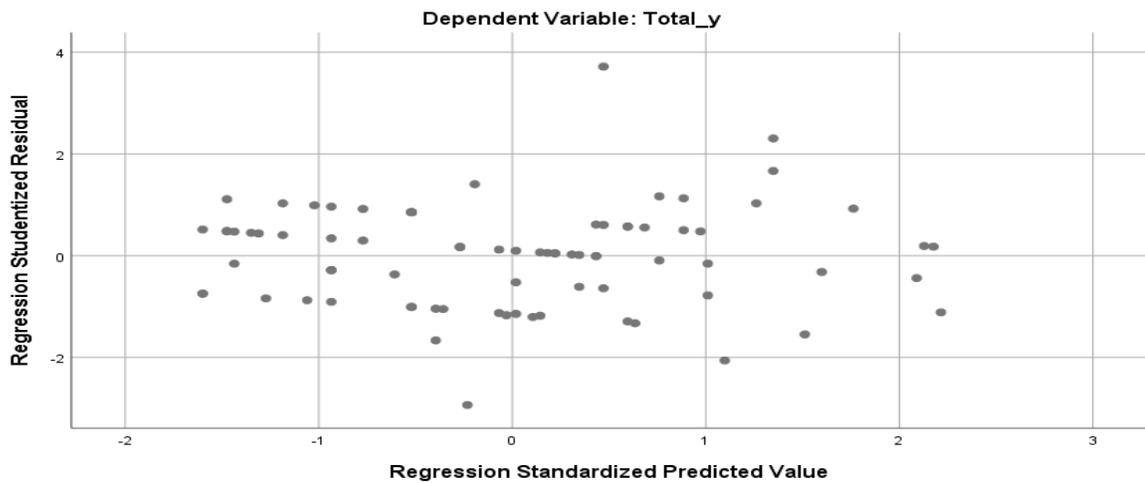
Hasil Uji **Multikolinieritas** pada gambar 4.2 menunjukka bahwa :

- a) Nilai VIF untuk variabel **XI**  $1.487 < 10$  dan nilai *tolerance*  $0.673 > 0.100$  maka Variabel XI dinyatakan tidak terjadi Multikolinieritas.
- b) Nilai VIF untuk variabel X2  $1,487 < 10$  dan nilai *tolerance*  $0,673 > 0.100$  maka variabel X2 dinyatakan tidak terjadi Multikolinieritas.

5. Uji Heterokedastisitas

Heterokedastisitas adalah keadaan dimana terjadiya ketidak-samaan varian dari residual pada model regresi. Untuk mendeteksi ada tidaknya Heteroskedastisitas dengan melihat pola titik-titik *scatterplot* regresi.

Jika titik- titik menyebar dengan pola yang tidak jelas diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi masalah Heteroskedastisitas



**Gambar 5. Scatterplot**

Sumber : data diolah tahun 2019 menggunakan SPSS Versi 25 64Bit

Berdasarkan gambar 5 pada grafik *Scatterplot residual* dapat diketahui bahwa data berupa titik–titik menyebar secara merata di atas dan di bawah atau **disekitar** angka nol, tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja, penyebaran titik-titik dan data tidak membentuk pola bergelombang kemudian menyempit dan melebar kembali dan penyebaran titik-titik data tidak berpola sehingga dapat disimpulkan bahwa pada model regresi yang digunakan tidak mengalami heteroskedastisitas.

### 6. Uji Koefisien Determinasi

Uji Koefisien Determinasi ini bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>) menunjukkan proporsi yang diterangkan oleh variabel bebas dalam model variabel terikatnya, sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model. Besar pengaruh variabel X dan variabel Y maka dapat diketahui dengan menggunakan analisis koefisien determinasi yang akan diperoleh dengan rumus :

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Dimana,  $0 \leq R^2 \leq 1$

Kd: Koefisien determonasi

r : korelasi

Nilai koefisien determinasi diantara 0 samapai dengan 1, dimana semakin mendekati angka 1 maka angka koefisien determinasinya pengaruhnya semakin kuat. Dan sebaliknya, semakin mendekati angka 0 maka angka koefisien determinasinya pengaruhnya semakin lemah.

**Gambar 6. Model Summary**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.247 <sup>a</sup>	.061	.036	1.626

a. Predictors: (Constant), Total\_x2, Total\_x1

b. Dependent Variable: Total\_y

Sumber : data diolah tahun 2019 menggunakan spss versi 25 64 bit

Berdasarkan Gambar 6 didapatkan nilai Adjusted R Square sebesar 0.247 atau sebesar 24,7% sehingga menandakan bahwa pengaruh variabel Motivasi menghindari **riba** (XI) , Pengetahuan produk (X2) sebesar 24,7%. Sedangkan sisanya sebesar 100% - 24,7% = 75,3% dijelaskan oleh faktor – faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Regresi Linier Berganda**

Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih variabel *independent* (X) terhadap variabel dependen (Y)

Uji F

Uji F atau uji koefisien regresi secara serentak, yaitu untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel, apakah pengaruhnya signifikan atau tidak. Untuk melihat pengaruh yang **terjadi** dilakukan dengan membandingkan nilai sig dengan nilai tingkat kepercayaan 0,05. Apabila nilai sig lebih kecil dari nilai derajat kepercayaan (sig < 0,05), berarti terdapat hubungan yang signifikan antara semua variabel independen terhadap variabel dependen.

**Gambar 7. Anova**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	13.195	2	6.597	2.494	.089 <sup>b</sup>
	Residual	203.693	77	2.645		
	Total	216.887	79			

a. Dependent Variable: Total\_y

b. Predictors: (Constant), Total\_x2, Total\_x1

Sumber : data diolah tahun 2019

Berdasarkan Gambar 7, dapat diketahui bahwa secara simultan variabel **independen** tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Hal ini dapat dibuktikan dari nilai signifikan sebesar 0,089 > 0,05. Jadi kesimpulannya variabel Motivasi menghindari **riba** (XI) , Pengetahuan produk (X2) secara simultan tidak memiliki pengaruh terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di PT. Bank Syari’ah Mandiri Cabang Pasuruan.

Uji t

Uji t untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen, apakah berpengaruh positif, berpengaruh **negatif** atau tidak berpengaruh. Dengan sistem pengambilan keputusan, jika:

- H<sub>0</sub> = Motivasi menghindari riba dan pengetahuan produk perbankan syariah secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah
- H<sub>a</sub> = Motivasi menghindari riba dan pengetahuan produk perbankan syariah secara parsial berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah

Adapun taraf signifikansi yang digunakan adalah  $\alpha = 5\%$  atau 0,05 dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

- H<sub>0</sub> diterima apabila  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  atau nilai Sig  $> 0,05$
- H<sub>0</sub> ditolak apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau nilai Sig  $< 0,05$

Sebelum menyimpulkan hasil uji t, harus mengetahui t tabel dari penelitian. Adapun rumus mencari data t tabel sebagai berikut

$$(\alpha/2; N-K-1)$$

A /Alpha (0,05) dibagi 2;

N = Jumlah Sampel

K = Jumlah variable

1 = Rumus

Alpha dibagi dua, N dikurangi K dikurangi 1. Yakni  $0.05/2$ ;  $80-2-1 = 0,025$ ; 77 dan ketika mencari pada nilai t tabel mendapatkan hasil 0,677 Ttabel.

**Gambar 8. Coefficients**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
(Constant)	14.578	1.295		11.256	.000		
Total_x1	-.051	.070	-.098	-.727	.469	.673	1.487
Total_x2	.220	.103	.289	2.148	.035	.673	1.487

a. Dependent Variable: Total\_y

Sumber : data diolah tahun 2019

Berdasarkan Gambar 8 variabel motivasi menghindari riba, dapat diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar -0,727 sedangkan nilai  $t_{tabel}$  0,677, dapat disimpulkan bahwa nilai  $t_{hitung} -0,727 <$

0,677 maka  $H_0$  diterima. Dengan nilai signifikansi Lebih dari 0,05 yaitu 0,496 ( $0,496 > 0,05$ ). Nilai  $t_{hitung}$  negatif menunjukkan bahwa variabel X1 tidak mempunyai hubungan yang searah dengan Y. Jadi, dapat disimpulkan bahwa variabel motivasi menghindari riba berpengaruh negative signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah.

Berdasarkan Gambar 8 variabel pengetahuan produk perbankan syari'ah, dapat diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,148 sedangkan nilai  $t_{tabel}$  0,677, dapat disimpulkan bahwa nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,148 > 0,677$ ) maka  $H_0$  ditolak. Dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05 yaitu 0,035 ( $0,035 < 0,05$ ). Nilai  $t_{hitung}$  positif menunjukkan bahwa variabel X2 mempunyai hubungan yang searah dengan Y. Jadi, dapat disimpulkan bahwa variabel *product knowledge* perbankan syari'ah berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab yang telah dibahas sebelumnya, maka kesimpulan yang diperoleh dari penelitian pengaruh motivasi menghindari riba dan *product knowledge* perbankan syari'ah terhadap keputusan menjadi nasabah di PT. Bank Syari'ah Mandiri Pasuruan adalah:

- a. Berdasarkan uji F (simultan) didapatkan hasil bahwa tidak terdapat pengaruh motivasi menghindari riba dan *product knowledge* perbankan syari'ah terhadap keputusan menjadi nasabah di PT. Bank Syari'ah Mandiri Pasuruan kecil dari pada  $F_{tabel}$  yaitu  $2,494 < 3,11$  dengan nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,089 yang lebih kecil daripada 0,05.
- b. Berdasarkan uji t (parsial) variabel (X1) motivasi menghindari riba terhadap keputusan menjadi nasabah di PT. Bank Syari'ah Mandiri Pasuruan dengan hasil nilai  $t_{hitung}$  lebih kecil daripada nilai  $t_{tabel}$  yaitu  $-0,727 < 0,677$  dan nilai signifikansi yang diperoleh adalah 0,469 yang lebih besar daripada 0,05. Sehingga motivasi menghindari riba tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di PT. Bank Syari'ah Mandiri Pasuruan berpengaruh secara negatif.
- c. Dari hasil uji t (parsial) variabel (X2) *product knowledge* perbankan syari'ah terhadap keputusan menjadi nasabah di PT. Bank Syari'ah Mandiri Pasuruan dengan hasil nilai  $t_{hitung}$  lebih besar Dari pada nilai  $t_{tabel}$  yaitu  $2,148 > 0,677$  dan nilai signifikansi yang diperoleh adalah 0,035 lebih kecil daripada 0,05. Sehingga *product knowledge* perbankan syari'ah memiliki pengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di PT. Bank Syari'ah Mandiri Pasuruan.

Berdasarkan hasil analisis pembahasan serta beberapa kesimpulan pada penelitian ini, **adapun** saran-saran yang dapat diberikan melalui hasil penelitian ini agar mendapatkan hasil yang baik yaitu:

### a. Bagi Peneliti

Selanjutnya diharapkan dapat meneliti dengan variabel-variabel lain diluar variabel ini agar memperoleh hasil yang lebih bervariasi yang dapat menggambarkan hal-hal apa saja yang dapat berpengaruh terhadap keputusan menjadi Nasabah PT. Bank Syari'ah Mandiri Pasuruan Jawa Timur seperti harga, promosi, lokasi, proses, pegawai, bukti fisik, persepsi, pembelajaran, dan penjualan perorangan sehingga bisa memberikan nilai yang lebih tinggi serta dapat menghasilkan gambaran yang lebih luas terhadap permasalahan yang diteliti.

### b. Bagi pihak manajemen perbankan PT. Bank Syari'ah Mandiri Pasuruan.

- 1) Agar perusahaan mengupayakan untuk meningkatkan pengetahuan nasabah tentang produk PT. Bank Syari'ah Mandiri Pasuruan yang menerapkan prinsip syari'ah. Seperti halnya melalui sosialisasi yang bersifat informatif dan edukatif kepada masyarakat umum mengenai produk-produk yang dimilikinya.
- 2) Agar perusahaan mengupayakan untuk meningkatkan pengetahuan produk kepada nasabah mengenai *nisbah*/ bagi hasil, manfaat produk, dan jenis/ ragam produk lainnya yang ditawarkan sehingga dapat meningkatkan pemakaian produk dan layanan yang diberikan oleh PT. Bank Syari'ah Mandiri Pasuruan.
- 3) Manajemen perlu memperhatikan risiko pasar yang diproyeksikan dengan *Risk of Return*. Hal ini dapat dilakukan dengan cara bank senantiasa menghitung *cost of fund* secara cermat sehingga dapat ditentukan *based lending rate* yang kompetitif. Faktor lain yang perlu diperhatikan adalah penentuan suku bunga simpanan baik giro, deposito, dan tabungan, yang mana bank harus selalu mengikuti dengan cermat, seperti tingkat inflasi, suku bunga luar negeri, dan juga suku bunga bank pesaing. Dengan demikian bank akan terhindar dari *negative spread* dan mendapatkan *Risk of Return* yang optimal di PT. Bank Syariah Mandiri Pasuruan.

## DAFTAR REFERENSI

- , 2015. *Bank Syari'ah dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press.
- , 2015. *Metode Penelitian dan Pengembangan Research and Development*. Bandung: ALFABETA.
- Alhifni Anas dan Ortega Daniel. 2017. *Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat di Bank Syari'ah*. *Equilibrium* Vol 5 No:1 hal 92-101.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. 2003. *Bank Syari'ah dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Arifin, Zainul. 2010. *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah*, Jakarta : Pustaka Valvabet.
- Aziz Abdul. 2016. *Aplikasi i Sistem Keuangan Syariah Pada Perbankan*. Vol 2 No.1 ISSN. 2502-6976
- Diannovita, Rezzy. 2018. *Pengaruh factor pribadi, psikologi, Dan social terhadap keputusan pembelian rumah (Studi pada Nasabah PPR BTN Syariah Kota Pekanbaru)*. Riau: UIN Sultan Syarif Kasim. Tesis
- Fauzi, Achmad. 2017. *Variabel yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Pesantren Menggunakan Produk Perbankan Syariah di Daerah Istimewa Yogyakarta*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis (JEB)*. Vol.2 No.1, hal 1-25
- Hidayat Rahmat, Rifa'i Muhammad. 2018. *Etika Manajemen Perspektif Islam*. Medan:LPPPI
- Irianto, Agus. 2014. *Statistik Konsep Dasar, Aplikasi dan Pengembangannya*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Irwanti. 2020. *Pengaruh Motivasi Menghindari Riba Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syari'ah (Studi Kasus Mahasiswa di Fakultas Ekonomi UIN SMH. Banten, UNTIRTA, UNIBA, UNSERA)*. Banten: Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
- Ismail. 2011. *Perbankan Syariah*, Surabaya: Kencana Prenada Media Group.
- Karim, A Adwarman. 2010. *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Kasiran, Mohammad. 2010. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif*. Malang: UIN Maliki Press.
- Kasmir. 2014. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

- Kholila, Siti. 2018. *Pengaruh Motivasi Menghindari Riba dan Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Terhadap Keputusan-Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Muamalat K.C. Surabaya*. Man. Mansyur. Surabaya: UIN Sunan Ampel Thesis.
- Kotler Philip & Keller Lane Kevin, 2006, *Manajemen Pemasaran, edisi 13, Jilid 2*, Jakarta: Salemba
- Kuncoro, Mudrajad. 2001. *Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*, Yogyakarta: UPP AMP YKPN
- M. Zainudin dan Masyhuri. 2008. *Metodelogi Penelitian Pendekatan Praktis dan Aplikatif*. Bandung : PT. Refika Aditama.
- Mulyono, Djoko. 2014. *Perbankan dan Lembaga Keuangan Syariah*. Yogyakarta: PT Andi Yogyakarta.
- Nachrowi. 2006. *Ekonometrika untuk Analisis Ekonomi dan Keuangan*. Jakarta: FE Universitas Indonesia.
- Nawawi, Hadari. 2001. *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Bisnis yang Kompetitif*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Nawawi, Ismail. 2012. *Perbankan Syariah Issu-issu Manajemen Fiqih Mu'amalah Pengkayaan Teori Menuju Praktik*. Jakarta: CV. Dwiputra Pustaka Jaya.
- Rismayanti, Fenti. 2005. *Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Bandung*. Universitas Padjajaran
- Siregar, Sofyan. 2010. *Statistika Deskriptif untuk Penelitian*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. 2010. *Statistika untuk Penelitian* Bandung: ALFABETA.
- Sunardi, dan Ana Maftukhah. 2015. *Pengetahuan Konsumen dan Keputusan Menjadi Nasabah*. Vol.6 No.02
- Tho'in, Muhammad. 2016. *LARANGAN RIBA DALAM TEKS DAN KONTEKS (Studi Atas Hadits Riwayat Muslim Tentang Pelaksanaan Riba)*. Vol.02 No.02, ISSN : 2477-6157 JURNAL ILMIAH EKONOMI ISLAM