

**Pengaruh Motivasi Menghindari Riba dan Pengetahuan Produk  
Perbankan Syariah terhadap Keputusan Menjadi Nasabah  
di Bank Tabungan Negara Syariah Semarang**

(Studi Kasus Bank Tabungan Negara Syariah Kantor Cabang Syariah Semarang)

**SKRIPSI**

Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Starta S.1  
dalam Ilmu Perbankan Syariah



Oleh :

**FIFIN SAVITRI**

**1605036050**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGRI WALISONGO**

SEMARANG 2020

**H. Ade Yusuf Mujaddid, M.Ag.**

NIP. 19670119 199803 1 002

**Cita Sary Dja'akum, SHI. MEL.**

NIP. 19820422 201503 2 004

---

### PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (Empat) eks  
Hal : Naskah Skripsi  
An. Sdri. Fifin  
Savitri

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Islam UIN Walisongo  
Di Semarang

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini saya kirim naskah skripsi saudara :

Nama : Fifin Savitri

NIM : 1605036050

Judul : PENGARUH MOTIVASI MENGHINDARI RIBA DAN  
PENGETAHUAN PRODUK PERBANKAN SYARIAH  
TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH DI BANK  
TABUNGAN NEGARA SYARIAH (Studi Kasus Bank  
Tabungan Negara Syariah Kantor Cabang Syariah Semarang)

Dengan ini saya mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqasyahkan.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Semarang, Juli 2020

Pembimbing I.

Pembimbing II

**H. Ade Yusuf Mujaddid, M.Ag.**

NIP. 19670119 199803 1 002

**Cita Sary Dja'akum, S.H.I., M.E.I**

NIP. 19820422 201503 2 004

## PENGESAHAN

Skripsi Saudari : Fifi Savitri  
NIM : 1605036050  
Judul : Pengaruh Motivasi Menghindari Riba dan Pengetahuan  
Produk Perbankan Syariah terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Bank  
Tabungan Negara Syariah Semarang (Studi Kasus Bank Tabungan Negara  
Syariah Kantor Cabang Syariah Semarang)

Telah dimunaqasahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dan dinyatakan lulus dengan  
predikat cumlaude, pada tanggal :

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Starta 1 tahun  
akademik 2019/2020.

Semarang, 2020

Ketua Sidang

Sekretaris Sidang

(.....)

(.....)

Penguji

Penguji

(.....)

(.....)

Pembimbing I

Pembimbing II

(.....)

(.....)

## MOTTO HIDUP

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

*"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." (Qs. Ali Imron [3]: 130).*

## **PERSEMBAHAN**

*Bismillahirrahmanirrahim,*

Dengan mengucapkan puji syukur kepada Allah SWT yang Maha Pengasih dan Penyayang, maka dengan cinta dan ketulusan hati, karya ini kupersembahkan

Kepada :

Kedua orang tua tercinta Ayahanda Furkon Haenuddin dan Ibunda Sutinah. Terimakasih atas segala kasih sayang, ilmu, dukungan, materi serta doa yang telah diberikan sehingga menjadikanku wanita yang kuat, mandiri, dan insya Allah dapat membanggakan kalian. Restu dan ridhamu adalah segalanya bagiku. Serta seluruh pihak yang selalu memotivasi dan mendukung di setiap langkahku.

Almamaterku tercinta, Universitas Islam Negri Walisongo Semarang.

## **DEKLARASI**

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang telah pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga skripsi ini tidak berisi satu pun pikiran- pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 2020

Deklarator,

Fifin Savitri

(1605036050)

## ABSTRAK

Penelitian dengan judul Pengaruh Motivasi Menghindari Riba Dan Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Tabungan Negara Syariah (Studi Kasus Bank Tabungan Negara Syariah Kantor Cabang Syariah Semarang). Keputusan merupakan proses penetapan sesuatu yang dijadikan rujukan bagi kegiatan yang akan datang. Maksud adanya penelitian ini untuk melihat dan mengetahui pengaruh motivasi menghindari riba dan pengetahuan produk perbankan syariah terhadap keputusan menjadi nasabah.

Pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif yang sumbernya berasal dari data primer dengan penyebaran angket atau kuisioner. Para nasabah Bank Tabungan Negara Syariah merupakan populasi dalam penelitian ini, teknik yang digunakan adalah *incidental sampling*, dan terdapat 71 responden untuk sampel yang digunakan. Mengolah data pada penelitian ini dengan uji validitas, uji reabilitas, normalitas, multikolinieritas, heterkesadtisitas, analisis regresi berganda, koefisien determinasi, stimulan dan parsial.

Dari penelitian yang telah dilakukan terdapat hasil bahwa variabel motivasi menghindari riba dan pengetahuan produk perbankan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah.

**Kata Kunci** : Motivasi Menghindari Riba, Pengetahuan Produk, dan Keputusan Nasabah

## **KATA PENGANTAR**

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur Alhamdulillah, penulis ucapkan sebagai tanda rasa syukur atas rahmat dan karunia yang telah diberikan Allah SWT sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Pengaruh Motivasi Menghindari Riba dan Pengetahuan Produk Perbankan Syariah terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Tabungan Negara Syariah Semarang (Studi Kasus Bank Tabungan Negara Syariah Kantor Cabang Syariah Semarang)

sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Perbankan Syariah UIN Walisongo Semarang. Sholawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Baginda Agung Nabi Muhammad SAW.

Penulis menyadari bahwa banyak pihak yang telah terlibat dan berkontribusi memberikan bantuan, nasihat dan bimbingan selama penyusunan skripsi ini maupun selama penulis mengikuti pendidikan di Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada :

1. Teristimewa kedua orang tua yang selalu memberikan support dan doa yang tiada hentinya kepada penulis sampai detik ini.
2. Bapak Dr. H. Muhammad Saifullah, M. Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
3. Bapak H. Ade Yusuf Mujaddid, M.Ag. selaku Kepala Jurusan Ekonomi Syariah serta Dosen Pembimbing I penulis yang penuh dengan ketelitian dan kesabaran dalam mengarahkan penulis sehingga skripsi ini selesai dan Ibu Cita Sary Dja'akum, S.H.I., M.E.I selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan pengarahan penyusunan skripsi ini dengan sabaa dan ikhlas.
4. Bapak dan Ibu Dosen pengajar di Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, semoga ilmu yang diajarkan senantiasa berkah dan bermanfaat.



5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang yang telah ikhlas membagikan ilmunya kepada penulis selama berada dibangku perkuliahan.
6. Seluruh staff dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang yang telah membantu dalam pembuatan administrasi untuk keperluan skripsi ini.
7. Untuk teman-teman terdekat saya Hida, Arina, Rizal, Teguh, Naufal yang senantiasa mendukung dan menemani hari-hari saya belajar sampai menyelesaikan skripsi ini.
8. Untuk teman-teman saya dimasa sekolah Singgih, Mira yang tak henti-hentinya mengingatkan saya untuk cepat lulus.
9. Untuk teman seperantauan dan sekamar Della yang selalu ada disaat saya merasa lelah, selalu menghibur saya dan membimbing saya untuk terus semangat mengerjakan skripsi.
10. Sahabat/sahabiti-ku PMII Rayon Ekonomi Komisariat Walisongo Semarang yang pernah menjadi rumah selama saya berorganisasi, tak terkecuali sahabat/sahabati SPARTAN 2016 yang saya banggakan.
11. Keluarga besar PBASB- 2016, terimakasih untuk setiap kebersamaan dan keharmonisan selama masa perkuliahan.
12. Semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung yang turut membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu – persatu.

Kepada mereka penulis ucapkan jazakumullah khairan katsiran. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan dan keikhlasan berbagai pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari dengan sepenuh hati bahwa penulisan ini masih jauh dari kesempurnaan, akan tetapi sedikit harapan semoga skripsi yang sederhana ini dapat bermanfaat dan berguna bagi kita semua.

Semarang, 2020

Penulis

Fifin Savitri  
(1605036050)

## PEDOMAN LITERASI

### A. Konsonan

ء = a	ز = z	ق = q
ب = b	س = s	ك = k
ت = t	ش = sy	ل = l
ث = ts	ص = sh	م = m
ج = j	ض = dl	ن = n
ح = h	ط = th	و = w
خ = kh	ظ = zh	ه = h
د = d	ع = ‘	ي = y
ذ = dz	غ = gh	
ر = r	ف = f	

### B. Diflog

اي	Ay
او	Aw

### C. Syaddah (ّ-)

Syaddah dilambangkan dengan konsonan ganda, misalnya الطّبّ *al-thibb*.

### D. Kata Sandang (... ال)

Kata sandang (... ال) ditulis dengan *al-...* misalnya الصنّاعه = *al-shina 'ah*.  
*Al-* ditulis dengan huruf kecil kecuali jika terletak pada permulaan kalimat.

## PEDOMAN LITERASI

### A. Konsonan

ء = a	ز = z	ق = q
ب = b	س = s	ك = k
ت = t	ش = sy	ل = l
ث = ts	ص = sh	م = m
ج = j	ض = dl	ن = n
ح = h	ط = th	و = w
خ = kh	ظ = zh	ه = h
د = d	ع = ‘	ي = y
ذ = dz	غ = gh	
ر = r	ف = f	

### B. Diftong

اي	Ay
او	Aw

### C. Syaddah (ّ-)

Syaddah dilambangkan dengan konsonan ganda, misalnya الطّبّ *at-thibb*.

### D. Kata Sandang (... ال)

Kata Sandang (... ال) ditulisdengan *al-...* misalnya الصنّاعه = *al-shina'ah*. *Al-* ditulis dengan huruf kecil kecuali jika terletak pada permulaan kalimat.

### E. Ta' Marbuthah (ة)

Setiap *ta' marbuthah* ditulis dengan “h” misalnya المعيشه الطبيعیه = *al-ma'isyah al-thabi'iyah*.

### F. Lafz}ul Jalalah

*Lafzul – jalalah* (kata الله) yang berbentuk frase nomina di transliterasikan tanpa hamzah. Contoh : عبد الله = *Abdullah*.

## G. Vokal

### 1. Vokal Pendek

◌َ = Fathah ditulis “a” contoh فَتَحَ *fataha*

◌ِ = Kasroh ditulis “i” contoh عَلِمَ *alima*

◌ُ = Dammah ditulis “u” contoh يَذْهَبُ { *yaz/habu*

### 2. Vokal Rangkap

◌َ+يَ = Fathah dan ya mati ditulis “ai” contoh كَيْفَ *kaifa*

◌َ+وُ = Fathah dan wau mati ditulis “au” contoh حَوْلَ *hau*

### 3. Vokal Panjang

◌َ+اَ = Fathah dan alif ditulis a > contoh قَالَ *qa>la*

◌ِ+يَ = Kasroh dan ya ditulis i > contoh قِيلَ *qi>la*

◌ُ+وُ = Dammah dan wau ditulis u > contoh يَقُولُ *yaqu>lu*

## DAFTAR ISI

COVER.....	i
------------	---

PENGESAHAN.....	ii
MOTTO HIDUP.....	iv
PERSEMBAHAN.....	v
DEKLARASI.....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
PEDOMAN LITERASI .....	xi
DAFTAR ISI.....	xiv

**BAB I**  
**PENDAHULUAN**

## 1.1 Latar Belakang Masalah

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah pada Bab 1 Pasal 1 dan ayat 7 disebutkan bahwa Bank Syariah adalah Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah.<sup>1</sup> Dan yang dimaksud dengan prinsip syariah menurut PBI No.11/15/PBI/2009 adalah prinsip hukum Islam yang dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia, sepanjang difatwakannya oleh DSN-MUI maka prinsip syariah demi hukum telah berlaku sebagai hukum positif sekalipun belum atau tidak dituangkan dalam peraturan Bank Indonesia.<sup>2</sup> Bank Syariah dalam undang-undang perbankan Indonesia termasuk dalam kelompok bank umum, yang diberikan pengertian sebagai “bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah”. Prinsip syariah disini diberikan pengertian sebagai aturan perjanjian berdasarkan hukum islam antara bank dengan pihak lain untuk penyimpanan dana dan atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai syariah.<sup>3</sup>

Prinsip-prinsip tersebut merupakan aturan dasar dan aturan pokok berdasarkan hukum islam, prinsip ini juga menjadi landasan untuk mengatur hubungan antara bank dengan pihak lain untuk melakukan kegiatan bank seperti menghimpun dan menyalurkan dana. Prinsip perbankan syariah merupakan bagian dari ajaran Islam yang berkaitan dengan ekonomi. Salah satu prinsip dalam ekonomi Islam adalah larangan riba dalam berbagai bentuknya dan menggunakan sistem antara lain prinsip bagi hasil.<sup>4</sup> Dalam ketentuan Pasal 2 Peraturan Bank Indonesia No.9/19/PBI/2007 ditegaskan bahwa dalam melaksanakan kegiatan penghimpunan dan penyaluran dana, bank syariah wajib

---

<sup>1</sup>Irham Fahmi, *Manajemen Perbankan: Konvensional dan Syariah*, Edisi Pertama, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015, h. 26

<sup>2</sup>Nur Melinda Lestari, *Sistem Pembiayaan Bank Syariah: Berdasarkan UU No.21 Tahun 2008*, Jakarta: Grafindo Books Media, 2015, h. 112

<sup>3</sup> Ibid, h. 62

<sup>4</sup>Andrew Shandy Utama, “Sejarah dan Perkembangan Regulasi Mengenai Perbankan Syariah Dalam Sistem Hukum Nasional Di Indonesia”, Vol. 2, No.2, 2018, h. 192

membuat akad sesuai prinsip syariah dengan ketentuan pokok hukum islam antara lain prinsip keadilan dan keseimbangan, kemaslahatan, dan universalisme serta tidak mendukung gharar, maysir, riba, dzalim, riswah, dan objek haram.

Umat Islam Indonesia telah lama mendambakan adanya bank yang beroperasi sesuai dengan syariat Islam. KH. Mas Mansur, ketua pengurus besar Muhammadiyah periode 1937-1944 telah menguraikan pendapatnya tentang penggunaan jasa bank konvensional sebagai hal yang terpaksa dilakukan karena umat Islam belum mempunyai bank sendiri yang bebas riba.<sup>5</sup> Adanya usulan didirikan bank syariah di Indonesia yang sebenarnya telah muncul sejak pertengahan tahun 1970-an, kemudian wacana ini dibicarakan pada seminar nasional Hubungan Indonesia dengan Timur Tengah pada tahun 1974 dan pada tahun 1976 dalam seminar internasional yang dilaksanakan oleh Lembaga Studi Ilmu-Ilmu Kemasyarakatan (LSIK) dan Yayasan Bhinneka Tunggal Ika. Namun, ada beberapa alasan yang menghambat terealisasinya ide ini, salah satunya operasi bank syariah yang menerapkan sistem bagi hasil belum diatur, lalu diadakan kegiatan rekomendasi dari lokakarya ulama tentang bunga bank dan perbankan di Cisarua, Bogor pada tanggal 19-22 Agustus 1990, hasilnya dibahas lebih mendalam pada musyawarah nasional IV Majelis Ulama Indonesia yang berlangsung di Hotel Syahid Jaya, Jakarta pada 22-25 Agustus 1990. Berdasarkan amanat Munas tersebut, maka dibentuk kelompok kerja untuk mendirikan bank syariah di Indonesia.<sup>6</sup> Maka lahirlah bank pertama di Indonesia yaitu Bank Muamalat Indonesia (BMI) sebagai kerja tim perbankan MUI tersebut, akta pendirian PT. Bank Muamalat Indonesia ditandatangani pada 1 November 1991.

Berdirinya Bank Muamalat Indonesia (BMI) sebagai bank umum satu-satunya yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip bagi hasil. Introduksi bank berdasarkan prinsip bagi hasil dalam hukum positif

---

<sup>5</sup>Nur Melinda Lestari, *Sistem...*, h. 113

<sup>6</sup>*Ibid*, h. 115



adalah melalui Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan dan Peraturan Pemerintah No. 72 Tahun 1992 tentang Bank berdasarkan prinsip bagi hasil.<sup>7</sup> Berbagai Peraturan Bank Indonesia yang mengatur mengenai Bank dan Perbankan Syariah dianggap tidak cukup untuk digunakan sebagai dasar hukum bagi Perbankan Syariah, oleh karena itu lahirlah Undang-Undang Perbankan Syariah.<sup>8</sup> Sebelum berlakunya Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, pendirian dan kegiatan usaha bank syariah diatur oleh Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 (selanjutnya disebut Undang-Undang Perbankan). Tetapi dengan perkembangan zaman, maka perbankan syariah memiliki undang-undang khusus yang mengatur Bank Syariah, yaitu Undang-undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.<sup>9</sup> Asas, fungsi dan tujuan perbankan syariah diatur dalam Undang-Undang No.21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, dalam Pasal 2 yang menjelaskan tentang asas dalam setiap kegiatan usaha bank syariah harus berasaskan pada Prinsip Syariah, yang berbunyi: “Perbankan Syariah dalam melakukan kegiatan usahanya berasaskan Prinsip Syariah, demokrasi ekonomi, dan prinsip kehati-kehatian.” Islam tidak menyukai umatnya melakukan riba, bagi seorang muslim melakukan riba adalah haram hukumnya.<sup>10</sup>

Riba secara bahasa berarti penambahan, pertumbuhan, kenaikan, dan ketinggian sedangkan secara istilah riba berarti pengambilan tambahan dari harta pokok atau modal secara batil.<sup>11</sup> Di dalam al-Qur'an, riba disebut sebanyak dua puluh kali, delapan diantaranya berbentuk kata riba itu sendiri. Kata ini digunakan dalam al-Qur'an dengan bermacam-macam arti, seperti tumbuh, tambah, menyuburkan, mengembang, dan

---

<sup>7</sup> Abdul Ghofur Anshori, *Perbankan Syariah di Indonesia*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2007, h. 5

<sup>8</sup> Sultan Remy Sjahdeini, *Perbankan Syariah, Produk-Produk dan Aspek-Aspek Hukumnya*, Jakarta: PT. Jatakarta Afung Offset, 2010, h. 85

<sup>9</sup> Muhamad Sadi Is, *Konsep Hukum Perbankan Syariah*, Malang: Setara Press, 2015, h.7

<sup>10</sup> Irham Fahmi, *Manajemen...*, h. 45

<sup>11</sup> Ismail, *Perbankan Syariah*, Jakarta:Kencana, 2016, h. 11

menjadi besar dan banyak<sup>12</sup>. Tidak ada sistem perhitungan di bank syariah yang berbasis riba<sup>13</sup>. Menurut pendapat Syeikh Muhammad Abduh bahwa pengertian riba adalah penambahan-penambahan yang disyaratkan oleh orang yang memiliki harta kepada orang yang meminjam hartanya (uangnya), karena pengunduran janji pembayaran oleh peminjam dari waktu yang telah ditentukan.<sup>14</sup> Riba secara teknis menurut para fuqaha adalah pengambilan tambahan dari harta pokok atau modal secara batil baik dalam utang piutang maupun jual beli. Batil dalam hal ini merupakan perbuatan ketidakadilan (zalim) atau diam menerima ketidakadilan. Pengambilan tambahan secara batil akan menimbulkan kezaliman di antara para pelaku ekonomi. Dengan demikian esensi pelarangan riba adalah penghapusan ketidakadilan dan penegakan keadilan dalam perekonomian<sup>15</sup>. Pelarangan riba tersebut secara eksplisit disebutkan dalam 4 (empat) wahyu yang berbeda di dalam al-Qur'an, yaitu surah al-Baqarah (2): 275-281, surah Ali Imran (3):129-130, surah an-Nisa (4): 161, dan surah ar-Rum (30): 39, semua ayat tersebut menerangkan ide pokok sebagai berikut: meskipun tampaknya terdapat persamaan antara keuntungan dari perdagangan dan keuntungan dari hasil riba, namun hanya keuntungan dari hasil perdagangan saja yang diperbolehkan ketika meminjamkan uang, seorang muslim diminta untuk mengambilnya kembali sebatas uang yang dipinjamkan, dan mengikhlasakannya jika debitur tidak mampu membayar. Riba dapat menghapus keridhaan Allah SWT terhadap kekayaannya tersebut, riba dapat disamakan dengan mengambil kekayaan milik orang lain. Seorang Muslim selayaknya menjauhi riba demi kesejahteraan mereka, berbagai

---

<sup>12</sup> Anita Rahmawaty, "Riba dalam Perspektif Keuangan Islam", h. 7

<sup>13</sup> Ahmad Ifham, *Memahami Bank Syariah dengan Mudah*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2015, h. 28

<sup>14</sup> Abdul Haris, "Sistem Ekonomi Perbankan Berlandaskan Bunga", Vol. 13, No. 1, 2012, H. 25

<sup>15</sup> Ummi Kalsum, "Riba dan Bunga Bank dalam Islam", Vol. 7, No. 2, 2014, h. 69

penjelasan telah berkembang dalam menjelaskan alasan penolakan terhadap riba.<sup>16</sup>

Umat Islam di Indonesia adanya pendapat bahwa bunga bank sama dengan riba dipertegas dengan keluarnya Fatwa Majelis Ulama Indonesia tentang kekharaman bunga bank yang merupakan hasil lokakarya para ulama tentang bunga bank dan perbankan di Cisarua, Bogor tanggal 19-22 Agustus 1990 dan penerapan prinsip syariah perbankan yang telah digariskan melalui fatwa DSN-MUI sebagai hukum positif karena adanya pengakuan terhadap fatwa dimaksud melalui Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.<sup>17</sup> Dari definisi riba dan bunga dalam pinjaman ke bank di atas, dapat ditarik hubungan bahwa mekanisme bunga bank dan bunga koperasi dalam pinjaman sama dan identik dengan pengertian riba. Apabila bunga bank adalah riba, maka hukum bunga pinjaman ke bank sama dan linier dengan hukum riba, yakni haram.<sup>18</sup>

Dalam diri seseorang terdapat keadaan psikologis yang menggerakkannya melakukan atau memutuskan untuk bertindak dan dipengaruhi dari dalam dirinya atau dari luar, faktor yang mempengaruhi minat dan keputusan nasabah antara lain faktor dari dalam misalnya motivasi.<sup>19</sup> Motivasi merupakan dorongan yang ada pada diri seseorang untuk melakukan sesuatu dalam mencapai tujuan, dalam hal ini mencapai suatu kemaslahatan. Dalam bidang perbankan motivasi sangat berpengaruh dalam meningkatkan jumlah nasabah untuk mendorong proses dan kemajuan suatu perbankan. Di dunia perbankan syariah, terdapat keterkaitan motivasi dengan faktor menjadi nasabah bank syariah seperti beberapa faktor yang melatarbelakangi nasabah untuk

---

<sup>16</sup> Ahmad Maulidizen, "Riba, Gharar, dan Moral Ekonomi Islam dalam Perspektif Sejarah dan Komparatif: Satu Sorotan Literatur", Vol. 7, No. 2, 2016, h. 146

<sup>17</sup> Zainul Arifin, *Memahami Bank Syariah: Lingkup, Peluang, dan Prospek*, Jakarta: Avabet, 1999, h. 27

<sup>18</sup> Khozainul Ulum, "Hakikat Keharaman Riba Dalam Islam" Vol. 1, No. 1, 2016, h. 125

<sup>19</sup> Juwanita. "Pengaruh Persepsi Nasabah Mengenai Lembaga Penjaminan (Lps) dan Tingkat Suku Bunga Simpanan Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada Bank Dengan Citra Perbankan Sebagai Variabel Moderasi", Universitas Negeri Yogyakarta, 2015, h. 2

memilih perbankan syariah yang berasal dari luar maupun dari nasabah itu sendiri. Faktor yang melatarbelakangi nasabah dalam menggunakan perbankan syariah terdapat pada faktor dari dalam dan dari luar nasabah tersebut, faktor tersebut hadir karena ketaatan nasabah dalam memegang prinsip syariah, mereka mempertahankan menggunakan perbankan syariah berkaitan dengan keimanan dan keyakinan dalam diri mereka, contohnya seperti motivasi untuk menghindari riba. Nasabah mengetahui bahwa riba dalam perbankan itu haram hukumnya, faktor tersebut memungkinkan nasabah untuk tetap mempertahankan bank syariah karena berkaitan dengan keimanan dan keyakinan bahwa riba itu haram bagi umat islam.

Adanya perbankan di Indonesia membuat masyarakat melakukan pembiayaan maupun menghimpun dana, perilaku ini sudah menjadi hal yang biasa untuk memenuhi kebutuhan materi, dengan bertransaksi dengan pihak lain seperti diperbankan. Setiap nasabah akan memperhatikan dan mempertimbangkan faktor-faktor tertentu untuk memutuskan menabung. Islam mengatur perekonomian dalam masyarakat agar keuntungan tidak hanya didapat dari satu pihak saja dan pihak lain dirugikan.<sup>20</sup> Masyarakat perlu mengetahui hal-hal yang tidak diperbolehkan oleh Allah SWT dalam melakukan transaksi muamalah. Dalam dunia perbankan syariah, terdapat keterkaitan motivasi dengan faktor menjadi nasabah bank syariah seperti beberapa faktor yang melatarbelakangi nasabah untuk memilih perbankan syariah yang berasal dari luar maupun dari nasabah itu sendiri. Nasabah akan mempertimbangkan faktor-faktor tersebut untuk mencari kepuasan dalam menyimpan dananya di bank, karena bagaimanapun konsumen dalam perilakunya akan mencari kepuasan yang maksimal dalam memenuhi kebutuhannya<sup>21</sup>

---

<sup>20</sup> Yoswan Hendarto, "Persepsi Masyarakat Terhadap Bunga Utang Piutang (Studi Kasus di Desa Pangkalan Kecamatan Karang Rayung Kab. Grobogan)", Universitas Muhamaddiyah Surakarta, 2010, h. 2

<sup>21</sup>Nita Despri Kartikasari, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Untuk Menyimpan Dana Pada Bank Syariah Purwokerto", Vol. 14, No. 2, 2016, h. 238

Faktor yang melatarbelakangi nasabah dalam menggunakan perbankan syariah terdapat pada faktor dari dalam dan dari luar nasabah tersebut, faktor tersebut hadir karena ketaatan nasabah dalam memegang prinsip syariah, mereka mempertahankan menggunakan perbankan syariah berkaitan dengan keimanan dan keyakinan dalam diri mereka, contohnya seperti motivasi untuk menghindari riba. Faktor tersebut memungkinkan nasabah untuk tetap mempertahankan bank syariah karena berkaitan dengan keimanan dan keyakinan bahwa riba itu haram bagi umat islam.

Menurut Notoatmodjo, pengetahuan adalah hasil dari tahu yang diperoleh melalui panca indra manusia yang sebagian besar pengetahuan diperoleh melalui indra dan telinga.<sup>22</sup> Faktor yang lain adalah pengetahuan nasabah yang mempengaruhi preferensi nasabah dalam memilih pelayanan dalam perbankan syariah. Pengetahuan berarti seseorang tersebut mengetahui segala sesuatu yang berkaitan tentang hal tersebut. Nasabah mengetahui informasi mengenai produk maupun jasa yang ada dalam perbankan syariah. Pemahaman dan pengetahuan mengenai bank syariah akan mempengaruhi keputusan yang akan dipilih oleh calon nasabah. Jika pengetahuan tentang bank syariah rendah maka dalam memandang dan keinginan untuk menjadi nasabah bank syariah pastinya rendah pula.<sup>23</sup>

Merupakan suatu kesimpulan yang sudah dipilih setelah mempertimbangkan pilihan tersebut dari beberapa alternatif yang ada. Dalam hal ini keputusan yang dimaksud adalah keputusan untuk menggunakan jasa bank syariah setelah mempertimbangkan kemudahan dan manfaat yang diberikan. Upaya bank dalam meningkatkan jumlah nasabah selain motivasi juga mengamati serta mempelajari hal-hal yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam untuk memakai jasa layanan

---

<sup>22</sup> Amsal Bakhtiar, *Filsafat Ilmu*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014, h. 85

<sup>23</sup> Husain Muh Irsyad, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa FIAI UII dalam Memilih Layanan Bank (Syariah)", Skripsi--Universitas Islam Indonesia, 2016, h. 20

bank syariah, pengetahuan nasabah berfokus pada informasi yang diketahui mencakup produk dan jasa yang ditawarkan maka nasabah cenderung berminat untuk menggunakan jasa atau produk tersebut. Nasabah akan membandingkan produk-produk antar perbankan. Perbankan syariah harus meningkatkan jumlah nasabah selain dengan meyakinkan untuk motivasi menghindari riba juga perlu meyakinkan nasabah dengan memberikan pengaruh produk dan jasa bank syariah yang inovatif dan halal, memperkenalkan pengetahuan produk kepada nasabah.

Beberapa penelitian terdahulu yang telah melakukan penelitian mengenai pengetahuan produk di beberapa daerah seperti berikut:

Gautama Siregar (2018) tentang Pengaruh Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Marhamah Pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan menunjukkan bahwa hasil penelitian ini konsisten menyatakan bahwa faktor Produk dan Promosi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah.<sup>24</sup>

Arief Firidy Firmansyah (2019) tentang Pengaruh Pengetahuan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Perbankan Syariah yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif pengetahuan nasabah terhadap keputusan menjadi nasabah di bank BNI Syariah KC Surabaya, kemudian terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah, dan terdapat pengaruh positif pengetahuan nasabah dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah.<sup>25</sup>

Wahyi Busyro (2018) tentang Pengaruh Pengetahuan Produk Perbankan Syariah dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus

---

<sup>24</sup> Budi Gautama Siregar, "Pengaruh Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Marhamah Pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan", Vol. 4, No. 1, 2018, h. 18

<sup>25</sup> Arief Firidy Firmansyah, "Pengaruh Pengetahuan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Perbankan Syariah", Vol. 2, No. 3, 2019, h. 2

Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Riau) yang menyatakan bahwa pengetahuan produk berpengaruh positif atau signifikan dalam memilih jasa perbankan syariah.<sup>26</sup>

Rosyidah (2019) tentang Analisis Pengetahuan Nasabah tentang Produk Perbankan Syariah (Studi Pada Bank Muamalat KCP Malang Kepanjen) disimpulkan bahwa pengetahuan nasabah mengenai produk lebih tinggi dibanding pengetahuan nasabah mengenai pembelian dan pemakaian. Sedangkan pengetahuan nasabah mengenai pembelian lebih rendah dibanding pengetahuan nasabah mengenai produk dan pemakaian. Selain itu, pengetahuan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah pada Bank Muamalat KCP Malang Kepanjen.<sup>27</sup>

Yuliawan (2011) tentang Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Syariah Cabang Bandung yang menyatakan bahwa pengetahuan konsumen terhadap perbankan syariah berpengaruh sebesar 44.8 % dan sisanya adalah faktor lain diluar penelitian tersebut<sup>28</sup>.

Dari beberapa penelitian diatas banyak yang telah meneliti tentang pengetahuan produk untuk mempengaruhi keputusan menjadi nasabah bank syariah yang menunjukkan adanya pengaruh signifikan antar variabel, tetapi ada juga yang berpengaruh sedikit dikarenakan adanya objek dan target penelitian yang berbeda, serta sampel yang digunakan dan waktu pelaksanaan penelitian. Maka dari itu peneliti akan membuat penelitian tentang pengetahuan produk dan juga motivasi dalam menghindari riba di Bank BTN KCS Semarang karena disamping

---

<sup>26</sup> Wahyi Busyro, "Pengaruh Pengetahuan Produk Perbankan Syariah dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Riau)", Skripsi-Universitas Muhammadiyah Riau, Vol. 1, No. 2, 2018, h. 3

<sup>27</sup> Rosyidah, "Analisis Pengetahuan Nasabah tentang Produk Perbankan Syariah (Studi Pada Bank Muamalat KCP Malang Kepanjen)", Vol. 10, No. 2, 2019, h. 177

<sup>28</sup>Eko Yuliawan, "Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Syariah Cabang Bandung", Skripsi-STIE Mikroskil, 2011, h. 29

bank tersebut telah berbasis syariah dan sangat memungkinkan mendapatkan data yang dibutuhkan dari bank tersebut.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang **Pengaruh Motivasi Menghindari Riba dan Pengetahuan Produk Perbankan Syariah terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Tabungan Negara Syariah ( Studi Kasus Nasabah Bank Tabungan Negara Syariah Kantor Cabang Syariah Semarang )**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh motivasi menghindari riba dalam perbankan syariah terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank BTN Syariah KCS Semarang ?
2. Bagaimana pengaruh pengetahuan produk dalam perbankan syariah terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank BTN Syariah KCS Semarang ?

## **1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh motivasi menghindari riba dalam perbankan syariah terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank BTN Syariah KCS Semarang.
2. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan produk dalam perbankan syariah terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank BTN Syariah KCS Semarang.

### **1.3.2 Manfaat Penelitian**



1. Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi pengembangan ilmu khususnya mengenai pengetahuan konsumen terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.
2. Penelitian ini dapat memberikan informasi kepada perusahaan Bank BTN Syariah KCS Semarang agar perusahaan mengetahui pengetahuan konsumen terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.

#### **1.4 Sistematika Penulisan**

Penelitian ini disusun dengan sistematika sebagai berikut :

##### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan latar belakang masalah penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

##### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini membahas kerangka teori Perilaku Konsumen, motivasi menghindari riba, pengetahuan produk Bank Syariah. Bab ini juga mencakup penelitian terdahulu, kerangka pemikiran serta hipotesis penelitian.

##### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi jenis dan sumber data, populasi dan sampel penelitian, metode pengumpulan data, variable penelitian dan pengukuran, serta teknik analisis data.

##### **BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menyajikan hasil data yang telah diolah ,berupa uji asumsi klasik, uji koefisien korelasi dan determinasi, uji regresi linier berganda serta membuktikan hipotesis penelitian

##### **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan penelitian, saran serta keterbatasan penelitian yang berguna untuk penelitian selanjutnya.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Kerangka Teori**

## 2.1.2 Motivasi Menghindari Riba

### 2.1.2.1 Motivasi

Motivasi adalah proses yang menjelaskan intensitas, arah, dan ketekunan seseorang individu untuk mencapai tujuannya. Motivasi dapat diartikan sebagai dorongan internal dan eksternal dalam diri seseorang yang diindikasikan dengan adanya hasrat dan minat, dorongan dan kebutuhan, harapan dan cita-cita, penghargaan, dan penghormatan. Motivasi yang terdapat pada diri seseorang merupakan sifat yang secara sadar disadari orang tersebut untuk mendapatkan hasrat dalam bekerja, bekerja efektif, dengan segala upaya untuk mencapai tujuan dan kepuasan.

Tingkat kebutuhan sebagaimana diuraikan oleh Hamner dan Organ ditunjukkan dalam tingkatan kebutuhan berikut:

1. Kebutuhan Fisiologis Makanan, air, seks, tempat perlindungan
2. Kebutuhan Rasa aman Perlindungan terhadap bahaya, ancaman, dan jaminan keamanan. Perilaku yang menimbulkan ketidakpastian berhubungan dengan kelanjutan pekerjaan atau yang merefleksikan sikap dan perbedaan,
3. Kebutuhan Sosial Memberi dan menerima cinta, persahabatan, kasih sayang, harta milik, pergaulan, dukungan. Jika dua tingkat kebutuhan pertama terpenuhi seseorang menjadi sadar akan perlunya kehadiran teman.<sup>29</sup>

Banyak teori-teori yang dikemukakan untuk mendefinisikan tentang motivasi, dari tingkat kebutuhan diatas motivasi ditentukan adanya pekerjaan yang sudah memenuhi adanya kebutuhan yang lebih tinggi, dan sikap akan menentukan jalan yang akan ditempuh seseorang untuk mencapai kebutuhannya. Dari berbagai sudut pandang dapat disimpulkan bahwa

---

<sup>29</sup> Tri Andjarwati, "Motivasi dari Sudut Pandang Teori Hirarki Kebutuhan Maslow, Teori Dua Faktor Herzberg, Teori X Y Mc Gregor, dan Teori Motivasi Prestasi Mc Clelland", Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen, Vol. 1, No. 1, April, 2015, H. 48

motivasi merupakan dorongan yang mengubah energi seseorang kedalam aktifitas nyata untuk mencapai tujuan.<sup>30</sup>

### 2.1.2.2 Riba

Dalam praktik kontrak dan perniagaan telah diberikan petunjuknya dalam al-Qur'an. Ada berbagai unsur yang dilarang untuk dilakukan dalam sebuah kontrak, misalnya, bahwa sudah menjadi fakta yang jelas bahwa al-Qur'an menegaskan dengan kuat untuk menghindari perolehan keuntungan (*profit*) dengan cara melibatkan unsur riba atau cara yang bathil.<sup>31</sup> Bahkan istilah dan persepsi tentang riba begitu mengental dan melekat di dunia Islam.<sup>32</sup> Riba berasal dari bahasa Arab, secara etimologis berarti tambahan (*azziyadah*). Sehubungan dengan arti riba dari segi bahasa, secara terminologi ilmu fiqh, riba merupakan tambahan khusus yang dimiliki salah satu pihak yang terlibat tanpa adanya imbalan tertentu.<sup>33</sup>

Islam dengan tegas melarang praktik riba. Hal ini terdapat dalam al-Qur'an dan as-Sunah. Al-Qur'an menyatakan haram terhadap riba bagi kalangan masyarakat muslim. Allah SWT, telah mewahyukan adanya larangan riba secara bertahap, sehingga tidak mengganggu kehidupan ekonomi masyarakat pada waktu itu.<sup>34</sup> Sejak zaman Nabi Muhammad SAW, riba telah dikenal pada saat turunnya ayat-ayat yang menyatakan larangan terhadap transaksi yang mengandung riba sesuai dengan masa dan periode turunnya ayat tersebut sampai ada ayat yang melarang dengan tegas tentang riba.<sup>35</sup>

Beberapa ayat al-Qur'an yang berkaitan dengan riba antara lain :  
Q.S. ar-Rum [30]: 39

---

<sup>30</sup> Syaiful Bahri Djamarah, *Psikologi Belajar*, Bandung: Rineka Cipta, 2011, h. 148

<sup>31</sup> Agus Triyanta, *Hukum Perbankan Syariah*, Malang: Setara Press, 2016, h. 26

<sup>32</sup> Wasilul Chair, "Riba Dalam Perspektif Islam dan Sejarah", Vol. 1, No.1, 2014, h. 109

<sup>33</sup> Wasilul Chair, *Riba...*, h. 101

<sup>34</sup> Ismail, *Perbankan Syariah*, Jakarta: Kencana, 2011, h. 17

<sup>35</sup> Hendi Suhendi, *Fiqh Mu'amalah*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007, h. 57-

وَمَا آتَيْتُمْ مِنْ رَبًّا لِيَرْبُوَ فِي أَمْوَالِ النَّاسِ فَلَا يَرْبُو  
عِنْدَ اللَّهِ ۖ وَمَا آتَيْتُمْ مِنْ زَكَاةٍ تُرِيدُونَ وَجْهَ اللَّهِ  
فَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُضْغَفُونَ<sup>36</sup>

: dan sesuatu Riba (tambahan) yang kamu berikan agar  
Dia bertambah pada harta manusia, Maka Riba itu tidak  
menambah pada sisi Allah. dan apa yang kamu berikan berupa  
zakat yang kamu maksudkan untuk mencapai keridhaan Allah,  
Maka (yang berbuat demikian) Itulah orang-orang yang melipat  
gandakan (pahalanya).

(Q. S. ar-Rum [30]: 39)

Ayat diatas belum menjelaskan bahwa riba itu haram,  
namun Allah SWT memberikan penjelasan bahwa zakat lebih baik  
sebagai alternatif untuk melakukan kegiatan ekonomi, sedangkan  
riba bukanlah hal yang dianjurkan Allah SWT. Dan menyatakan  
bahwa riba tidak menambah harta manusia, malah sebaliknya,  
yaitu mengurangi, sementara zakat meningkatnya secara berlipat-  
lipat.

Q.S. al-Imran [3]: 130

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

: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu  
memakan Riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu  
kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan. (Q. S. al-  
Imran [3]: 130)<sup>37</sup>

Ayat diatas menjelaskan bahwa kita dilarang untuk  
memungut riba apalagi riba yang dipungut secara berlipat ganda.

<sup>36</sup> Q.S. ar-Rum [30]: 39

<sup>37</sup> Q.S. al-Imran [3]: 130

Q. S. al-Baqarah [2]: 275-276

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) يَمْحَقُ اللَّهُ الرِّبَا  
وَيُرِي الصَّدَقَاتِ وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ كُلَّ كَفَّارٍ أَثِيمٍ (٢٧٦)

: 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.( Q. S. al-Baqarah [2]: 275-2)<sup>38</sup>

Q. S. al-Baqarah [2]: 278-279

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن  
كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ (278) فَإِنْ لَمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِنَ اللَّهِ  
وَرَسُولِهِ وَإِنْ تُبْتُمْ فَلَكُمْ رُءُوسُ أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا  
تُظْلَمُونَ (279)<sup>39</sup>

<sup>38</sup> Q. S. al-Baqarah [2]: 275-276

<sup>39</sup> Q. S. al-Baqarah [2]: 278-279

*Artinya: Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa Riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman. Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), Maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), Maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak Menganiaya dan tidak (pula) dianiaya. (Q. S. al-Baqarah [2]: 278-279*

Kemudian turun ayat terakhir yang membahas tentang riba yaitu (Q.S. al-Baqarah [2]: 275,276, 278 dan 279) yang melarang bunga. Ayat-ayat ini membedakan antara perdagangan (ba'i) dan bunga (riba). Ayat ini mengutuk bunga berikut pemakannya dan memuji keberkahan sedekah. Ayat tersebut secara mutlak melarang pemungutan bunga dan memerintahkan kaum Mukminin untuk menghentikannya serta menerima pengembalian hanya modal pokoknya saja.<sup>40</sup> Allah memusnahkan riba dan menyuburkan sedekah, dan Allah tidak menyukai Ssiap orang yang tetap dalam kekafiran, dan selalu berbuat dosa. Ayat-ayat di atas secara bertahap memberikan status hukum yang jelas tentang riba. Ayat-ayat yang terakhir turun yang membahas tentang riba telah menegaskan bahwa riba adalah haram, karenanya harus ditinggalkan dan menggantinya dengan zakat, sedekah, dan infaq serta transaksi lain yang bernilai kebaikan di hadapan Allah.

Riba dikelompokkan menjadi dua. Masing-masing adalah riba utang piutang dan riba jual beli. Kelompok pertama terbagi lagi menjadi riba qardh dan riba hiliyyah. Adapun kelompok kedua, riba jual beli, terbagi menjadi riba fadhl dan riba nasi'ah

1. Riba Qardh adalah suatu manfaat atau tingkat kelebihan tertentu yang diisyaratkan terhadap yang berutang (muqtaridh).

---

<sup>40</sup> Muhammad Syarif Chaudhary, *Sistem Ekonomi Islam* ,: Prinsip Dasar, h. 215-217

2. Riba Jahliyyah adalah utang dibayar lebih dari pokoknya karena si peminjam tidak mampu membayar utangnya pada waktu yang ditetapkan.
3. Riba Fadhl adalah pertukaran antarbarang sejenis dengan kadar atau takaran yang berbeda, sedangkan barang yang dipertukarkan itu termasuk dalam jenis barang ribawi.
4. Riba Nasi'ah adalah penanguhan penyerahan atau penerimaan jenis barang ribawi yang dipertukarkan dengan jenis barang ribawi lainnya. Riba dalam nasi'ah muncul karena adanya perbedaan, perubahan, atau tambahan antara yang diserahkan saat ini dan yang diserahkan kemudian.<sup>41</sup>

Perdebatan yang serius tentang apakah bunga bank itu termasuk riba atau bukan riba, telah berlangsung lama dan sampai sekarang masih hangat diperbincangkan bahkan menimbulkan pendapat pro dan pendapat kontra di kalangan umat Islam sendiri.<sup>42</sup> Bunga bank dapat diartikan dan dimaknai sebagai balas jasa yang diberikan oleh pihak bank yang berdasarkan prinsip konvensional kepada nasabah yang membeli atau menjual produknya, dalam hal ini tentunya produk-produk perbankan. Bunga juga dapat diartikan sebagai harga yang harus dibayar kepada pihak nasabah (yang memiliki simpanan) dengan yang harus dibayar oleh pihak nasabah kepada bank (nasabah yang mendapatkan pinjaman).<sup>43</sup>

Bagi umat Islam di Indonesia adanya pendapat bahwa bunga bank sama dengan riba dipertegas dengan keluarnya Fatwa Majelis Ulama Indonesia tentang kekharaman bunga bank yang merupakan hasil lokakarya para ulama tentang bunga bank dan perbankan di Cisarua, Bogor tanggal 19-22 Agustus 1990 dan

---

<sup>41</sup>Muhamad Sadi Is, *Konsep Hukum Perbankan Syariah*, Malang: Setara Press, 2015, h.28

<sup>42</sup>Abdul Haris, "Sistem Ekonomi Perbankan Berlandaskan Bunga (Analisis Perdebatan Bunga Bank Termasuk Riba Atau Tidak)", *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, Vol 13, No. 01, Juli 2012, h. 23

<sup>43</sup> *Ibid*, h.23



penerapan prinsip syariah perbankan yang telah digariskan melalui fatwa DSN-MUI sebagai hukum positif karena adanya pengakuan terhadap fatwa dimaksud melalui Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.<sup>44</sup>

### 2.1.2.3 Motivasi Menghindari Riba

Motivasi didefinisikan sebagai proses yang menjelaskan mengenai kekuatan, arah, dan ketekunan seseorang dalam upaya untuk mencapai tujuan.<sup>45</sup> Istilah ‘motif’ menunjukkan suatu dorongan yang timbul dari dalam diri seseorang yang menyebabkan orang tersebut melakukan sesuatu.<sup>46</sup> Kast dan Rosenzweig mendefinisikan motivasi sebagai sesuatu yang menggerakkan seseorang untuk bertindak dengan cara tertentu atau setidaknya untuk mengembangkan suatu kecenderungan perilaku yang khas, motivasi merupakan suatu kekuatan dalam diri seseorang yang mendorong untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan dasarnya.<sup>47</sup>

Meningkatnya perbankan syariah tidak hanya didukung sumber daya manusia yang professional dan memiliki pengalaman praktis dalam system perbankan, akan tetapi juga dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Faktor tersebut antara lain, kesadaran umat islam untuk berbisnis dan menabung secara syariah.<sup>48</sup> Dalam dunia perbankan adanya bunga bank juga disebut haram, karena pada sistem perbankan besarnya presentase bunga berdasarkan pokok pinjaman dan pembayaran bunga tetap sama seperti akad diawal dan ada asumsi pemakaian dana mendatangkan keuntungan tetapi tidak terdapat risk and return sharing. Dengan adanya pandangan

---

<sup>44</sup>Abdul Ghofur Anshori’, “Sejarah Perkembangan Hukum Perbankan Syariah di Indonesia dan Implikasinya bagi Praktik Perbankan Nasional”, Jurnal Ekonomi Islam, Vol. 2, No. 2, Desember 2008, h. 160

<sup>45</sup> Tri Andjarwati, *Motivasi...*, H. 46

<sup>46</sup> M. Ngalim Purwanto, *Psikologi Pendidikan*, Bandung: Rosdakarya, 1993, h. 61.

<sup>47</sup> Tri Andjarwati, *Motivasi...*, h. 46

<sup>48</sup> Bagja Sumantri, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Produk Pembiayaan Terhadap Minat Dan Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Syariah”, Jurnal Ekonomi, Vol. 10, No. 2, Oktober, 2014, h. 142

secara agama, pandangan ekonomi, dan ushul fiqh maka dapat disimpulkan bahwa kedudukan bunga bank adalah riba yang hukumnya haram.<sup>49</sup>

Persoalan bunga bank yang merupakan riba ini bukan hanya persoalan masyarakat islam melainkan juga seluruh masyarakat didunia, menurut Syaikh Sholih bin Ghonim As Sadlan, dimana seorang Mufti Saudi Arabia bernama Syaikh Muhammad bin Ibrahim Rahimahullah mengemukakan bahwa pinjaman yang diberikan oleh bank dengan tambahan (bunga) tertentu sama-sama disebut riba.<sup>50</sup> Dari penjelasan diatas kita dapat menyimpulkan bahwa motivasi jika digabung dengan menghindari riba merupakan suatu dorongan dari dalam diri seseorang dalam hal ini yaitu nasabah, untuk menghindari adanya bahaya dalam riba yang merupakan bunga bank dan menghindari larangan Allah SWT karena keharamannya dan bertentangan dengan prinsip syariah yang ada dalam perbankan syariah.

### **2.1.3 Pengetahuan Produk Perbankan Syariah**

#### **2.1.3.1 Produk Perbankan Syariah**

Produk perbankan merupakan salah satu faktor penentu ketertarikan nasabah menabung pada bank. Produk yang lebih inovatif dan kreatif dapat menjadi salah satu alternatif pilihan bagi nasabah untuk menabung. Perbankan syariah memiliki keunikan pada produk yang ditawarkan dimana produk – produk yang ditawarkan pada perbankan syariah lebih inovatif, seperti produk penghimpunan dana yang ditawarkan dalam beberapa jenis diantaranya ada tabungan, mudharabah, deposito mudharabah dan lain – lain.<sup>51</sup>

---

<sup>49</sup> Abdul Haris, Sistem..., h. 24

<sup>50</sup> *Ibid*, 143

<sup>51</sup> Alfi Mulikah Lestari, “Pengaruh Religiusitas, Produk Bank, Kepercayaan, Pengetahuan, Dan Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Pada Perbankan Syariah”, Jurnal Ilmiah,

Perbankan syariah berbeda dengan perbankan konvensional, bank syariah terikat dengan ketentuan-ketentuan yang ada dalam al-Qur'an dan al-Hadist. Transaksi-transaksi pada perbankan syariah harus terhindar dari riba dan kontrak-kontrak yang mengandung ketidakpastian.<sup>52</sup> Pada produk perbankan, terdapat faktor penentu untuk menarik nasabah menghimpun dana pada bank tersebut, produk yang kreatif dan inovatif merupakan salah satu pilihan nasabah. Pada dasarnya, produk yang ditawarkan oleh Bank Syariah dapat dibagikan menjadi tiga bagian besar, yaitu:<sup>53</sup>

1. Produk penghimpunan dana (funding) Penghimpunan dana di Bank Syariah dapat berbentuk giro, tabungan dan deposito. Prinsip operasional syariah yang diterapkan adalah prinsip wadiah dan mudharabah. Wadiah yang diterapkan adalah wadiah yad-dhamanah yang mana diterapkan pada produk rekening giro. Berbeda dengan wadiah yad-amanah yang mempunyai prinsip harta titipan tidak boleh dimanfaatkan oleh yang dititipkan.
2. Produk Penyaluran dana dengan menjual kembali dana yang diperoleh dari penghimpunan dana dalam bentuk simpanan. Dalam penyaluran dana ini pihak bank harus memiliki strategi yang mumpuni untuk menyalurkan dananya ke masyarakat melalui alokasi yang strategis sehingga keuntungan yang didapat bisa dimaksimalkan.
3. Jasa (service) Selain menjalankan fungsinya sebagai intermediasi, bank syariah dapat pula melakukan berbagai pelayanan jasa perbankan pada nasabah. Jasa tersebut diantaranya ada sarf (jual beli valuta asing) dan ijarah (sewa) misalnya penyewaan kotak penyimpanan (save deposit box) dan jasa tata laksana administrasi dokumen (custodian).

---

<sup>52</sup> Ali Rama, "Perbankan Syariah dan Pertumbuhan Ekonomi Indonesia", Vol. 2, No. 1, April, 2013, H. 3

<sup>53</sup> *Ibid*, h. 163

**Tabel 2.1 Perbedaan antara Perbankan Konvensional dan Perbankan Syariah.**

<b>Perbankan Konvensional</b>	<b>Perbankan Syariah</b>
Investasi tidak mempertimbangkan halal dan haram asalkan proyek yang dibiayai menguntungkan	Investasi, hanya untuk proyek dan produk yang halal serta menguntungkan
Return baik yang dibayar kepada nasabah penyimpan dana return yang diterima dari nasabah pengguna dana berupa bunga	Return yang dibayar dan /atau diterima berasal dari bagi hasil atau pendapatan lainnya berdasarkan prinsip syariah
Perjanjian menggunakan hubungan positif	Perjanjian dibuat dalam bentuk akad sesuai dengan syariat islam
Orientasi pembiayaan untuk memperoleh keuntungan atas dana yang dipinjamkan	Orientasi pembiayaan, tidak hanya keuntungan akan tetapi falah oriented, yaitu berorientasi pada kesejahteraan masyarakat
Hubungan antara bank dan nasabah adalah kreditor dan debitur	Hubungan antara bank dan nasabah adalah mitra
Dewan pengawas terdiri dari BI, Bapepam, dan Komisaris serta OJK	Dewan pengawas terdiri dari BI, Bapepam, Komisaris, dan DPS serta OJK
Penyelesaian sengketa melalui pengadilan negeri setempat	Penyelesaian sengketa diupayakan diselesaikan secara musyawarah antara bank dan nasabah melalui peradilan agama

Sumber : Ismail, (2011 : 38)

Kemudian apa perbedaan bunga dengan sistem bagi hasil pada bank syariah? Bagi hasil adalah alternatif pembagian keuntungan yang sistemnya berdasarkan dari penetapan akad di awal yang telah disepakati sebelumnya dan akan meningkat seiring dengan keuntungan yang diperoleh perusahaan. Skema dari bagi hasil ini antara lain :

1. Yaitu pembagian keuntungan berdasarkan keuntungan yang didapat dari suatu usaha. Keuntungan ini didapat dari laba bersih yang merupakan selisih antara pendapatan usaha yang dikurangi dengan biaya lainlain.

2. Sharing adalah sistem yang dilakukan dengan membagikan laba kotor hasil dari pendapatan usaha dikurangi biaya produksi.

3. Yaitu dimana dalam dasar perhitungannya hanya menggunakan pendapatan usaha saja.<sup>54</sup>

### **2.1.2.2 Pengetahuan Produk**

Konsumen perlu mengetahui informasi suatu produk dan diharapkan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen tersebut. Menurut J Paul Peter dan Jerry C. Olson membagi pengetahuan menjadi tiga jenis pengetahuan produk yaitu pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk, pengetahuan tentang manfaat produk, dan pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan produk bagi konsumen.<sup>55</sup> Sebelum calon nasabah mempergunakan jasa perbankan, maka diperlukan sebuah atau beberapa informasi atau pengetahuan akan suatu bank, agar nantinya tidak ada pihak yang merasa merugikan atau dirugikan. Pengetahuan atau informasi menabung pada perbankan bisa didapat dari orang lain, seperti dari karyawan bank, teman, saudara, keluarga, media cetak, media elektronik, dan lain – lain. Pengetahuan dapat juga berupa kelemahan maupun kelebihan produk, pelayanan, fasilitas, dan sebagainya yang dapat menjelaskan tentang perbankan.

### **2.1.2.3 Keputusan**

Menurut Assael (2001) ada dua pengaruh luas yang menentukan pilihan konsumen. Pengaruh pertama yaitu konsumen individu yang mana kebutuhan, persepsi merek karakteristik, dan sikap ke arah alternatif yang mempengaruhi pilihan merek. Pengaruh kedua dari pengambilan keputusan konsumen adalah lingkungan. Lingkungan pembelian konsumen digambarkan

---

<sup>54</sup> A. Wasis Efendi, “Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Pamulang dalam Menghindari Riba Melalui Sosialisasi Perbankan Syariah”, September, 2019

<sup>55</sup> Eko Yuliawan, Pengaruh..., h.22

dengan budaya (norma dan nilai masyarakat), dengan sub-budaya (bagian dari masyarakat dengan norma-norma berbeda dan nilai dalam kehormatan tertentu) dan dengan kelompok bertatap muka (teman, anggota keluarga dan kelompok referensi).<sup>56</sup>

Secara etimologi pengambilan keputusan berarti mengambil dan menetapkan atas sesuatu, secara terminology pengambilan keputusan adalah suatu proses penetapan sesuatu dimana penetapan tersebut dijadikan rujukan bagi kegiatan berikutnya.<sup>57</sup> Keputusan konsumen timbul karena adanya penilaian yang objektif atau karena dorongan emosi. Keputusan untuk bertindak adalah berasal dari serangkaian aktivitas dan rangsangan mental dan emosional. Keputusan yang rumit sering melibatkan beberapa keputusan (decision) melibatkan pilihan diantara dua atau lebih alternatif. Keputusan selalu mensyaratkan pilihan diantara beberapa perilaku yang berbeda. (Nugroho J Setiadi, 2003). Pengambilan keputusan dapat dianggap sebagai suatu hasil atau keluaran dari proses mental atau kognitif yang membawa pada pemilihan suatu jalur tindakan di antara beberapa alternatif yang tersedia. Setiap proses pengambilan keputusan selalu menghasilkan satu pilihan final. Keputusan dibuat untuk mencapai tujuan melalui pelaksanaan atau tindakan. Agar pengambilan keputusan dapat lebih terarah, maka perlu diketahui unsur-unsur atau komponen-komponen dari pengambilan keputusan tersebut.

Unsur-unsur dari pengambilan keputusan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Tujuan dari pengambilan keputusan, adalah mengetahui lebih dahulu apa tujuan dari pengambilan keputusan itu.

---

<sup>56</sup> Nita Despri Kartikasari, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Untuk Menyimpan Dana Pada Bank Syariah Di Kota Purwokerto", *Jurnal Manajemen*, Vol. 14, No. 2, Juli, 2016, h. 240

<sup>57</sup> Amini, *Perilaku Organisasi*, Bandung: Citapustaka Media, 2004, h. 108.

2. Identifikasi alternatif alternatif keputusan untuk memecahkan masalah, adalah mengadakan identifikasi alternatif alternatif yang akan dipilih untuk mencapai tujuan tersebut.
3. Perhitungan mengenai faktor faktor yang tidak dapat diketahui sebelumnya atau di luar jangkauan manusia, yaitu suatu keadaan yang dapat dibayangkan sebelumnya, namun manusia tidak sanggup atau tidak berdaya untuk mengatasinya.
4. Sarana atau alat untuk mengevaluasi atau mengukur hasil dari suatu pengambilan keputusan, adalah adanya sarana atau alat untuk mengevaluasi atau mengukur hasil dari pengambilan keputusan itu.<sup>58</sup>

### **2.1.3 Penelitian Terdahulu**

Beberapa peneliti sebelumnya telah melakukan penelitian pengaruh motivasi riba dan pengetahuan produk. Namun, penelitian ini menggunakan variabel-variabel, objek dan tahun pengamatan yang berbeda.

---

<sup>58</sup> Ghozali Mazki, "Keputusan Nasabah Menabung: Pendekatan Komponen dan Model Logistik Studi Pada Bank Syariah Di Malang", Jurnal Ekonomi, Vol. 4, No. 1, (2010), h. 46.

Adapun penelitian terdahulu adalah sebagai berikut :

No	Nama Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Metode	Hasil Penelitian
1.	Budi Gautama Siregar (2018)	Pengaruh Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Marhamah Pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpua n	Analisis regresi linier sederhana	Pengetahuan konsumen berpengaruh terhadap keputusan konsumen sebesar 44.8 %. Dari hasil perhitungan ternyata memberikan pengaruh kepada keputusan konsumen.
2.	Arief Firdy Firmansyah (2019)	Pengaruh Pengetahuan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Perbankan Syariah	Analisis regresi linier berganda	terdapat pengaruh positif pengetahuan nasabah terhadap keputusan menjadi nasabah di bank BNI Syariah KC Surabaya, kemudian terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah, dan terdapat pengaruh positif pengetahuan nasabah dan kualitas



				pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah.
3.	Wahyi Busyro	Pengaruh Pengetahuan Produk Perbankan Syariah dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Riau)	Analisis deskriptif	menyatakan bahwa pengetahuan produk berpengaruh positif atau signifikan dalam memilih jasa perbankan syariah.
4.	Rosyidah (2019)	Analisis Pengetahuan Nasabah tentang Produk Perbankan Syariah (Studi Pada Bank Muamalat KCP Malang Kapanjen)	Analisis Regresi Linier Berganda	pengetahuan nasabah mengenai produk lebih tinggi dibanding pengetahuan nasabah mengenai pembelian dan pemakaian. Sedangkan pengetahuan nasabah mengenai pembelian lebih rendah dibanding pengetahuan nasabah mengenai produk dan pemakaian. Selain itu, pengetahuan nasabah berpengaruh positif

				dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah pada Bank Muamalat KCP Malang Kepanjen.
5.	Eko Yuliawan (2011)	Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Syariah Cabang Bandung	Analisis Regresi linier sederhana	bahwa pengetahuan konsumen terhadap perbankan syariah berpengaruh sebesar 44.8 % dan sisanya adalah faktor lain diluar penelitian tersebut

## 2.2 Hipotesis Penelitian

### 2.2.2 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban teoritis sementara terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban empiric.<sup>59</sup> Hipotesis (atau ada pula yang menyebutnya dengan istilah hipotesa) dapat diartikan secara sederhana sebagai dugaan sementara. Hipotesis berasal dari bahasa Yunani *hypo* yang berarti di bawah dan *thesis* yang berarti pendirian, pendapat yang ditegakkan, kepastian. Jika dimaknai secara bebas, maka hipotesis berarti pendapat yang kebenarannya masih diragukan. Untuk bisa

---

<sup>59</sup>Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, Bandung: Alfabeta, 2006, H. 70

memastikan kebenaran dari pendapat tersebut, maka suatu hipotesis harus diuji atau dibuktikan kebenarannya.<sup>60</sup>

Dalam penelitian ini diajukan tiga hipotesis penelitian, yaitu sebagai berikut:

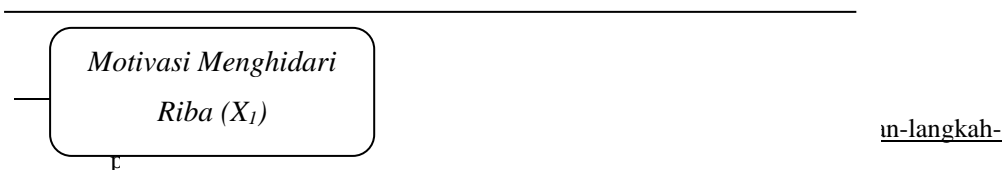
1.  $H_0$  = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara motivasi menghindari riba dan pengetahuan produk perbankan syariah terhadap keputusan menjadi nasabah.  $H_1$  = Terdapat pengaruh yang signifikan antara motivasi menghindari riba dan Pengetahuan produk perbankan syariah terhadap keputusan menjadi nasabah.

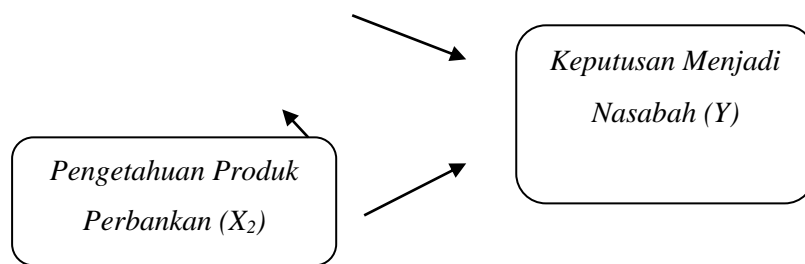
2.  $H_0$  = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara motivasi menghindari riba terhadap keputusan menjadi nasabah.  $H_1$  = Terdapat pengaruh yang signifikan antara motivasi menghindari riba terhadap keputusan menjadi nasabah.

3.  $H_0$  = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara pengetahuan produk perbankan syariah terhadap keputusan menjadi nasabah.  $H_1$  = Terdapat pengaruh yang signifikan antara pengetahuan produk perbankan syariah terhadap keputusan menjadi nasabah.

### 2.2.3 Kerangka Pemikiran

Peneliti akan membahas dua faktor yang mempengaruhi keputusan menjadi nasabah di Bank BTN Syariah KCS Semarang. Factor tersebut adalah motivasi menghindari riba dan pengetahuan produk. Kedua factor tersebut merupakan variable independen dan keputusan menjadi nasabah sebagai variable dependen. Gambar dibawah ini akan mengilustrasikan kerangka dalam penelitian ini





### **BAB III**

#### **METODOLOGI PENELITIAN**

##### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif, penelitian ini menggambarkan keadaan atau kejadian dengan jelas menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpulan data informasi yang kemudian dioalah secara statistik, yaitu analisis regresi linier berganda untuk mengetahui hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen. <sup>61</sup> Dalam pengambilan sampel dilakukan secara acak dan teknik pengumpulan data dilakukan dengan instrumen penelitian, yang mana analisis data dalam penelitian ini bertujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2013).

### **3.2 Sumber Data**

#### **3.2.1 Data Primer**

Data yang diperoleh dari sumbernya secara langsung, sumber data primer diperoleh dari hasil penyebaran angket atau kuisioner untuk para responden. Dalam penelitian ini yaitu nasabah Bank Tabungan Negara Syariah KCS Semarang

#### **3.2.2 Data Sekunder**

Data yang diperoleh dari dokumen atau hasil penelitian sebuah dinas/instansi yang menjadi laporan pendukung data penelitian. Sumber data sekunder diharapkan mampu menjadi data pendukung dan mampu berperan dalam mengungkap data yang diperlukan. Dalam penelitian ini yaitu jurnal-jurnal penelitian terdahulu, data dari instansi yang bersangkutan serta buku yang dibaca oleh peneliti.

### **3.3 Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1 Populasi**

Merupakan sekumpulan beberapa orang atau kelompok, kejadian atau beberapa minat yang ingin diteliti oleh peneliti.

---

<sup>61</sup>Daniel Ortega dan Anas Alhifni, "Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah", Vol. 5, No. 1, 2017, h. 92

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Tabungan Negara Syariah KCS Semarang.

### **3.3.2 Sampel**

Sampel adalah bagian dari populasi yang akan diteliti secara mendalam<sup>62</sup>. Bagian dari populasi yang diambil dengan teknik atau metode tertentu untuk diteliti dan digeneralisasi terhadap populasi dinyatakan sebagai sebuah sampel (Suryani, 2015), jadi sampel yang diambil dari populasi harus bersifat *representative* atau sudah mewakili populasi. Didalam penelitian ini teknik pengambilan sampel dilakukan dengan *accidental sampling*, yang merupakan teknik pengambilan sampel secara kebetulan. Beberapa responden yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti saat melakukan penelitian yang kemudian dijadikan sampel.<sup>63</sup> Dalam penelitian ini peneliti mengambil sampel sebanyak 71 nasabah Bank Tabungan Negara Syariah KCS Semarang untuk mempermudah menganalisis data.

## **3.4 Variabel dan Skala Pengukuran**

### **3.4.1 Variabel Independen**

Merupakan variabel yang menjadi sebab terjadinya variabel dependen, dalam penelitian ini variabel independen yang digunakan oleh peneliti adalah motivasi menghindari riba ( $X_1$ ) dan pengetahuan produk perbankan ( $X_2$ ).

### **3.4.2 Variabel Dependen**

Merupakan variabel yang mengikat dan dipengaruhi atau yang menjadi akibat adanya variabel bebas, dalam penelitian ini yang digunakan oleh peneliti adalah keputusan menjadi nasabah (Y)

---

<sup>62</sup> Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta, 2011, h. 50

<sup>63</sup> Masyhuri dan M Zainuddin, *Metodologi Penelitian-Pendekatan Praktis dan Aplikatif*, Bandung: PT Refika Aditama, 2008, h. 178

### 3.4.3 Definisi Operasional

Variabel	Definisi Variabel	Indikator
<b>Motivasi Menghindari Riba</b>	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. (Maslow, 1996 dan Antonio, 2015)	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Kebutuhan pengakuan bertransaksi sesuai syariah</li><li>2. Kebutuhan agar hartanya bersih dari riba</li><li>3. Pengetahuan tentang bahaya riba</li></ol>
<b>Pengetahuan Produk Perbankan</b>	Pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen mengenai produk/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>
<b>Keputusan Menjadi Nasabah</b>	Merupakan proses psikologis dasar yang memainkan peranan penting dalam memahami bagaimana konsumen secara aktual mengambil keputusan pembelian yang melewati beberapa tahap. (Kotler dan Keller, 2006)	<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><li>5. Perilaku pasca pembelian</li></ol>

## 3.5 Teknik Pengumpulan Data

### 3.5.1 Angket (Kuisisioner)

Merupakan beberapa pertanyaan yang telah disusun secara sistematis yang akan diisi oleh responden, yang kemudian hasil dari

angket tersebut akan diteliti oleh peneliti. Angket ini berisi tanggapan atau jawaban dari beberapa pertanyaan yang diajukan dimana bertujuan agar peneliti mendapatkan data empiris yang dapat memecahkan masalah yang sedang di uji. Dalam penelitian ini responden adalah nasabah yang telah menggunakan jasa dan memiliki rekening transaksi pada Bank Tabungan Negara Syariah KCS Semarang. Angket ini diukur dengan skala linkert lima tingkatan seperti berikut;

<b>Keterangan</b>	<b>Skor</b>
<b>Sangat Tidak Setuju</b>	<b>1</b>
<b>Tidak Setuju</b>	<b>2</b>
<b>Kurang Setuju</b>	<b>3</b>
<b>Setuju</b>	<b>4</b>
<b>Sangat Setuju</b>	<b>5</b>

Jika skor diperoleh kemudian dicari rata-rata skor per responden. Dalam hal ini terdapat pendapat, persepsi, dan sikap menjadi poin penting dalam mengukur fenomena yang terjadi (Jusuf Soewadji, 2012)

### **3.5.2 Dokumentasi**

Mencari dan mengumpulkan beberapa data informasi yang berkaitan dengan Bank Tabungan Negara Syariah seperti dalam web, buku, majalah, maupun surat kabar. Peneliti ingin mengetahui hal-hal lebih dalam mengenai permasalahan yang harus diteliti .

### **3.6 Analisis Deskriptif**



Merupakan bagian dari statistika untuk mempelajari teknik atau prosedur untuk mendapatkan gambaran dan mendeskripsikan kumpulan data hasil dari pengamatan yang telah dilakukan, biasanya analisis deskriptif hanya dapat memberikan gambaran tentang kondisi data yang sebenarnya dan tidak menggeneralisasi data tersebut. Analisis ini dilakukan dalam bentuk tabel, kolom, grafik, dan perhitungan frekuensi, ukuran dispersi. Statistik deskriptif tidak digunakan untuk menguji hipotesis, namun digunakan untuk mendeskripsikan data penelitian agar memperjelas keadaan data yang bersangkutan. Pengukuran yang digunakan dalam statistik deskriptif ini meliputi jumlah data, nilai maksimum, nilai minimum, nilai rata-rata, dan standar deviasi.

### **3.7 Uji Kelayakan Data**

#### **3.7.1 Uji Validitas**

Uji validitas bertujuan mengukur hal-hal yang valid atau tidak valid sebuah angket atau kuisisioner, angket bisa valid jika pernyataan didalamnya dapat mengungkap hal yang akan diukur angket tersebut. Item angket dinyatakan valid jika nilai *person correlation* item pertanyaan dinyatakan valid jika nilai *p* hitung < 0,05.

#### **3.7.2 Uji Reabilitas**

Merupakan alat yang digunakan untuk mengukur angket dalam indikator variabel konstruk, dimana angket dikatakan reliabel jika jawaban responden dalam mengisi pertanyaan konsisten dan stabil. Berdasarkan Ghazali (2018) suatu variabel dinyatakan reliabel apabila pada hasil *output SPSS* memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,70

### **3.8 Uji Asumsi Klasik**

#### **3.8.1 Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel residual memiliki distribusi normal. Diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini tidak di penuhi, maka uji statistik menjadi tidak valid. Jika terjadi data tidak berdistribusi secara normal maka dapat dilakukan dengan menambah lebih banyak jumlah sampel data tersebut.

### **3.8.2 Uji Multikolinearitas**

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar kedua variabel independennya. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi adalah dengan melihat nilai tolerance dan lawannya, serta *Variance Inflation Factor (VIF)*. Nilai cutoff yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai tolerance  $\leq 10$  atau sama dengan nilai VIF  $\geq 10$ .

### **3.8.3 Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas.

Terdapat beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan melihat grafik plot dan uji glejser. Pada uji grafik plot, ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat di deteksi dengan melihat pola pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED. Jika terdapat pola tertentu, maka di indikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Namun, jika tidak ada

pola yang jelas dan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji glejser mengusulkan untuk meregresi nilai absolut residual terhadap variabel independen dengan persamaan regresi :

$$|U_t| = \alpha + \beta X_t + v_t$$

### 3.9 Analisis Regresi Berganda

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda untuk menguji pengaruh *sustainability report* dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Model analisis penelitian ini dijabarkan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + e$$

Keterangan;

Y : Keputusan nasabah

a : Konstanta

b<sub>1</sub> : Nilai koefisien regresi variabel pemasaran relasional

b<sub>2</sub> : Nilai Koefisiensi regresi variabel citra perusahaan

X<sub>1</sub> : Motivasi menghindari riba

X<sub>2</sub> : Pengetahuan produk perbankan

Analisis ini bertujuan untuk mengukur intensitas hubungan antar variabel dan membuat perkiraan nilai Y dan X.

### 3.10 Pengujian Hipotesis

#### 3.10.1 Koefisien Determinan (R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R<sup>2</sup> yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat

terbatas. Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan kedalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka  $R^2$  pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh terhadap variabel dependen. Sehingga, banyak peneliti yang menganjurkan menggunakan nilai Adjusted  $R^2$  pada saat mengevaluasi mana model regresi yang terbaik. Tidak seperti  $R^2$ , nilai adjusted  $R^2$  dapat naik atau turun apabila salah satu variabel independen ditambah kedalam model.<sup>64</sup>

### 3.10.2 Uji F

Uji statistik F menunjukkan apakah semua variabel bebas atau independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat atau dependen. Untuk menguji hipotesis dapat menggunakan uji statistik F yaitu apabila nilai F lebih besar dari 4 maka  $H_0$  dapat ditolak pada derajat kepercayaan 5%. Kemudian cara yang berikutnya yaitu dengan membandingkan nilai F hitung dan F tabel. Apabila F hitung lebih besar dari F tabel maka  $H_0$  ditolak dan  $H_A$  diterima.

### 3.10.3 Uji T

Uji statistik t menunjukkan pengaruh satu variabel bebas/independen secara individual terhadap variabel terikat/dependen. Jika nilai signifikansi variabel  $< 0,05$ , maka dapat di simpulkan bahwa secara parsial variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Cara lain untuk menunjukkan pengaruh suatu variabel yaitu dengan membandingkan t hitung dengan t tabel. Apabila t hitung  $> t$  tabel berarti variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen.

---

<sup>64</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*, Semarang: Badan Penerbit Undip, 2013, h. 105-160.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

Objek pada penelitian ini adalah Bank BTN Syariah KCS Semarang, dengan pengambilan sampel 71 nasabah. Jumlah kuesioner yang telah dibagikan dan kembali adalah sebagai berikut:

<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah</b>
Kuesioner yang dibagikan	71
Kuesioner yang kembali	71

Dari 71 responden diambil kriteria responden yang telah menjadi nasabah pada Bank BTN Syariah KCS Semarang minimal satu tahun dan aktif bertransaksi minimal dua dalam satu bulan. Gambaran umum tentang objek penelitian adalah sebagai berikut.

#### **4.1.1 Sejarah**

Awalnya terjadi perubahan perundang-undangan perbankan oleh pemerintah dari UU Perbankan No. 7 Tahun 1992 menjadi Perbankan No. 10 Tahun 1998, dunia perbankan nasional menjadi marak dengan adanya perbankan syariah. Persaingan dalam pasar perbankanpun kian ketat, belum lagi dengan dikeluarkannya PBI No. 4/1/PBI/2002 tentang perubahan kegiatan usaha bank umum konvensional menjadi bank umum berdasarkan prinsip syariah oleh bank umum konvensional, jumlah bank syariah pun bertambah dengan adanya Unit Usaha Syariah. Maka manajemen PT. Bank Tabungan Negara (Persero), melalui rapat komite pengarah tim implementasi restrukturisasi Bank BTN tanggal 12 Desember 2013, manajemen bank BTN menyusun rencana kerja dan perubahan anggaran dasar untuk membuka UUS agar dapat bersaing di pasar perbankan syariah.

PT Bank Tabungan Negara (Persero) pada Rapat Umum Pemegang Saham tanggal 16 Januari 2004 dan perubahan Anggaran Dasar dengan akta No. 29 tanggal 27 Oktober 2004 oleh Emi Sulistyowati, SH Notaris di Jakarta yang ditandai dengan terbentuknya divisi syariah berdasarkan Ketetapan Direksi No14/DIR/DSYA/2004. Pembentukan Unit Usaha Syariah ini juga untuk memperkuat tekad ajaran Bank BTN untuk menjadikan kerja sebagai bagian dari ibadah yang tidak terpisah dengan ibadah-ibadah lainnya. Selanjutnya Bank BTN Unit Usaha Syariah disebut "BTN Syariah"

dengan motto “Maju dan Sejahtera Bersama” Pada bulan November 2004 dibentuklah struktur organisasi kantor cabang syariah PT. BTN Dimana setiap kantor cabang syariah dipimpin oleh satu orang kepala cabang yang bertanggung jawab kepada kepala divisi syariah. Yang pada saat bersamaan Dirut Bank BTN meminta rekomendasi penunjukan DPS dan pada tanggal 3 Desember 2004, Dirut Bank BTN menerima surat rekomendasi DSN/MUI tentang penunjukan DPS bagi BTN Syariah,

Pada tanggal 15 Desember 2004, Bank BTN menerima surat persetujuan dari BI, Surat No. 6/1350/DPbs perihal persetujuan BI mengenai prinsip KCS (Kantor Cabang Syariah) Bank BTN. Maka tanggal inilah yang diperingati secara resmi sebagai hari lahirnya BTN Syariah. Yang secara sinergi melalui persetujuan dari BI dan Direksi PT. BTN maka dibukalah KCS Jakarta pada tanggal 14 Februari 2005. Diikuti pada tanggal 25 Februari 2005 dengan dibukanya KCS Bandung kemudian pada tanggal 17 Maret 2005 dibuka KCS Surabaya yang secara berturut-turut tanggal 4 dan tanggal 11 April 2005 KCS Yogyakarta dan KCS Makassar dan pada bulan Desember 2005 dibukanya KCS Malang dan Solo

#### **4.1.2 Visi dan Misi**

##### **4.1.2.1 Visi**

Visi Bank BTN Syariah, "Menjadi Strategic Business Unit BTN yang sehat dan terkemuka dalam penyediaan jasa keuangan syariah dan mengutamakan kemaslahatan bersama."

##### **4.1.2.2 Misi**

- a. Mendukung pencapaian sasaran laba usaha BTS
- b. Memberikan pelayanan jasa keuangan Syariah yang unggul dalam pembiayaan perumahan dan produk serta jasa keuangan Syariah terkait sehingga dapat memberikan kepuasan bagi nasabah dan memperoleh pangsa pasar yang diharapkan.

c. Melaksanakan manajemen perbankan yang sesuai dengan prinsip Syariah sehingga dapat meningkatkan ketahanan BTN dalam menghadapi perubahan lingkungan usaha serta meningkatkan *shareholders value*.

d. Memberi keseimbangan dalam pemenuhan kepentingan segenap stakeholders serta memberikan ketentraman pada karyawan dan nasabah

## 4.2 Analisis Deskriptif

### 4.2.1 Karakteristik Responden

#### 4.2.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik yang digolongkan berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Pria	34	52,11%
Perempuan	37	47,89%
Total	71	100%

Berdasarkan tabel 4.1 diatas diketahui bahwa dari X responden, jumlah responden dengan jenis kelamin perempuan lebih banyak dari jumlah responden dengan jenis kelamin pria, dengan selisih persentase sebesar 4,22%

#### 4.2.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah

Karakteristik yang digolongkan berdasarkan lama menjadi nasabah dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 4.2 Karakteristik Responden  
Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah**

Lama Menjadi Nasabah	Frekuensi	Persentase
----------------------	-----------	------------



Skor 1	12	<b>16,90%</b>
Skor 2	11	<b>15,49%</b>
Skor 3	9	<b>12,68%</b>
Skor 4	29	<b>40,85%</b>
Skor 5	10	<b>14,08%</b>
Total	71	<b>100%</b>

Berdasarkan tabel 4.2 diatas diketahui bahwa jumlah responden yang telah menjadi nasabah selama rentang “Skor 1” tahun sebesar 16,90%, lalu untuk responden dengan rentang tahun “Skor 2” sebesar 15,49%, untuk responden dengan rentang tahun “Skor 3” sebesar 12,68%, responden dengan rentang tahun “Skor 4”, dan responden untuk rentang tahun “Skor 5” sebesar 14,08%.

### 4.3 Pengujian Data

#### 4.3.1 Uji Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini uji instrument dilakukan dengan uji validitas dan reliabilitas.

##### 4.3.1.1 Uji Validitas

Untuk mengukur validitas dapat dilakukan dengan melakukan perbandingan korelasi antara skor item pertanyaan denan total skor variabel. Item pertanyaan dinyatakan valid jika nilai  $p$  hitung  $< 0,05$ . Berikut merupakan hasil uji validitas tiap indikator dalam variabel X dan X1 yang ada pada tabel 4.3

Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	<i>Pearson Correlation</i>	<i>Sig.</i>	Keterangan
	X <sub>1.1</sub>	,555**	0,00	Valid
	X <sub>1.2</sub>	,690**	0,00	Valid
	X <sub>1.3</sub>	,686**	0,00	Valid
	X <sub>1.4</sub>	,558**	0,00	Valid
	X <sub>1.5</sub>	,660**	0,00	Valid
	X <sub>1.6</sub>	,521**	0,00	Valid

	X <sub>2.7</sub>	,931**	0,00	Valid
	X <sub>2.8</sub>	,938**	0,00	Valid
	X <sub>2.9</sub>	,622**	0,00	Valid
	Y <sub>1.10</sub>	,658**	0,00	Valid
	Y <sub>1.11</sub>	,706**	0,00	Valid
	Y <sub>1.12</sub>	,876**	0,00	Valid
	Y <sub>1.13</sub>	,887**	0,00	Valid
	Y <sub>1.14</sub>	,836**	0,00	Valid

Terlihat dari tabel 4.3 bahwa hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh indikator variabel X1, X2, dan Y berdasarkan kriteria nilai *Sig.* < 0,05 atau kurang dari 5% adalah valid.

#### 4.3.1.2 Uji Reliabilitas

Berdasarkan Ghazali (2018) suatu variabel dinyatakan reliabel apabila pada hasil *output SPSS* memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,70. Berikut pada tabel 4.X merupakan hasil uji reliabilitas tiap variabel X1, X2, dan Y.

Tabel 4.4 Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
X1	,701	Reliabel
X2	,839	Reliabel
Y	,904	Reliabel

Berdasarkan tabel 4.4 diperoleh hasil uji reliabilitas menggunakan *SPSS* yang menunjukkan bahwa keseluruhan variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* pada rentang 0,701 – 0,904 sehingga keseluruhan variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,70.

#### 4.3.2 Uji Asumsi Klasik

Dilakukan uji asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui kondisi data sehingga dapat ditentukan model regresi yang paling tepat untuk digunakan. Dalam penelitian ini dilakukan uji asumsi

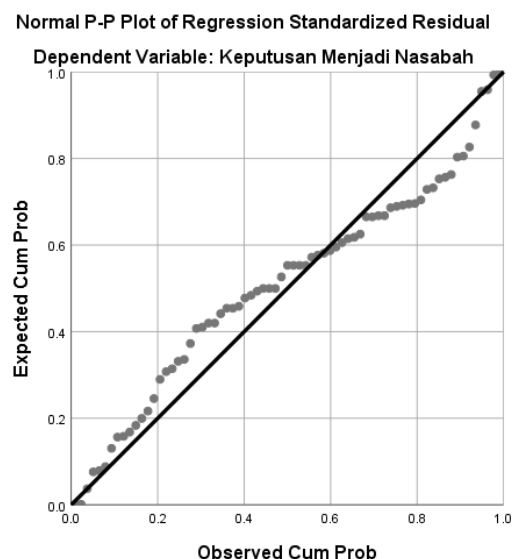
klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas.

#### 4.3.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah variabel independent dan dependen dalam model regresi memiliki distribusi yang normal atau tidak. Dalam penelitian ini uji normalitas dilakukan dengan dua metode yaitu metode histogram dan *P-Plot*, serta uji statistik *Kolmogorov-Smirnov*. Berikut Gambar

Gambar 4.5 Grafik Histogram

Gambar 4.6 Grafik Histogram



4.1 Grafik Histogram dan 4.2 Grafik *P-Plot*.

Dari Gambar 4.1 terlihat histogram memiliki distribusi yang normal, serta pada Gambar 4.2 terlihat data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis, sehingga dapat diasumsikan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas. Kemudian berdasarkan hasil uji *Kolmogoro-Smirnov* dapat dilihat pada tabel 4.X berikut.

Tabel 4.7

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Unstandardize  
d Residual

N		71
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.53585223
Most Extreme Differences	Absolute	.124
	Positive	.121
	Negative	-.124
Test Statistic		.124
Asymp. Sig. (2-tailed)		.008 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Pada tabel 4.X hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* ditemukan nilai *Sig.* sebesar  $0,008 > 0,05$ , hasil tersebut menunjukkan bahwa data dalam penelitian ini memiliki distribusi yang normal.

#### 4.3.2.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui apakah pada model regresi terdapat korelasi antara variabel independent. Berikut merupakan hasil uji multikolinieritas yang disajikan pada tabel 4.X

**Tabel 4.8**

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

Model			Collinearity Statistics	
			Tolerance	VIF
1	(Constant)			
	Pengetahuan Perbankan	Produk	.744	1.344
	Motivasi Menghindari Riba		.744	1.344

a. Dependent Variable: Keputusan Menjadi Nasabah

Pada tabel 4.X terlihat bahwa nilai *tolerance* pada setiap variabel independen  $\geq 0,10$ , serta pada nilai *VIF* tidak terdapat variabel independen yang memiliki nilai  $\geq 10$ . Dari kedua hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas.

**4.3.2.3 Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi terjadi ketidaksamaan varian residual dari pengamatan satu (*t*) ke pengamatan lainnya (*t-1*). Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilakukan dengan metode statistik uji *Glejser* dan metode grafik pengamatan *scatterplot*. Berikut merupakan hasil uji *Glejser* pada tabel 4.X.

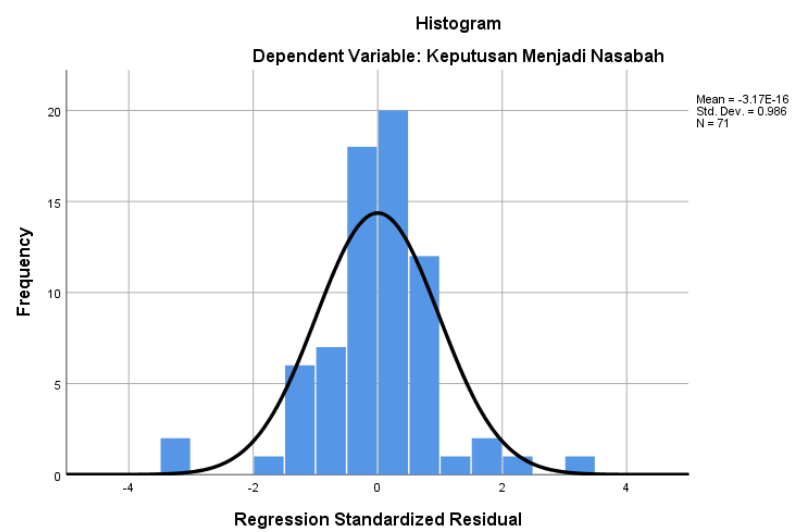
**Tabel 4.9**

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

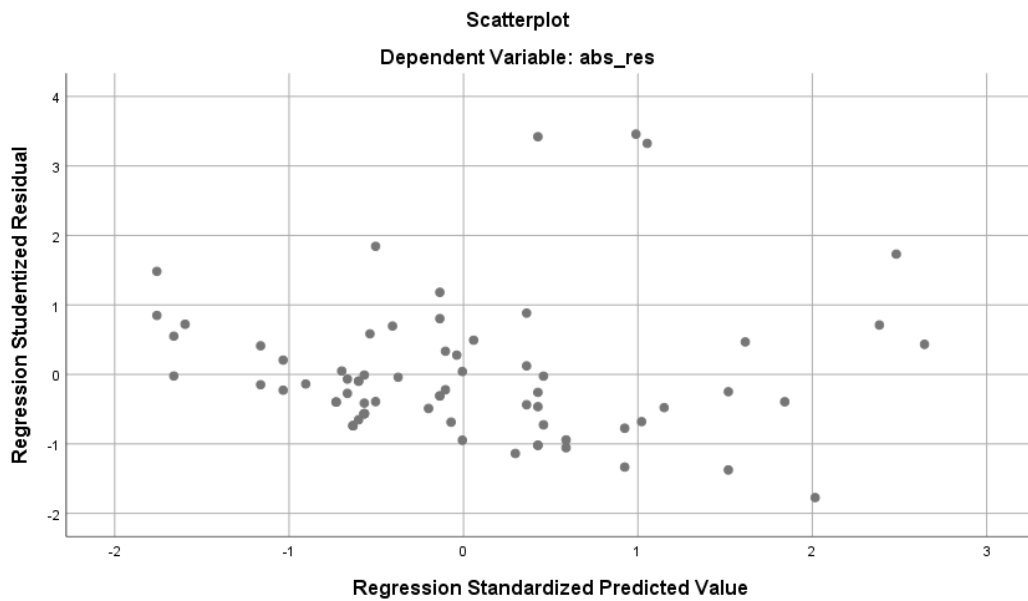
1 (Constant)		1.237	.319		3.884	.000
Pengetahuan Perbankan	Produk	-.231	.080	-.373	-2.891	.06
Motivasi Riba	Menghindari	-.030	.089	-.043	-.337	.737

a. Dependent Variable: abs\_res



Dari tabel 4.9 diketahui bahwa nilai *Sig.* pada kedua variabel independent lebih besar dari 0.05, hal tersebut menunjukkan bahwa dalam model regresi penelitian ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Kemudian hasil dari uji grafik *scatterplot* terdapat pada Gambar 4.10.

Gambar 4.10 *Scatterplot*



Berdasarkan Gambar 4.3 terlihat titik-titik pada *scatterplot* menyebar secara acak serta tersebar baik di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### 4.4 Analisis Data

##### 4.4.1 Hasil Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini digunakan model regresi linier berganda, karena pada penelitian ini menggunakan lebih dari satu variabel independent yaitu X1 dan X2. Berikut pada tabel 4.X merupakan hasil regresi linier berganda pada penelitian ini.

**Tabel 4.11**

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.519	.476		1.090	.280

Pengetahuan Perbankan	Produk	.697	.120	.592	5.823	.000
Motivasi Riba	Menghindari	.219	.133	.167	1.644	.105

a. Dependent Variable: Keputusan Menjadi Nasabah

Berdasarkan tabel 4.11 disusun persamaan regresi linier berganda berikut:

$$\text{Keputusan Menjadi Nasabah} = 0,519 + 0,697\text{Pengetahuan Produk Perbankan} + 0,219\text{Motivasi Menghindari Riba} + e$$

Persamaan regresi tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Konstanta = 0,519

Nilai konstanta sebesar 0,519 dapat diinterpretasikan bahwa apabila variabel independen pengetahuan produk perbankan dan motivasi menghindari riba bernilai konstan, maka variabel keputusan menjadi nasabah bernilai positif 0,519

2. Koefisien Pengetahuan Produk Perbankan = 0,697

Nilai koefisiensi tersebut menunjukkan bahwa variabel pengetahuan produk perbankan berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah pada Bank BTN Syariah KCS Semarang. Apabila diasumsikan nilai variabel lainnya tetap, ketika terjadi peningkatan pada variabel pengetahuan produk perbankan, maka keputusan untuk menjadi nasabah Bank BTN Syariah KCS Semarang akan meningkat sebesar 0,697.

3. Koefisien Motivasi Menghindari Riba = 0,219

Nilai koefisiensi tersebut menunjukkan bahwa variabel motivasi menghindari riba berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah pada Bank BTN Syariah KCS Semarang. Apabila diasumsikan nilai variabel lainnya tetap, ketika terjadi peningkatan pada variabel motivasi menghindari riba, maka keputusan untuk menjadi nasabah Bank BTN Syariah KCS Semarang akan meningkat sebesar 0,219

#### 4.4.2 Pengujian Hipotesis



Dalam penelitian ini, untuk melakukan uji hipotesis digunakan Uji F, Koefisien Determinasi (*R Square*), dan Uji *t*.

#### 4.4.2.1 Uji F

Uji F dilakukan untuk menunjukkan apakah semua variabel independent yaitu motivasi menghindari riba dan pengetahuan produk perbankan pada model regresi linier mempunyai pengaruh simultan terhadap variabel dependen yaitu keputusan menjadi nasabah.  $F_{\text{tabel}}$  dalam penelitian ini adalah 3,12 dengan  $\alpha$  adalah 5% atau 0,005.

Tabel 4.12 berikut merupakan hasil uji F dalam penelitian ini.

**Tabel 4.12 Uji F**

#### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	18.395	2	9.198	31.117	.000 <sup>b</sup>
	Residual	20.100	68	.296		
	Total	38.495	70			

a. Dependent Variable: Keputusan Menjadi Nasabah

b. Predictors: (Constant), Motivasi Menghindari Riba, Pengetahuan Produk Perbankan Syariah

Dengan melihat hasil uji F pada tabel 4.12, dapat dilakukan pembuktian hipotesis pertama (1). Pada tabel 4.12 ditemukan  $F_{\text{hitung}} = 31,117 > F_{\text{tabel}} = 3,12$  dengan nilai *Sig.*  $0,00 < 0,05$ , yang dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel motivasi menghindari riba dan pengetahuan produk perbankan syariah secara simultan terhadap keputusan menjadi nasabah. Sehingga dapat dibuktikan bahwa pada hipotesis pertama (1)  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak.

#### 4.4.2.2 Uji Koefisien Determinasi (*R Square*)

Uji Koefisien Determinasi (*R Square*) dilakukan untuk mengukur besar kemampuan seluruh variabel independen pada model regresi dalam menjelaskan variabel dependen penelitian. Apabila mendapatkan nilai koefisien determinasi (*R Square*) yang mendekati 0 (kecil) maka kemampuan seluruh variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen penelitian terbatas, lain kata apabila nilai koefisien determinasi (*R Square*) yang didapatkan mendekati 1 (besar) maka seluruh variabel independen memiliki kemampuan untuk memprediksi variasi variabel dependen penelitian dengan lebih baik. Berikut pada tabel 4.X merupakan hasil uji koefisien determinasi (*R Square*) pada penelitian ini.

**Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (*R Square*)**

##### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.691 <sup>a</sup>	.478	.463	.544

a. Predictors: (Constant), Motivasi Menghindari Riba, Pengetahuan Produk Perbankan Syariah

b. Dependent Variable: Keputusan Menjadi Nasabah

Pada tabel 4.13 hasil uji koefisien determinasi (*R Square*) ditemukan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,463 atau 46,3%. Hal tersebut dapat diartikan bahwa variabel motivasi menghindari riba dan pengetahuan produk perbankan syariah memiliki pengaruh terhadap variabel keputusan menjadi nasabah sebesar 46,3%, sedangkan sisanya 43,7% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak ada dalam penelitian ini.

#### 4.4.2.3 Uji *t*

Uji *t* dilakukan untuk mengetahui besar pengaruh tiap variabel independent secara parsial pada variabel dependen.

Dalam penelitian ini nilai  $t$  tabel adalah sebesar 1,99601 dengan nilai  $\alpha$  sebesar 5% atau 0,005. Berikut tabel 4.14 Hasil Uji  $t$  adalah hasil analisis data pada penelitian ini.

**Tabel 4.14 Hasil Uji  $t$**

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.519	.476		1.090	.280
Pengetahuan Perbankan	Produk .697	.120	.592	5.823	.000
Motivasi Riba	Menghindari .219	.133	.167	1.644	.105

a. Dependent Variable: Keputusan Menjadi Nasabah

Dengan tabel 4.14 Hasil Uji  $t$ , dapat dibuktikan hipotesis penelitian sebagai berikut:

1. Pembuktian Hipotesis Dua (2)

Dengan dilakukannya uji  $t$ , dapat dilakukan pembuktian hipotesis penelitian kedua. Dari tabel 4.14 ditemukan  $t_{hitung}$  variabel motivasi menghindari riba = 1,644 <  $t_{tabel}$  = 1,99601 dengan nilai  $Sig.$  sebesar 0,105 > 0,05, yang dapat diartikan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel motivasi menghindari riba secara parsial terhadap keputusan menjadi nasabah. Sehingga dapat dibuktikan bahwa pada hipotesis kedua (2)  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak.

2. Pembuktian Hipotesis Tiga (3)

Dengan dilakukannya uji  $t$ , dapat dilakukan pembuktian hipotesis penelitian ketiga. Dari tabel 4.14 ditemukan  $t_{hitung}$  variabel pengetahuan

produk perbankan syariah = 5,823 >  $t_{\text{tabel}} = 1,99601$  dengan nilai *Sig.* sebesar  $0,000 < 0,05$ , yang dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel pengetahuan produk perbankan secara parsial terhadap keputusan menjadi nasabah. Sehingga dapat dibuktikan bahwa pada hipotesis kedua (2)  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak.

## 4.5 Pembahasan

### 4.5.1.1 Pengaruh Parsial Motivasi Menghindari Riba Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah

Dalam pembuktian hipotesis penelitian kedua menggunakan uji  $t$ , dari tabel 4.14 ditemukan  $t_{\text{hitung}}$  variabel motivasi menghindari riba = 1,644 <  $t_{\text{tabel}} = 1,99601$  dengan nilai *Sig.* sebesar  $0,105 > 0,05$  variabel motivasi menghindari riba. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel motivasi menghindari riba secara parsial **tidak berpengaruh signifikan** terhadap keputusan menjadi nasabah pada Bank BTN Syariah KCS Semarang. (Teori motivasi menghindari riba merupakan indikator keputusan untuk menjadi nasabah). Dari aspek pengaruh, terlihat bahwa motivasi menghindari riba **berpengaruh positif** terhadap keputusan menjadi nasabah, yang dapat diartikan bahwa semakin tinggi persepsi calon nasabah dalam motivasi menghindari riba maka akan meningkat pula keputusan calon nasabah menjadi nasabah pada Bank BTN Syariah KCS Semarang.

### 4.5.2 Pengaruh Parsial Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah

Dalam pembuktian hipotesis penelitian ketiga menggunakan uji  $t$ , dari tabel 4. ditemukan  $t_{\text{hitung}}$  variabel pengetahuan produk perbankan syariah = 5,823 >  $t_{\text{tabel}} = 1,99601$  dengan nilai *Sig.* sebesar  $0,000 < 0,05$  variabel pengetahuan produk perbankan syariah. Sehingga dapat diartikan bahwa **terdapat pengaruh signifikan** antara variabel pengetahuan produk perbankan secara parsial terhadap keputusan menjadi nasabah pada Bank BTN Syariah KCS Semarang. (Teori Produk Perbankan Syariah merupakan indikator keputusan untuk menjadi nasabah pada bank)

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Wahyi Busyro (2018). Pada penelitiannya Wahyi Busro menyatakan bahwa

pengetahuan produk berpengaruh positif atau signifikan dalam memilih jasa perbankan syariah.

Dari aspek pengaruh, terlihat bahwa pengetahuan produk perbankan syariah **berpengaruh positif** terhadap keputusan menjadi nasabah, yang dapat diartikan bahwa semakin tinggi pengetahuan calon nasabah tentang produk-produk perbankan syariah maka akan meningkat pula keputusan calon nasabah menjadi nasabah pada Bank BTN Syariah KCS Semarang. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Arief Firdy Firmansyah (2019) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif pengetahuan nasabah terhadap keputusan menjadi nasabah di bank BNI Syariah KC Surabaya.

#### **4.5.3 Pengaruh Simultan Motivasi Menghindari Riba dan Pengetahuan Produk Bank Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah**

Berdasarkan pembuktian hipotesis pertama (1) dengan uji F pada tabel 4.13. Pada tabel 4.X ditemukan  $F_{hitung} = 31,117 > F_{tabel} = 3,12$  dengan nilai *Sig.*  $0,00 < 0,05$ . Oleh karena hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel motivasi menghindari riba dan pengetahuan produk perbankan syariah secara simultan terhadap keputusan menjadi nasabah pada Bank BTN Syariah KCS Semarang. Hal ini menunjukkan bahwa dengan menggabungkan variabel motivasi menghindari riba dan pengetahuan produk bank syariah layak untuk dijadikan alat prediksi untuk mengontrol keputusan calon nasabah menjadi nasabah pada Bank BTN Syariah KCS Semarang.

Berdasarkan tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (*R Square*), ditemukan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,463 atau 46,3%. Hal tersebut memiliki artian bahwa variabel motivasi menghindari riba dan variabel pengetahuan produk perbankan syariah memiliki pengaruh terhadap variabel keputusan menjadi nasabah sebesar 46,3%, sedangkan sisanya 43,7% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak ada dalam penelitian ini.

## **BAB V**

## KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisa adanya pengaruh motivasi riba dan pengetahuan produk perbankan dan menjadi nasabah Bank Tabungan Negara Syariah KCS Semarang. Berdasarkan hasil penelitian data dan uji statistik yang telah dilakukan, maka dapat diperoleh kesimpulan penelitian sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel motivasi menghindari riba memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Tabungan Negara Syariah KCS Semarang. Dalam penelitian ini nilai  $t$  tabel adalah sebesar 1,99601 dengan nilai  $\alpha$  sebesar 5% atau 0,005. Ditemukan  $t_{hitung}$  variabel pengetahuan produk perbankan syariah = 5,823 >  $t_{tabel} = 1,99601$  dengan nilai  $Sig.$  sebesar 0,000 < 0,05, yang dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel pengetahuan produk perbankan secara parsial terhadap keputusan menjadi nasabah.
2. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pengetahuan produk perbankan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Tabungan Negara Syariah KCS Semarang. Ditemukan  $t_{hitung}$  variabel pengetahuan produk perbankan syariah = 5,823 >  $t_{tabel} = 1,99601$  dengan nilai  $Sig.$  sebesar 0,000 < 0,05 variabel pengetahuan produk perbankan syariah. Sehingga dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel pengetahuan produk perbankan secara parsial terhadap keputusan menjadi nasabah pada Bank BTN Syariah KCS Semarang.
3. Secara simultan variabel motivasi menghindari riba dan pengetahuan produk perbankan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah. Hal ini dibuktikan dengan ditemukan  $F_{hitung} = 31,117 > F_{tabel} = 3,12$  dengan nilai  $Sig.$  0,00 < 0,05, yang dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel motivasi menghindari riba dan

pengetahuan produk perbankan syariah secara simultan terhadap keputusan menjadi nasabah

## **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Adanya masa pandemi karena COVID19 yang belum berakhir mengakibatkan berkurangnya waktu untuk bertemu responden.
2. Kurangnya jurnal-jurnal terdahulu yang membahas tentang motivasi menghindari riba

## **5.3 Saran**

Berdasarkan hasil analisis, pembahasan, kesimpulan, dan keterbatasan penelitian ini, maka ada beberapa saran-saran dari penulis, diantaranya sebagai berikut:

**1. Bagi PT Bank Tabungan Negara Syariah**

- Bank hendaknya mengupayakan terus untuk meningkatkan pengetahuan nasabah tentang produk perbankan syariah yang ada di BTN Syariah, seperti melalui sosialisasi yang sifatnya informatif dan edukatif.
- Mempertahankan kinerja instansi yang bebas dari riba agar selalu dipercaya oleh nasabah BTN Syariah

**2. Bagi Peneliti Selanjutnya**

- Peneliti selanjutnya disarankan dapat mengembangkan penelitian lanjutan dengan meneliti faktor-faktor lain yang diperkirakan dapat mempengaruhi keputusan menjadi nasabah di BTN Syariah



## DAFTAR PUSTAKA

- Fahmi Irham, *Manajemen Perbankan: Konvensional dan Syariah*, Edisi Pertama, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015, h. 26
- Lestari Nur Melinda, *Sistem Pembiayaan Bank Syariah: Berdasarkan UU No.21 Tahun 2008*, Jakarta: Grafindo Books Media, 2015, h. 112
- Utama Shandy Andrew, "Sejarah dan Perkembangan Regulasi Mengenai Perbankan Syariah Dalam Sistem Hukum Nasional Di Indonesia", Vol. 2, No. 2, 2018, h. 192
- Anshori Abdul Ghofur, *Perbankan Syariah di Indonesia*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2007, h. 5
- Sjahdeini Sultan Remy, *Perbankan Syariah, Produk-Produk dan Aspek-Aspek Hukumnya*, Jakarta: PT. Jatakarta Afung Offset, 2010, h. 85
- Is Muhamad Sadi, *Konsep Hukum Perbankan Syariah*, Malang: Setara Press, 2015, h.7
- Ismail, *Perbankan Syariah*, Jakarta: Kencana, 2011, h. 11
- Rahmawaty Anita, "Riba dalam Perspektif Keuangan Islam", h. 7
- Ifham Ahmad, *Memahami Bank Syariah dengan Mudah*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2015, h. 28
- Haris Abdul, "Sistem Ekonomi Perbankan Berlandaskan Bunga", Vol. 13, No. 1, 2012, H. 25
- Kalsum Ummi, Ummi Kalsum, "Riba dan Bunga Bank dalam Islam", Vol. 7, No. 2, 2014, h. 69
- Maulidizen Ahmad, "Riba, Gharar, dan Moral Ekonomi Islam dalam Perspektif Sejarah dan Kompratif: Satu Sorotan Literatur", Vol. 7, No. 2, 2016, h. 146
- Arifin Zainul, *Memahami Bank Syariah: Lingkup, Peluang, dan Prospek*, Jakarta: Avabet, 1999, h. 27
- Ulum Khozainul, "Hakikat Keharaman Riba Dalam Islam" Vol. 1, No. 1, 2016, h. 125
- Juwanita, "Pengaruh Persepsi Nasabah Mengenai Lembaga Penjaminan (Lps) dan Tingkat Suku Bunga Simpanan Terhadap Minat Menabung Nasabah

Pada Bank Dengan Citra Perbankan Sebagai Variabel Moderasi”, Universitas Negeri Yogyakarta, 2015, h. 2

Herdarto Yoswan, “Persepsi Masyarakat Terhadap Bunga Utang Piutang (Studi Kasus di Desa Pangkalan Kecamatan Karang Rayung Kab. Grobogan)”, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2010, h. 2

Kartikasari Nita Despri, “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Untuk Menyimpan Dana Pada Bank Syariah Purwokerto”, Vol. 14, No. 2, 2016, h. 238

Bakhtiar Amsar, *Filsafat Ilmu*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014, h. 85

Muh Husain Irsyad, “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa FIAI UII dalam Memilih Layanan Bank (Syariah)”, Skripsi--Universitas Islam Indonesia, 2016, h. 20

Siregar Budi Gautama, “Pengaruh Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Marhamah Pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan”, Vol. 4, No. 1, 2018, h. 18

Firmansyah Arief Firidy, “Pengaruh Pengetahuan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Perbankan Syariah”, Vol. 2, No. 3, 2019, h. 2

Busyro Wahyi, “Pengaruh Pengetahuan Produk Perbankan Syariah dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Riau)”, Skripsi-Universitas Muhammadiyah Riau, Vol. 1, No. 2, 2018, h. 3

Rosyidah, “Analisis Pengetahuan Nasabah tentang Produk Perbankan Syariah (Studi Pada Bank Muamalat KCP Malang Kepanjen)”, Vol. 10, No. 2, 2019, h. 177

Yuliawan Eko, “Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Syariah Cabang Bandung”, Skripsi-STIE Mikroskil, 2011, h. 29

[Id.m.wikipedia.org](https://id.m.wikipedia.org)(diakses pada tanggal 10 Januari 2020, pkl 17.30)

Ifham Ahmad,"*Memahami Bank Syariah dengan Mudah*", (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2015),h. 28

Sadi Is Muhamad,"*Konsep Hukum Perbankan Syariah*",(Malang: Setara Press, 2015),h. 7

Sari Mutiara Dewi, "*Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia: Suatu Tinjauan*", *Jurnal Aplikasi Bisnis*, Vol. 3, No. 2, (April, 2013), h. 123.

Hanik Umi Siti dan Jati Handayani, "*Keputusan Nasabah dalam Memilih Perbankan Syariah (Studi Kasus pada Nasabah Bank Syariah Mandiri)*", *Jabpi*, Vol. 22, No. 2, (Juli, 2014),h. 189 .

Irsyad Muh Husain, "*Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa FIAI UII dalam Memilih Layanan Bank (Syariah)*", (Skripsi-- Universitas Islam Indonesia, 2016).

Djamarah Bahri Syaiful, *Psikologi Belajar*, (Bandung: Rineka Cipta, 2011), h. 148.

Chair Wasilul,"*Riba Dalam Perspektif Islam dan Sejarah*", Vol. 1, No.1, 2014,h. 109

Suhendi Hendi, *Fiqh Mu'amalah*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007, h. 57-58

Tho'in Muhamad, "*Larangan Riba dalam Teks dan Konteks*", Vol. 2, No. 2, 2016, h. 65

Purwanto Ngalim, *Psikologi Pendidikan*, (Bandung: Rosdakarya, 1993), h. 61.

Siagan Sondang, *Manajemen Sumber Daya Manusia*. (Jakarta: Bumi Aksara, 1996), h. 149.

Syafe'I Rahmat, *Fiqh Muamalah untuk IAIN, STAIN, PTAIS, dan Umum*, (Bandung: Pustaka Setia, 2004), h. 276

Ali Zainuddin, *Hukum Perbankan Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2010), h. 1.

Lamb W. Charles, et.al, *Pemasaran*, Edisi Pertama, (Jakarta: Salemba Empat, 2001),h. 192

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2006),h. 70

Masyhuri dan M Zainuddin, *Metodologi Penelitian – Pendekatan Praktis dan Aplikatif*, (Bandung: PT Refika Aditama, 2008), h. 178.

Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*, (Semarang: Badan Penerbit Undip, 2013), h. 105-160.

Ortega Daniel dan Anas Alhifni, “Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah”, Vol. 5, No. 1, 2017, h. 92