

**Pengaruh Motivasi Menghindari Riba, Pengetahuan Produk dan Religiusitas Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Stabat****¹ Anjas Mara, ² Abdullah Sani, ³ Muhammad Arfan Harahap**^{1, 2, 3} STAI-Jam'iyah Mahmudiyah, Langkat, Indonesia

Corresponding author.

E-mail addresses: anjasmara123@gmail.com

ABSTRACT

The study aims to determine the effect of motivation to avoid usury, product knowledge and religiosity of STAI-JM Tanjung Pura students on the decision to become a customer at PT. Bank Muamalat and BSI in Stabat District either partially or simultaneously. The source of this research data was obtained from questionnaire answers given by research respondents at STAI-JM Tanjung Pura students who were customers at PT. Bank Muamalat and BSI in Stabat Sub-District as many as 50 respondents. Data analysis in this study used validity test, reliability test, normality test, hypothesis test, and multiple linear regression analysis. Based on this test, it is explained that partially the motivation to avoid usury and religiosity towards STAI-JM Tanjung Pura students influences the decision to become a customer at PT. Bank Muamalat and BSI in Stabat District, while product knowledge of STAI-JM Tanjung Pura students partially has no effect on the decision to become a customer at PT. Bank Muamalat and BSI in Stabat District. Simultaneously or together the motivation to avoid usury, product knowledge and religiosity of STAI-JM Tanjung Pura students has a significant positive effect on the decision to become a customer at PT. Bank Muamalat and BSI in Stabat District. Motivation to avoid usury, product knowledge and religiosity of STAI-JM Tanjung Pura students influences the decision to become a customer at PT. Bank Muamalat and BSI in Stabat District by 75%. The coefficients of the variable motivation to avoid usury, product knowledge and religiosity are positive or consistent, meaning that each variable has a positive or consistent relationship with the dependent variable

Keywords: *Motivation to Avoid Riba, Product Knowledge, Religiosity***ABSTRAK**

Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh motivasi menghindari riba, pengetahuan produk dan religiusitas Mahasiswa STAI-JM Tanjung Pura terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT. Bank Muamalat dan BSI di Kecamatan Stabat baik secara parsial maupun simultan. Sumber data penelitian ini diperoleh dari jawaban angket yang diberikan responden penelitian mahasiswa STAI-JM Tanjung Pura yang menjadi nasabah pada PT. Bank Muamalat dan BSI di Kecamatan Stabat sebanyak 50 responden. Analisis data pada penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji hipotesis, dan analisis regresi linear berganda. Berdasarkan pengujian tersebut menjelaskan bahwa secara parsial motivasi menghindari riba dan religiusitas kepada mahasiswa STAI-JM Tanjung Pura mempengaruhi keputusan menjadi nasabah pada PT. Bank Muamalat dan BSI di Kecamatan Stabat, sedangkan pengetahuan produk mahasiswa STAI-

JM Tanjung Pura secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT. Bank Muamalat dan BSI di Kecamatan Stabat. Secara simultan atau bersama-sama motivasi menghindari riba, pengetahuan produk dan religiusitas mahasiswa STAI-JM Tanjung Pura berpengaruh signifikan kearah yang positif terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT. Bank Muamalat dan BSI di Kecamatan Stabat. Motivasi menghindari riba, pengetahuan produk dan religiusitas mahasiswa STAI-JM Tanjung Pura mempengaruhi Keputusan Menjadi Nasabah pada PT. Bank Muamalat dan BSI di Kecamatan Stabat sebesar 75%. Koefisien variabel motivasi menghindari riba, pengetahuan produk dan religiusitas bernilai positif atau sejalan artinya masing-masing variabel memiliki hubungan yang positif atau sejalan dengan variabel terikat.

Kata Kunci: *Motivasi Menghindari Riba, Pengatahuan Produk, Religiusitas. Keputusan*

PENDAHULUAN

Faktor psikologi merupakan sisi kejiwaan yang ada dalam diri seseorang yang dapat mempengaruhi perilaku dalam pengambilan keputusan (Maulana et al., 2020). Faktor psikologi tersebut terdiri dari tiga unsur yaitu motivasi, persepsi, dan pengetahuan. Nasabah memiliki dua aspek pertimbangan untuk memilih menggunakan suatu jasa perbankan, yaitu aspek emosional dan rasional. Aspek emosional adalah aspek yang berdasarkan kepada keyakinan dan emosi seseorang yang bersifat subjektif dalam memilih sesuatu. Seseorang memilih jasa bank syariah berdasarkan keyakinan agamanya, karena seseorang itu beragama Islam, maka ia merasa harus memilih bank syariah ketimbang bank konvensional dalam memilih sesuatu (Harahap, 2020).

Nasabah pada Bank sama halnya dengan konsumen, dimana konsumen melewati lima tahap proses keputusan pembelian, yakni meliputi; pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, perilaku pasca pembelian (Casriyanti, 2020). Keputusan nasabah berpengaruh erat terhadap jumlah nasabah pada Bank Syariah di Indonesia (Suryanto & Sa'adah, 2019). Nasabah merupakan urat nadi bagi Bank Syariah, ditambah dengan persaingan antara lembaga keuangan maka jumlah nasabah sangat berperan besar dalam perkembangan Bank Syariah.

Terkait jumlah Nasabah Bank Syariah di Indonesia dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1: Jumlah Nasabah Bank Syariah di Indonesia

Tahun	Nasabah Pendanaan	Nasabah Pembiayaan	Total Nasabah
2016	15.488.398	3.360.698	18.849.096
2017	17.955.556	3.543.254	21.498.810
2018	19.996.197	3.722.263	23.718.460
2019	22.120.609	4.113.683	26.234.292
2020	25.195.687	4.314.340	29.510.027
2021	28.654.158	4.566.549	33.220.707
2022	31.894.330	4.914.906	36.809.236

Sumber: <https://www.ojk.go.id>

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa setiap tahunnya jumlah nasabah Bank Syariah di Indonesia terus mengalami peningkatan, namun jika dibandingkan dengan populasi umat Islam di Indonesia yang mencapai 237,56 juta jiwa atau setara dengan 86,7% populasi di Indonesia.

Bank Syariah memiliki prinsip yang berbeda dengan Bank konvensional. Perbedaan yang mendasar terletak pada keuntungan yang diperoleh, dimana pada Bank konvensional dikenal dengan perangkat bunga sedangkan Bank Syariah menerapkan prinsip bagi hasil. Prinsip utama Bank Syariah terdiri dari larangan atas riba pada semua jenis transaksi. Dengan pelaksanaan aktivitas bisnis atas dasar kesetaraan (*equity*), keadilan (*fairness*), dan keterbukaan (*transparency*), pembentukan kemitraan yang saling menguntungkan serta keharusan memperoleh keuntungan usaha secara halal. Bank Syariah juga dituntut harus mengeluarkan dan mengadministrasikan zakat guna membantu mengembangkan lingkungan masyarakatnya. Bunga secara sederhana didefinisikan sebagai biaya untuk uang pinjaman. Dalam keuangan Islam, bunga dianggap sebagai bentuk riba. Ada istilah lain di dunia Barat yang melampaui definisi sederhana ini, dan itu adalah riba, yang didefinisikan sebagai praktek membuat tidak etis atau pinjaman moneter tidak bermoral dimaksudkan untuk tidak adil memperkaya *lender* (MA. Harahap, et al., 2022).

Penilaian tersebut diperkuat dengan munculnya fatwa dikeluarkan Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang menyatakan bahwa bunga Bank sama dengan riba dan hukumnya haram dalam syariah Islam. Bank Syariah hadir di Indonesia sebagai alternatif terhadap persoalan pertentangan antara bunga Bank dan riba. Riba berarti menetapkan bunga atau melebihi jumlah pinjaman pokok secara bathil, dan menurut jumhur ulama riba hukumnya haram.

Dalam ajaran agama Islam melarang adanya bunga Bank (riba), namun dalam praktiknya bentuk kegiatan usaha, produk dan jasa Perbankan Syariah yang secara konseptual tidak berdasar pada bunga kurang dimengerti oleh masyarakat (Katuuk et al., 2019). Tidak hanya itu, sebagian masyarakat sudah memahami apa itu Bank Syariah namun masih awam mengenai produk yang dimilikinya, sehingga menyebabkan masyarakat enggan menggunakan produk-produk yang ditawarkan namun hanya diminati bagi masyarakat yang ingin menabung untuk menghindari riba (Resti et al., 2021).

Motivasi menghindari riba merupakan salah satu alasan utama masyarakat Muslim memilih Bank Syariah (Yusri et al., 2022). Islam sudah jelas-jelas mengharamkan bunga pada Bank konvensional, sehingga untuk menghindari larangan tersebut adalah dengan memilih Bank Syariah sebagai lembaga keuangan yang bebas dari bunga. Motivasi menghindari riba sangat penting dimiliki oleh muslim, karena dengan adanya motivasi menghindari riba maka keinginan untuk menggunakan lembaga keuangan syariah semakin besar (Permana et al., 2021).

Selain motivasi menghindari riba alasan lain nasabah memilih sebuah Bank adalah karena nasabah tersebut mengetahui produk dan jasa yang ditawarkan oleh Bank tersebut (Saputra et al., 2019). Pengetahuan produk atau *product knowledge* merupakan sekumpulan beberapa informasi yang terkait mengenai suatu produk. Pengetahuan ini sendiri menyangkut tentang kategori produk, merek produk, terminologi produk, atribut atau fitur produk, harga produk, dan kepercayaan mengenai produk. Pengetahuan produk ialah petunjuk intrinsik yang mana sangat penting bagi seorang konsumen untuk dipertimbangkan ketika mengevaluasi suatu produk sebelum dilakukannya suatu pembelian.

Faktor lainnya yang mempengaruhi seseorang dalam memilih Bank Syariah adalah religiusitas (Rachmawati, 2020). Religiusitas merupakan salah satu alasan utama masyarakat Muslim memilih Bank Syariah. Islam sudah jelas-jelas mengharamkan bunga pada Bank konvensional, sehingga untuk menghindari larangan tersebut adalah dengan memilih Bank Syariah sebagai lembaga keuangan yang bebas dari bunga. Religiusitas

sangat penting dimiliki oleh muslim, karena dengan adanya religiusitas maka keinginan untuk menggunakan lembaga keuangan syariah semakin besar.

Beberapa faktor tersebut yang melatar belakangi nasabah dalam memilih Perbankan Syariah. Nasabah memutuskan untuk tetap mempertahankan Bank Syariah berkaitan dengan masalah keimanan dan keyakinan terhadap pengharaman riba bagi umat Islam. Bank Muamalat Indonesia (BMI), sebagai Bank Syariah yang pertama pada tahun 1992. Perkembangan Perbankan Syariah tidak hanya pada peningkatan jaringan kantor namun juga merebak ke dunia pendidikan, hal ini dibuktikan dengan bermunculan program studi Perbankan Syariah di Kampus-kampus yang ada di Indonesia. Salah satu kampus yang memiliki prodi Perbankan Syariah adalah STAI-JM Tanjung Pura.

Perguruan tinggi yang terletak di Kecamatan Tanjung Pura Kabupaten Langkat Sumatera Utara ini merupakan salah satu lembaga pendidikan tertua yang ada di Sumatera Utara yang sudah menelurkan ribuan sarjana. Seiring berjalannya waktu Perguruan Tinggi ini terus berkembang mengikuti perkembangan zaman dengan menambah berbagai Program Studi seperti Perbankan Syariah, selain itu Perguruan Tinggi ini juga bekerja sama dengan Bank Syariah dalam rangka memajukan Perguruan Tinggi maupun mengenalkan Perbankan Syariah kepada kalangan mahasiswa.

Berdasarkan pemaparan tersebut penulis tertarik mengkaji lebih jauh faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa STAI-JM Tanjung Pura memilih Bank Syariah, namun pada penelitian ini penulis hanya mengangkat tiga faktor yaitu motivasi menghindari riba, pengetahuan produk dan religiusitas. Bank syariah yang dipilih adalah PT. Bank Muamalat dan BSI di Kecamatan Stabat, penulis memilihnya tersebut karena Bank Syariah tersebut merupakan Bank Syariah terdekat dari Kampus STAI-JM Tanjung Pura. Dari uraian di atas maka penulis melakukan penelitian dalam bentuk skripsi dengan judul “Pengaruh Motivasi Mahasiswa STAI-JM Tanjung Pura Menghindari Riba, Pengetahuan Produk dan Religiusitas Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah pada PT. Bank Muamalat dan BSI di Kecamatan Stabat”.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode analisis linier berganda. Sumber data penelitian ini diperoleh dari jawaban angket yang diberikan responden penelitian mahasiswa STAI-JM Tanjung Pura yang menjadi nasabah pada PT. Bank Muamalat dan BSI di Kecamatan Stabat sebanyak 50 responden. Analisis data pada penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji hipotesis. Data dianalisis dengan bantuan program SPSS.26 untuk mendapatkan output dan selanjutnya dilakukan interpretasi data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

1. Karakteristik Responden

Penelitian ini dilakukan kepada mahasiswa STAI-JM Tanjung Pura yang menjadi nasabah pada PT. Bank Muamalat dan BSI di Kecamatan Stabat dengan jumlah sampel penelitian berjumlah 50 orang. Gambaran umum responden dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut: Responden berdasarkan jenis kelamin didominasi oleh perempuan yaitu sebanyak 28 orang, sedangkan laki-laki sebanyak 22 orang. Berdasarkan Program Studi dapat dilihat berdasarkan tabel berikut:

Tabel 2: Distribusi Responden Berdasarkan Program Studi

No	Usia	Jumlah Responden
1	Pendidikan Agama Islam (PAI)	6
2	Perbankan Syariah (PS)	40
3	Ahwalus Syakhsyah (AS)	4
4	Manajemen Pendidikan Islam (MPI)	-
Jumlah		50

Sumber: Data Diolah

Dari tabel diatas terlihat bahwa Pogram Studi dari responden yang dijadikan sampel yaitu Prodi PS 40 orang, Prodi PAI 6 orang dan Prodi AS 4 orang. Selanjutnya berdasarkan Bank yang dipilih dapat dilihat berdasarkan tabel berikut: mayoritas responden merupakan nasabah BSI KCP Stabat dengan jumlah responden 36 orang sedangkan responden yang menjadi nasabah Bank Muamalat KCP Stabat 14 orang.

2. Analisis Data

a. Uji Validitas

Sebelum menentukan sebuah angket valid atau tidak, terlebih dahulu harus diketahui nilai r_{tabel} . Nilai r_{tabel} yang diperoleh akan dibandingkan nilai r_{hitung} yang diperoleh menggunakan SPSS. Berikut rumus untuk mencari nilai r_{tabel} :

$$r_{tabel} = r (\alpha/2; n-k-1)$$

Berdasarkan rumus diatas, maka nilai r_{tabel} pada penelitian ini adalah:

$$r_{tabel} = r (\alpha/2; n-k-1)$$

$$r_{tabel} = r (0,05/2; 50-3-1)$$

$$r_{tabel} = r (0,025; 46)$$

$$r_{tabel} = 0,2845 \text{ (lihat tabel distribusi tabel } r \text{ pada lampiran)}$$

Berikut adalah hasil uji validitas dan reliabilitas angket dengan menggunakan program SPSS yang dilakukan penelitian kepada 50 orang responden dengan 5 pertanyaan untuk masing-masing variabel. Hasil yang diperoleh sebagai berikut:

Tabel 3: Ringkasan Uji Validitas

Item	r_{hitung}	$r_{tabel} \alpha = 0,05 ; n = 50$	Keputusan
Motivasi Menghindari Riba (X₁)			
1	0,735	0,2845	Valid
2	0,872	0,2845	Valid
3	0,870	0,2845	Valid
4	0,752	0,2845	Valid
5	0,737	0,2845	Valid
Pengetahuan Produk (X₂)			
1	0,802	0,2845	Valid

2	0,899	0,2845	Valid
3	0,811	0,2845	Valid
4	0,761	0,2845	Valid
5	0,899	0,2845	Valid
Religiusitas (X3)			
1	0,747	0,2845	Valid
2	0,926	0,2845	Valid
3	0,883	0,2845	Valid
4	0,816	0,2845	Valid
5	0,892	0,2845	Valid
Keputusan Menjadi Nasabah(Y)			
1	0,854	0,2845	Valid
2	0,923	0,2845	Valid
3	0,823	0,2845	Valid
4	0,863	0,2845	Valid
5	0,926	0,2845	Valid

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa seluruh item nilainya lebih besar dari nilai r_{tabel} sebesar 0,2845 maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir instrumen tersebut valid.

b. Uji Reliabilitas

Adapun hasil dari perhitungannya dapat terlihat pada tabel hasil output SPSS dibawah ini:

Tabel 4: Ringkasan Uji Reliabilitas

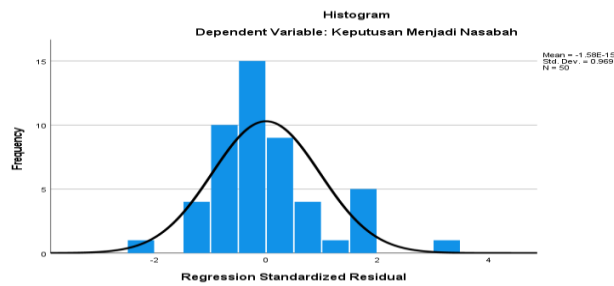
No	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Cronbach's Alpha Yang Diisyaratkan</i>	Keterangan
1	Motivasi Menghindari Riba (X ₁)	80,5%	> 60 %	Reliabel
2	Pengetahuan Produk (X ₂)	81,4%	> 60 %	Reliabel
3	Religiusitas (X ₃)	81,8%	> 60 %	Reliabel
4	Keputusan Menjadi Nasabah (Y)	82,2%	> 60 %	Reliabel

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai *cronbach alpha* variabel Motivasi Menghindari Riba (X₁) yaitu 80,5% > 60%, variabel Pengetahuan Produk (X₂) yaitu 81,4% > 60%, variabel Religiusitas (X₃) yaitu 81,8% > 60% dan variabel Keputusan Menjadi Nasabah (Y) yaitu 82,2% > 60%. Maka setiap variabel yang diujikan reliabel atau konsisten, sehingga data yang diperoleh dari angket dinyatakan dapat dipercaya dan dianalisa.

c. Uji Normalitas

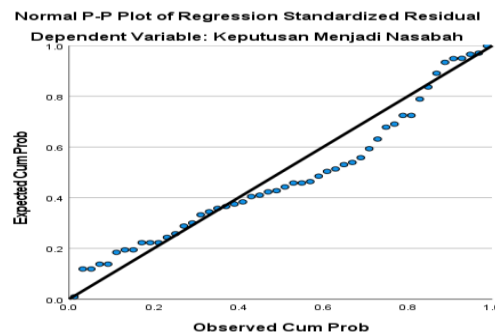
1) Uji Grafik Histogram



Gambar 1: Grafik Histogram

Berdasarkan gambar tersebut histogram *Regression Residual* membentuk kurva seperti lonceng maka nilai residual tersebut dinyatakan normal atau data berdistribusi normal.

2) Uji Grafik P-P Plot



Gambar 2: Grafik P-P Plot

Berdasarkan grafik diatas, titik-titik mengikuti atau merapat ke garis diagonal maka data dalam penelitian ini normal atau berdistribusi normal.

3. Uji Hipotesis

a. Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel independen secara individual (parsial). Adapun dasar pengambilan keputusan pada Uji t adalah sebagai berikut :

- 1) Jika nilai $\text{sig} < 0,05$ atau $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka terdapat pengaruh variabel X terhadap Y.
- 2) Jika nilai $\text{sig} > 0,05$ atau $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap Y.

Sebelum melakukan uji t, terlebih dahulu harus diketahui nilai t_{tabel} . Nilai t_{tabel} yang diperoleh akan dibandingkan nilai t_{hitung} yang diperoleh menggunakan SPSS. Berikut rumus untuk mencari nilai t_{tabel} :

$$t_{\text{tabel}} = t (\alpha/2; n-k-1)$$

Berdasarkan rumus diatas, maka nilai t_{tabel} pada penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

$$t_{tabel} = t(\alpha/2; n-k-1)$$

$$t_{tabel} = t(0,05/2; 50-3-1)$$

$$t_{tabel} = t(0,025; 46)$$

$$t_{tabel} = 2,01290 \text{ (lihat tabel distribusi tabel t pada lampiran)}$$

Setelah mengetahui nilai t_{tabel} maka langkah selanjutnya mencari t_{hitung} . Pada penelitian ini t_{hitung} diperoleh dari pengolahan data menggunakan program komputer SPSS. Berikut nilai t_{hitung} setelah penulis melakukan pengolahan data menggunakan SPSS:

Tabel 5: Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.663	2.158		-.307	.760
Motivasi Menghindari Riba	.536	.162	.455	3.307	.002
Pengetahuan Produk	.069	.071	.070	.979	.333
Religiusitas	.429	.132	.446	3.239	.002

a. Dependent Variable: Keputusan Menjadi Nasabah

Sumber: Output SPSS

1) Uji t Terhadap Variabel Motivasi Menghindari Riba (X_1)

Hasil yang didapat pada tabel 4.6 variabel Motivasi Menghindari Riba (X_1) secara statistik menunjukkan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 atau ($0,002 < 0,05$) dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,307 > 2,01290$) maka terdapat pengaruh variabel X terhadap Variabel Y. Hipotesis yang diterima yaitu $H_a 1$ yaitu terdapat pengaruh yang signifikan antara motivasi menghindari riba mahasiswa STAI-JM Tanjung Pura terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT. Bank Muamalat dan BSI di Kecamatan Stabat.

2) Uji t Terhadap Variabel Pengetahuan Produk (X_2)

Hasil yang didapat pada tabel 4.11 Variabel Pengetahuan Produk (X_2) secara statistik menunjukkan nilai signifikan lebih besar dari 0,05 atau ($0,333 > 0,05$) dan $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,979 < 2,01290$) maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap Variabel Y. Hipotesis yang diterima yaitu $H_0 2$ yaitu tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara pengetahuan produk mahasiswa

STAI-JM Tanjung Pura terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT. Bank Muamalat dan BSI di Kecamatan Stabat.

3) Uji t Terhadap Variabel Religiusitas (X_3)

Hasil yang didapat pada tabel 4.11 variabel Religiusitas (X_3) secara statistik menunjukkan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 atau ($0,002 < 0,05$) dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,329 > 2,01290$) maka terdapat pengaruh variabel X terhadap Variabel Y. Hipotesis yang diterima yaitu $H_a 3$ yaitu terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara religiusitas mahasiswa STAI-JM Tanjung Pura terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT. Bank Muamalat dan BSI di Kecamatan Stabat.

b. Uji F (Uji Simultan)

Uji F_{hitung} digunakan untuk menguji pengaruh secara simultan variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Rumus/Dasar pengambilan keputusan Uji F:

- 1) Jika nilai $sig < 0,05$ atau $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikatnya.
- 2) Jika nilai $sig > 0,05$ atau $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka variabel bebas secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel terikatnya.

Sebelum melakukan uji F, terlebih dahulu harus diketahui nilai F_{tabel} . Nilai F_{tabel} yang diperoleh akan dibandingkan nilai t_{hitung} yang diperoleh menggunakan SPSS. Berikut rumus untuk mencari nilai t_{tabel} :

$$F_{tabel} = F (k: n-k)$$

n : Jumlah Sampel Penelitian

k : Jumlah Variabel Bebas

Berdasarkan rumus diatas, maka nilai F_{tabel} pada penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

$$F_{tabel} = F (k: n-k)$$

$$F_{tabel} = F (3: 50-3)$$

$$F_{tabel} = F (2: 47)$$

$$F_{tabel} = 2,80 \text{ (lihat tabel distribusi tabel F pada lampiran)}$$

Tabel 6: Uji f

ANOVA^a

Model		Sum Squares	of df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	347.090	3	115.697	49.930	.000^b
	Residual	106.590	46	2.317		
	Total	453.680	49			

a. Dependent Variable: Keputusan Menjadi Nasabah

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

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan tabel 4.8 nilai F_{hitung} diperoleh 49,930 dengan tingkat signifikansi 0,000 karena tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) dan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($49,930 > 2,80$), maka variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikatnya. Hipotesis yang diterima H_0 4 yaitu Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara motivasi menghindari riba, pengetahuan produk dan religiusitas mahasiswa STAI-JM Tanjung Pura terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT. Bank Muamalat dan BSI di Kecamatan Stabat.

c. Uji Koefisien determinasi (R^2)

Koefisien determinasi atau R square (R^2) merupakan besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Semakin tinggi koefisien determinasi, semakin tinggi kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi perubahan pada variabel terikatnya. Selengkapnya mengenai hasil uji Adj R^2 dapat dilihat pada tabel 4.9 di bawah ini :

Tabel 7: Uji Koefisien determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.875 ^a	.765	.750	1.522

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

b. Dependent Variable: Keputusan Menjadi Nasabah

Sumber: Output SPSS

Besarnya angka adjusted r square adalah 0,069 atau sebesar 75%. Dapat disimpulkan bahwa Motivasi Menghindari Riba (X_1), Pengetahuan Produk (X_2) dan Religiusitas (X_2) mahasiswa STAI-JM Tanjung Pura mempengaruhi Keputusan Menjadi Nasabah (Y) pada PT. Bank Muamalat dan BSI di Kecamatan Stabat sebesar 75%, sedangkan sisanya sebesar 25% ($100\% - 75\%$) dipengaruhi oleh variabel-variabel lain seperti seperti lokasi Bank Syariah, promosi, dan lain-lain.

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda di lakukan peneliti untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen. Selengkapnya mengenai regresi linier berganda pada penelitian ini yaitu:

Tabel 8: Uji Regresi Linear Berganda**Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.663	2.158		-.307	.760
Motivasi Menghindari Riba	.536	.162	.455	3.307	.002
Pengetahuan Produk	.069	.071	.070	.979	.333
Religiusitas	.429	.132	.446	3.239	.002

a. Dependent Variable: Keputusan Menjadi Nasabah

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan tabel 4.10 maka diperoleh model persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -0,663 + 0,536X_1 + 0,069X_2 + 0,429X_3$$

Dimana :

- Y = Keputusan Menjadi Nasabah
 X₁ = Motivasi Menghindari Riba
 X₂ = Pengetahuan Produk
 X₃ = Religiusitas

Penjelasan mengenai analisis regresi linear berganda tersebut adalah sebagai berikut:

-0,663 = Konstanta sebesar -0,663 artinya jika variabel Motivasi Menghindari Riba (X₁), Pengetahuan Produk (X₂) dan Religiusitas (X₃) nilainya adalah 0, maka Keputusan Menjadi Nasabah (Y) nilainya yaitu sebesar -0,663. Maksudnya adalah apabila mahasiswa STAI-JM Tanjung Pura tidak memiliki motivasi menghindari riba, tidak memiliki pengetahuan produk dan tidak memiliki rasa religiusitas maka keputusan mahasiswa STAI-JM Tanjung Pura menjadi nasabah pada PT. Bank Muamalat dan BSI di Kecamatan Stabat akan mengalami penurunan sebesar 63,3%.

0,536X₁ = Koefisien regresi variabel harga (X₁) sebesar 0,536; artinya ketika variabel Motivasi Menghindari Riba (X₁) mengalami kenaikan 100% maka keputusan mahasiswa STAI-JM Tanjung Pura menjadi nasabah pada PT. Bank Muamalat dan BSI di Kecamatan Stabat akan mengalami kenaikan sebesar 53,6%. Koefisien bernilai positif artinya terdapat hubungan yang sejalan antara variabel X₁ terhadap Y.

0,069X₂ = Koefisien regresi variabel harga (X₂) sebesar 0,069; artinya ketika variabel Pengetahuan Produk (X₂) mengalami kenaikan 100% maka keputusan mahasiswa STAI-JM Tanjung Pura menjadi nasabah pada PT. Bank Muamalat dan BSI di Kecamatan Stabat akan mengalami kenaikan sebesar 6,9%. Koefisien bernilai positif artinya terdapat hubungan yang sejalan antara variabel X₂ terhadap Y.

$0,429X_3$ = Koefisien regresi variabel harga (X_3) sebesar 0,429; artinya ketika variabel Religiusitas (X_3) mengalami kenaikan 100% maka keputusan mahasiswa STAI-JM Tanjung Pura menjadi nasabah pada PT. Bank Muamalat dan BSI di Kecamatan Stabat akan mengalami kenaikan sebesar 42,9%. Koefisien bernilai positif artinya terdapat hubungan yang sejalan antara variabel X_3 terhadap Y.

Pembahasan Hasil Penelitian

Nasabah pada Bank sama halnya dengan konsumen, Kotler menyatakan bahwa konsumen melewati lima tahap proses keputusan pembelian, yakni meliputi; pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, perilaku pasca pembelian.

Keputusan nasabah berpengaruh erat terhadap jumlah nasabah pada Bank Syariah di Indonesia. Nasabah merupakan urat nadi bagi Bank Syariah, ditambah dengan persaingan antara lembaga keuangan maka jumlah nasabah sangat berperan besar dalam perkembangan Bank Syariah.

Motivasi menghindari riba merupakan salah satu alasan utama masyarakat muslim memilih Bank Syariah. Islam sudah jelas-jelas mengharamkan bunga pada Bank konvensional, sehingga untuk menghindari larangan tersebut adalah dengan memilih Bank Syariah sebagai lembaga keuangan yang bebas dari bunga. Motivasi menghindari riba sangat penting dimiliki oleh muslim, karena dengan adanya motivasi menghindari riba maka keinginan untuk menggunakan lembaga keuangan syariah semakin besar.

Selain motivasi menghindari riba alasan lain nasabah memilih sebuah Bank adalah karena nasabah tersebut mengetahui produk dan jasa yang ditawarkan oleh Bank tersebut. Pengetahuan produk atau *product knowledge* merupakan sekumpulan beberapa informasi yang terkait mengenai suatu produk. Pengetahuan ini sendiri menyangkut tentang kategori produk, merek produk, terminologi produk, atribut atau fitur produk, harga produk, dan kepercayaan mengenai produk. Pengetahuan produk ialah petunjuk instrinsik yang mana sangat penting bagi seorang konsumen untuk dipertimbangkan ketika mengevaluasi suatu produk sebelum dilakukannya suatu pembelian.

Faktor lainnya yang mempengaruhi seseorang dalam memilih Bank Syariah adalah religiusitas. Religiusitas merupakan salah satu alasan utama masyarakat muslim memilih Bank Syariah. Islam sudah jelas-jelas mengharamkan bunga pada Bank konvensional, sehingga untuk menghindari larangan tersebut adalah dengan memilih Bank Syariah sebagai lembaga keuangan yang bebas dari bunga. Religiusitas sangat penting dimiliki oleh muslim, karena dengan adanya religiusitas maka keinginan untuk menggunakan lembaga keuangan syariah semakin besar.

Perkembangan Perbankan Syariah tidak hanya pada peningkatan jaringan kantor namun juga merebak ke dunia pendidikan, hal ini dibuktikan dengan bermunculan program studi Perbankan Syariah di Kampus-kampus yang ada di Indonesia. Salah satu kampus yang memiliki prodi Perbankan Syariah adalah STAI-JM Tanjung Pura. Perguruan tinggi yang terletak di Kecamatan Tanjung Pura Kabupaten Langkat Sumatera Utara ini merupakan salah satu lembaga pendidikan tertua yang ada di Sumatera Utara yang sudah menelurkan ribuan sarjana. Seiring berjalannya waktu Perguruan Tinggi ini

terus berkembang mengikuti perkembangan zaman dengan menambah berbagai Program Studi seperti Perbankan Syariah, selain itu Perguruan Tinggi ini juga bekerja sama dengan Bank Syariah dalam rangka memajukan Perguruan Tinggi maupun mengenalkan Perbankan Syariah kepada kalangan mahasiswa.

Berdasarkan pemaparan tersebut penulis tertarik mengkaji lebih jauh faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa STAI-JM Tanjung Pura memilih Bank Syariah, namun pada penelitian ini penulis hanya mengangkat tiga faktor yaitu motivasi menghindari riba, pengetahuan produk dan religiusitas. Bank syariah yang dipilih adalah PT. Bank Muamalat dan BSI di Kecamatan Stabat, penulis memilihnya tersebut karena Bank Syariah tersebut merupakan Bank Syariah terdekat dari Kampus STAI-JM Tanjung Pura.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis lakukan kepada mahasiswa STAI-JM Tanjung Pura terkait pengaruh di PT. Bank Muamalat dan BSI di Kecamatan Stabat terkait pengaruh motivasi menghindari riba, pengetahuan produk dan religiusitas terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT. Bank Muamalat dan BSI di Kecamatan Stabat dapat dijelaskan bahwa secara parsial motivasi menghindari riba dan religiusitas kepada mahasiswa STAI-JM Tanjung Pura mempengaruhi keputusan menjadi nasabah pada PT. Bank Muamalat dan BSI di Kecamatan Stabat, sedangkan pengetahuan produk mahasiswa STAI-JM Tanjung Pura secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT. Bank Muamalat dan BSI di Kecamatan Stabat.

Secara simultan atau bersama-sama motivasi menghindari riba, pengetahuan produk dan religiusitas mahasiswa STAI-JM Tanjung Pura berpengaruh signifikan kearah yang positif terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT. Bank Muamalat dan BSI di Kecamatan Stabat. Motivasi menghindari riba, pengetahuan produk dan religiusitas mahasiswa STAI-JM Tanjung Pura mempengaruhi Keputusan Menjadi Nasabah (Y) pada PT. Bank Muamalat dan BSI di Kecamatan Stabat sebesar 75%, sedangkan sisanya sebesar 25% (100% - 75%) dipengaruhi oleh variabel-variabel lain seperti seperti lokasi Bank Syariah, promosi, dan lain-lain.

Koefisien variabel motivasi menghindari riba, pengetahuan produk dan religiusitas bernilai positif atau sejalan artinya masing-masing variabel memiliki hubungan yang positif atau sejalan dengan variabel terikat, jika motivasi menghindari riba, pengetahuan produk dan religiusitas mahasiswa STAI-JM Tanjung Pura mengalami peningkatan maka keputusan menjadi nasabah pada PT. Bank Muamalat dan BSI di Kecamatan Stabat akan mengalami peningkatan juga, begitupun sebaliknya jika motivasi menghindari riba, pengetahuan produk dan religiusitas mahasiswa STAI-JM Tanjung Pura mengalami penurunan maka keputusan menjadi nasabah pada PT. Bank Muamalat dan BSI di Kecamatan Stabat akan mengalami penurunan juga.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah di bahas, maka dapat diambil kesimpulan untuk menjawab rumusan masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara motivasi menghindari riba mahasiswa STAI-JM Tanjung Pura terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT. Bank Muamalat dan BSI di Kecamatan Stabat. Hal ini diperoleh dari uji

hipotesis yaitu uji t variabel Motivasi Menghindari Riba (X_1) secara statistik menunjukkan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 atau ($0,002 < 0,05$) dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,307 > 2,01290$) maka terdapat pengaruh variabel X terhadap Variabel Y.

2. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara pengetahuan produk mahasiswa STAI-JM Tanjung Pura terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT. Bank Muamalat dan BSI di Kecamatan Stabat. Hal ini diperoleh dari uji hipotesis yaitu uji t variabel Pengetahuan Produk (X_2) secara statistik menunjukkan nilai signifikan lebih besar dari 0,05 atau ($0,333 > 0,05$) dan $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,979 < 2,01290$) maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap Variabel Y.
3. Terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara religiusitas mahasiswa STAI-JM Tanjung Pura terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT. Bank Muamalat dan BSI di Kecamatan Stabat. Hal ini diperoleh dari uji hipotesis yaitu uji t variabel Religiusitas (X_3) secara statistik menunjukkan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 atau ($0,002 < 0,05$) dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,329 > 2,01290$) maka terdapat pengaruh variabel X terhadap Variabel Y.
4. Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan atau bersama-sama antara motivasi menghindari riba, pengetahuan produk dan religiusitas mahasiswa STAI-JM Tanjung Pura terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT. Bank Muamalat dan BSI di Kecamatan Stabat. Hal ini diperoleh dari uji hipotesis yaitu uji f, nilai F_{hitung} diperoleh 49,930 dengan tingkat signifikansi 0,000 karena tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) dan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($49,930 > 2,80$), maka variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikatnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Casriyanti. (2020). Pengaruh Religiusitas, Consumer Knowledge dan Brand Image terhadap Keputusan Menjadi Nasabah pada Bank Syariah Casriyanti Sekolah Tinggi Agama Islam Pangeran Dharma Kusuma Segeran Indramayu. *Jurnal Tasyri' : Jurnal Muamalah Dan Ekonomi Syariah*, 2(1), 52–70. <http://ojs.staisdharma.ac.id/index.php/tjmes/article/view/14>
- Harahap, T. S. R. (2020). Pengaruh Persepsi Dan Religiusitas Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Produk Gadai Emas Di Pt Bank Syariah Mandiri Kcp Medan Iskandar Muda. *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam*, 11(1), 1. <https://doi.org/10.32507/ajei.v11i1.493>
- Katuuk, P. V., Tumbel, A. L., & Samadi, R. L. (2019). Pengaruh Produk, Harga, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Bni Kantor Cabang Pembantu Bahu. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(4), 4819–4828.
- Maulana, F. R., Hasnita, N., & Evriyenni, E. (2020). Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah. *JIHbiz: Global Journal of Islamic Banking and Finance.*, 2(2), 124. <https://doi.org/10.22373/jihbiz.v2i2.8644>
- Muhammad Arfan Harahap, Yochi Elanda, M. Sabri A. Majid, Marliyah, R. H. (2022).

Bagaimana Utang Mendorong Terjadinya Krisis? Solusi dari Sistem Keuangan Islam. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journa*, 4(3), 14–35. <https://doi.org/DOI: 10.47476/reslaj.v4i3.905>

- Permana, A. I., Prastowo, S. L. dan, & Djaenudin, E. M. (2021). Pengaruh motivasi untuk menghindari riba dan pengetahuan produk terhadap keputusan menjadi nasabah (studi kasus pada bank mandiri syariah kc malang). *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 27(1), 419–430. <https://doi.org/https://doi.org/10.33592/jeb.v27i01.1349>
- RACHMAWATI, A. (2020). Pengaruh Consumer Knowledge, Brand Image, Religiusitas, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(1), 1–20. <https://doi.org/10.37058/jes.v5i1.1502>
- Resti, E., Aravik, H., & Choirunnisak, C. (2021). PENGARUH MOTIVASI DAN PENGETAHUAN PRODUK PERBANKAN SYARIAH TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA (Studi Kasus Ex Bank Syariah Mandiri KCP Palembang KM 6). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 1(2), 135–144. <https://doi.org/10.36908/jimpa.v1i2.31>
- Saputra, R., Siregar, B. G., & Hardana, A. (2019). Pengaruh Strategi Pemasaran dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Mahasiswa Akuntansi Samudra (JMAS)*, 2(4), 252–264. <https://ejournalunsam.id/index.php/jmas/article/view/3937>
- Suryanto, A., & Sa'adah, A. (2019). Analisis Pengambilan Keputusan Nasabah Pembiayaan Murabahah Pada Bmt Daarut Tauhiid Bandung. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(1), 61–74. <https://doi.org/10.37058/jes.v4i1.803>
- Yusri, Y., Ilham Gani, D., & Nasrullah, &. (2022). Pengaruh Motivasi Penghindaran Riba dan Persepsi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia Melalui Pengetahuan Sebagai Variabel Moderating (Studi pada Bank Syariah Indonesia Kabupaten Pinrang). 2, 49–67. <https://journal3.uin-alauddin.ac.id/index.php/IBEF/article/view/31553>