

**Pengaruh Pengetahuan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Mahasiswa STAI Jam'iyah Mahmudiyah Memilih Jasa Bank Syariah Indonesia****¹ Ikhwani Fajar, ² Khairani Sakdiah**^{1,2} STAI Jam'iyah Mahmudiyah, Langkat, Indonesia

Corresponding author.

E-mail addresses: ikhwanifajar47@gmail.com

ABSTRACT

The Knowledge variable has a significant influence on the student's decision to become a customer at PT Bank Syariah Indonesia. This can be concluded based on the results of testing questionnaire statements about knowledge in the table above. It can be seen that the value of all product knowledge statement rcounts is > rtable 0.251 so it can be stated that all knowledge statement items are valid. Product quality has a positive and significant influence on students' decisions to become customers at PT Bank Syariah Indonesia. This is concluded based on the results of testing the validity of the questionnaire statement regarding product quality in the table above. It can be seen that the value of all product quality statement rcounts is > rtable 0.251 so it can be stated that all product quality statement items are valid. Simultaneously, knowledge and product quality have a positive and significant influence on the decision of students from the Faculty of Sharia Economics, STAI Jam'iyah Mahmudiyah Tanjung Pura to become customers of Indonesian sharia banks. This was concluded based on the results of testing the validity of the questionnaire statement regarding the student's decision in the table above. It can be seen that the value of all rcounts for the student's decision statement is > rtable 0.251 so it can be stated that all the statement items are valid. Based on the results of multiple linear regression in the table above, the Decision equation = $11.556 C + 0.349X1 + 0.269X2$ can be created. Based on this equation, it can be explained that the constant value of 11.556 means that overall the value of knowledge and product quality has a positive influence on the student's decision to become a customer of Indonesian sharia banks.

Keywords: Knowledge, Product Quality, customer decisions.**ABSTRAK**

Variabel Pengetahuan memiliki pengaruh terhadap keputusan Mahasiswa untuk menjadi nasabah pada PT Bank Syariah Indonesia secara signifikan. Hal ini disimpulkan

berdasarkan hasil pengujian pernyataan quisioner tentang pengetahuan pada tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai seluruh rhitung pernyataan pengetahuan produk $>$ rtabel 0,251 sehingga dapat dinyatakan bahwa seluruh butir pernyataan pengetahuan telah valid. Kualitas Produk memiliki pengaruh terhadap keputusan Mahasiswa untuk menjadi nasabah pada PT Bank Syariah Indonesia secara positif dan signifikan. Hal ini disimpulkan berdasarkan hasil pengujian validitas pernyataan quisioner tentang kualitas produk pada tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai seluruh rhitung pernyataan kualitas produk $>$ rtabel 0,251 sehingga dapat dinyatakan bahwa seluruh butir pernyataan kualitas produk telah valid. Secara bersamaan pengetahuan dan kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Syariah STAI Jam'iyah Mahmudiyah Tanjung Pura untuk menjadi nasabah bank syariah Indonesia. Hal ini disimpulkan berdasarkan hasil pengujian validitas pernyataan quisioner tentang keputusan Mahasiswa pada tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai seluruh rhitung pernyataan keputusan Mahasiswa $>$ rtabel 0,251 sehingga dapat dinyatakan bahwa seluruh butir pernyataan telah valid. Berdasarkan hasil regresi linier berganda pada tabel di atas maka dapat dibuat persamaan Keputusan = $11,556 C + 0,349X_1 + 0,269X_2$. Berdasarkan persamaan tersebut maka dapat diuraikan penjelasan bahwa Nilai konstanta 11,556 memberi arti bahwa jika secara keseluruhan nilai pengetahuan dan kualitas produk berpengaruh secara positif terhadap keputusan Mahasiswa untuk menjadi nasabah bank syariah Indonesia.

Kata Kunci: *Pengetahuan, Kualitas Produk, keputusan nasabah.*

PENDAHULUAN

Perbankan syariah merupakan indutri jasa yang telah mengalami perkembangan yang cukup baik dimana menerapkan syariah Islam disetiap aktivitas perbankannya. Semakin beratnya persaingan di dunia bisnis jasa bank syariah harus mengetahui strategi yang tepat untuk memenangkan persaingan tersebut (Andira & Sundari, 2021). Proses pemasaran guna mengenalkan produk sehingga masyarakat memiliki pengetahuan yang utuh terkait produk tersebut sangatlah penting, karena tanpa strategi yang diterapkan oleh pihak bank syariah tentunya tidak dapat memenuhi kebutuhan masyarakat untuk mengetahui kualitas produk yang dimilikinya. Pengetahuan konsumen merupakan semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen (Maulana et al., 2020). Bank syariah perlu memperhatikan strategi pemasaran yang tepat untuk diterapkan dalam mengenalkan produk dengan kualitasnya sehingga akan mempengaruhi keputusan nasabah untuk memilih jasa pada bank syari'ah Indonesia. Kualitas produk inilah yang penting ditunjukkan dan diberikan pada nasabah.

Kualitas produk (*product quality*) adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi, dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya (Zulkarnain et al., 2020). Kualitas merupakan salah satu alat utama untuk menetapkan posisi bagi pemasar. Kualitas produk mempunyai dua dimensi yaitu tingkat dan konsistensi. Kualitas yang baik menurut produsen adalah apabila produk yang dihasilkan oleh perusahaan telah sesuai dengan spesifikasi yang telah ditentukan oleh perusahaan. Sedangkan kualitas yang jelek adalah apabila produk yang dihasilkan tidak sesuai dengan spesifikasi standar

yang telah ditentukan serta menghasilkan produk rusak (Andriyani & Ardianto, 2020). Kualitas menunjukkan tingkat spesifik yang sesuai dengan keinginan dan standart yang telah ditetapkan sebelumnya. Kualitas produk dapat mempengaruhi masyarakat memilih bank syariah. Produk perbankan pada bank syariah yang akan dipilih masyarakat muslim adalah yang bebas dari unsur riba. Apabila nasabah memiliki pengetahuan yang baik terhadap produk bank syariah dan produk tersebut berkualitas maka nasabah tentu akan memutuskan untuk memilihnya (Mara et al., 2023).

Keputusan diambil setelah adanya pertimbangan dan membandingkan antara satu produk dengan produk lainnya. Proses keputusan pembelian merupakan tahap-tahap yang dilalui pembeli dalam menentukan pilihan tentang produk dan jasa yang hendak dibeli. Keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok atau organisasi memilih membeli dan menggunakan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka (Sabila Fatihah, Fani, 2022).

Prinsip dan produk dalam operasional bank syariah secara umum dikenal dua bentuk utama dalam operasional perbankan syariah yaitu penghimpunan dana dan penyaluran dana dimana mekanisme operasional penghimpunan dana perbankan syariah disesuaikan dengan prinsip syariah (Publising, 2023). Selain kehalalan produk, secara umum calon nasabah yang akan menabung akan memilih bank yang dapat memberikan keuntungan dan kemudahan. Memberikan pelayanan yang terbaik dan tentunya proses transaksi sesuai dengan kaidah dalam ajaran Islam (Yudiadari & Agustina, 2021).

Produk yang ditawarkan bank harus memiliki kualitas yang baik dari sisi kebutuhan masyarakat dan pelayanan yang diberikan (Eriyanti, 2021). Produk sangat bergantung dari pelayanan yang diberikan oleh karyawan bank, maka kualitas pelayanan sangat menentukan keunggulan produk. Dengan adanya pelayanan yang diberikan secara baik, maka nasabah memiliki pengetahuan yang baik terhadap produk tersebut, cepat mengerti dan memahami produk yang disediakan oleh bank syariah dibandingkan produk yang lain.

Keunggulan pada perbankan syariah yaitu menciptakan rasa aman dengan pihak bank dengan tidak menggunakan besarnya keuntungan dari adanya bunga, maka hal tersebut menunjukkan bahwa dilarangnya riba oleh kaum Muslim. Dengan adanya perbedaan ini menjadikan perbankan syariah bebas riba sehingga masyarakat atau konsumen akan lebih tertarik dibandingkan dengan produk pesaing lainnya (MA Harahap, , 2022).

Permasalahan yang timbul dimana banyak nasabah atau masyarakat yang tidak memiliki pengetahuan tentang kualitas dari produk yang dimiliki bank syariah (Nurfadhilah, 2023). Persepsi masyarakat sebatas mengetahui bahwa Bank Syariah tidak menggunakan sistem bunga. Masyarakat atau konsumen belum mengetahui secara menyeluruh terkait keunggulan dan kualitas produk yang diberikan oleh Bank Syariah Berdasarkan penelitian yang dilakukan Bank Indonesia tahun 2000 dalam penelitian tersebut didapat kesan umum yang diterima masyarakat mengenai Bank Syariah adalah identik dengan sistem bagi hasil, serta bank yang Islami (Isnawati Setyo Putri, 2022). Dengan begitu disimpulkan bahwa pengetahuan konsumen akan Bank Syariah masih relevan minim karena sebatas mengenai Bank Syariah. Masyarakat atau konsumen belum mengetahui secara menyeluruh produk yang diberikan oleh Bank Syariah. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan penelitian pada mahasiswa fakultas ekonomi syariah

yang seharusnya memiliki pengetahuan yang lebih luas terkait kualitas produk di bank syariah, namun kenyataannya banyak mahasiswa yang ternyata belum memiliki pengetahuan yang baik terhadap kualitas produk bank syariah. Hal ini terbukti bahwa hanya sebahagian kecil yang menjadi nasabah pada bank syariah Indonesia yang ada. berdasarkan kondisi diatas maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “Pengaruh Pengetahuan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Mahasiswa STAI Jam’iyah Mahmudiyah Memilih Jasa Bank Syariah Indonesia”.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini dilakukan di program Studi Perbankan Syariah STAI-JM Tanjung Pura. Penelitian ini dilakukan pada bulan Juli s/d Desember 2023. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa program Studi Perbankan Syariah STAI-JM yaitu 182 orang. Sampel pada penelitian ini yaitu sebahagian mahasiswa program Studi Perbankan Syariah STAI-JM Tanjung Pura. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 24% dari 182 yaitu 44 orang mahasiswa program Studi Perbankan Syariah STAI-JM Tanjung Pura. Teknik analisa dalam penelitan ini menggunakan teknik analisis diskriptif kuantitatif dengan uji asumsi klasik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Data

Selanjutnya ada analisis data dalam penelitian ini yang dibuat, penulis akan menganalisis data secara deskriptif, baik itu data primer maupun data skunder mengenai responden berdasarkan identitas strata pendidikan sebelum masuk STAI-JM, jenis kelamin dan usia responden terkait pembahasan tentang pengetahuan, kualitas produk dan keputusan mahassiswa menjadi nasabah pada bank syariah Indonesia.

1. Identitas Responden Berdasarkan Strata Pendidikan

Tabel 1: Identitas responden berdasarkan strata pendidikan

No	Strata Pendidikan	Jumlah	Persentase
1	MA	24	55
2	SMA	16	36
3	SMK	4	9
Total		44	100

Sumber: Hasil Angket Mahassiswa yang dilakukan tahun 2023

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa dalam penelitian ini didominasi oleh responden yang sebelum masuk STAI-JM asal pendidikan madrasah Aliyah (MA) dengan jumlah sebanyak 24 orang (55%), sedangkan untuk yang berasal dari sekolah menengah atas (SMA) ada 16 orang (36%) dan yang berasal dari SMK hanya 4 orang (9%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Mahassiswa STAI-JM Tanjung Pura khususnya fakultas ekonomi Islam didominasi oleh Mahassiswa yang berpendidikan sebelumnya dari Madrasah

Aliyah. Dengan demikian mereka lebih mudah untuk menyesuaikan dalam perkuliahan dan menerima materi dalam kuliah dengan baik.

2. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 2: Identitas responden berdasarkan strata jenis kelamin

No	Golongan responden	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	23	52
2	Perempuan	21	48
Total		44	100

Sumber: Hasil Angket mahasiswa yang dilakukan tahun 2023

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa dalam penelitian ini didominasi oleh responden yang berjenis kelamin laki-laki dengan jumlah sebanyak 23 orang (52%), sedangkan untuk yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 21 orang (48%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Mahasiswa fakultas ekonomi Islam STAI Jamiyah Mahmudiyah Tanjung Pura yang menjadi responden didominasi oleh Mahasiswa yang berjenis kelamin laki-laki.

3. Identitas Responden Berdasarkan Usia

Tabel 3: Identitas Responden Berdasarkan Usia

No	Usia Mahasiswa	Jumlah	Persentase
1	17-19 tahun	20	45
2	20-21 tahun	24	55
Total		44	100

Sumber: Hasil Angket Mahasiswa yang dilakukan tahun 2023

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa dalam penelitian ini didominasi oleh responden yang berusia antara 20 sampai dengan 21 tahun dengan jumlah sebanyak 24 orang (55%), sedangkan untuk yang berusia antara 17 sampai dengan 19 berjumlah 20 orang (45%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Mahasiswa STAI-JM Tanjung Pura didominasi oleh Mahasiswa yang berusia antara 20 tahun hingga 21 tahun.

B. Distribusi Hasil Pernyataan

1. Distribusi Pernyataan Pengetahuan Produk

Adapun distribusi pernyataan tentang pengetahuan produk dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4: Distribusi Pernyataan pengetahuan produk

Item	Jawaban	Frekwensi	Persentase (%)
X1_01	STS	0	0
	TS	1	2
	S	14	32

	SS	29	66
X1_02	STS	0	0
	TS	0	0
	S	17	39
	SS	27	61
X1_03	STS	0	0
	TS	0	0
	S	19	43
	SS	25	57
X1_04	STS	0	0
	TS	0	0
	S	14	32
	SS	30	68
X1_05	STS	0	0
	TS	0	0
	S	20	45
	SS	14	54
X1_06	STS	0	0
	TS	0	0
	S	16	36
	SS	28	64
X1_07	STS	0	0
	TS	0	0
	S	20	45
	SS	24	54
X1_08	STS	0	0
	TS	0	0
	S	20	45
	SS	24	54
X1_09	STS	0	0
	TS	0	0
	S	18	41
	SS	26	59
X1_10	STS	0	0
	TS	1	2
	S	17	39
	SS	26	59

Sumber: Hasil Angket Mahasiswa yang dilakukan tahun 2023

Berdasarkan distribusi pernyataan kuisioner tentang pengetahuan produk pada tabel di atas dapat dilihat bahwa dalam penelitian ini responden lebih banyak memilih pernyataan setuju dan sangat setuju. Hal ini menggambarkan bahwa responden memberikan tanggapan yang positif terhadap pengetahuannya terkait produk bank syariah.

2. Distribusi Pernyataan Kualitas Produk

Adapun distribusi pernyataan tentang kualitas produk dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5: Distribusi Pernyataan kualitas produk

Item	Jawaban	Frekwensi	Persentase (%)
X2_01	STS	0	0
	TS	0	0
	S	25	57
	SS	19	43
X2_02	STS	0	0
	TS	1	2
	S	24	54,5
	SS	19	45,5
X2_03	STS	0	0
	TS	0	0
	S	24	54,5
	SS	20	45,5
X2_04	STS	0	0
	TS	1	2
	S	27	61
	SS	16	39
X2_05	STS	0	0
	TS	0	0
	S	25	57
	SS	19	43
X2_06	STS	0	0
	TS	0	0
	S	25	57
	SS	19	43
X2_07	STS	0	0
	TS	1	2
	S	26	59
	SS	17	39
X2_08	STS	0	0
	TS	0	0
	S	26	59
	SS	18	41
X2_09	STS	0	0
	TS	0	0
	S	25	57
	SS	19	43
X2_10	STS	0	0
	TS	0	0
	S	27	61
	SS	17	39

Sumber: Hasil Angket Mahasiswa yang dilakukan tahun 2023

Berdasarkan distribusi pernyataan kuisioner tentang kualitas produk pada tabel di atas dapat dilihat bahwa dalam penelitian ini responden lebih banyak memilih pernyataan setuju dan sangat setuju. Hal ini menggambarkan bahwa responden memberikan tanggapan yang positif terhadap pernyataan kualitas produk yang ada di bank syariah.

3. Distribusi Pernyataan Keputusan Mahasiswa

Adapun distribusi pernyataan terkait keputusan mahasiswa untuk menjadi nasabah pada bank syariah Indonesia yang diberikan responden tentang keputusan dari Mahasiswa di STAI-Jam'iyah Mahmudiyah dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 6: Distribusi Pernyataan Keputusan Mahasiswa

Item	Jawaban	Frekwensi	Persentase (%)
Y_01	STS	0	0
	TS	2	4
	S	28	64
	SS	14	32
Y_02	STS	0	0
	TS	1	2
	S	26	59
	SS	17	39
Y_03	STS	0	0
	TS	1	2
	S	25	57
	SS	18	41
Y_04	STS	0	0
	TS	2	4
	S	25	57
	SS	17	39
Y_05	STS	0	0
	TS	1	2
	S	31	70
	SS	12	28
Y_06	STS	0	0
	TS	0	0
	S	27	61
	SS	17	39
Y_07	STS	0	0
	TS	1	2
	S	24	54,5
	SS	19	45,5
Y_08	STS	0	0
	TS	5	11
	S	27	61
	SS	12	27

Y_09	STS	0	0
	TS	1	2
	S	29	66
	SS	14	32
Y_10	STS	0	0
	TS	0	0
	S	27	61
	SS	17	39

Sumber: Hasil Angket Mahasiswa yang dilakukan tahun 2023

Berdasarkan distribusi pernyataan kuisioner tentang keputusan Mahasiswa pada tabel di atas dapat dilihat bahwa dalam penelitian ini responden lebih banyak memilih pernyataan setuju dan sangat setuju. Hal ini menggambarkan bahwa responden memberikan tanggapan yang positif terhadap keputusan Mahasiswa. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa keputusan dari mahasiswa untuk menjadi nasabah bank syariah pada umumnya sangat baik

C. Hasil Uji Validitas

1. Hasil uji Validitas Variabel Pengetahuan Produk

Langkah selanjutnya adalah melakukan uji validitas terhadap variabel variabel yang menjadi objek penelitian. Adapun hasil pengujian validitas butir pernyataan kuisioner tentang pengetahuan mahasiswa tentang produk dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 7: Hasil Uji Validitas Pengetahuan Produk

Pernyataan	R _{hitung}	R _{tabel}	Status
X1-01	0,470	0,251	valid
X1-02	0,319	0,251	valid
X1-03	0,523	0,251	valid
X1-04	0,296	0,251	valid
X1-05	0,318	0,251	valid
X1-06	0,450	0,251	valid
X1-07	0,579	0,251	valid
X1-08	0,262	0,251	valid
X1-09	0,490	0,251	valid
X1-10	0,444	0,251	valid

Sumber: Data diolah dengan SPSS 2023

Berdasarkan hasil pengujian validitas pernyataan kuisioner tentang pengetahuan produk pada tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai seluruh r_{hitung} pernyataan tentang pengetahuan produk bank $> r_{tabel}$ 0,251 sehingga dapat dinyatakan bahwa seluruh butir pernyataan tentang pengetahuan produk telah valid.

2. Hasil uji Validitas Variabel Kualitas Produk Pada Bank Syariah

Selanjutnya adalah melakukan uji validitas terhadap variabel variabel yang menjadi objek penelitian Adapun hasil pengujian validitas butir pernyataan kuisioner tentang kualitas produk dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 8: Hasil Uji Validitas Kualitas Produk

Pernyataan	R _{hitung}	R _{tabel}	Status
X2-01	0.481	0,251	valid
X2-02	0.353	0,251	valid
X2-03	0.308	0,251	valid
X2-04	0.258	0,251	valid
X2-05	0.334	0,251	valid
X2-06	0.438	0,251	valid
X2-07	0.391	0,251	valid
X2-08	0.341	0,251	valid
X2-09	0.254	0,251	valid
X2-10	0.479	0,251	valid

Sumber: Data diolah dengan SPSS 2023

Berdasarkan hasil pengujian validitas pernyataan quisioner tentang kualitas produk pada tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai seluruh r_{hitung} pernyataan kualitas produk $> r_{tabel}$ 0,251 sehingga dapat dinyatakan bahwa seluruh butir pernyataan tentang kualitas produk telah valid.

3. Hasil uji Validitas Variabel Keputusan Mahasiswa

Selanjutnya adalah melakukan uji validitas terhadap variabel variabel yang menjadi objek penelitian. Adapun hasil pengujian validitas butir pernyataan quisioner tentang Keputusan Mahasiswa dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 9: Hasil Uji Validitas Keputusan Mahasiswa

Pernyataan	R _{hitung}	R _{tabel}	Status
Y-01	0.750	0,251	valid
Y-02	0.407	0,251	valid
Y-03	0.580	0,251	valid
Y-04	0.461	0,251	valid
Y-05	0.301	0,251	valid
Y-06	0.648	0,251	valid
Y-07	0.615	0,251	valid
Y-08	0.516	0,251	valid
Y-09	0.389	0,251	valid
Y-10	0.529	0,251	valid

Sumber: Data diolah dengan SPSS 2023

Berdasarkan hasil pengujian validitas pernyataan quisioner tentang keputusan Mahasiswa pada tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai seluruh r_{hitung} pernyataan tentang keputusan Mahasiswa $> r_{tabel}$ 0,251 sehingga dapat dinyatakan bahwa seluruh butir pernyataan telah valid.

D. Hasil Regresi Linier Berganda

Setelah melakukan uji validitas terhadap variabel penelitian maka selanjutnya mencari hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen dengan melakukan uji regresi linier berganda. Adapun hasil regresi linier berganda dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 10: Hasil regresi Linier Berganda

Model	unstandardizer Coefficients		Standardizer Coefficients	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
(constant)	1,556	,881		1,680	0,101
Pengetahuan mahasiswa	0,349	0,204	0,289	1,710	0,095
Kualitas produk	0,269	0,214	0,212	1,254	0,217

Sumber: Data diolah dengan SPSS 2023

Berdasarkan hasil regresi linier berganda pada tabel di atas maka dapat dibuat persamaan sebagai berikut:

$$\text{Keputusan} = 11,556 C + 0,349X_1 + 0,269X_2$$

Berdasarkan persamaan tersebut maka dapat diuraikan suatu penjelasan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta 11,556 memberi arti bahwa jika secara keseluruhan nilai pengetahuan tentang produk dan kualitas produk berpengaruh secara positif terhadap keputusan Mahasiswa untuk menjadi nasabah pada bank.
2. Koefisien pengetahuan (X_1) jika jumlah pengetahuan naik sebesar satu satuan maka keputusan Mahasiswa untuk menjadi nasabah meningkat sebesar 0,349 satu satuan.
3. Koefisien kualitas produk (X_2) jika jumlah kualitas produk naik satu satuan maka keputusan Mahasiswa meningkat sebesar 0,269 satu satuan. Artinya ada hubungan yang signifikan antara variabel yang ada.

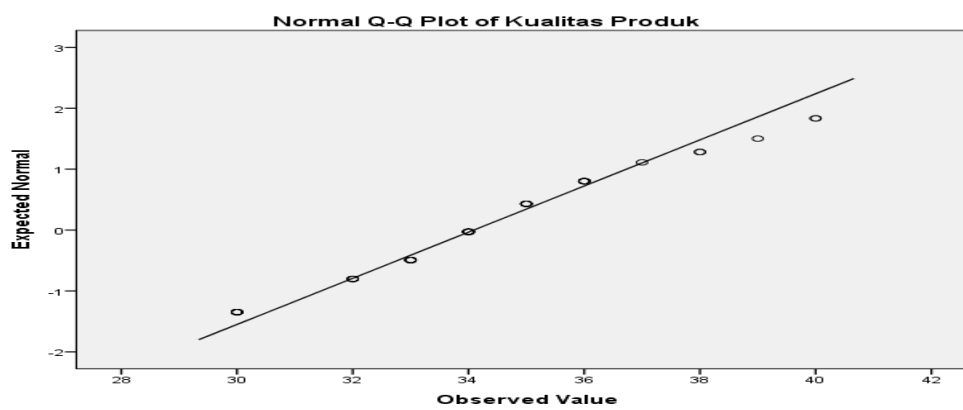
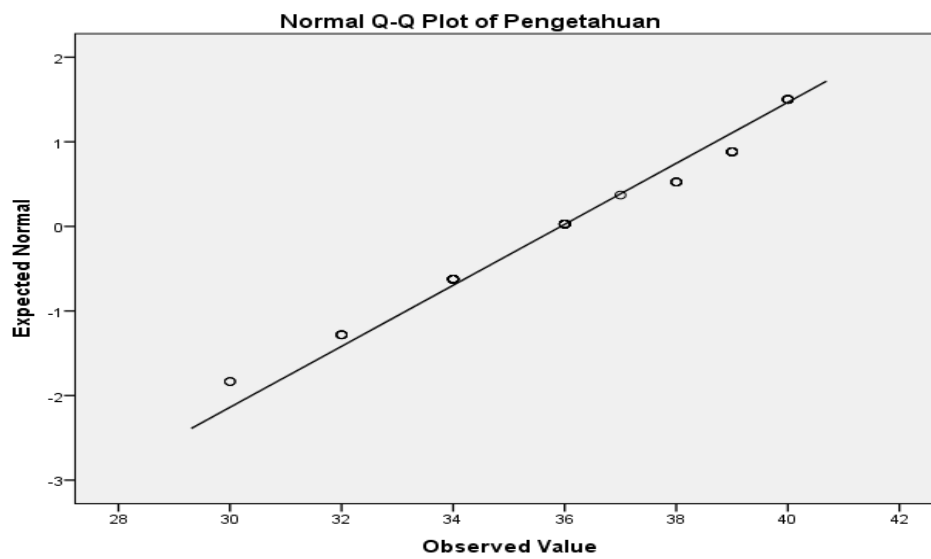
1. Uji Normalitas Data

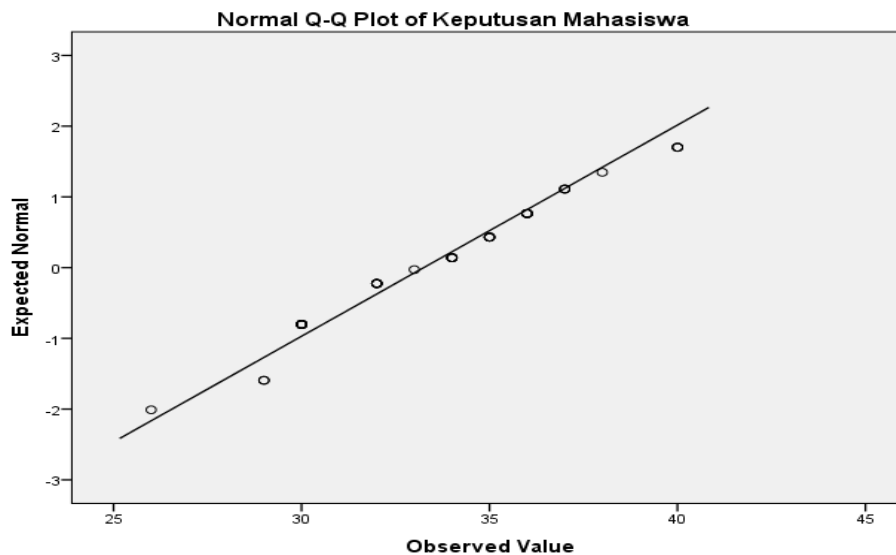
Berikut ini merupakan hasil uji normalitas data dengan menggunakan SPSS yang telah peneliti lakukan. Hasilnya sebagai berikut:

Tabel 11: Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Pengetahuan	.143	44	.024	.934	44	.015
Kualitas produk	.127	44	.071	.944	44	.033
Keputusan	.175	44	.002	.944	44	.033

a. Lilliefors Significance Correction





KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan ini, maka dapat diuraikan kesimpulan bahwa variabel Pengetahuan memiliki pengaruh terhadap keputusan Mahasiswa untuk menjadi nasabah pada PT Bank Syariah Indonesia secara signifikan. Hal ini disimpulkan berdasarkan hasil pengujian pernyataan kuisioner tentang pengetahuan pada tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai seluruh rhitung pernyataan pengetahuan produk > rtabel 0,251 sehingga dapat dinyatakan bahwa seluruh butir pernyataan pengetahuan telah valid.

Kualitas Produk memiliki pengaruh terhadap keputusan Mahasiswa untuk menjadi nasabah pada PT Bank Syariah Indonesia secara positif dan signifikan. Hal ini disimpulkan berdasarkan hasil pengujian validitas pernyataan kuisioner tentang kualitas produk pada tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai seluruh rhitung pernyataan kualitas produk > rtabel 0,251 sehingga dapat dinyatakan bahwa seluruh butir pernyataan kualitas produk telah valid.

Secara bersamaan pengetahuan dan kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Syariah STAI Jam'iyah Mahmudiyah Tanjung Pura untuk menjadi nasabah bank syariah Indonesia. Hal ini disimpulkan berdasarkan hasil pengujian validitas pernyataan kuisioner tentang keputusan Mahasiswa pada tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai seluruh rhitung pernyataan keputusan Mahasiswa > rtabel 0,251 sehingga dapat dinyatakan bahwa seluruh butir pernyataan telah valid.

Berdasarkan hasil regresi linier berganda pada tabel di atas maka dapat dibuat persamaan Keputusan = 11,556 C + 0,349X1 + 0,269X2. Berdasarkan persamaan tersebut maka dapat diuraikan penjelasan bahwa Nilai konstanta 11,556 memberi arti bahwa jika secara keseluruhan nilai pengetahuan dan kualitas produk berpengaruh secara positif terhadap keputusan Mahasiswa untuk menjadi nasabah bank syariah Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Andira, H., & Sundari, E. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran Syariah Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Herbal Az-Zahra Kota Dumai. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 4(2), 335–344. [https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4\(2\).7421](https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4(2).7421)
- Andriyani, M., & Ardianto, R. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(02), 133–140. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i02.73>
- Eriyanti, hasnuna. (2021). Pengaruh Produk, Promosi, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Simpanan PT. Bank Muamalah Indonesia, Tbk. Cabang Pangkalpinang. *Jurnal Manajemen Dan Investasi*, 3(1), 83–95. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.31851/jmaninvestasi.v3i1.6408>
- isnawati setyo putri, zahrani aya sofिया, riini irfaniyah ziya'ul haqqe, arin setyowati. (2022). Mekanisme Perhitungan Bagi Hasil Pada Produk Tabungan Haji Berbasis Akad Mudharabah. *Journal of Shariah Economic (MJSE)*, vol 2, no(1), h. 22-28. <https://doi.org/10.2426/10.24269>
- Mara, A., Sani, A., & Harahap, M. A. (2023). Pengaruh Motivasi Menghindari Riba, Pengetahuan Produk dan Religiusitas Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Stabat. *JEKSya: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 02(01), 410–424. <https://jurnal.perima.or.id/index.php/JEKSya/article/view/198>
- 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>
- Nurfadhilah, Muhammad Saleh, A. S. (2023). Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank SUMUT Syariah KCP Stabat. *JEKSya Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 2(1), 285–297. <https://jurnal.perima.or.id/index.php/JEKSya/article/view/164>
- Publising, K. A. (2023). *PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT NASABAH DALAM MENGGUNAKAN PRODUK TABUNGAN HAJI INDONESIA (Studi Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Mojokerto Mojopahit 2) Nurul Azizah Ria Kusrini*. 1(4), 629–639. <https://doi.org/DOI: https://doi.org/10.61722/jiem.v1i4.544>
- Sabila Fatiha, Fani, F. (2022). Pengaruh gaya kepemimpinan dan motivasi dimasa pandemi terhadap kinerja karyawan bank muamalat malang raya. *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance*, 5(November), 377–386. [https://doi.org/https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5\(2\).9516](https://doi.org/https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5(2).9516)

- Yudiadari, N. K. P., & Agustina, M. D. P. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Unit Simpan – Pinjam Bumdes Dana Merta Desa Tangkup Kabupaten Karangasem. *Widya Amrita*, 1(1), 216–232. <https://doi.org/10.32795/widyaamrita.v1i1.1165>
- Zulkarnain, R., Taufik, H., & David Ramdansyah, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada PT Bank Syariah Mu'amalah Cilegon). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1–24. <https://doi.org/https://doi.org/10.47080/10.47080/vol1no02/jumanis>