



JEKSya

Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah

Journal homepage: <https://jurnal.perima.or.id/index.php/JEKSya>

Vol. 3 No.3 [2024]. E-ISSN 2963-0975

Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Motif Rasional Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Produk Bank SUMUT Syariah KCP Stabat

¹ Cici Oktari, ² Khairani Sakdiah, ³ Nurmisda Ramayani

^{1, 2, 3} STAI Jam'iyah Mahmudiyah, Langkat, Indonesia

Corresponding author.

E-mail addresses: cicioktari0@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of knowledge, religiosity and rational motives on public interest in using Bank SUMUT Syariah KCP Stabat products both partially and simultaneously. In this study, the author uses a quantitative research type with the main data source obtained through distributing questionnaires to 100 respondents who are customers of Bank SUMUT Syariah KCP Stabat. Data analysis in this study uses data quality testing, classical assumption testing, hypothesis testing, and multiple linear regression analysis using the SPSS program. Based on the results of data processing and analysis, it can be explained that partially there is a significant influence between knowledge on the public interest in using Bank SUMUT Syariah KCP Stabat products. Partially there is a significant influence between religiosity on the public interest in using Bank SUMUT Syariah KCP Stabat products. Partially there is a significant influence between rational motives on the public interest in using Bank SUMUT Syariah KCP Stabat products. Simultaneously there is a significant influence between knowledge, religiosity and rational motives together on the interest of the community in using Bank SUMUT Syariah KCP Stabat products. Knowledge, religiosity and rational motives affect the interest of the community in using Bank SUMUT Syariah KCP Stabat products by 41.7% with Knowledge (X1) contributing 11%, Religiosity (X2) contributing 17.5% and Rational Motives (X3) contributing 13.2%.

Keywords: Knowledge, Religiosity, Rational Motives.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh pengetahuan, religiusitas dan motif rasional terhadap minat masyarakat menggunakan produk Bank SUMUT Syariah KCP Stabat baik secara parsial maupun simultan. Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan sumber data utama diperoleh melalui penyebaran

JEKSya: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah

Vol. 3, No. 3 [2024].

angket kepada 100 responden orang nasabah Bank SUMUT Syariah KCP Stabat. Analisis data pada penelitian ini menggunakan uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji hipotesis, dan analisis regresi linear berganda menggunakan program SPSS. Berdasarkan hasil pengolahan dan analisis data dapat dijelaskan bahwa secara parsial pengaruh yang signifikan antara pengetahuan terhadap minat masyarakat menggunakan produk Bank SUMUT Syariah KCP Stabat, Secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara religiusitas terhadap minat masyarakat menggunakan produk Bank SUMUT Syariah KCP Stabat. Secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara motif rasional terhadap minat masyarakat menggunakan produk Bank SUMUT Syariah KCP Stabat. Secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara pengetahuan, religiusitas dan motif rasional secara bersama-sama terhadap minat masyarakat menggunakan produk Bank SUMUT Syariah KCP Stabat. Pengetahuan, religiusitas dan motif rasional mempengaruhi minat masyarakat menggunakan produk Bank SUMUT Syariah KCP Stabat sebesar 41,7% dengan Pengetahuan (X1) menyumbang 11%, Religiusitas (X2) menyumbang 17,5% dan Motif Rasional (X3) menyumbang 13,2%.

Kata Kunci: Pengetahuan, Religiusitas, Motif Rasional

PENDAHULUAN

Lembaga Keuangan Syariah (LKS) menurut Dewan Syariah Nasional (DSN) adalah lembaga keuangan yang mengeluarkan produk keuangan syariah yang mendapat izin operasional sebagai lembaga keuangan syariah (Danupranata, 2015: 30). Peran serta lembaga keuangan baik berupa Bank maupun non Bank sangat berpengaruh terhadap perekonomian di Indonesia. Sesuai dengan laju pertumbuhan ekonomi dan gerak pembangunan suatu bangsa, lembaga keuangan tumbuh dengan berbagai alternatif jasa yang ditawarkan. Lembaga keuangan yang merupakan lembaga perantara dari pihak yang memiliki kelebihan dana (surplus of funds) dengan pihak yang kekurangan dana (lack of funds), memiliki fungsi sebagai perantara keuangan masyarakat (finansial intermediary) (Muchtari, 2016).

Seiring dengan pertumbuhan Lembaga Keuangan Syariah, persaingan antara Lembaga Keuangan Syariah semakin tinggi dalam hal pemasaran produk. Karena, banyak Bank Syariah maupun Bank Lembaga Keuangan Syariah non Bank yang menawarkan berbagai macam produk yang memiliki keunggulan masing-masing. Oleh karena itu, setiap Lembaga Keuangan Syariah dituntut untuk lebih kreatif, inovatif dan tentunya membutuhkan strategi pemasaran yang efektif, agar produk-produk dari suatu Lembaga Keuangan Syariah tersebut dapat menarik nasabah serta tujuan yang diharapkan dapat tercapai (Rustam, 2019).

Sektor Perbankan merupakan salah satu lembaga keuangan yang mempunyai peranan penting di dalam perekonomian Indonesia yang berperan sebagai pengatur perekonomian negara salah satunya dengan cara mediasi antara pihak yang kelebihan dana dengan pihak yang kekurangan dana dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat. Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia khususnya Perbankan Syariah berkembang dengan pesat sejak tahun 1999 yaitu setelah berlakunya Undang-undang nomor 10 tahun 1998 yang merupakan penyempurnaan dari Undang-undang nomor 7 tahun 1992 tentang Perbankan. Lembaga Keuangan Syariah tersebut mempunyai

karakteristik umum dan landasan dasar operasional secara keseluruhan sesuai dengan prinsip syariah yaitu prinsip bagi hasil (profit sharing) (Wiroso, 2018).

Bank Syariah merupakan salah satu lembaga keuangan yang memiliki fungsi intermediary, yaitu menghimpun dana masyarakat dan menyalurkannya dalam bentuk pembiayaan. Pembiayaan di Bank Syariah sangat berbeda dengan apa yang disebut dengan istilah kredit di Bank Konvensional. Dalam Bank Syariah tidak dikenal dengan istilah debitur atau kreditur karena pada dasarnya pembiayaan merupakan sebuah kesepakatan Bank dengan nasabah yang memerlukan dana untuk membiayai kegiatan atau aktivitas tertentu (Ilyas, 2018).

Bank Syariah sebagai Bank yang sedang berkembang setelah Bank Konvensional mendominasi pasar di bisnis Perbankan juga harus dapat menjaga loyalitas nasabahnya. Dalam Perbankan ganda sistem, Perbankan syariah tidak hanya bersaing dengan Bank Konvensional dan asing tetapi juga bersaing dengan Bank Syariah itu sendiri. Persaingan antar bank adalah sangat tinggi karena bersaing di segmen pasar yang sama dalam konteks produk dan layanan yang ditawarkan (Sahputra & Harahap, 2022).

Peningkatan jumlah nasabah pada Bank Syariah tidak terlepas dari produk-produk ataupun jasa yang ditawarkan oleh bank tersebut. Untuk menarik minat nasabah agar menggunakan produk dan jasa Bank Syariah, maka Bank Syariah perlu mengamati hal-hal yang mempengaruhi dalam pengambilan keputusan menggunakan jasanya, karena nasabah merupakan pusat perhatian perusahaan.

Sebelum memutuskan memilih menggunakan produk Bank Syariah, tahapan sebelumnya adalah minat yang dimiliki pada Bank Syariah. Minat adalah perasaan suka yang timbul atas aktivitasnya. Minat pada dasarnya proses penerimaan akan suatu obyek. Semakin tinggi tingkat penerimaan atau pemahaman maka semakin besar minatnya. Dari pemahaman ini akan terbentuk sebuah kepercayaan. Seseorang akan mempercayai bahwa obyek tersebut memiliki beberapa manfaat (Djaali, 2023). Dengan minat yang tinggi tentu akan dapat meningkatkan jumlah nasabah Bank Syariah di tengah persaingan antar lembaga keuangan yang semakin ketat.

Meski sebagai negara yang mayoritas Islam, tetapi pangsa pasar Bank Syariah masih tertinggal jauh dari Bank Konvensional. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) melaporkan pada kuartal pertama tahun 2024, pangsa pasar Perbankan Syariah di Indonesia hanya sebesar 7,38%, kalah jauh dibanding pangsa pasar Perbankan Konvensional yang mencapai 92,62%.

Hal ini menunjukkan bahwa minat masyarakat untuk bertransaksi menggunakan produk Perbankan Syariah masih rendah. Banyak faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menggunakan produk Perbankan Syariah baik secara internal maupun eksternal. Adapun faktor internal yang berkaitan erat dengan minat seseorang menggunakan produk Perbankan Syariah yaitu pengetahuan, religiusitas dan motif rasional.

Pengetahuan adalah pola perilaku yang dimiliki konsumen dipengaruhi oleh pengetahuan mereka dengan tingkat pengetahuan yang dimilikinya konsumen dapat memproses informasi yang baru, membuat pertimbangan dan mengambil keputusan.

Dalam menghadapi penawaran produk/jasa, informasi yang dimiliki oleh masyarakat mengenai produk/jasa akan mempengaruhi perilaku dalam pembelian produk/jasa (Sinulingga et al., 2023). Salah satu faktor yang paling mendasar dalam mengembangkan produk-produk di Bank Syariah dikalangan masyarakat adalah pengetahuan. Karena, pengetahuan dan informasi masyarakat tentang Bank Syariah masih sangat rendah di sebabkan oleh semakin melekatnya konsep bank umum (konvensional) di kalangan masyarakat sehingga membuat banyak masyarakat yang menggunakan jasa Bank Konvensional di bandingkan dengan jasa Bank Syariah (Jumiati, 2020).

Pemahaman dan pengetahuan masyarakat tentang Bank Syariah terhadap minat juga akan mempengaruhi pandangan masyarakat mengenai Bank Syariah itu sendiri. Dengan kata lain bahwa pandangan masyarakat terhadap Bank Syariah tergantung dengan apa yang mereka ketahui. Maka dari itu peneliti secara khusus tertarik untuk menguji apakah pengetahuan berpengaruh terhadap minat masyarakat menggunakan produk Perbankan syariah (Sidi & Melina, 2022).

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 (Mara et al., 2023).

Agama adalah hal menentukan perilaku seseorang, sehingga religiusitas menjadi salah satu instusi sosial yang memiliki pengaruh terhadap sikap, nilai dan perilaku masyarakat baik secara individu atau pun dalam kelompok masyarakat. Religiusitas ditentukan dalam konteks sebagai individu yang berkomitmen pada nilai-nilai agamanya sehingga nilai-nilai tersebut tercermin dalam sikap dan perilaku individu. Hal ini menjadikan religiusitas sebagai dari perilaku konsumen yang memiliki pengaruh dalam masyarakat (Hakim et al., 2022).

Selain itu, tidak bisa dipungkiri timbulnya minat menggunakan produk Bank Syariah adalah motif rasional yang dimiliki oleh orang tersebut. Motif yang berdasarkan rasional akan menentukan pilihan terhadap suatu produk dengan memikirkan secara matang serta dipertimbangkan terlebih dahulu untuk membeli produk tersebut. Kecenderungan yang akan dirasakan oleh konsumen tersebut sangat puas (Setiadi & Se, 2019). Dengan mempertimbangkan banyak hal yang menyangkut rasionalitas keuntungan bertransaksi tentu saja mengakibatkan timbulnya minat pada dalam diri seseorang.

Salah satu Bank Syariah yang banyak nasabahnya yaitu Bank SUMUT Syariah KCP Stabat, sehingga menarik untuk diteliti sejauh mana hubungan antara pengetahuan, religiusitas dan motif rasional terhadap minat nasabah memilih Bank SUMUT Syariah KCP Stabat, sehingga penulis menuangkannya menjadi penelitian dalam bentuk skripsi dengan judul “Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Motif Rasional Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Produk Bank SUMUT Syariah KCP Stabat”.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif korelasi. Penelitian korelasi ialah penelitian yang dimaksudkan untuk mengetahui hubungan suatu variabel dari dua kelompok yang berbeda (Suharsaputra, 2022). Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui hubungan antara Pengetahuan (X1), Religiusitas (X2), Motif Rasional (X3) terhadap Minat (Y) Masyarakat Menggunakan Produk Bank SUMUT Syariah KCP Stabatbaik secara parsial maupun simultan. Lokasi penelitian adalah tempat di mana lokasi penelitian itu akan dilakukan yaitu di PT. Bank SUMUT Syariah KCP Stabat.

Sumber primer dalam penelitian ini sumber data yang diperoleh langsung dari jawaban kuesioner yang disebar kepada responden penelitian yakni nasabah Bank SUMUT Syariah KCP Stabat. Sedangkan data skunder data ini diperoleh dari perpustakaan, profil lembaga, data nasabah, website dan data-data lain yang terkait dalam penelitian ini. Populasi adalah seluruh nasabah Bank SUMUT Syariah KCP Stabat yang masih aktif saat penelitian dilakukan yakni berjumlah 13.929 orang nasabah. Sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 100 orang nasabah Bank SUMUT Syariah KCP Stabat yang masih aktif saat penelitian dilakukan. Analisis data yang dilakukan yaitu dengan pendekatan kuantitatif. Alat analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda dengan bantuan program komputer yaitu SPSS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Penyajian Data

Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh pengetahuan, religiusitas dan motif rasional terhadap minat masyarakat menggunakan produk Bank SUMUT Syariah KCP Stabat baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini dilakukan mulai tanggal 13 November 2024 sampai 04 Desember 2024. Responden pada penelitian ini adalah nasabah Bank SUMUT Syariah KCP Stabat yang masih aktif saat penelitian dilakukan dengan jumlah sampel 100 orang nasabah.

Pengambilan data primer pada penelitian ini melalui angket yang disebar kepada nasabah yang telah sesuai dengan kriteria yang dijadikan responden. Angket yang disebar yaitu variabel Pengetahuan (X1), variabel Religiusitas (X2), variabel Motif Rasional (X3) dan variabel Minat (Y) masyarakat menggunakan produk Bank SUMUT Syariah KCP Stabat 6 pernyataan.

Berdasarkan angket penelitian yang disebar kepada responden penelitian, adapun data yang diperoleh dapat disajikan sebagai berikut:

1. Karakteristik Responden
 - a. Jenis Kelamin

Distribusi jawaban responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat berdasarkan tabel berikut:

Tabel 1: Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden
1	Laki-laki	59
2	Perempuan	41
Jumlah		100

Sumber: Data Diolah

Responden berdasarkan jenis kelamin pada penelitian ini di dominasi oleh laki-laki sebanyak 59 orang dan perempuan sebanyak 41 orang.

b. Usia

Distribusi jawaban responden berdasarkan usia dapat dilihat berdasarkan tabel berikut:

Tabel 2: Distribusi Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah Responden
1	< 20 Tahun	14
2	21-30 Tahun	32
3	31-40 Tahun	27
4	41-50 Tahun	17
5	> 50 Tahun	10
Jumlah		100

Sumber: Data Diolah

Dari tabel di atas terlihat bahwa usia dari responden yang dijadikan sampel, yang usianya < 20 Tahun ada 14 orang, yang usianya 21 s/d 30 tahun ada 32 orang, yang usianya antara 31 s/d 40 tahun ada 27 orang, yang usianya antara 41 s/d 50 tahun ada 17 orang, dan yang usianya lebih dari 50 tahun ada 0 orang.

c. Pekerjaan

Distribusi jawaban responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat berdasarkan tabel berikut:

Tabel 3: Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah Responden
1	PNS/Pegawai Daerah	9
2	TNI/Polri	4
3	Karyawan Swasta	22
4	Pedagang	11

5	Petani	4
6	Peternak	6
7	Wiraswasta	14
8	Pelajar/Mahasiswa	18
9	Lainnya	12
Jumlah		100

Sumber: Data Diolah

Dari tabel di atas, responden yang menjadi sampel penelitian ini didominasi nasabah yang masih berstatus karyawan swasta 22 orang, pelajar/mahasiswa 18 orang, wiraswasta 14 orang, pekerjaan lainnya 12 orang, pedagang 11 orang, PNS/Pegawai Daerah 9 orang, peternak 6 orang, petani 4 orang dan TNI/Polri 4 orang.

d. Pendidikan

Distribusi jawaban responden berdasarkan pendidikan terakhir dapat dilihat berdasarkan tabel berikut:

Tabel 4: Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan	Jumlah Responden
1	SMP	9
2	SMA	63
3	Diploma	4
3	S1	24
4	S2	-
Jumlah		100

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan tingkat pendidikan terakhir responden penelitian didominasi oleh tamatan SMA sebanyak 63 orang, tamatan S1 sebanyak 24 orang, tamatan SMP sebanyak 9 orang, dan tamatan Diploma sebanyak 4 orang.

2. Deskripsi Hasil Jawaban Responden

Tabulasi hasil jawaban kuesioner yang disebar kepada responden penelitian dapat dilihat di lampiran, sedangkan hasil deskripsi hasil jawaban responden dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5: Deskripsi Hasil Jawaban Responden

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pengetahuan	100	19	30	25.22	3.199

Religiusitas	100	16	30	24.84	3.212
Motif Rasional	100	19	30	24.99	2.959
Minat	100	18	30	24.72	3.297
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan hasil uji analisis deskriptif variabel Pengetahuan (X1) dengan jumlah data N sebanyak 100 mempunyai nilai minimum 19, nilai maksimum 30, mean 25,22 dan standart deviation 3,199. Variabel Religiusitas (X2) dengan jumlah data N sebanyak 100 mempunyai nilai minimum 16, nilai maksimum 30, mean 24,84 dan standart deviation 3,212. Motif Rasional (X3) dengan jumlah data N sebanyak 100 mempunyai nilai minimum 19, nilai maksimum 30, mean 24,99 dan standart deviation 2,959. Variabel Minat (Y) dengan jumlah data N sebanyak 100 mempunyai nilai minimum 18, nilai maksimum 30, mean 24,72 dan standart deviation 3,297.

B. Hasil Penelitian

Data yang diperoleh, selanjutnya penulis olah menggunakan Microsoft Excel dan SPSS. Berikut hasil penelitian dari data yang diolah tersebut:

1. Uji Kualitas Data
 - a. Uji Validitas

Sebelum menentukan sebuah angket valid atau tidak, terlebih dahulu harus diketahui nilai rtabel. Nilai rtabel yang diperoleh akan dibandingkan nilai rhitung yang diperoleh menggunakan SPSS rtabel : 0,1986. Berikut adalah hasil uji validitas dan reliabilitas angket dengan menggunakan program SPSS yang dilakukan penelitian kepada 100 orang responden dengan variabel Pengetahuan (X1) 4 pernyataan, variabel Religiusitas (X2) 4 pernyataan variabel Minat (Y) 4 pernyataan. Hasil yang diperoleh sebagai berikut:

Tabel 6: Ringkasan Uji Validitas

t_{hitung}	r_{hitung}	$r_{tabel} \alpha = 0,05 ; n = 100$	Keputusan
Pengetahuan (X1)			
1	0,720	0,1986	Valid
2	0,907	0,1986	Valid
3	0,812	0,1986	Valid
4	0,755	0,1986	Valid
5	0,818	0,1986	Valid
6	0,773	0,1986	Valid

Religiusitas (X2)			
7	0,764	0,1986	Valid
8	0,873	0,1986	Valid
9	0,776	0,1986	Valid
10	0,770	0,1986	Valid
11	0,781	0,1986	Valid
12	0,720	0,1986	Valid
Motif Rasional (X3)			
13	0,683	0,1986	Valid
14	0,859	0,1986	Valid
15	0,767	0,1986	Valid
16	0,694	0,1986	Valid
17	0,820	0,1986	Valid
18	0,806	0,1986	Valid
Minat (Y)			
19	0,882	0,1986	Valid
20	0,907	0,1986	Valid
21	0,770	0,1986	Valid
22	0,814	0,1986	Valid
23	0,721	0,1986	Valid
24	0,774	0,1986	Valid

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa seluruh item nilainya lebih besar dari nilai rtabel sebesar 0,1986 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 7: Ringkasan Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Yang Diisyaratkan	Keterangan

1	Pengetahuan (X1)	79,9%	> 60 %	Reliabel
2	Religiusitas (X2)	79,5%	> 60 %	Reliabel
3	Motif Rasional (X3)	79,4%	> 60 %	Reliabel
4	Minat (Y)	80,1%	> 60 %	Reliabel

Sumber: Data Diolah

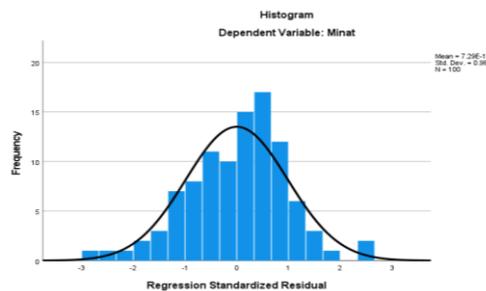
Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai cronbach alpha variabel Pengetahuan (X1) yaitu 79,9% > 60%, variabel Religiusitas (X2) yaitu 79,5% > 60%, variabel Motif Rasional (X3) yaitu 79,4% > 60% dan variabel Minat (Y) yaitu 80,1% > 60%. Maka setiap variabel yang diujikan reliabel atau konsisten, sehingga data yang diperoleh dari angket dinyatakan dapat dipercaya dan dianalisa.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan uji grafik histogram dan uji Normal Probability Plot (Normal P-P Plot). Berikut hasilnya:

1) Uji Grafik Histogram

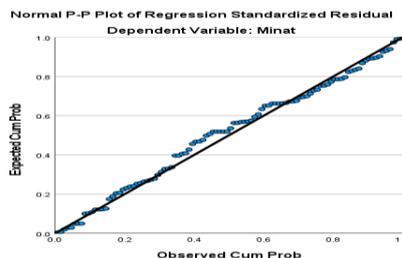


Gambar 1: Grafik Histogram

Sumber: Output SPSS

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



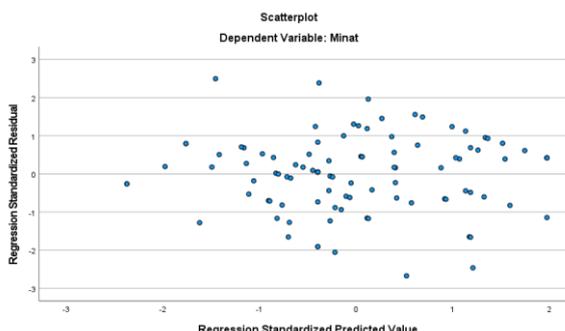
Gambar 2: Grafik P-P Plot

Sumber: Output SPSS

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

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas pada penelitian ini menggunakan grafik scatterplot. Berikut hasilnya:



Gambar 3: Scatterplot

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan tampilan Scatterplot pada gambar di atas dapat disimpulkan bahwa plot menyebar secara acak di atas maupun dibawah angka nol pada sumbu Regression Studentized Residual. Oleh karena itu pada model regresi yang dibentuk dinyatakan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas

4) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas pada penelitian ini menggunakan nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Berikut hasilnya:

Tabel 8: Uji Multikolinieritas

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	3.682	2.574		1.431	.156		
Pengetahuan	.244	.091	.237	2.684	.009	.778	1.285
Religiusitas	.325	.101	.317	3.222	.002	.627	1.596
Motif Rasional	.272	.115	.244	2.369	.020	.573	1.746

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan tabel di atas, nilai Tolerance variabel Pengetahuan (X1) yaitu 0,778 dan nilai VIF yaitu 1,285. Nilai Tolerance variabel Religiusitas (X2) yaitu 0,627 dan nilai VIF yaitu 1,596. Nilai Tolerance variabel Religiusitas (X2) yaitu 0,573 dan nilai VIF yaitu 1,746. Dapat disimpulkan bahwa model regresi dinyatakan bebas dari multikolinearitas karena nilai tolerance > 0,10 dan nilai VIF < 10.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi pada penelitian ini menggunakan uji Durbin-Watson (DW). Berikut hasilnya:

Tabel 9 Uji Autokorelasi

Model Summary ^b						
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson	
1	.646 ^a	.417	.399	2.556	1.993	

a. Predictors: (Constant), Motif Rasional, Pengetahun, Religiusitas

b. Dependent Variable: Minat

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan tdi atas, nilai Durbin-Watson yaitu 1,993. Maka dapat disimpulkan pada model regresi ini tidak terdapat gejala autokorelasi karena nilai Durbin-Watson berada diantara -2 sampai +2 atau $-2 < 1,993 < 2$

3. Uji Hipotesis

a. Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel independen secara individual (parsial). Adapun dasar uji hipotesis uji t:

- 1) Jika nilai sig < 0,05 atau thitung > ttabel maka terdapat pengaruh variabel X terhadap Y.
- 2) Jika nilai sig > 0,05 atau thitung < ttabel maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap Y.

Sebelum melakukan uji t, terlebih dahulu harus diketahui nilai ttabel. Nilai ttabel yang diperoleh akan dibandingkan nilai thitung yang diperoleh menggunakan SPSS t_{tabel} : 1,98498. Setelah mengetahui nilai ttabel maka langkah selanjutnya mencari thitung. Pada penelitian ini thitung diperoleh dari pengolahan data menggunakan program komputer SPSS. Berikut nilai thitung setelah penulis melakukan pengolahan data menggunakan SPSS:

Tabel 10: Uji t

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1 (Constant)	3.682	2.574		1.431	.156		
Pengetahun	.244	.091	.237	2.684	.009	.778	1.285
Religiusitas	.325	.101	.317	3.222	.002	.627	1.596
Motif Rasional	.272	.115	.244	2.369	.020	.573	1.746

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Outpus SPSS

Hasil uji t (parsial) yang terdapat dalam tabel berikut dapat dijelaskan yaitu:

1) Uji t Terhadap Variabel Pengetahuan (X1)

Hasil yang didapat pada tabel 4.10 variabel Pengetahuan (X1) secara statistik menunjukkan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 atau (0,009 <

0,05) dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,684 > 1,98498$) maka terdapat pengaruh variabel X terhadap Variabel Y. Hipotesis yang diterima yaitu $H_a 1$ yaitu terdapat pengaruh yang signifikan antara pengetahuan terhadap minat masyarakat menggunakan produk Bank SUMUT Syariah KCP Stabat.

2) Uji t Terhadap Variabel Religiusitas (X2)

Hasil yang didapat pada tabel 4.10 variabel Religiusitas (X2) secara statistik menunjukkan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 atau ($0,020 < 0,05$) dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,222 > 1,98498$) maka terdapat pengaruh variabel X terhadap Variabel Y. Hipotesis yang diterima yaitu $H_a 2$ yaitu terdapat pengaruh yang signifikan antara religiusitas terhadap minat masyarakat menggunakan produk Bank SUMUT Syariah KCP Stabat.

3) Uji t Terhadap Motif Rasional (X3)

Hasil yang didapat pada tabel 4.10 variabel Motif Rasional (X3) secara statistik menunjukkan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 atau ($0,002 < 0,05$) dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,369 > 1,98498$) maka terdapat pengaruh variabel X terhadap Variabel Y. Hipotesis yang diterima yaitu $H_a 3$ yaitu terdapat pengaruh yang signifikan antara motif rasional terhadap minat masyarakat menggunakan produk Bank SUMUT Syariah KCP Stabat.

b. Uji F (Uji Simultan)

Uji Fhitung digunakan untuk menguji pengaruh secara simultan variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Rumus/Dasar pengambilan keputusan Uji F yakni sebagai berikut:

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

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 $F_{tabel} : 2,70$. Setelah mengetahui nilai F_{tabel} , maka selanjutnya mencari nilai Fhitung menggunakan SPSS yakni sebagai berikut hasilnya:

Tabel 11: Uji f

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	449.102	3	149.701	22.919	.000 ^b
	Residual	627.058	96	6.532		
	Total	1076.160	99			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), Motif Rasional, Pengetahun, Religiusitas

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan tabel di atas, nilai Fhitung diperoleh 22,919 dengan nilai signifikansi 0,000. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) dan nilai Fhitung $> F_{tabel}$ ($22,919 > 2,70$), maka variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikatnya. Hipotesis yang diterima $H_a 4$ yaitu terdapat pengaruh yang

signifikan antara pengetahuan, religiusitas dan motif rasional secara bersama-sama terhadap minat masyarakat menggunakan produk Bank SUMUT Syariah KCP Stabat.

4. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi atau R square merupakan besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Mengenai hasil uji Koefisien Determinasi dapat dilihat pada tabel:

Tabel 12: Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b						
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson	
1	.646 ^a	.417	.399	2.556	1.993	

a. Predictors: (Constant), Motif Rasional, Pengetahun, Religiusitas

b. Dependent Variable: Minat

Sumber: Output SPSS

Besarnya angka R Square adalah 0,417 atau sebesar 41,7%. Dapat disimpulkan bahwa Pengetahuan (X1), Religiusitas (X2) dan Motif Rasional (X3) mempengaruhi Minat (Y) masyarakat menggunakan produk Bank SUMUT Syariah KCP Stabat sebesar 41,7%, sedangkan sisanya sebesar 58,3% (100% - 41,7%) dipengaruhi oleh variabel-variabel lain seperti inovasi produk, kualitas pelayanan, kepercayaan, reputasi, promosi, aksesibilitas dan lain-lain. Selanjutnya untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel terikat terhadap variabel terikatnya digunakan rumus Sumbangan Efektif (SE) dengan rumus sebagai berikut:

$$SE(X)\% = \text{Koefisien Regresi (Beta)} \times \text{Koefisien Korelasi} \times 100\%$$

5. Uji Regresi Linear Berganda

Regresi linier berganda digunakan untuk memprediksi keadaan dimasa yang akan datang berdasarkan data masa lalu untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap jumlah variabel yang tidak bebas. Selengkapnya mengenai regresi linier berganda pada penelitian ini:

Tabel 13: Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1 (Constant)	3.682	2.574		1.431	.156		
Pengetahun	.244	.091	.237	2.684	.009	.778	1.285
Religiusitas	.325	.101	.317	3.222	.002	.627	1.596
Motif Rasional	.272	.115	.244	2.369	.020	.573	1.746

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan tabel di atas maka diperoleh model persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 3,682 + 0,244X1 + 0,325X2 + 0,272X3$$

Penjelasan mengenai analisis regresi linear berganda tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Konstanta sebesar 3,682 artinya jika variabel Pengetahuan (X1), Religiusitas (X2) dan Motif Rasional (X3) nilainya adalah 0, maka Minat (Y) nilainya yaitu sebesar 3,682. Maksudnya adalah apabila masyarakat tidak memiliki pengetahuan tentang Bank Syariah, tidak memiliki religiusitas dan tidak memikirkan motif rasional maka minat masyarakat menggunakan produk Bank SUMUT Syariah KCP Stabat hanya akan mengalami peningkatan sebesar 3,682%.
- b. Koefisien regresi variabel harga (X1) sebesar 0,244; artinya ketika variabel Pengetahuan (X1) mengalami kenaikan 100% maka minat masyarakat menggunakan produk Bank SUMUT Syariah KCP Stabat akan mengalami kenaikan sebesar 24,4%. Koefisien bernilai positif artinya terdapat hubungan yang sejalan antara variabel X1 terhadap Y.
- c. Koefisien regresi variabel harga (X2) sebesar 0,325; artinya ketika variabel Religiusitas (X2) mengalami kenaikan 100% maka minat masyarakat menggunakan produk Bank SUMUT Syariah KCP Stabat akan mengalami kenaikan sebesar akan mengalami kenaikan sebesar 32,5%. Koefisien bernilai positif artinya terdapat hubungan yang sejalan antara variabel X2 terhadap Y.
- d. Koefisien regresi variabel harga (X3) sebesar 0,272; artinya ketika variabel Motif Rasional (X3) mengalami kenaikan 100% maka minat masyarakat menggunakan produk Bank SUMUT Syariah KCP Stabat akan mengalami kenaikan sebesar akan mengalami kenaikan sebesar 27,2%. Koefisien bernilai positif artinya terdapat hubungan yang sejalan antara variabel X₂ terhadap Y.

C. Hasil Analisis Data

Berikut adalah hasil analisis data yang telah penulis lakukan yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Produk Bank SUMUT Syariah KCP Stabat

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat dijelaskan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pengetahuan terhadap minat masyarakat menggunakan produk Bank SUMUT Syariah KCP Stabat. Hal ini diperoleh melalui hasil uji hipotesis yaitu uji t (parsial) menggunakan SPSS yang mendapatkan hasil variabel Pengetahuan (X1) secara statistik menunjukkan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 atau ($0,009 < 0,05$) dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,684 > 1,98498$) maka terdapat pengaruh variabel X terhadap Variabel Y.

Selain itu dapat dijelaskan dari total 41,7% pengaruh Pengetahuan (X1), Religiusitas (X2) dan Motif Rasional (X2) terhadap Minat (Y) masyarakat menggunakan produk Bank SUMUT Syariah KCP Stabat didapati hasil bahwa secara parsial Pengetahuan (X₁) mempengaruhi Minat (Y) masyarakat menggunakan produk Bank SUMUT Syariah KCP Stabat sebesar 11%.

2. Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Produk Bank SUMUT Syariah KCP Stabat

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat dijelaskan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara religiusitas terhadap minat masyarakat menggunakan produk Bank SUMUT Syariah KCP Stabat. Hal ini diperoleh melalui hasil uji hipotesis yaitu uji t (parsial) menggunakan SPSS yang mendapatkan hasil variabel Religiusitas (X2) secara statistik menunjukkan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 atau ($0,020 < 0,05$) dan thitung $>$ ttabel ($3,222 > 1,98498$) maka terdapat pengaruh variabel X terhadap Variabel Y.

Selain itu dapat dijelaskan dari total 41,7% pengaruh Pengetahuan (X1), Religiusitas (X2) dan Motif Rasional (X2) terhadap Minat (Y) masyarakat menggunakan produk Bank SUMUT Syariah KCP Stabat didapati hasil bahwa secara parsial Religiusitas (X2) mempengaruhi Minat (Y) masyarakat menggunakan produk Bank SUMUT Syariah KCP Stabat sebesar 17,5%.

3. Pengaruh Motif Rasional Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Produk Bank SUMUT Syariah KCP Stabat

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat dijelaskan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara motif rasional terhadap minat masyarakat menggunakan produk Bank SUMUT Syariah KCP Stabat. Hal ini diperoleh melalui hasil uji hipotesis yaitu uji t (parsial) menggunakan SPSS yang mendapatkan hasil variabel Motif Rasional (X3) secara statistik menunjukkan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 atau ($0,002 < 0,05$) dan thitung $>$ ttabel ($2,369 > 1,98498$) maka terdapat pengaruh variabel X terhadap Variabel Y.

Selain itu dapat dijelaskan dari total 41,7% pengaruh Pengetahuan (X1), Religiusitas (X2) dan Motif Rasional (X3) terhadap Minat (Y) masyarakat menggunakan produk Bank SUMUT Syariah KCP Stabat didapati hasil bahwa secara parsial Motif Rasional (X3) mempengaruhi Minat (Y) masyarakat menggunakan produk Bank SUMUT Syariah KCP Stabat sebesar 13,2%.

4. Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas Dan Motif Rasional Secara Bersama-Sama Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Produk Bank SUMUT Syariah KCP Stabat

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat dijelaskan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pengetahuan, religiusitas dan motif rasional secara bersama-sama terhadap minat masyarakat menggunakan produk Bank SUMUT Syariah KCP Stabat. Hal ini diperoleh melalui hasil uji hipotesis yaitu uji F (simultan) menggunakan SPSS yang mendapatkan hasil nilai Fhitung diperoleh 22,919 dengan nilai signifikansi 0,000. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) dan nilai Fhitung $>$ Ftabel ($22,919 > 2,70$), maka variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikatnya.

Pengetahuan (X1), Religiusitas (X2) dan Motif Rasional (X3) mempengaruhi Minat (Y) masyarakat menggunakan produk Bank SUMUT Syariah KCP Stabat sebesar 41,7%, sedangkan sisanya sebesar 58,3% ($100\% - 41,7\%$) dipengaruhi oleh variabel-variabel lain seperti inovasi produk, kualitas pelayanan, kepercayaan, reputasi, promosi, aksesibilitas dan lain-lain.

D. Pembahasan

Sebelum memutuskan memilih menggunakan produk Bank Syariah, tahapan sebelumnya adalah minat yang dimiliki pada Bank Syariah. Minat adalah perasaan suka yang timbul atas aktivitasnya. Minat pada dasarnya proses penerimaan akan suatu obyek. Semakin tinggi tingkat penerimaan atau pemahaman maka semakin besar minatnya. Dengan minat yang tinggi tentu akan dapat meningkatkan jumlah nasabah Bank Syariah di tengah persaingan antar lembaga keuangan yang semakin ketat. Banyak faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menggunakan produk Perbankan Syariah baik secara internal maupun eksternal. Adapun faktor internal yang berkaitan erat dengan minat seseorang menggunakan produk Perbankan Syariah yaitu pengetahuan, religiusitas dan motif rasional.

Terkait pengaruh pengetahuan, religiusitas dan motif rasional terhadap minat masyarakat menggunakan produk Bank SUMUT Syariah KCP Stabat baik secara parsial maupun simultan dari penelitian yang telah dilakukan dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Produk Bank SUMUT Syariah KCP Stabat

\ Salah satu faktor yang paling mendasar dalam mengembangkan produk-produk di Bank Syariah dikalangan masyarakat adalah pengetahuan. Karena, pengetahuan dan informasi masyarakat tentang Bank Syariah masih sangat rendah di sebabkan oleh semakin melekatnya konsep bank umum (konvensional) di kalangan masyarakat sehingga membuat banyak masyarakat yang menggunakan jasa Bank Konvensional di bandingkan dengan jasa Bank Syariah.

Pemahaman dan pengetahuan masyarakat tentang Bank Syariah terhadap minat juga akan mempengaruhi pandangan masyarakat mengenai Bank Syariah itu sendiri. Dengan kata lain bahwa pandangan masyarakat terhadap Bank Syariah tergantung dengan apa yang mereka ketahui. Maka dari itu peneliti secara khusus tertarik untuk menguji apakah pengetahuan berpengaruh terhadap minat masyarakat menggunakan produk Perbankan Syariah

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat dijelaskan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pengetahuan terhadap minat masyarakat menggunakan produk Bank SUMUT Syariah KCP Stabat. Hal ini diperoleh melalui hasil uji hipotesis yaitu uji t (parsial) menggunakan SPSS yang mendapatkan hasil variabel Pengetahuan (X1) secara statistik menunjukkan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 atau ($0,009 < 0,05$) dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,684 > 1,98498$) maka terdapat pengaruh variabel X terhadap Variabel Y. Dari total 41,7% pengaruh Pengetahuan (X1), Religiusitas (X2) dan Motif Rasional (X2) terhadap Minat (Y) masyarakat menggunakan produk Bank SUMUT Syariah KCP Stabat didapati hasil bahwa secara parsial Pengetahuan (X1) mempengaruhi Minat (Y) masyarakat menggunakan produk Bank SUMUT Syariah KCP Stabat sebesar 11%.

Terdapat hubungan yang positif atau sejalan antara variabel bebas Pengetahuan (X1) terhadap Minat (Y) masyarakat menggunakan produk Bank SUMUT Syariah KCP Stabat. Artinya pengaruh yang ditimbulkan oleh variabel bebas yaitu positif atau sejalan. Semakin meningkat pengetahuan masyarakat tentang Bank Syariah maka

semakin meningkat juga minat menggunakan produk Bank SUMUT Syariah KCP Stabat, begitupun sebaliknya jika pengetahuan tentang Bank Syariah menurun maka minat menggunakan produk Bank SUMUT Syariah KCP Stabat juga akan menurun.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan Faqih Wildan Hakim (2020), Nikmatun Khoiriah Hasibuan (2022), Rizka Serla Amalinda Fiosofi (2019) dan Siti Wardah Hardiana (2022) yang menyatakan terdapat pengaruh pengetahuan terhadap minat masyarakat menggunakan produk Bank Syariah.

2. Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Produk Bank SUMUT Syariah KCP Stabat

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.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat dijelaskan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara religiusitas terhadap minat masyarakat menggunakan produk Bank SUMUT Syariah KCP Stabat. Hal ini diperoleh melalui hasil uji hipotesis yaitu uji t (parsial) menggunakan SPSS yang mendapatkan hasil variabel Religiusitas (X2) secara statistik menunjukkan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 atau ($0,020 < 0,05$) dan thitung $>$ ttabel ($3,222 > 1,98498$) maka terdapat pengaruh variabel X terhadap Variabel Y. Dari total 41,7% pengaruh Pengetahuan (X1), Religiusitas (X2) dan Motif Rasional (X2) terhadap Minat (Y) masyarakat menggunakan produk Bank SUMUT Syariah KCP Stabat didapati hasil bahwa secara parsial Religiusitas (X2) mempengaruhi Minat (Y) masyarakat menggunakan produk Bank SUMUT Syariah KCP Stabat sebesar 17,5%.

Terdapat hubungan yang positif atau sejalan antara variabel bebas Religiusitas (X2) terhadap Minat (Y) masyarakat menggunakan produk Bank SUMUT Syariah KCP Stabat. Artinya pengaruh yang ditimbulkan oleh variabel bebas yaitu positif atau sejalan. Semakin meningkat religiusitas pada diri seseorang maka semakin meningkat juga minat menggunakan produk Bank SUMUT Syariah KCP Stabat, begitupun sebaliknya jika religiusitas menurun maka minat menggunakan produk Bank SUMUT Syariah KCP Stabat juga akan menurun.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan Faqih Wildan Hakim (2020) dan Siti Wardah Hardiana (2022) yang menyatakan terdapat pengaruh religiusitas terhadap minat masyarakat menggunakan produk Bank Syariah.

3. Pengaruh Motif Rasional Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Produk Bank SUMUT Syariah KCP Stabat

Selain pengetahuan dan religiusitas, tidak bisa dipungkiri timbulnya minat menggunakan produk Bank Syariah adalah motif rasional yang dimiliki oleh orang tersebut. Motif yang berdasarkan rasional akan menentukan pilihan terhadap suatu produk dengan memikirkan secara matang serta dipertimbangkan terlebih dahulu untuk membeli produk tersebut. Dengan mempertimbangkan banyak hal yang menyangkut rasionalitas keuntungan bertransaksi tentu saja mengakibatkan timbulnya minat pada dalam diri seseorang.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat dijelaskan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara motif rasional terhadap minat masyarakat menggunakan produk Bank SUMUT Syariah KCP Stabat. Hal ini diperoleh melalui hasil uji hipotesis yaitu uji t (parsial) menggunakan SPSS yang mendapatkan hasil variabel Motif Rasional (X3) secara statistik menunjukkan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 atau ($0,002 < 0,05$) dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,369 > 1,98498$) maka terdapat pengaruh variabel X terhadap Variabel Y. Dari total 41,7% pengaruh Pengetahuan (X1), Religiusitas (X2) dan Motif Rasional (X3) terhadap Minat (Y) masyarakat menggunakan produk Bank SUMUT Syariah KCP Stabat didapati hasil bahwa secara parsial Motif Rasional (X3) mempengaruhi Minat (Y) masyarakat menggunakan produk Bank SUMUT Syariah KCP Stabat sebesar 13,2%.

Terdapat hubungan yang positif atau sejalan antara variabel bebas Religiusitas (X2) terhadap Minat (Y) masyarakat menggunakan produk Bank SUMUT Syariah KCP Stabat. Artinya pengaruh yang ditimbulkan oleh variabel bebas yaitu positif atau sejalan. Semakin meningkat motif rasional maka semakin meningkat juga minat menggunakan produk Bank SUMUT Syariah KCP Stabat, begitupun sebaliknya jika motif rasional menurun maka minat menggunakan produk Bank SUMUT Syariah KCP Stabat juga akan menurun.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan Irwana (2020) yang menyatakan terdapat pengaruh motif rasional terhadap minat masyarakat menggunakan produk Bank Syariah.

4. Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas Dan Motif Rasional Secara Bersama-Sama Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Produk Bank SUMUT Syariah KCP Stabat

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat dijelaskan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pengetahuan, religiusitas dan motif rasional secara bersama-sama terhadap minat masyarakat menggunakan produk Bank SUMUT Syariah KCP Stabat. Hal ini diperoleh melalui hasil uji hipotesis yaitu uji F (simultan) menggunakan SPSS yang mendapatkan hasil nilai F_{hitung} diperoleh 22,919 dengan nilai signifikansi 0,000. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) dan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($22,919 > 2,70$), maka variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikatnya.

Pengetahuan (X1), Religiusitas (X2) dan Motif Rasional (X3) mempengaruhi Minat (Y) masyarakat menggunakan produk Bank SUMUT Syariah KCP Stabat sebesar 41,7%, sedangkan sisanya sebesar 58,3% ($100\% - 41,7\%$) dipengaruhi oleh variabel-variabel lain seperti inovasi produk, kualitas pelayanan, kepercayaan, reputasi, promosi, aksesibilitas dan lain-lain.

Terdapat hubungan yang positif atau sejalan antara variabel bebas Pengetahuan (X1), Religiusitas (X2) dan Motif Rasional (X3) terhadap Minat (Y) masyarakat menggunakan produk Bank SUMUT Syariah KCP Stabat. Artinya pengaruh yang ditimbulkan oleh variabel bebas yaitu positif atau sejalan.

KESIMPULAN

Kesimpulan Berdasarkan hasil penelitian yang telah di bahas, maka dapat diambil kesimpulan dari penelitian ini bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pengetahuan terhadap minat masyarakat menggunakan produk Bank SUMUT Syariah KCP Stabat. Hal ini diperoleh melalui hasil uji hipotesis yaitu uji t (parsial) menggunakan SPSS yang mendapatkan hasil variabel Pengetahuan (X1) secara statistik menunjukkan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 atau ($0,009 < 0,05$) dan thitung $>$ ttabel ($2,684 > 1,98498$) maka terdapat pengaruh variabel X terhadap Variabel Y. Dari total 41,7% pengaruh Pengetahuan (X1), Religiusitas (X2) dan Motif Rasional (X2) terhadap Minat (Y) masyarakat menggunakan produk Bank SUMUT Syariah KCP Stabat didapati hasil bahwa secara parsial Pengetahuan (X1) mempengaruhi Minat (Y) masyarakat menggunakan produk Bank SUMUT Syariah KCP Stabat sebesar 11%.

Terdapat pengaruh yang signifikan antara religiusitas terhadap minat masyarakat menggunakan produk Bank SUMUT Syariah KCP Stabat. Hal ini diperoleh melalui hasil uji hipotesis yaitu uji t (parsial) menggunakan SPSS yang mendapatkan hasil variabel Religiusitas (X2) secara statistik menunjukkan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 atau ($0,020 < 0,05$) dan thitung $>$ ttabel ($3,222 > 1,98498$) maka terdapat pengaruh variabel X terhadap Variabel Y. Dari total 41,7% pengaruh Pengetahuan (X1), Religiusitas (X2) dan Motif Rasional (X2) terhadap Minat (Y) masyarakat menggunakan produk Bank SUMUT Syariah KCP Stabat didapati hasil bahwa secara parsial Religiusitas (X2) mempengaruhi Minat (Y) masyarakat menggunakan produk Bank SUMUT Syariah KCP Stabat sebesar 17,5%.

Terdapat pengaruh yang signifikan antara motif rasional terhadap minat masyarakat menggunakan produk Bank SUMUT Syariah KCP Stabat. Hal ini diperoleh melalui hasil uji hipotesis yaitu uji t (parsial) menggunakan SPSS yang mendapatkan hasil variabel Motif Rasional (X3) secara statistik menunjukkan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 atau ($0,002 < 0,05$) dan thitung $>$ ttabel ($2,369 > 1,98498$) maka terdapat pengaruh variabel X terhadap Variabel Y. Dari total 41,7% pengaruh Pengetahuan (X1), Religiusitas (X2) dan Motif Rasional (X3) terhadap Minat (Y) masyarakat menggunakan produk Bank SUMUT Syariah KCP Stabat didapati hasil bahwa secara parsial Motif Rasional (X3) mempengaruhi Minat (Y) masyarakat menggunakan produk Bank SUMUT Syariah KCP Stabat sebesar 13,2%

Terdapat terdapat pengaruh yang signifikan antara pengetahuan, religiusitas dan motif rasional secara bersama-sama terhadap minat masyarakat menggunakan produk Bank SUMUT Syariah KCP Stabat. Hal ini diperoleh melalui hasil uji hipotesis yaitu uji F (simultan) menggunakan SPSS yang mendapatkan hasil nilai Fhitung diperoleh 22,919 dengan nilai signifikansi 0,000. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) dan nilai Fhitung $>$ Ftabel ($22,919 > 2,70$), maka variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikatnya. Pengetahuan (X1), Religiusitas (X2) dan Motif Rasional (X3) mempengaruhi Minat (Y) masyarakat menggunakan produk Bank SUMUT Syariah KCP Stabat sebesar 41,7% dan pengaruh yang ditimbulkan oleh variabel bebas yaitu positif atau sejalan.

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, T. (2021). *Perbankan Syariah: Teori, Praktik, dan Perkembangan Kontemporer*. Rajawali Press.

- Andrianto, A., & Firmansyah, M. A. (2019). *Manajemen Bank Syariah: Implementansi Teori dan Praktek*. Qiara Media Pustaka.
- Arikunto, S. (2023). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- ARNI, A. (2017). *Pengaruh Motif Rasional Dan Motif Emosional Terhadap Pengambilan Keputusan Memilih Produk Gadai Emas Di Bank Syariah Mandiri (BSM) Palopo*. Institut Agama Islam Negeri Palopo.
- Ascarya. (2022). *Akad & Produk Bank Syariah*. Raja Grafindo Persada.
- Behaki, A., Salim, A., Renaldo, R., & Syariah, E. (2021). Pengaruh Promosi, Citra Perusahaan Dan Tingkat Religiusitas Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah BPRS Tanggamus. *Dinar Islamic Review*, 5(1), 35–48.
- BUR, W. (2023). *Analisis Minat Mahasiswa Iain Palopo Prodi Perbankan Syariah Angkatan 2019 Dalam Memilih Tabungan Wadiah Pada Bank Syariah Indonesia*. Institut Agama Islam Negeri Palopo.
- Dewi, W. W. A., Febriani, N., Destriy, N. A., Tamitiadini, D., Illahi, A. K., Syauki, W. R., Avicenna, F., Avina, D. A. A., & Prasetyo, B. D. (2022). *Teori Perilaku Konsumen*. Universitas Brawijaya Press.
- Dilla, M. (2020). *Pengaruh Religiusitas, Motivasi dan Tingkat Bagi Hasil Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada Bank Syariah di Kota Banda Aceh*. UIN AR-RANIRY.
- Hakim, F. W., Hasan, A., & Putra, I. (2022). Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Produk Perbankan Syariah di Kota Bandar Lampung. *Al-Mashrof: Islamic Banking and Finance*, 3(2), 80–99.
- IRWANA, I. (2021). *Pengaruh Motif Rasional Terhadap Keputusan Memilih Jasa Bank Syariah Dengan Persepsi Sebagai Pemoderisasi*. INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO.
- Jumiati, J. (2020). *Pengaruh Pengetahuan Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Pembiayaan Mudharabah di Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Kelurahan Kamonji)*. IAIN Palu.
- Khotimah, N. (2018). Engaruh Religiusitas, Kepercayaan, Citra Perusahaan, Dan Sistem Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah Menabung Dan Loyalitas Di Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Gresik. *JMM17: Jurnal Ilmu ekonomi dan manajemen*, 5(01).
- Lestari, A. M. (2015). Pengaruh Religiusitas, Produk Bank, Kepercayaan, Pengetahuan dan Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Pada Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya*, 3, No.1, 1–18.
- 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://www.ojk.go.id>

- Muti'ah, N. (2015). *Pengaruh motif rasional dan motif emosional terhadap pengambilan keputusan memilih jasa perbankan syariah: studi pada mahasiswa Program Studi Mu'amalat Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*.
- Nikmah, Z. (2013). Pengaruh dimensi religiusitas masyarakat santri desa Kajen kecamatan Margoyoso kabupaten Pati terhadap minat menabung (studi kasus pada BPRS Artha Mas Abadi). *Skripsi, Fakultas Syari'ah Intitut Agama Islam Negeri Walisongo*.
- Rahayu, M. Y., & Fitriani, A. P. (2023). Pengaruh Literasi Digital, Fitur Layanan dan Brand Image Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Muamalat DIN Di Ponorogo. *Falahiya: Journal of Islamic Banking and Finance*, 2(1), 52–65.
- Romdhoni, A. H. (2018). Pengaruh pengetahuan, kualitas pelayanan, produk, dan religiusitas terhadap minat nasabah untuk menggunakan produk simpanan pada lembaga keuangan mikro syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 4(02), 136–147.
- Rustam, B. R. (2019). *Marketing Bank Syariah 4.0 Konsep dan penerapan Digitalisasi Perbankan di Indonesia*. UPP AMP YKPN.
- Sahputra, J., & Harahap, R. A. (2022). Pengaruh religiusitas terhadap loyalitas nasabah. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 1(1), 1–10.
- Setiadi, N. J. (2017). *Perilaku konsumen, Perspektif Kontemporer tujuan, dan keinginan konsumen (XI)*. Kharisma Putra Utama.
- Setiadi, N. J., & Se, M. M. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga (Vol. 3)*. Prenada Media.
- Sidi, V., & Melina, F. (2022). Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Produk Perbankan Syariah. *ISLAMIC BUSINESS and FINANCE*, 4(2), 131–143.
- Sinulingga, N. A. B., Sihotang, H. T., & Kom, M. (2023). *Perilaku Konsumen: Strategi dan Teori*. Iocs Publisher.
- Utamy, O. dhea budi. (2017). Pengaruh Pengetahuan Bank Syariah, Digital Marketing, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Negeri Purwokerto Tahun Angkatan 2016/2017). *Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(1), 6–7.