



Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Dan Minat Masyarakat Tentang Produk Pembiayaan Bank Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pada Bank Muamalat Cabang Stabat

Sri Banta Nuzuliani Anjli¹, Sri Wahyuni²

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

E-mail nuzuliani14@gmail.com

Abstract :

Increasing the number of financing customers is not an easy thing, many factors influence it, including public knowledge about the financing products offered and interest in financing products. The research aims to determine the influence of public knowledge and interest about financing products on increasing the number of customers at Bank Muamalat Stabat Branch, both partially and simultaneously. This research is a quantitative correlation research with 70 respondents from customers of Bank Muamalat's Stabat Branch financing products. Data analysis in this study used data quality testing, hypothesis testing, and multiple linear regression analysis using the SPSS program. Based on this test, it is clear that partially there is a significant influence between public interest in financing products on the increase in the number of customers at Bank Muamalat Stabat Branch because the significance value is smaller than 0.05 or ($0.004 < 0.05$) and $t_{count} > t_{table}$ ($2.964 > 1.99601$) then there is an influence of variable and $t_{count} > t_{table}$ ($2.964 > 1.99601$) then there is an influence of variable Stabat branch because the significance value is smaller than 0.05 ($0.000 < 0.05$) and the $F_{count} > F_{table}$ value ($24.667 > 3.13$), the independent variable simultaneously influences the dependent variable.

Keywords: Knowledge, Interest, Increase in Number of Customers.

Abstrak

Meningkatkan jumlah nasabah pembiayaan bukan merupakan hal yang mudah, banyak faktor yang mempengaruhi diantaranya pengetahuan masyarakat tentang produk pembiayaan yang ditawarkan dan minat pada produk pembiayaan. Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan dan minat masyarakat tentang produk pembiayaan secara terhadap peningkatan jumlah nasabah pada Bank Muamalat Cabang Stabat baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif korelasi dengan responden nasabah produk pembiayaan Bank Muamalat Cabang Stabat berjumlah 70 orang. Analisis data pada penelitian ini menggunakan uji kualitas data, uji hipotesis, dan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS. Berdasarkan pengujian tersebut menjelaskan bahwa secara parsial pengaruh yang signifikan antara minat masyarakat pada produk pembiayaan terhadap peningkatan jumlah nasabah pada Bank Muamalat Cabang Stabat karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau ($0,004 < 0,05$) dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,964 > 1,99601$) maka terdapat pengaruh variabel X terhadap Variabel Y. Secara parsial Terdapat pengaruh yang signifikan antara minat masyarakat pada produk pembiayaan terhadap peningkatan jumlah nasabah pada Bank Muamalat Cabang Stabat karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau ($0,004 < 0,05$) dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,964 > 1,99601$) maka terdapat pengaruh variabel X terhadap Variabel Y. Secara simultan atau bersama-sama pengaruh yang signifikan secara simultan atau bersama-sama antara pengetahuan dan minat masyarakat pada produk pembiayaan terhadap peningkatan jumlah nasabah pada Bank Muamalat Cabang Stabat karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) dan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($24,667 > 3,13$), maka variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikatnya.

Kata Kunci: Pengetahuan, Minat, Peningkatan Jumlah Nasabah.

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 (Harahap & Soemitra, 2022). 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*).

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 (Novani, 2022).

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 (Rozi & Ziyad, 2019). 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*).

Bank Syariah merupakan salah satu lembaga keuangan yang memiliki fungsi *intermediary*, yaitu menghimpun dana masyarakat dan menyalurkannya dalam bentuk pembiayaan (Suhayati et al., 2022). 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.

Pembiayaan yang disalurkan oleh pihak Bank terhadap deposan akan memberikan kontribusi terhadap peningkatan laba jika dikelola dengan baik. Kegiatan penyaluran dana yang dilakukan oleh Perbankan Syariah harus tetap berpedoman terhadap prinsip kehati-hatian. Pembiayaan pada dasarnya diberikan

atas dasar kepercayaan. Dengan demikian pembiayaan adalah pemberian kepercayaan. Hal ini berarti pembiayaan yang diberikan benar-benar harus diyakini dapat dikembalikan oleh penerima pembiayaan sesuai dengan waktu dan syarat-syarat yang telah disepakati bersama (Putri, 2022).

Pembiayaan-pembiayaan dalam Bank Syariah merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi laba Bank Syariah. Pembiayaan juga merupakan produk yang paling diminati oleh sebagian besar nasabah. Oleh karena itu tingginya minat nasabah untuk menggunakan pembiayaan Bank Syariah, diharapkan memberikan kontribusi terhadap peningkatan laba Bank Syariah (Mukhtisar et al., 2021). Pembiayaan merupakan fungsi Bank dalam menjalankan fungsi penggunaan dana. Dalam kaitan dengan Bank maka ini merupakan fungsi yang terpenting. Dari pembiayaan yang dikeluarkan atau disalurkan Bank diharapkan dapat mendapatkan hasil. Tingkat penghasilan dari pembiayaan (*yield on financing*) merupakan tingkat penghasilan tertinggi dari Bank. Tingkat penghasilan dari setiap jenis pembiayaan juga bervariasi, tergantung pada prinsip pembiayaan yang digunakan dan sektor usaha yang dibiayai (Resti et al., 2021).

Meski pembiayaan merupakan hal yang sangat vital bagi kelangsungan hidup sebuah Bank, namun untuk meningkatkan jumlah nasabah pembiayaan bukan merupakan hal yang mudah. Apalagi di tengah persaingan antar lembaga keuangan yang semakin ketat, dimana lembaga keuangan tersebut pada dasarnya menawarkan produk yang sama. Selain itu banyak faktor yang mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah yang ditandai dengan keputusan nasabah memilih pembiayaan di suatu Bank. diantara faktor tersebut adalah pengetahuan masyarakat tentang produk yang ditawarkan.

Pengetahuan produk atau *product knowledge* merupakan sekumpulan beberapa informasi yang terkait mengenai suatu produk (Resti et al., 2021). 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. Pengetahuan produk yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pengetahuan masyarakat tentang produk pembiayaan yang ditawarkan oleh Bank Syariah (Saputra et al., 2019).

Selain pengetahuan produk faktor lain yang memiliki peran besar dalam meningkatkan jumlah nasabah pembiayaan adalah minat pada produk pembiayaan yang disalurkan tersebut (Duryatun Nafi'ah, 2023). Minat merupakan proses memberikan perhatian dan melakukan tindakan terhadap orang lain yang disertai dengan perasaan senang (Anjani, 2024). Seseorang akan memberikan perhatian lebih terhadap objek yang sedang diamati. Dengan adanya perhatian lebih maka secara tidak langsung seseorang akan berkeinginan mendapatkan objek tersebut. Minat sangat identik dengan sikap. Sikap seseorang terhadap obyek merupakan keyakinan seseorang untuk mengevaluasinya. 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 (Fauzi & Murniawaty, 2020). Dari pemahaman ini akan terbentuk sebuah kepercayaan. Seseorang akan mempercayai bahwa obyek tersebut memiliki beberapa manfaat.

Bank Muamalat sebagai Bank Syariah pertama di Indonesia tentu menawarkan berbagai produk pembiayaan kepada masyarakat melalui seluruh Kantor Cabangnya termasuk di Kantor Cabang Stabat. Meski demikian sampai saat ini Bank Muamalat Cabang Stabat terus berupaya untuk meningkatkan jumlah nasabah pembiayaan. Berbagai cara dilakukan baik melalui sosialisasi maupun promosi yang diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai produk pembiayaan yang disalurkan serta menumbuhkan minat masyarakat menggunakan produk pembiayaan tersebut, dengan pengetahuan dan minat yang dimiliki diharapkan masyarakat memilih produk pembiayaan yang ditawarkan oleh Bank Muamalat Cabang Stabat sehingga jumlah nasabah dapat meningkat.

Berdasarkan uraian yang disampaikan tersebut, penulis tertarik melakukan penelitian lebih lanjut terkait pengaruh dan hubungan yang ditimbulkan dari pengetahuan dan minat masyarakat produk pembiayaan yang ditawarkan dengan peningkatan jumlah nasabah. Sehingga penulis mengemukakan judul penelitian dalam bentuk skripsi yaitu: Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Dan Minat Masyarakat Tentang Produk Pembiayaan Bank Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pada Bank Muamalat Cabang Stabat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, kumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data yang bersifat kuantitatif, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Lokasi penelitian di Bank Muamalat Cabang Stabat yang beralamat di Jl. KH. Zainul Arifin No.23, Stabat Baru, Kec. Stabat, Kabupaten Langkat, Sumatera Utara. Data primer diperoleh langsung dari hasil angket yang diberikan kepada sampel penelitian yaitu nasabah produk pembiayaan Bank Muamalat Cabang Stabat. Populasi yang diambil adalah seluruh nasabah produk pembiayaan Bank Muamalat Cabang Stabat yang masih aktif sampai saat penelitian dilakukan yaitu berjumlah 224 orang nasabah dengan sample berjumlah 69,13 orang digenapkan menjadi 70 orang. Data dianalisis dengan menggunakan tehni regresi linier berganda dengan bantuan SPSS. Hasil pengukuran dijadikan dasar pembuatan kesimpulan penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Karakteristik Responden

Penelitian ini dilakukan nasabah produk pembiayaan Bank Muamalat Cabang Stabat yang masih aktif dengan jumlah sampel penelitian berjumlah 70 orang. Gambaran umum responden dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

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	32
2	Perempuan	38
Jumlah		70

Sumber: Data Diolah

Responden berdasarkan jenis kelamin didominasi oleh perempuan yaitu sebanyak 38 orang, sedangkan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin laki-laki sebanyak 32 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	-
2	21-30 Tahun	22
3	31-40 Tahun	26
4	41-50 Tahun	17
5	> 50 Tahun	5
Jumlah		70

Sumber: Data diolah

Dari tabel diatas terlihat bahwa usia dari responden yang dijadikan sampel, yang usianya 21 s/d 30 tahun ada 22 orang, yang usianya antara 31 s/d 40 tahun ada 26 orang, yang usianya antara 41 s/d 50 tahun ada 17 orang, dan yang usianya lebih dari 50 tahun ada 5 orang.

c. Pekerjaan

Distribusi jawaban responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat berdasarkan tabel berikut:

Tabel 3: Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah Responden
1	Pedagang	28
2	Karyawan Swasta	15
3	Petani	6
4	Peternak	3
5	Wirausahawan Lainnya	18
Jumlah		70

Sumber: Data diolah

Dari tabel diatas karakteristik responden berdasarkan pekerjaan, responden yang menjadi sampel penelitian ini didominasi nasabah yang berprofesi sebagai pedagang yaitu 28 orang, wirausahawan lainnya 18 orang, karyawan swasta 15 orang, petani 6 orang dan peternak 3 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	15
2	SMA	41
3	Diploma	5
4	S1	9
Jumlah		92

Sumber: Data Diolah

Responden penelitian didominasi oleh tamatan SMA sebanyak 41 orang, tamatan SMP sebanyak 15 orang, tamatan S1 sebanyak 9 orang, dan tamatan Diploma sebanyak 5 orang.

2. Hasil Jawaban Responden

Berikut hasil jawaban responden penelitian dari angket yang penulis sebar kepada 70 orang responden:

Tabel 5: Tabulasi Jawaban Responden

Pengetahuan Produk Pembiayaan (X ₁)							Minat Produk Pembiayaan (X ₂)							Peningkatan Jumlah Nasabah (Y)						
No	Pertanyaan					T	No	Pertanyaan					T	No	Pertanyaan					T
	1	2	3	4	5			1	2	3	4	5			1	2	3	4	5	
1	4	5	4	4	5	22	1	5	4	4	4	5	22	1	5	5	4	4	5	23
2	5	5	5	5	5	25	2	5	5	5	4	5	24	2	5	5	5	5	5	25
3	5	4	4	4	4	21	3	5	5	5	3	5	23	3	5	5	4	5	5	24

4	5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	5	25
6	5	5	5	5	5	25
7	3	3	4	4	3	17
8	5	5	4	4	5	23
9	5	5	5	5	5	25
10	5	5	5	5	5	25
11	4	4	4	4	4	20
12	4	4	4	3	4	19
13	5	4	4	4	4	21
14	4	4	5	5	4	22
15	4	4	4	4	4	20
16	4	4	4	4	4	20
17	5	5	5	3	5	23
18	4	4	4	4	4	20
19	4	3	3	3	3	16
20	4	4	4	3	4	19
21	3	4	4	4	4	19
22	4	3	5	4	3	19
23	3	4	4	3	4	18
24	4	3	3	3	3	16
25	4	4	4	3	4	19
26	4	4	3	3	4	18
27	4	5	4	4	5	22
28	5	5	5	5	5	25
29	3	3	4	4	3	17
30	5	3	5	4	3	20
31	5	4	4	4	4	21
32	4	4	4	5	4	21
33	5	5	5	5	5	25
34	5	5	5	5	5	25
35	3	3	4	4	3	17
36	5	5	4	4	5	23
37	3	2	2	3	2	12
38	5	5	5	5	5	25
39	4	4	4	4	4	20
40	4	4	4	3	4	19
41	5	4	4	4	4	21
42	4	4	4	4	4	20
43	4	4	4	4	4	20
44	4	4	3	3	4	18
45	5	5	5	4	5	24

4	5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	5	25
6	5	5	5	5	5	25
7	4	4	4	3	4	19
8	4	4	3	3	4	18
9	4	3	3	3	4	17
10	5	5	4	4	4	22
11	4	4	4	4	4	20
12	4	4	3	3	4	18
13	5	5	4	3	4	21
14	5	5	5	3	5	23
15	5	4	4	4	3	20
16	4	4	5	3	4	20
17	4	4	5	4	4	21
18	4	4	3	3	4	18
19	4	4	3	3	3	17
20	4	4	4	4	4	20
21	4	3	4	4	4	19
22	4	3	5	3	5	20
23	4	3	4	3	3	17
24	4	3	3	3	3	16
25	4	4	4	3	4	19
26	4	4	4	3	3	18
27	5	4	4	4	5	22
28	5	5	5	3	5	23
29	5	5	4	4	4	22
30	5	5	4	5	5	24
31	4	4	5	3	3	19
32	4	4	4	4	4	20
33	4	5	4	4	4	21
34	4	5	4	4	4	21
35	4	4	4	3	4	19
36	5	5	4	3	4	21
37	3	3	3	3	4	16
38	4	4	4	4	4	20
39	4	3	4	3	4	18
40	4	4	3	3	3	17
41	4	4	4	4	4	20
42	4	4	4	3	3	18
43	4	4	4	4	4	20
44	4	4	3	3	4	18
45	5	5	5	4	4	23

4	5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	5	25
6	5	5	5	5	5	25
7	3	4	4	4	4	19
8	5	4	4	4	4	21
9	4	4	4	4	4	20
10	5	5	5	5	5	25
11	4	4	4	4	4	20
12	4	4	3	4	4	19
13	5	5	4	4	5	23
14	5	5	5	5	5	25
15	4	4	4	4	4	20
16	4	4	4	4	4	20
17	5	5	4	4	5	23
18	4	4	4	4	4	20
19	3	5	5	4	3	20
20	4	5	5	4	4	22
21	5	5	5	4	4	23
22	5	5	5	5	5	25
23	4	5	5	4	4	22
24	4	4	4	3	4	19
25	4	4	4	4	4	20
26	4	4	3	4	3	18
27	5	5	5	4	5	24
28	5	4	4	5	5	23
29	4	4	4	4	4	20
30	5	5	5	4	5	24
31	5	5	5	4	5	24
32	4	5	5	5	5	24
33	5	5	5	5	5	25
34	5	5	5	5	5	25
35	3	3	3	4	4	17
36	5	5	5	4	4	23
37	3	5	5	3	3	19
38	5	5	5	5	5	25
39	4	4	4	4	4	20
40	4	4	4	4	4	20
41	4	5	4	4	4	21
42	4	4	4	3	4	19
43	4	4	4	3	4	19
44	4	4	4	3	4	19
45	5	5	5	4	5	24

46	4	4	3	3	4	18	46	4	4	3	3	4	18	46	4	4	4	4	4	20
47	5	5	5	5	5	25	47	5	5	5	5	5	25	47	5	4	3	5	5	22
48	5	5	5	4	5	24	48	5	5	5	4	4	23	48	5	4	4	4	5	22
49	4	3	3	3	3	16	49	4	3	3	3	3	16	49	3	3	4	3	3	16
50	5	4	4	4	4	21	50	5	4	4	4	3	20	50	4	4	3	3	4	18
51	4	3	3	3	3	16	51	4	3	3	3	3	16	51	3	3	4	3	3	16
52	4	3	4	3	3	17	52	4	3	4	3	3	17	52	3	4	3	3	4	17
53	5	5	5	5	5	25	53	5	5	5	5	5	25	53	5	5	5	5	5	25
54	5	5	4	4	5	23	54	5	5	4	4	4	22	54	5	4	4	4	4	21
55	5	5	4	4	4	22	55	5	5	5	5	5	25	55	5	5	4	4	3	21
56	4	4	4	4	4	20	56	5	5	5	5	5	25	56	4	3	3	4	4	18
57	5	5	5	5	4	24	57	4	4	4	3	4	19	57	5	5	5	5	3	23
58	5	5	4	4	5	23	58	4	4	3	3	4	18	58	5	5	4	4	4	22
59	5	5	5	5	5	25	59	4	3	3	3	4	17	59	3	3	3	3	4	16
60	5	5	5	5	5	25	60	5	5	4	4	4	22	60	4	4	4	3	4	19
61	4	4	4	4	4	20	61	4	4	4	4	4	20	61	3	3	3	3	4	16
62	4	4	4	3	4	19	62	4	4	3	3	4	18	62	3	4	3	3	5	18
63	5	4	4	4	4	21	63	5	5	4	3	4	21	63	5	5	5	5	4	24
64	4	4	5	5	4	22	64	5	5	5	3	5	23	64	5	4	4	4	4	21
65	4	4	4	4	4	20	65	5	4	4	4	3	20	65	3	3	4	3	3	16
66	4	4	4	4	5	21	66	4	4	5	3	4	20	66	4	4	4	4	4	20
67	4	4	4	4	4	20	67	4	4	4	4	4	20	67	4	4	4	4	4	20
68	4	4	4	4	4	20	68	5	5	4	4	4	22	68	5	4	4	4	4	21
69	4	4	4	4	4	20	69	4	4	4	4	4	20	69	4	4	4	4	4	20
70	5	5	5	3	5	23	70	4	4	5	3	4	20	70	5	5	4	4	5	23

Sumber : Data Diolah

Hasil Analisis Data

Data yang diperoleh, selanjutnya penulis olah data menggunakan aplikasi SPSS. Berikut hasil analisis dari data yang diolah tersebut:

1. 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 mencari nilai r_{tabel} :

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

α : Nilai Signifikansi

n : Jumlah Sampel Penelitian

k : Jumlah Variabel Bebas

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

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

$r_{\text{tabel}} : r (0,05/2: 70-2-1)$

$r_{\text{tabel}} : r (0,025: 67)$

$r_{\text{tabel}} : 0,2369$ (lihat tabel distribusi tabel r pada lampiran)

Berikut adalah hasil uji validitas dan reliabilitas angket dengan menggunakan program SPSS yang dilakukan penelitian kepada 70 orang responden dengan 5 butir pertanyaan untuk masing-masing variabel. Hasil yang diperoleh sebagai berikut:

Tabel 6: Ringkasan Uji Validitas

Item	r_{hitung}	r_{tabel} $\alpha = 0,05 ; n = 70$	Keputusan
Pengetahuan Produk Pembiayaan (X₁)			
1	0,800	0,2369	Valid
2	0,919	0,2369	Valid
3	0,843	0,2369	Valid
4	0,771	0,2369	Valid
5	0,899	0,2369	Valid
Minat Produk Pembiayaan (X₂)			
1	0,806	0,2369	Valid
2	0,839	0,2369	Valid
3	0,779	0,2369	Valid
4	0,750	0,2369	Valid
5	0,762	0,2369	Valid
Peningkatan Jumlah Nasabah (Y)			
1	0,859	0,2369	Valid
2	0,862	0,2369	Valid
3	0,757	0,2369	Valid
4	0,830	0,2369	Valid
5	0,717	0,2369	Valid

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa seluruh item nilainya lebih besar dari nilai r_{tabel} sebesar 0,2369 maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir instrumen tersebut valid.

2. Uji Reliabilitas

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

Tabel 7: Ringkasan Uji Reliabilitas

No	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Cronbach's Alpha yang Diisyaratkan</i>	Keterangan
1	Pengetahuan Produk Pembiayaan (X ₁)	81,6%	> 60 %	Reliabel

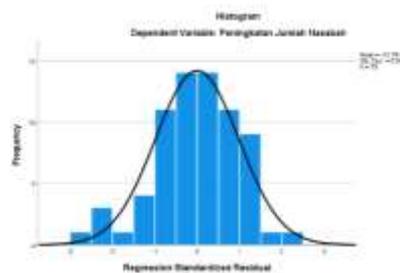
2	Minat Produk Pembiayaan (X_2)	80,2%	> 60 %	Reliabel
3	Peningkatan Jumlah Nasabah (Y)	80,8%	> 60 %	Reliabel

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai *cronbach alpha* variabel Pengetahuan Produk Pembiayaan (X_1) yaitu 81,6% > 60%, variabel Minat Produk Pembiayaan (X_2) yaitu 80,2% > 60% dan variabel Peningkatan Jumlah Nasabah (Y) yaitu 80,8% > 60%. Maka setiap variabel yang diujikan reliabel atau konsisten, memiliki tingkat reliabilitas yang baik sehingga data dinyatakan dapat dipercaya dan dianalisa.

3. Uji Normalitas

a. Uji Grafik Histogram

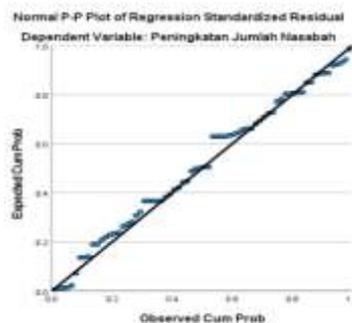


Gambar 2: Grafik Histogram

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan gambar 1 di atas terlihat histogram *Regression Residual* membentuk kurva seperti lonceng maka nilai residual tersebut dinyatakan normal atau data berdistribusi normal.

b. Uji Grafik P-P Plot



Gambar 2: Grafik P-P Plot

Sumber: Output SPSS

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

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

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

α : Nilai Signifikansi

n : Jumlah Sampel Penelitian

k : Jumlah Variabel Bebas

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

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

$$t_{tabel} : t (0,05/2: 70-2-1)$$

$$t_{tabel} : t (0,025: 67)$$

$$t_{tabel} : 1,99601 \text{ (lihat tabel distribusi tabel t pada lampiran)}$$

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} :

Tabel 8: Uji t

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.355	2.140		2.969	.004
Pengetahuan Produk Pembiayaan	.347	.109	.376	3.190	.002
Minat Produk Pembiayaan	.371	.125	.349	2.964	.004

a. Dependent Variable: Peningkatan Jumlah Nasabah

Sumber: Outpus SPSS

Berdasarkan tabel 4.8 tersebut diperoleh hasil uji t terhadap variabel-variabel penelitian sebagai berikut:

1) Uji t Terhadap Variabel Pengetahuan Produk Pembiayaan (X_1)

Hasil yang didapat pada tabel 4.8 variabel Pengetahuan Produk Pembiayaan (X_1) secara statistik menunjukkan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau ($0,002 < 0,05$) dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,190 > 1,99601$) maka terdapat pengaruh variabel X terhadap Variabel Y. Hipotesis yang diterima yaitu H_a 1: Terdapat pengaruh yang signifikan antara pengetahuan masyarakat tentang produk pembiayaan terhadap peningkatan jumlah nasabah pada Bank Muamalat Cabang Stabat.

2) Uji t Terhadap Variabel Minat Produk Pembiayaan (X_2)

Hasil yang didapat pada tabel 4.8 variabel Minat Produk Pembiayaan (X_2) secara statistik menunjukkan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau ($0,004 < 0,05$) dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,964 > 1,99601$) maka terdapat pengaruh variabel X terhadap Variabel Y. Hipotesis yang diterima yaitu H_a 2: Terdapat pengaruh yang signifikan antara minat masyarakat pada produk pembiayaan terhadap peningkatan jumlah nasabah pada Bank Muamalat Cabang 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:

- 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:

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

$$F_{tabel} = F (2: 70-2)$$

$$F_{tabel} = F (2:68)$$

$$F_{tabel} = 3,13 \text{ (lihat tabel distribusi tabel F pada lampiran)}$$

Tabel 9: Uji f

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	217.715	2	108.857	24.677	.000^b
	Residual	295.557	67	4.411		
	Total	513.271	69			

- a. Dependent Variable: Peningkatan Jumlah Nasabah
- b. Predictors: (Constant), Minat Produk Pembiayaan, Pengetahuan Produk Pembiayaan

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan tabel 4.9 diperoleh nilai F_{hitung} diperoleh 24,667 dengan nilai signifikansi 0,000. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) dan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($24,667 > 3,13$), maka variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikatnya. Sehingga hipotesis yang diterima H_a 3: Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara pengetahuan dan minat masyarakat pada produk pembiayaan terhadap peningkatan jumlah nasabah pada Bank Muamalat Cabang Stabat.

c. R^2 (Uji Koefisien Determinasi)

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. Selengkapannya mengenai hasil uji Adj R^2 dapat dilihat pada tabel 4.10 di bawah ini :

Tabel 10: Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.651 ^a	.424	.407	2.100

a. Predictors: (Constant), Minat Produk Pembiayaan, Pengetahuan Produk Pembiayaan

b. Dependent Variable: Peningkatan Jumlah Nasabah

Sumber: Output SPSS

Besarnya angka *adjusted r square* adalah 0,407 atau sebesar 40,7%. Dapat disimpulkan bahwa pengetahuan produk pembiayaan dan minat produk pembiayaan mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah pada Bank Muamalat Cabang Stabat sebesar 40,7%, sedangkan sisanya sebesar 59,3% ($100\% - 40,7\%$) dipengaruhi oleh variabel-variabel lain seperti promosi, nisbah bagi hasil, biaya dan lain-lain.

5. Analisis Regresi Linear Berganda

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

Tabel 11: Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.355	2.140		2.969	.004

Pengetahuan Produk Pembiayaan	.347	.109	.376	3.190	.002
Minat Produk Pembiayaan	.371	.125	.349	2.964	.004

a. Dependent Variable: Peningkatan Jumlah Nasabah

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan Tabel 11 maka diperoleh model persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 6,355 + 0,347X_1 + 0,371X_2$$

Dimana :

Y : Peningkatan Jumlah Nasabah

X₁ : Pengetahuan Produk Pembiayaan

X₂ : Minat Produk Pembiayaan

Penjelasan mengenai analisis regresi linear berganda tersebut adalah sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar 6,355 berarti bahwa jika variabel Pengetahuan Produk Pembiayaan (X₁) dan Minat Produk Pembiayaan (X₂) nilainya adalah 0, maka Peningkatan Jumlah Nasabah (Y) nilainya yaitu sebesar 6,355. Maksudnya adalah apabila masyarakat tidak mengetahui produk pembiayaan yang disalurkan dan tidak berminat pada produk pembiayaan maka peningkatan jumlah nasabah pada Bank Muamalat Cabang Stabat hanya sebesar 6,355%.
- Koefisien regresi variabel (X₁) sebesar 0,347; artinya ketika variabel Pengetahuan Produk Pembiayaan (X₁) mengalami kenaikan 100% maka peningkatan jumlah nasabah pada Bank Muamalat Cabang Stabat akan mengalami kenaikan sebesar 34,7%. Koefisien bernilai positif artinya terdapat hubungan yang sejalan antara variabel X₁ terhadap Y.
- Koefisien regresi variabel (X₂) sebesar 0,371 artinya ketika variabel Minat Produk Pembiayaan (X₂) mengalami kenaikan 100% maka peningkatan jumlah nasabah pada Bank Muamalat Cabang Stabat akan mengalami kenaikan sebesar 37,1%. Koefisien bernilai positif artinya terdapat hubungan yang sejalan antara variabel X₂ terhadap Y.

Pembahasan Hasil Penelitian

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.

Pembiayaan merupakan fungsi Bank dalam menjalankan fungsi penggunaan dana. Dalam kaitan dengan Bank maka ini merupakan fungsi yang terpenting. Dari pembiayaan yang dikeluarkan atau disalurkan Bank diharapkan dapat mendapatkan hasil. Tingkat penghasilan dari pembiayaan (*yield on financing*) merupakan tingkat penghasilan tertinggi dari Bank. Tingkat penghasilan dari setiap jenis pembiayaan juga bervariasi, tergantung pada prinsip pembiayaan yang digunakan dan sektor usaha yang dibiayai.

Meski pembiayaan merupakan hal yang sangat vital bagi kelangsungan hidup sebuah Bank, namun untuk meningkatkan jumlah nasabah pembiayaan bukan merupakan hal yang mudah. Apalagi di tengah persaingan antar lembaga keuangan yang semakin ketat, dimana lembaga keuangan tersebut pada dasarnya menawarkan produk yang sama. Selain itu banyak faktor yang mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah yang ditandai dengan keputusan nasabah memilih pembiayaan di suatu Bank diantara faktor tersebut adalah pengetahuan masyarakat tentang produk yang ditawarkan.

Pengetahuan produk ialah petunjuk instrinsik yang mana sangat penting bagi seorang konsumen untuk dipertimbangkan ketika mengevaluasi suatu produk sebelum dilakukannya suatu pembelian (Sunarsih & Wijyantie, 2021). Pengetahuan produk yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pengetahuan masyarakat tentang produk pembiayaan yang ditawarkan oleh Bank Syariah.

Selain pengetahuan produk faktor lain yang memiliki peran besar dalam meningkatkan jumlah nasabah pembiayaan adalah minat pada produk pembiayaan yang disalurkan tersebut. Minat merupakan proses memberikan perhatian dan melakukan tindakan terhadap orang lain yang disertai dengan perasaan senang. Seseorang akan memberikan perhatian lebih terhadap objek yang sedang diamati. Dengan adanya perhatian lebih maka secara tidak langsung seseorang akan berkeinginan mendapatkan objek tersebut. Minat sangat identik dengan sikap. Sikap seseorang terhadap obyek merupakan keyakinan seseorang untuk mengevaluasinya.

Bank Muamalat sebagai Bank Syariah pertama di Indonesia tentu menawarkan berbagai produk pembiayaan kepada masyarakat melalui seluruh Kantor Cabangnya termasuk di Kantor Cabang Stabat. Berbagai cara dilakukan baik melalui sosialisasi maupun promosi yang diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai produk pembiayaan yang disalurkan serta menumbuhkan minat masyarakat menggunakan produk pembiayaan tersebut, dengan pengetahuan dan minat yang dimiliki diharapkan masyarakat memilih produk pembiayaan yang ditawarkan. Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan serta analisis data yang penulis lakukan, hasil penelitian untuk menjawab rumusan masalah pada penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Tentang Produk Pembiayaan Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pada Bank Muamalat Cabang Stabat

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat dijelaskan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pengetahuan masyarakat tentang produk pembiayaan terhadap peningkatan jumlah nasabah pada Bank Muamalat Cabang Stabat. Hal ini diperoleh melalui hasil uji hipotesis yaitu uji t (parsial) menggunakan SPSS yang mendapatkan hasil variabel Pengetahuan Produk Pembiayaan (X_1) secara statistik menunjukkan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau ($0,002 < 0,05$) dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,190 > 1,99601$) maka terdapat pengaruh variabel X terhadap Variabel Y.

Koefisien bernilai positif artinya terdapat hubungan yang sejalan antara variabel X_1 terhadap Y. Maksudnya adalah semakin tinggi pengetahuan masyarakat tentang produk pembiayaan yang ditawarkan Bank Muamalat Cabang Stabat maka jumlah nasabah pada Bank Muamalat Cabang Stabat akan mengalami peningkatan, begitupun sebaliknya jika masyarakat tidak mengetahui produk pembiayaan yang ditawarkan Bank Muamalat Cabang Stabat maka jumlah nasabah pada Bank Muamalat Cabang Stabat akan mengalami penurunan.

2. Pengaruh Minat Masyarakat Pada Produk Pembiayaan Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pada Bank Muamalat Cabang Stabat

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat dijelaskan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara minat masyarakat pada produk pembiayaan terhadap peningkatan jumlah nasabah pada Bank Muamalat Cabang Stabat. Hal ini diperoleh melalui hasil uji hipotesis yaitu uji t (parsial) menggunakan SPSS yang mendapatkan hasil variabel Minat Produk Pembiayaan (X_2) secara statistik menunjukkan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau ($0,004 < 0,05$) dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,964 > 1,99601$) maka terdapat pengaruh variabel X terhadap Variabel Y.

Koefisien bernilai positif artinya terdapat hubungan yang sejalan antara variabel X_1 terhadap Y. Maksudnya adalah semakin tinggi minat masyarakat pada produk pembiayaan yang ditawarkan Bank Muamalat Cabang Stabat maka jumlah nasabah pada Bank Muamalat Cabang Stabat akan mengalami peningkatan, begitupun sebaliknya jika minat masyarakat pada produk pembiayaan yang ditawarkan Bank Muamalat Cabang Stabat rendah maka jumlah nasabah pada Bank Muamalat Cabang Stabat akan mengalami penurunan.

3. Pengaruh Pengetahuan Dan Minat Masyarakat Tentang Produk Pembiayaan Secara Bersama-Sama Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pada Bank Muamalat Cabang Stabat

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat dijelaskan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan atau bersama-sama antara pengetahuan dan minat masyarakat pada produk pembiayaan terhadap peningkatan jumlah nasabah pada Bank Muamalat Cabang Stabat. Hal ini diperoleh melalui hasil uji hipotesis yaitu uji F (simultan) menggunakan SPSS yang mendapatkan hasil nilai F_{hitung} diperoleh 24,667 dengan nilai signifikansi 0,000. Karena nilai signifikansi lebih

kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) dan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($24,667 > 3,13$), maka variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikatnya.

Berdasarkan penjelasan tersebut baik secara parsial maupun simultan terdapat pengaruh yang signifikan kearah yang positif antara pengetahuan dan minat masyarakat pada produk pembiayaan terhadap peningkatan jumlah nasabah pada Bank Muamalat Cabang Stabat. Pengetahuan produk pembiayaan dan minat produk pembiayaan mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah pada Bank Muamalat Cabang Stabat sebesar 40,7%, sedangkan sisanya sebesar 59,3% ($100\% - 40,7\%$) dipengaruhi oleh variabel-variabel lain seperti promosi, nisbah bagi hasil, biaya dan lain-lain.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah di bahas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara minat masyarakat pada produk pembiayaan terhadap peningkatan jumlah nasabah pada Bank Muamalat Cabang Stabat. Hal ini diperoleh melalui hasil uji hipotesis yaitu uji t (parsial) menggunakan SPSS yang mendapatkan hasil variabel Minat Produk Pembiayaan (X_2) secara statistik menunjukkan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau ($0,004 < 0,05$) dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,964 > 1,99601$) maka terdapat pengaruh variabel X terhadap Variabel Y.

Terdapat pengaruh yang signifikan antara minat masyarakat pada produk pembiayaan terhadap peningkatan jumlah nasabah pada Bank Muamalat Cabang Stabat. Hal ini diperoleh melalui hasil uji hipotesis yaitu uji t (parsial) menggunakan SPSS yang mendapatkan hasil variabel Minat Produk Pembiayaan (X_2) secara statistik menunjukkan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau ($0,004 < 0,05$) dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,964 > 1,99601$) maka terdapat pengaruh variabel X terhadap Variabel Y.

Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan atau bersama-sama antara pengetahuan dan minat masyarakat pada produk pembiayaan terhadap peningkatan jumlah nasabah pada Bank Muamalat Cabang Stabat. Hal ini diperoleh melalui hasil uji hipotesis yaitu uji F (simultan) menggunakan SPSS yang mendapatkan hasil nilai F_{hitung} diperoleh 24,667 dengan nilai signifikansi 0,000. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) dan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($24,667 > 3,13$), maka variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikatnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Anjani, S. (2024). Pengaruh Minat Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Produk Tabungan Haji Pada PT. Bank Muamalat KCP Stabat. *JEKSya Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 3(1), 285–297. <https://jurnal.perima.or.id/index.php/JEKSya/article/view/333>
- Duryatun Nafi'ah, M. N. (2023). STRATEGI JITU PEMASARAN PRODUK TABUNGAN HAJI. *Iqtisodina*, 6(1), 1–23. <https://ejournal.kopertais4.or.id/madura/index.php/IQTISODINA/article/view/6922>

- Fauzi, A., & Murniawaty, I. (2020). Pengaruh Religiusitas dan Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah. *EEAJ Economic Education Analysis Journal*, 9(2), 473–486. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v9i2.39541>
- Harahap, M. A., & Soemitra, A. (2022). Studi Literatur Peran Lembaga Keuangan Mikro Syariah Dalam Meningkatkan Kesejahteraan. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(4), 1186–1198. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i4.889>
- Mukhtisar, M., Tarigan, I. R. R., & Evriyenni, E. (2021). Pengaruh Efisiensi, Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee Kareng Banda Aceh). *Jihbiz: Global Journal of Islamic Banking and Finance.*, 3(1), 56. <https://doi.org/10.22373/jihbiz.v3i1.9632>
- Novani, F. (2022). Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Jumlah Nasabah Menabung Pada PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk Kcp Stabat. *Al-Sharf: Jurnal Ekonomi Islam*, 3(1), 102–113. <https://doi.org/10.56114/al-sharf.v3i1.252>
- Putri, R. (2022). PENGARUH PEMBIAYAAN MUDHARABAH TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN USAHA, MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM) NASABAH BPRS BHAKTI SUMEKAR KANTOR PUSAT SUMENEP. *CITACONOMIA : Economic and Business Studies*, 01(1), 31–48. <https://ejournal.citakonsultindo.or.id/index.php/CITACONOMIA/index>
PENGARUH
- 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>
- Rozi, F., & Ziyad, M. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking Bank BTN. *Jurnal Sains Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3(2), 92–102. <http://ppjp.ulm.ac.id/journal/index.php/jsmk>
- 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://ejurnalunsam.id/index.php/jmas/article/view/3937>
- Suhayati, Y. F., Maulina, A. N., & Adji, W. H. (2022). Pengaruh Pemahaman Bertransaksi Menggunakan Webform BSI dan BSI Mobile terhadap Kepuasan Nasabah. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(6), 1681–1695. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i6.1054>
- Sunarsih, U., & Wijyantie, M. N. (2021). Penentuan Keputusan Mahasiswa untuk Menabung di Perbankan Syariah. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 18(02), 91–102. <https://doi.org/10.36406/jam.v18i02.477>