

**PENGARUH MOTIVASI MENGHINDARI RIBA,
PENGETAHUAN PRODUK, DAN RELIGIUS TERHADAP KEPUTUSAN
MENJADI NASABAH DI PT. BPRS GEBU PRIMA**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi
Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Pada Program Studi Perbankan Syariah*

Oleh:

Andi Anip
NPM: 1801270051



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN**

2023

BERITA ACARA PENGESAHAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah di pertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas
Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh :

Nama Mahasiswa : Andi Anip
NPM : 1801270051
Program Studi : Perbankan Syari'ah
Semester : X
Tanggal Sidang : 11/05/2023
Waktu : 09.00 s.d selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : Riyan Pradesyah, SE.Sy, M.EI
PENGUJI II : Selamat Pohan, S.Ag, MA



PANITIA PENGUJI

Ketua,

Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

Sekretaris,

Dr. Zailani, MA



Unggul | Cerdas | Terpercaya

PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, saya panjatkan kepada Allah SWT serta segala syukur saya ucapkan dan atas segala rahmat dalam kesempatan ini sehingga saya bisa menyelesaikan tugas akhir saya dengan baik. Karya ilmiah ini saya persembahkan kepada kedua Orang Tua tercinta beserta Abang dan Kakak.

Ayahanda Hasmi

Ibunda Zainidar

Sebagai tanda terima kasih yang tak terhingga yang telah memberikan kasih sayang, dukungan, ridho dan cinta kasih yang luar biasa, serta yang selalu memberikan semangat kepada penulis.

Motto

**“Kendalikan Nasib Mu Atau Orang Lain
yang Melakukannya”**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Andi Anip
NPM : 1801270051
Jenjang Pendidikan : S1 (Strata Satu)
Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh Motivasi Menghindari Riba, Pengetahuan Produk dan Religius Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di PT. BPRS Gebu Prima.” Merupakan karya asli saya. Jika dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini hasil plagiarisme, maka saya bersedia ditindak sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebearnya

Medan, 07 Maret 2023



PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH MOTIVASI MENGHINDARI RIBA,
PENGETAHUAN PRODUK DAN RELIGIUS TERHADAP KEPUTUSAN
MENJADI NASABAH DI PT. BPRS GEBU PRIMA**

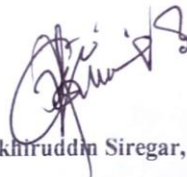
Oleh:

Andi Anip
1801270051

*Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah
skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan
dalam ujian skripsi*

Medan, 07 Maret 2023

Pembimbing



Dr. Pani Akhruddin Siregar, M.A

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**

MEDAN

2023

**PENGARUH MOTIVASI MENGHINDARI RIBA,
PENGETAHUAN PRODUK DAN RELIGIUS TERHADAP KEPUTUSAN
MENJADI NASABAH DI PT. BPRS GEBU PRIMA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas - Tugas Dan Memenuhi
Syarat - Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Program Studi Perbankan Syariah**

Oleh :

**Andi Anip
1801270051**

Program Studi Perbankan Syariah

Pembimbing


Dr. Pani Akhiruddin Siregar, M.A

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2023**

Nomor : Istimewa
Lampiran : 3 (tiga) Exemplar
Hal : Skripsi

Medan, ⁰⁴ Maret 2023

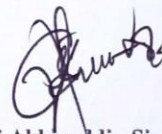
**Kepada Yth: Bapak Dekan Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Di
Medan**

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, dan memberi saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi mahasiswa **Andi Anip** yang berjudul "**Pengaruh Motivasi Menghindari Riba, Pengetahuan Produk dan Religius Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di PT. BPRS Gebu Prima**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima dan di ajukan pada sidang Munaqasah untuk mendapat gelar Strata Satu (S1) dalam Ilmu Pendidikan pada Fakultas Agama Islam UMSU. Demikianlah kami sampaikan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing



Dr. Pani Akhiruddin Siregar, M.A

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

KEPUTUSAN BERSAMA MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN REPUBLIK INDONESIA

Nomor : 158 th. 1987

Nomor : 0543bJU/1987

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-huruf dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf latin beserta perangkatnya.

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab, yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda secara bersama-sama. Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasinya.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidakdilambangkan	Tidakdilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	S	Es (dengantitik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	H	ha(dengantitikdibawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	zet (dengantitikdiatas)
ر	Ra	R	Er

ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syim	Sy	es dan ye
ص	Sad	S	es (dengantitikdibawah)
د	Dad	D	de (dengantitikdibawah)
ت	Ta	T	te (dengantitikdibawah)
ذ	Za	Z	zet (dengantitikdibawah)
ع	Ain	,	Koma (terbalik di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	ء	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab adalah seperti vocal dalam bahasa Indonesia, terdiri dari vocal tunggal atau monoftong dan vocal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya adalah sebagai berikut :

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
/	Fathah	A	A
/	Kasrah	I	I
و	Dammah	U	U

b. VokalRangkap

Vokal rangkap bahasa yang lambangnya berupa gabung anntara harkat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf yaitu :

Tanda dan Huruf	Nama	GabunganHuruf	Nama
/	fatha dan ya	Ai	a dan i
و /	fatha dan waw	Au	a dan u

Contoh :

- kataba = كَتَبَ
- fa'ala = فَعَلَ
- kaifa = كَيْفَ

c. Maddah

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harkat huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu :

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ	fathah dan alifatau ya	A	a dan garis di atas
اِ	Kasrah dan ya	I	idan garis di atas
اُ	dammah dan wau	U	u dan garis di atas

Contoh :

- qala = قل
- rama = رما
- qila = قيل

d. Ta Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua:

1) *Ta Marbutah* Hidup

Ta marbutah yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya (t).

2) *Ta Marbutah* mati

Ta marbutah yang mati mendapat harkat *sukun*, transliterasinya adalah (h).

3) Kalau ada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh :

- *raudah al-atfal* – *raudatulatfal* : روضة لاطفل
- *al-Madinahal-munawwarah* : المدينة المنوراة
- *talhah* : طلحة

e. Syaddah (tasydid)

Syaddah ataupun *tasydid* yang pada tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*, dalam transliterasi ini tanda *tasydid* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

Contoh :

- *rabbana* : رَبَّنَا
- *nazzala* : نَزَّلَ
- *al-birr* : الْبِرِّ
- *al-hajj* : الْحَجِّ
- *nu'ima* : نَعْمِ

f. Kata Sandang

Kata sandang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: ال , namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyah* dan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

1) Kata sandang diikuti oleh huruf *syamsiyah*

Kata sandang diikuti oleh huruf *syamsiyah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf (I) diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2) Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai pula dengan bunyinya. Baik diikuti huruf *syamsiyah* maupun *qamariyah*, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh :

- ar- rajulu: الرَّجُلُ
- as- sayyidatu: السَّيِّدَةُ
- asy- syamsu: الشَّمْسُ
- al- qalamu: الْقَلَمُ
- al- jalalu: الْجَلالُ

g. Hamzah

Dinyatakan didepan bahwa hamzah di transliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupaalif.

Contoh :

- ta'khuzuna: تَعْخُوزُنَا
- an-nau': اَنْوَاءُ
- syai'un: شَيْءٌ
- inna: اِنَّ
- umirtu: اَمْرَةٌ
- akala: اَكَلَ

h. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'Il* (kata kerja), *isim* (kata benda), maupun *huruf*, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah

lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau *harkat* yang dihilangkan, maka dalam transliterasinya ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

i. Huruf Kapital

Meskipun dalam system tulisan Arab huruf capital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf capital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bila mana itu di dahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf capital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh :

- Wa mamuhammadunillarasul
- Inna awwalabaitin wudi'alinnasilallazi bi bakkata mubarakan.
- Syahru Ramadan al-lazunazilafihi al-Qur'anu
- SyahrulRamadanal-laziunzilafihil-Qur'anu
- Walaqadra'ahubilufuqal-mubin
- Alhamdulillahirabbil-'alamin

Penggunaan huruf awal capital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisannya itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harkat yang dihilangkan, huruf kapital yang tidak dipergunakan.

Contoh :

- Nasrunminallahi wafathunqarib
- Lillahial-amrujami'an
- Lillahil-amrujami'an
- Wallahubikullisyai'in 'alim

j. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan ilmu *tajwid*. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai ilmu *tajwid*.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh yang signifikan antara motivasi menghindari riba, pengetahuan produk dan religius terhadap keputusan menjadi nasabah BPRS Prima. Pendekatan penelitian dengan metode kuantitatif dijelaskan dengan model analisis regresi linier berganda. Sumber data primer diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada responden sebagai sampel sebanyak 75 pelanggan. Teknik sampling nonprobability dengan cara incidental sampling. Hasil penelitian adalah sebagai berikut: (1) Model estimasi menunjukkan nilai R^2 sebesar 0,210 yang merupakan nilai koefisien determinasi. Artinya, 21% variasi variable dependen mampu dijelaskan oleh variable independen dalam model ini. Sisanya 79% model dijelaskan oleh sebab-sebab lain yang tidak termasuk dalam model ini; 2) Model regresi pada variable independen secara simultan mempengaruhi variable dependen, sehingga model regresi variable independen dapat digunakan untuk memprediksi variable dependen; dan (3) Penelitian ini menghasilkan output sesuai hipotesis bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara motivasi menghindari riba, pengetahuan produk dan religius terhadap keputusan menjadi nasabah BPRS Gebu Prima.

Kata Kunci: Motivasi; Pengertian Riba, Pengetahuan Produk, Religius, BPRS Gebu Prima.

ABSTRACT

This study aims to see the significant influence between the motivation to avoid usury, product knowledge and religious on the decision to become a customer at BPRS Gebu Prima. The research approach with quantitative methods is described with a multiple linear regression analysis model. The primary data source was obtained by distributing questionnaires to respondents as a sample of 75 customers. Sampling techniques nonprobability by means of incidental sampling. The results of the study are as follows: (1) The estimation model shows an R² value of 0,210 which represents the value of the coefficient of determination. This means that 21% of the dependen variable variation is able to be explained by the independen variables in this model. The remaining 79% is explained by other causes that are not included in the model; 2) The regression model on the independen variable simultaneously influence the dependen variable, so that the independen variable regression model can be used to predict the dependen variable; and (3) This research produced an output according to the hypothesis that there is a significant influence between the motivation to avoid usury, product knowledge and religious on the decision to become a customer at BPRS Gebu Prima.

Keywords: Motivation; Understanding Usury, Product Knowledge, Religious, BPRS Gebu Prima.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur kehadiran Allah Swt, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, serta Sholawat dan salam kepada Nabi Muhammad Saw sebagai junjungan seluruh kaum yang ada di muka bumi, atas berkah dan rahmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Motivasi Menghindari Riba, Pengetahuan Produk, dan Religius Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di PT. BPRS Gebu Prima”** sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) pada Fakultas Agama Islam dan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Dalam menyelesaikan Proposal ini, penulis banyak mendapatkandukungan dan bimbingan masukan serta motivasi dari berbagai pihak yakni orang-orang terkasih dan tercinta saya Ayahanda Hasmi dan Ibunda Zainidar, serta kakak dan abang saya yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Selain itu penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Agussani M.AP, selaku rector Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA, selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah SumateraUtara.
3. Bapak Dr. Zailani, S.Pd.I.,M.A selaku wakil dekan I Fakultas Agama Islam.
4. Bapak Dr. Munawir Pasaribu, S.Pd.I.,M.A selaku wakil dekan III Fakultas Agama Islam.
5. Ibu Dr. Rahmayati, SE.I, M.E.I selaku ketua program studi Perbankan Syariah.
6. Bapak Riyan Pradesyah M.EI, selaku sekretaris Program Studi Perbankan Syariah.
7. Dr. Pani Akhiruddin Siregar, MA selaku Dosen Pembimbing yang telah

memberikan arahan serta bimbingan kepada saya.

8. Seluruh staf Dosen Pengajar dan Biro Akademik Fakultas Agama Islam Jurusan Perbankan Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang selama ini telah banyak memberikan pengetahuan kepada penulis selama masa studi.
9. Kepada seluruh teman-teman beserta saudara yang telah membantu saya dalam proses pengerjaan proposal skripsi ini.

Penulis Mengucapkan banyak Terimakasih kepada semua pihak yang telah banyak membantu, semoga Allah Swt selalu melimpahkan rahmat dan hidayah- Nya kepada kita semua. Dan permohonan maaf apabila masih terdapat kesalahan maupun kekurangan dalam proses penyusunan proposal ini. Maka dari itu penulis mengharapkan kritik yang membangun serta saran berbagai pihak. Akhir kata penulis berharap agar proposal ini bermanfaat bagi para pembacanya.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Medan, 11 Mei 2023



Andi Anip
1801270051

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Rumusan Masalah	5
D. Tujuan Penelitian.....	5
E. Manfaat Penelitian.....	6
F. Sistematika Penulisan.....	6
BAB II LANDASAN TEORITIS	8
A. KAJIAN PUSTAKA	8
1. Motivasi Menghindari Riba.....	8
a. Motivasi.....	8
1) Pengertian Motivasi.....	8
2) Bentuk-bentuk Motivasi	9
b. Riba	10
1) Pengertian Riba	10
2) Bentuk-bentuk Riba.....	11
3) Tahapan Larangan Riba Dalam Alqur'an	12
2. Pengetahuan Produk	13
a. Pengetahuan Produk	13
b. Produk Perbankan Syariah	14
3. Religiusitas	17
a. Indikator Religiusitas.....	17

b. Faktor Yang Mempengaruhi Religiusitas	17
4. Keputusan Menjadi Nasabah.....	19
a. Perilaku Konsumen	19
b. Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	19
c. Tahap Pengambilan Keputusan	21
B. KAJIAN PENELITIAN TERDAHULU	23
C. KERANGKA PEMIKIRAN	29
D. HIPOTESIS	30
BAB III METODE PENELITIAN	31
A. Pendekatan Penelitian.....	31
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	31
C. Populasi dan Sampel	32
D. Defenisi Operasional	33
E. Teknik Pengumpulan Data	35
F. Sumber Data Penelitian	37
G. Jenis Data Penelitian	37
H. Teknik Analisis Data	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
A. Deskripsi Institusi	44
B. Hasil Penelitian.....	47
1. Statistik Deskriptif	47
2. Deskripsi Hasil Penelitian	48
3. Analisis Data Penelitian	57
4. Uji Hipotesis	64
5. Uji Koefisien Determinasi	66
C. Pembahasan Hasil Penelitian	67
BAB V PENUTUP	70
A. Kesimpulan	70
B. Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	72

DAFTAR TABEL

Nomor Tabel	Judul Tabel	Halaman
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1	Waktu Penelitian	31
Tabel 3.2	Variabel dan Indikator penelitian	34
Tabel 3.3	Pengukuran Skala Likert	35
Tabel 4.1	Deskripsi Statistik	47
Tabel 4.2	Karakteristik Reponden Berdasarkan Usia	49
Tabel 4.3	Karakteristik Reponden Berdasarkan Kelamin	49
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah	50
Tabel 4.5	Karakteristik Reponden Berdasarkan Pendidikan	50
Tabel 4.6	Karakteristik Reponden Berdasarkan Pekerjaan	51
Tabel 4.7	Distribusi Responden Terhadap Motivasi Menghindari Riba (X1)	51
Tabel 4.8	Distribusi Responden Terhadap Pengetahuan Produk (X2)	53
Tabel 4.9	Distribusi Responden Terhadap Religius (X3)	54
Tabel 4.10	Distribusi Responden Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah (Y)	56
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas	58
Tabel 4.12	Hasil Uji Reliabilitas	59
Tabel 4.13	Rangkuman Hasil Perhitungan Uji Coba Normalitas	60
Tabel 4.14	Hasil Uji Multikolinieritas	62
Tabel 4.15	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	63
Tabel 4.16	Hasil Uji F	66
Tabel 4.17	Hasil Koefisien Determinasi	67

DAFTAR GAMBAR

Nomor Gambar	Judul Gambar	Halaman
Gambar 2.1	Piramida Kebutuhan Menurut Maslow	9
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran	28
Gambar 4.1	Logo PT. BPRS Gebu Prima	45
Gambar 4.2	Struktur Organisasi PT. BPRS Gebu Prima	47
Gambar 4.3	Grafik Histogram Display Normal Curve	60
Gambar 4.4	Grafik Normal Probability Plot	61
Gambar 4.5	Scatter Plot Uji Heteroskedastisitas.....	63

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam pemikiran kita sehari-hari, Bank merupakan salah satu lembaga keuangan yang memiliki peranan penting sebagai perantara keuangan di dalam perekonomian suatu negara. Selain sebagai tempat penyimpanan deposito, tabungan, giro dan sebagai tempat meminjam dana, saat ini Bank menjadi sebuah lembaga yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan masyarakat hampir di seluruh dunia. Di antara fungsi lain Bank dalam dunia modern adalah sebagai penyedia layanan pembayaran belanja elektronik, tagihan telepon, tagihan listrik, dan pembayaran lainnya yang belum pernah terbayangkan sebelumnya. (Marimin et al, 2015)

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia di iringi dengan perkembangan industri keuangan syariah yang diawali dari inspirasi masyarakat Indonesia yang mayoritas muslim untuk memiliki sebuah alternatif sistem perbankan yang Islami. Karakteristik Bank konvensional dan Syariah dapat mempengaruhi perilaku calon nasabah dan menentukan sikap mereka terhadap pemilihan antara kedua tipe Bank. Dengan adanya perbankan syariah, saat ini nasabah mempunyai beberapa pertimbangan dan alasan dalam mengambil keputusan menjadi nasabah di bank syariah. Menurut UU RI no. 10 Tahun 1998 tanggal 10 1998 tentang perbankan, yang dimaksud dengan Bank adalah “Badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak”. Dari pengertian diatas, dapat dipahami bahwa Bank merupakan perusahaan yang bergerak dibidang keuangan dan segala aktivitasnya selalu berkaitan dengan keuangan. Adapun dalam menjalankan kegiatan usahanya, Bank di Indonesia dibedakan menjadi dua yaitu Bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip konvensional, dan berdasarkan prinsip syariah.(Rahmayani et al, 2021)

Prakarsa mengenai pendirian Bank Syariah di Indonesia mulai dilakukan tahun 1990. Pada tanggal 18-20 Agustus 1990, Majelis Ulama Indonesia menyelenggarakan lokakarya “Bunga Bank dan Perbankan” di Bogor, Jawa Barat. Hasil lokakarya tersebut kemudian dibahas lebih mendalam pada Musyawarah Nasional ke-IV Majelis Ulama Indonesia di Jakarta pada tanggal 22-25 Agustus 1990 untuk membentuk tim kerja pendirian bank Islam di Indonesia. Hasil kerja tim tersebut adalah berdirinya Bank Muamalat Indonesia pada tanggal 1 November 1991, yang resmi beroperasi pada tanggal 1 Mei 1992. Setelah itu, maka berdirilah beberapa Bank Perkreditan Rakyat Syariah, yaitu Bank Perkreditan Rakyat Syariah Berkah Amal Sejahtera, Bank Perkreditan Rakyat Syariah Dana Mardhatillah, dan Bank Perkreditan Rakyat Syariah Amanah Rabaniah di Bandung, serta Bank Perkreditan Rakyat Syariah Hareukat di Aceh. (Shandy Utama, 2020)

Tujuan utama didirikannya lembaga keuangan Islam ialah untuk menunaikan perintah Allah dalam bidang ekonomi dan muamalah, serta membebaskan masyarakat Islam dari kegiatan-kegiatan yang dilarang oleh agama Islam. Dasar pemikiran dikembangkannya lembaga keuangan Islam, khususnya di Indonesia yaitu bertujuan untuk memberikan pelayanan kepada masyarakat Indonesia secara umum, bukan hanya kaum muslimin saja tetapi seluruh komponen bangsa, dengan alasan bahwa Bank di Indonesia menggunakan sistem bunga riba yang sangat jauh dari nilai-nilai keadilan. (Kolistiawan, 2017)

Bank Syariah merupakan Bank yang sistem operasionalnya berbasis pada syariat Islam dimana sistem operasionalnya tersebut dapat dikembangkan dan didasarkan pada hadist Nabi Muhammad Saw dan ajaran Allah Swt. Prinsip dan ajaran tersebut meliputi bagaimana hubungan antara nasabah dengan pihak bank melalui aturan pokok dan ajaran yang diajarkan pada hukum Islam terutama yang berbasis pada sistem penyaluran dana dan kegiatan sistem perbankan itu sendiri. Dalam perkembangannya itu sendiri Bank Syariah yang ada di Indonesia tidak terlepas dari aturan-aturan dari sistem yang dilakukan oleh perbankan umum. Secara harfiahnya penerapan Bank Syariah ini tidak terlepas dari norma-norma yang berlaku di Indonesia. (Permana et al, 2021)

Dalam ajaran agama Islam melarang adanya bunga Bank (riba), namun dalam praktiknya bentuk kegiatan usaha, produk dan jasa perbankan syariah yang secara konseptual tidak berdasar pada bunga kurang dimengerti oleh masyarakat, yang menyebabkan kurangnya minat masyarakat untuk menggunakan Bank Syariah. Dalam Islam jugadijelaskantentangpelaranganriba. Secara etimologis riba berarti *ziyadah*, atau tambahan. Terdapat banyak pendapat tentang riba, namun secara umum dapat disimpulkan bahwa riba menurut kalangan ulama *salaf* adalah pengambilan tambahan, baik dengan cara transaksi jual beli maupun pinjam meminjam secara *batil* atau dengan cara-cara yang bertentangan dengan prinsip ekonomi Islam. (Arifin, 2013)

Sebagaimana dalam firman Allah Swt dalam QS Al-Baqarah 2: 275 yang artinya menyebutkan tentang riba:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

“Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan karena gila. Yang demikian itu karena merena berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barang siapa yang mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barang siapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya” Qs Al-Baqarah: 275.

Agama Islam melarang adanya riba, namun pada praktiknya kegiatan usaha, produk dan jasa perbankan syariah yang secara konseptual tidak berdasar pada bunga kurang dimengerti oleh masyarakat. Selain kasus tadi, sebagian masyarakat sudah memahami apa itu Bank Syariah namun masih awam mengenai produk yang ada padanya, dengan demikian menyebabkan masyarakat enggan menggunakan produk-produk yang ditawarkan namun hanya diminati masyarakat yang ingin menabung

dengan menghindari unsur riba. Larangan riba dalam Islam bukan tanpa alasan. Menurut Prof. A. Sadq (1989) dalam artikelnya “Factor Pricing and Income Distribution from An Islamic Perspective” yang dipublikasikan dalam *Jurnal of Islamic Economy*, menyebutkan bahwa pengharaman riba dalam ekonomi, setidaknya disebabkan oleh beberapa faktor. Pertama, sistem ribawi telah menimbulkan ketidakadilan dalam masyarakat terutama bagi para pemberi modal (Bank) yang pasti menerima keuntungan tanpa mau tau apakah para peminjam dana tersebut memperoleh keuntungan atau tidak. Kedua, ekonomi ribawi juga merupakan penyebab utama berlakunya ketidakseimbangan antara pemodal dengan peminjam. Keuntungan besar yang diperoleh peminjam yang biasanya terdiri dari golongan industri raksasa hanya diharuskan membayar pinjaman modal mereka plus bunga pinjaman dalam jumlah yang relatif kecil dibandingkan dengan milyaran keuntungan yang diperoleh. (Irwanti, 2019)

Pengetahuan akan suatu produk perlu dimiliki oleh setiap konsumen ketika akan membeli produk tersebut. Karena dengan mengetahui spesifikasi produk tersebut calon konsumen tidak akan memikirkan dan berpaling kepada merek pesaing. Karena mereka sudah mengetahui jenis, spesifikasi dan popularitas mereknya tersebut. Pengetahuan merek bisa didapatkan dari berbagai cara. mulai dari review kerabat yang sudah membeli atau dari sumber internet. Kesadaran merek merupakan suatu ingatan yang ada pertama kali dalam pikiran konsumen tentang sebuah merek tertentu yang dia sudah rasakan manfaatnya, konsumen mendengar melalui word of mouth atau melalui media periklanan. Jika sebuah merek disebutkan dalam suatu percakapan atau obrolan langsung bisa mengingatkan sebuah produk atau mereknya, tentunya sekaligus tersirat kesadaran akan suatu merek dan juga perusahaan harus memunculkan perbedaan mereknya dengan merek dagang lain. Agar bisa menarik minat beli konsumen. (Irvanto, 2020)

Berdasarkan uraian diatas terdapat beberapa permasalahan yang dipaparkan sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Motivasi Menghindari Riba, Pengetahuan Produk, dan Religius Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di PT. BPRS Gebu Prima”.

B. IDENTIFIKASI MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, penulis membatasi masalah penelitian sebagai berikut:

1. Kurangnya motivasi masyarakat untuk lebih memilih menabung di Bank Syariah.
2. Kurangnya pengetahuan masyarakat tentang produk-produk Bank Syariah karena minimnya sosialisasi, sehingga masyarakat lebih memilih menjadi nasabah Bank Konvensional daripada Bank Syariah.
3. Kurangnya tingkat religiusitas masyarakat dalam memilih keputusan untuk menabung di Bank Syariah.

C. RUMUSAN MASALAH

1. Apakah motivasi menghindari riba berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di PT. BPRS Gebu Prima?
2. Apakah pengetahuan produk berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di PT. BPRS Gebu Prima?
3. Apakah religius berpengaruh terhadap keputusan menjadinasabah di PT. BPRS Gebu Prima?
4. Bagaimana pengaruh secara simultan antara motivasi, pengetahuan produk, dan religiusitas terhadap keputusan menjadi nasabah di PT. BPRS Gebu Prima?

D. TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mengetahui apakah motivasi berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di PT. BPRS Gebu Primadalam menghindari riba.
2. Untukmengetahuiapakahpengetahuanprodukberpengaruhterhadapkeputusanuntukmenjadinasabahdi PT. BPRS Gebu Primadalam menghindari riba.
3. Untukmengetahuiapakahreligiusberpengaruhterhadapkeputusanuntukmenjadi nasabahdi PT. BPRS Gebu Primadalam menghindari riba.
4. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan antara motivasi, pengetahuan produk, dan religiusitas terhadap keputusan menjadi nasabah di PT. BPRS Gebu Prima.

E. MANFAAT PENELITIAN

1. Bagi Penulis

Menambah wawasan dan pengetahuan, khususnya tentang masalah motivasi menghindari riba dan pengetahuan produk perbankan syariah terhadap keputusan menjadi nasabah.

2. Bagi Instansi

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai salah satu bahan evaluasi dalam memahami minat nasabah mengenai produk perbankan syariah agar dapat memenuhi keinginan nasabah.

F. SISTEMATIKA PENULISAN

Penyajian laporan skripsi ini menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut:

1. Bagian inti skripsi

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini diuraikan latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORITIS

Pada bab ini memaparkan teori-teori dan hasil penelitian terdahulu yang relevan meliputi: landasan teoritis, kajian penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini mengungkapkan sejumlah cara yang memuat mengenai uraian-uraian tentang metode dan langkah-langkah penelitian secara operasional meliputi: pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi, sampel, definisi operasional dan variabel penelitian, teknik pengumpulan data, sumber data penelitian, jenis data penelitian dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian pembahasanyang meliputi deskripsi institusi, deskripsi karakteristik responden, penyajian data, analisis data, dan interpretasi hasil analisis data.

BAB V : PENUTUP

Pada bab penutup ini berisi tentang kesimpulan dan saran.

BAB II

LANDASAN TEORITIS

A. KAJIAN PUSTAKA

1. Motivasi Menghindari Riba

a. Motivasi

1) Pengertian Motivasi

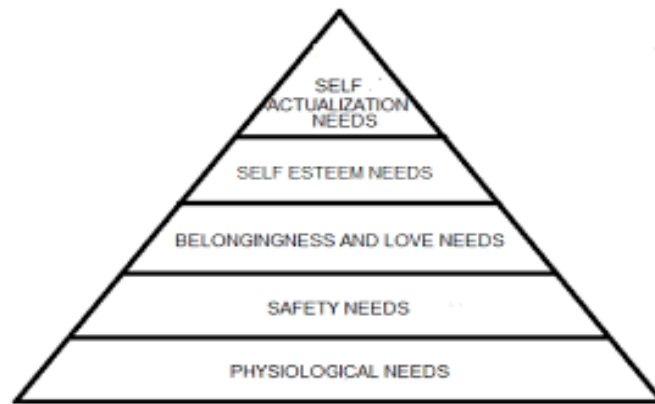
Motivasi berasal dari kata lain Motive yang berarti dorongan atau bahasa Inggrisnya to move. Motif diartikan sebagai kekuatan yang terdapat dalam diri organisme yang mendorong untuk berbuat (driving force). Motif tidak berdiri sendiri, tetapi saling berkaitan dengan faktor-faktor lain, baik faktor eksternal, maupun faktor internal. Hal-hal yang mempengaruhi motif disebut motivasi. (Prihartanta, 2015)

Motivasi dalam islam yaitu dorongan psikologi yang membuat seseorang mencari dan memikirkan Allah Swt sebagai pencipta alam semesta, dorongan untuk menyembah, meminta pertolongan, dan meminta segala sesuatu sesuai dengan QS. Al-Jumu'ah ayat 10:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِن فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

“apabila telah ditunaikan sembahyang, maka bertebaranlah kamu dimuka bumi dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah sebanyak banyaknya supaya kamu beruntung”. (QS. Al-Jumu'ah: 10) (Maulinda, 2021)

Abraham Maslow mengemukakan bahwa pada dasarnya semua manusia memiliki kebutuhan pokok yang disebut dengan motivasi. Maslow menggambarkan 5 tingkat kebutuhan tersebut dalam bentuk piramid, seseorang memulai dorongan dari tingkatan terbawah. Lima tingkatan kebutuhan itu dikenal dengan sebutan Hirarki Kebutuhan Maslow, dimulai dari kebutuhan biologis dasar sampai motif psikologis yang kompleks, yang hanya akan penting setelah kebutuhan dasar terpenuhi. Piramida kebutuhan tersebut digambarkan Maslow sebagai berikut: (Prihartanta, 2015)



Gambar 2.1
Piramida Kebutuhan menurut Maslow

Lima tingkatan kebutuhan menurut Maslow terdiri dari kebutuhan fisik, kebutuhan rasa aman, kebutuhan memiliki dan cinta, kebutuhan harga diri, dan kebutuhan aktualisasi diri.

- 1) Kebutuhan fisik terdiri dari makan, minum, dan tempat tinggal.
- 2) Kebutuhan rasa aman terdiri dari keamanan, stabilitas, dan terbebas dari ketakutan.
- 3) Kebutuhan memiliki dan cinta meliputi kebutuhan persahabatan, keluarga, cinta dan dukungan.
- 4) Kebutuhan harga diri mencakup kebutuhan berprestasi, pengakuan, penghormatan, dan keahlian.
- 5) Kebutuhan aktualisasi diri mencakup kebutuhan mengembangkan bakat dan kreatifitas.

2) Bentuk-bentuk motivasi

Motivasi dapat dibedakan dalam dua bentuk, sebagai berikut:

- a. Motivasi intrinsic adalah pendorong kerja yang bersumber dari dalam diri pekerja sebagai individu, berupa kesadaran mengenai pentingnya atau manfaat pekerjaan yang dilaksanakannya. Dengan kata lain motivasi ini bersumber dari pekerjaan yang dikerjakan, baik karena mampu memenuhi kebutuhan, atau menyenangkan, atau memungkinkan mencapai suatu

tujuan, maupun karena memberikan harapan tertentu yang positif di masa depan

- b. Motivasi ekstrinsik adalah pendorong kerja yang bersumber dari luar diri pekerja sebagai individu, berupa suatu kondisi yang mengharuskannya melaksanakan pekerjaan secara maksimal. Misalnya berdedikasi tinggi dalam bekerja karena gaji yang tinggi, jabatan atau posisi yang terhormat atau memiliki kekuasaan yang besar. (Ariyanto et al, 2020)

b. Riba

1) Pengertian riba

Kata riba berasal dari bahasa Arab, secara etimologis berarti tambahan (az ziyadah), berkembang (an-numuw), membesar (al-'uluw) dan meningkat (al-irtifa'). Sehubungan dengan arti riba dari segi bahasa tersebut, ada ungkapan orang Arab kuno menyatakan sebagai berikut; arba fulan 'ala fulan idza azada 'alaihi (seorang melakukan riba terhadap orang lain jika di dalamnya terdapat unsur tambahan atau disebut liyarbu ma a'thaythum min syai'in lita'khuzu aktsara minhu (mengambil dari sesuatu yang kamu berikan dengan cara berlebih dari apa yang diberikan). (Arifin, 2013)

Mengenai hal ini Allah Swt berfirman dalam QS An-Nisa' (4): 29.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecyali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah maha penyayang kepadamu” QS An-Nisa' (4): 29.

Pengertian di atas berdasarkan firman Allah Swt dalam QS Al-Baqarah (2): 278-279.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنْتُمْ مُّؤْمِنِينَ
فَإِن لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِي وَإِن تُبْتِغُوا فَلَئِمَّ رُءُوسُ أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman. Jika kamu tidak melaksanakannya, maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. Dan jika kamu bertaubat, maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak menganiaya dan tidak (pula) dianiaya” QS Al-Baqarah (2): 278 – 279.

Ayat tersebut menunjukkan bahwa sesuatu yang lebih baik dari modal dasar riba, sedikit atau banyak, jadi setiap modal dasar yang ditentukan sebelumnya karena semata-mata imbalan bagi berlakunya waktu adalah riba. Status hukum riba adalah haram, berdasarkan firman Allah dalam QS Al-Baqarah (2): 275

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya: “orang-orang yang Makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya”. QS Al-Baqarah (2): 275.

Yang menjadi illat (alasan hukum) diharamkan riba menurut QS Al-Baqarah (2): 278 – 279 di atas adalah karena riba mengandung unsur mendzalimi.

2) Bentuk-bentuk Riba

Diantara para ahli hukum Islam atau fuqaha terdapat perbedaan pendapat tentang pembagian riba. Namun pada umumnya, praktik riba dapat terjadi dalam akad utang piutang maupun jual beli. Termasuk katagori riba utang piutang seperti riba *Qardh*, sedangkan termasuk jual beli seperti riba *yadd*, riba *Fadhhl* dan riba *nasi'ah*.

Adapun penjelasan mengenai bentuk-bentuk riba sebagai berikut:

- a. Riba *Qardh* adalah praktek riba dengan cara meminjamkan uang kepada seseorang dengan syarat ada kelebihan/keuntungan bagi pihak pemberi utang.
- b. Riba *Yâdd* adalah praktek riba yang dilakukan oleh pihak yang meminjam yang meminjamkan uang/barang telah berpisah dari tempat aqad sebelum diadakan serah terima barang (aqad timbang terima). Munculnya riba dalam keadaan ini adalah karena dikhawatirkan akan terjadi penyimpangan.
- c. Riba *Fadhhl* adalah praktek riba dalam bentuk menukarkan barang yang sejenis tetapi tidak sama keadaanya atau menukar barang yang sejenis tetapi saling berbeda nilainya.
- d. Riba *Nasi'ah* adalah praktek riba memberikan hutangan kepada orang lain dengan tempo yang jika terlambat mengembalikan akan dinaikkan jumlah nilainya sebagai tambahan atau sanksi. (Amiruddin, 2012)

3) Tahapan Larangan Riba Dalam Alqur'an

Mengenai hal ini Allah mengingatkan kita Al-Qur'an Surah Ali- Imran ayat 130 sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan Riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan. (Ali-Imran: 130)

Larangan riba juga dapat ditemukan dalam hadist Rasulullah Saw. Dalam hadist terdapat larangan riba bagi umat Islam yang dijelaskan secara gambelang. Beberapa hadist tersebut diantaranya.

- a. Rasulullah Saw telah mengutuk, baik pembiayaan maupun penerima riba. (HR. Aun Ibn Hanifah yang meriwayatkan dari ayahnya).
- b. Rasulullah Saw mengutuk orang-orang yang menerima dan memberi riba orang yang mencatatkan urusan riba, dan menjadi saksi dan selanjutnya

beliau mengatakan bahwa mereka semuanya sama. (HR. Abdullah Ibn Mas'ud).

2. Pengetahuan Produk

a. Pengetahuan Produk

Menurut teori yang dikemukakan oleh Ujang Suwarman bahwasanya bilamana pengetahuan produk yang dimiliki oleh seorang konsumen semakin luas maka akan semakin memberikan kepastian serta jaminan yang akan mereka dapatkan dari keputusan pembelian produk tersebut.

Sedangkan menurut Ristiyanti Prasetijo mengemukakan bahwasanya terdapat tiga tahapan tingkatan pada keterlibatan seorang konsumen dan perilaku pembelian seorang konsumen, yaitu tahap awal ialah seorang pembeli atau konsumen memperluas keyakinannya mengenai suatu produk tertentu. Tahap selanjutnya ialah setelah pembeli menumbuhkan keyakinannya terhadap suatu produk maka konsumen atau pembeli akan membuat suatu sikap mengenai produk tersebut. Dan kemudian tahap terakhir, pada tahap terakhir ini setelah konsumen dapat membangun sikap tentang suatu produk maka konsumen membuat suatu pilihan pembelian yang cermat. Pengetahuan mengenai suatu produk merupakan suatu hal yang paling penting serta sangat harus dikomunikasikan oleh seorang produsen dalam memberikan petunjuk atas produk yang ditawarkannya kepada seorang konsumen. Segala upaya promosi yang dilakukan oleh seorang pemasar dimana bertujuan guna memberikan edukasi atau pengetahuan kepada seorang konsumen khususnya dalam hal keunggulan apa yang dimiliki produknya tersebut dan tentu tidak dimiliki oleh produk yang lainnya. (Sumarwan, 2003)

Indikator Pengetahuan Konsumen

Menurut Sumarwan menyatakan bahwa pengetahuan produk dibagi menjadi tiga, yaitu:

1) Pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk

Pengetahuan mengenai atribut produk tersebut akan mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen. Pengetahuan lebih banyak mengenai atribut suatu produk akan memudahkan konsumen untuk memilih produk yang akan dibelinya.

Atribut suatu produk dibagi menjadi dua yaitu atribut fisik dan atribut abstrak. Atribut menggambarkan ciri-ciri fisik suatu produk, misalnya adanya penggunaan kartu ATM dalam menabung, sedangkan atribut abstrak menggambarkan karakteristik subjektif dari suatu produk berdasarkan persepsi konsumen.

2) Pengetahuan tentang manfaat produk

Konsumen akan merasakan dua jenis manfaat setelah mengkonsumsi suatu produk yaitu manfaat fungsional adalah hasil nyata akibat penggunaan produk yang dialami konsumen secara langsung. Misalnya mencakup sifat fisik, hasil performa dapat dirasakan ketika menggunakan produk dan manfaat psikologi (yang menyangkut aspek seperti aman, nyaman dan terhindar dari riba).

3) Pengetahuan kepuasan produk

Pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan produk bagi konsumen pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan oleh suatu produk juga tentu akan mempengaruhi kepuasan pembelian. Konsumen juga memiliki pengetahuan mengenai nilai simbolis personal produk dan jasa. Nilai merupakan tujuan secara luas, nilai sering kali melibatkan efek emosional diakibatkan dengan tujuan dan kebutuhan. Ketika nilai terpenuhi atau tujuan dan kebutuhan. Ketika nilai terpenuhi atau tujuan hidup pokok telah tercapai adalah sebuah perasaan internal yang tidak dapat diwujudkan. (Sumarwan, 2003)

a. Produk Perbankan Syariah

Produk adalah sesuatu yang memberikan manfaat baik dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-hari atau sesuatu yang atau sesuatu yang ingin dimiliki oleh konsumen. Produk biasanya digunakan untuk dikonsumsi baik untuk kebutuhan rohani maupun jasmani. Pada dasarnya, produk yang ditawarkan oleh Bank Syariah dapat dibagikan menjadi tiga bagian besar, yaitu: a. Produk penyaluran dana (*financing*), b. Produk penghimpunan dana (*funding*), c. Produk jasa (*service*).

a. Produk Penyaluran Dana (*financing*)

Dalam menyalurkan dananya pada nasabah, secara garis besar produk pembiayaan syariah terbagi kedalam empat kategori yang dibedakan berdasarkan tujuan penggunaan, yaitu: 1. Pembiayaan dengan prinsip jual beli, 2. Pembiayaan

dengan prinsip sewa, 3. Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil, 4. Pembiayaan dengan akad pelengkap.

1. Pembiayaan dengan prinsip jual beli

Transaksi jual beli dapat dibedakan berdasarkan bentuk pembayarannya dan waktu penyerahan barangnya, dibedakan menjadi pembiayaan murabahah, salam, dan istishna'.

a. Pembiayaan Murabahah

Pembiayaan dengan Prinsip Murabahah Berdasarkan pandangan dari Muhammad Ibn Ahmad, dkk menjelaskan pengertian Murabahah adalah transaksi jual beli yang dilakukan karena adanya kesepakatan antara kedua pihak penjual dan pembeli yang dimana adanya perjanjian yang transparan dalam pemberian keuntungan bagi penjual dengan mempertimbangkan dan memperhitungkan dari modal awal sipejual.

b. Pembiayaan dengan Prinsip Salam

Dalam masalah transaksi jual beli dengan menggunakan prinsip atau akad salam yaitu melakukan transaksi jual beli antara sipejual dengan si pembeli namun barang yang dijual belikan belum ada secara fisiknya.

c. Pembiayaan dengan Prinsip Istisna'

Tidak jauh berbeda dengan prinsip jual beli dengan menggunakan prinsip salam, dimana istisna ini merupakan prinsip pembiayaan jual beli dimana bank bisa melakukan pembayarannya dengan beberapa kali termin pembayaran. Prinsip ini umumnya digunakan pada pembiayaan konstruksi dan manufaktur. (Maulinda, 2021)

2. Pembiayaan dengan prinsip sewa (*ijarah*)

Pada dasarnya prinsip sewa sama saja dengan prinsip jual beli tetapi perbedaannya terletak pada objek transaksinya. Bila pada jual beli objek transaksinya adalah barang, pada prinsip sewa objek transaksinya adalah jasa.

3. Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil

Produk pembiayaan syariah yang didasarkan atas prinsip bagi hasil adalah pembiayaan musyarakah dan pembiayaan mudharabah. Untuk pembiayaan

musyarakah dimana Bank dan nasabah sama-sama memberikan kontribusi dana untuk menjalankan sebuah usahanya, sedangkan pembiayaan mudharabah dimana salah satu pihak baik Bank ataupun nasabah memberikan kontribusi dananya sedangkan pihak lainnya sebagai pengelola dana.

4. Pembiayaan dengan akad pelengkap

Untuk mempermudah pembiayaan, biasanya diperlukan juga akad pelengkap. Akad pelengkap ini tidak ditujukan untuk mencari keuntungan, tapi ditujukan untuk mempermudah pelaksanaan pembiayaan. Adapun beberapa macam akad pelengkap diantaranya adalah: *Hiwalah, Rahn, Qardh, Wakalah, Kafalah*.

b. Produk penghimpun dana (*funding*)

Penghimpunan dana di Bank Syariah dapat berbentuk giro, tabungan dan deposito. Prinsip operasional syariah yang diterapkan dalam penghimpunan dana masyarakat adalah prinsip *wadiah* dan *mudharabah*.

1) Prinsip *wadiah*

Prinsip Wadiah yang diterapkan adalah *wadiah yad-dhamanah* yang diterapkan pada produk rekening giro. *wadiah yad-dhamanah* berbeda dengan *wadiah yad-amanah* yang mempunyai prinsip harta titipan tidak boleh dimanfaatkan oleh yang dititipi. Sementara itu, Pada *wadiah yad-dhamanah* pihak yang dititipi (Bank) bertanggung jawab atas keutuhan harta titipan sehingga boleh memanfaatkan harta titipan tersebut.

2) Prinsip *mudharabah*.

Dalam mengaplikasikan prinsip *mudharabah*, penyimpan atau deposan bertindak sebagai *shahibul maal* atau pemilik modal dan Bank sebagai *mudharib* atau pengelola modal. Berdasarkan kewenangan yang diberikan oleh pihak penyimpan dana, prinsip *mudharabah* terbagi menjadi dua yaitu: *mudharabah mutlaqah* dan *mudharabah muqayyadah*

c. Produk jasa (*service*)

Selain menjalankan fungsinya sebagai lembaga intermediasi dimana Bank mengumpulkan dana dari pihak surplus dan menyalurkannya kepada pihak deposit,

Bank Syariah juga dapat melakukan berbagai pelayanan jasa perbankan kepada nasabah dengan mendapat imbalan berupa sewa atau keuntungan. Jasa perbankan tersebut antara lain yaitu: *sharf* (Jual beli valuta asing) dan *ijarah* (sewa). (Saputra, 2019)

3. Religiusitas

Menurut Anshori (dalam Ghufron & Risnawati, 2010), religi didefinisikan sebagai kepercayaan adanya kekuatan di atas manusia. Religiusitas merupakan pengabdian terhadap agama. Agama memberi petunjuk pada aspek normal, yang berhubungan dengan aturan-aturan dan kewajiban-kewajiban. Sedangkan religiusitas memberikan pada aspek religi yang telah dialami oleh individu dalam hati, getaran hati nurani, dan sikap personal.

a. Indikator Religiusitas

Menurut Suganda (2018) indikator religiusitas terdiri dari :

1. Kepatuhan Agama

Kepatuhan agama merupakan kesetiaan seorang hamba kepada Allah untuk menjalankan seluruh perintah dan meninggalkan larangan-Nya.

2. Bisnis Halal

Suatu usaha harus menjalankan usahanya sesuai syariah islam.

3. Larangan Riba

Larangan riba yakni sesuatu yang tidak boleh dilakukan baik dalam penetapan bunga atau melebihi jumlah pinjaman saat pengembalian berdasarkan persentase tertentu dari jumlah pinjaman pokok yang dibebankan kepada peminjam.

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Religiusitas

Menurut Jalaluddin (2008) religiusitas bukanlah merupakan aspek psikis yang bersifat instinktif yakni unsur bawaan yang langsung pakai. Religiusitas juga mengalami proses perkembangan dalam mencapai tingkat kematangannya. Religiusitas tak luput dari gangguan yang mempengaruhi perkembangannya. Pengaruh tersebut baik berasal dari diri sendiri ataupun dari faktor luar. Faktor-faktor tersebut terdiri dari faktor internal dan faktor eksternal.

1. Faktor Internal

Perkembangan religiusitas ditentukan oleh faktor internal, seperti segi kejiwaan, maka para ahli psikologi agama menjelaskan berbagai teori berdasarkan pendekatan masing-masing. Secara luas faktor-faktor yang ikut berpengaruh terhadap perkembangan religiusitas yakni faktor hereditas, tingkat usia, kepribadian, dan kondisi kejiwaan seseorang.

2. Faktor Eksternal

Faktor eksternal berpengaruh dalam religiusitas dapat dinilai dari lingkungan di mana seseorang itu hidup. Umumnya lingkungan tersebut dibagi menjadi tiga bagian, yakni :

a. Lingkungan keluarga

Keluarga adalah satuan social yang paling sederhana dalam kehidupan manusia. Keluarga merupakan lingkungan social pertama kali yang dikenal setiap orang. Hal tersebut disebabkan keluarga adalah tahap sosialisai awal bagi pembentukan jiwa keagamaan pada setiap orang.

b. Lingkungan institusional

Melalui kurikulum, yang adanya materi pengajaran, sikap dan keteladanan guru sebagai pendidik serta pergaulan antar teman di sekolah dinilai sangat penting dalam menenamkan kebiasaan yang baik. Pembiasaan yang baik merupakan bagian dari pembentukan moral yang kaitannya erat dengan perkembangan jiwa keagamaan seseorang.

c. Lingkungan masyarakat

Tradisi keagamaan bisa menimbulkan dua sisi dalam mengembangkan jiwa keagamaan seseorang. Karakter terbina melalui asimilasi dan sosialisasi, maka tradisi keagamaan memenuhi kedua aspek tersebut. Suatu tradisi keagamaan membuka peluang bagi seseorang dalam berhubungan dengan yang lainnya.

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa seseorang berbeda-beda tingkat religiusitasnya dan dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal.

4. Keputusan Menjadi Nasabah

a. Perilaku Konsumen

Mowen menyebutkan bahwa perilaku konsumen merupakan studi tentang buying unit dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi barang dan jasa, pengalaman serta ide-ide. Engel, Blackwell dan Minard menyatakan bahwa perilaku konsumen merupakan sebagai tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi serta menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses. Sedangkan Schiffman dan Kanuk menyatakan bahwa perilaku konsumen merupakan perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan memuaskan kebutuhan mereka. (Andespa, 2017)

Perilaku konsumen menurut Kotler merupakan suatu proses penilaian dan pemilihan dari berbagai alternatif sesuai dengan kepentingan-kepentingan tertentu dengan menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan. Swasta dan Handoko, berpendapat Perilaku konsumen (*consumer behavior*) dapat di definisikan sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut. Winardi mengartikan perilaku konsumen sebagai perilaku yang ditujukan oleh orang-orang dalam hal merencanakan, membeli, dan menggunakan barang-barang ekonomi dan jasa. (Andespa, 2017).

b. Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terdiri dari faktor internal dan faktor eksternal.

1) Faktor eksternal

Faktor-faktor lingkungan eksternal yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah:

a. Kebudayaan

Mempelajari perilaku konsumen adalah mempelajari perilaku manusia, sehingga perilaku konsumen juga ditentukan oleh kebudayaan yang tercermin pada

cara hidup, kebiasaan dan tradisi dalam permintaan akan bermacam-macam barang dan jasa. Jadi perilaku konsumen sangat ditentukan oleh kebudayaan yang melingkupinya, dan pengaruhnya akan selalu berubah setiap waktu sesuai dengan kemajuan dan perkembangan zaman pada masyarakat itu.

b. Kelas Budaya

Kelas sosial adalah sebuah kelompok yang relatif homogen yang bertahan lama dalam sebuah masyarakat, yang tersusun secara hirarki dan yang keanggotaannya mempunyai nilai minat dan perilaku yang sama. Kelas sosial memegang peran penting dalam suatu program pemasaran, karena adanya perbedaan substansial diantara kelas-kelas tersebut mempengaruhi perilaku pemberian mereka.

c. Keluarga

Keluarga digambarkan berbagai macam bentuk rumah tangga. Macam-macam bentuk keluarga sebagai berikut: a. keluarga inti merupakan lingkup keluarga yang meliputi ibu, ayah, anak yang hidup bersama, b. keluarga besar yaitu keluarga inti ditambah dengan orang-orang yang mempunyai ikatan saudara dengan keluarga. Dalam keluarga masing-masing anggota dapat berbuat hal yang berbeda dalam membeli sesuatu serta memiliki selera dan keinginan yang berbeda.

2) Faktor Internal

Faktor-faktor lingkungan internal yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah:

a. Motivasi Perilaku seseorang dimulai dengan adanya suatu motivasi atau motif yang menggerakkan individu dalam mencapai suatu tujuan. Secara defenisi motivasi adalah suatu dorongan kebutuhan dan keinginan individu yang diarahkan pada tujuan untuk memperoleh kepuasan. Tanpa motivasi seseorang tidak akan terpengaruh untuk mencari kepuasan terhadap dirinya.

b. Persepsi

Persepsi didefenisikan sebagai proses dimana seseorang memilih, mengorganisasikan dan mengartikan masukan informasi untuk

menciptakan suatu gambaran yang berarti dari dunia ini. Persepsi dapat melibatkan penafsiran seseorang atas suatu kejadian berdasarkan pengalaman masa lalunya. Pada pemasar perlu bekerja keras untuk memikat konsumen agar pesanan yang disampaikan dapat mengenai sasaran.

c. Belajar

Proses belajar pada suatu pembelian terjadi apabila konsumen ingin menanggapi dan memperoleh suatu kepuasan atau sebaliknya tidak terjadi apabila konsumen merasa dikecewakan oleh produk yang kurang baik. Proses belajar terjadi karena adanya interaksi antara manusia yang dasarnya bersifat individual dengan lingkungan khusus tertentu.

d. Kepribadian dan konsep diri

Kepribadian mencakup kebiasaan-kebiasaan, sikap dan ciri-ciri sifat dan watak yang khusus yang menentukan perbedaan perilaku dari tiap-tiap individu, dan berkembang apabila orang tadi berhubungan dengan orang lain. Konsep diri mempengaruhi perilaku konsumen di dalam pembelian. Konsep diri merupakan pendekatan yang dikenal luas untuk menggambarkan hubungan antara konsep diri dalam konsumen dengan image merk dan image penjual.

5. Tahap Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan (*decision making*) adalah proses dalam mengenali masalah-masalah dan peluang-peluang untuk kemudian dipecahkan. Mengambil atau membuat keputusan adalah suatu proses yang dilaksanakan orang berdasarkan pengetahuan dan informasi yang ada padanya pada saat tersebut dengan harapan bahwa sesuatu akan terjadi. Keputusan dapat diambil dari alternatif-alternatif keputusan yang ada. Alternatif keputusan tersebut dapat dilakukan dengan adanya informasi yang diolah dan disajikan dengan system penunjang keputusan. (Suryanto et al, 2019)

Menurut pandangan Islam, dasar pengambilan keputusan disebutkan dalam QS. Al-Maidah ayat 100 yaitu:

قُلْ لَا يَسْتَوِي الْخَبِيثُ وَالطَّيِّبُ وَلَوْ أَعْجَبَكَ كَثْرَةُ الْخَبِيثِ فَاتَّقُوا اللَّهَ يَا أُولِي الْأَلْبَابِ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Katakan: *“tidak sama yang buruk dengan yang baik, meskipun banyaknya yang buruk itu menarik hatimu, Maka bertaqwalah kepada Allah Hai orang-orang berakal, agar kamu mendapat keberuntungan”*

Berdasarkan ayat diatas dapat disimpulkan bahwa dalam hal-hal yang berkaitan dengan pengambil keputusan, ada hal yang baik maupun yang hal yang buruknya, maka sebelum mengambil keputusan kita harus memikirkannya dengan akal dan pikiran positif.

Berikut uraian mengenai indikator-indikator keputusan pembelian konsumen menurut kotler dan keller.

a. Pengenalan Kebutuhan

Tahap pertama keputusan pembelian dimana konsumen mengenali keputusan suatu masalah akan kebutuhan. Konsumen akan merasakan perbedaan akan keadaan yang diinginkan.

b. Pencarian informasi

Semakin kuat dorongan untuk memuaskan kebutuhan. Maka konsumen akan makin aktif mencari informasi sehubungan dengan kebutuhan tersebut. Konsumen dapat memperoleh informasi dari berbagai sumber diantaranya:

1. Sumber pribadi: keluarga, teman, tetangga dan kenalan.
2. Sumber komersial: iklan wiraniaga (pedagang), dealer kemasan, pajangan dan situs internet.
3. Sumber publik: media massa, penilaian konsumen dan organisasi.
4. Sumber pengalaman: penanganan, pemeriksaan dan menggunakan produk

c. Evaluasi alternatif

Setelah menerima banyak informasi, konsumen akrab mengelola informasi tersebut untuk sampai pada pilihan terakhir.

d. Keputusan pembeli

Keputusan pembeli merupakan tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli produk.

Faktor-faktor keputusan untuk membeli diantaranya:

1. Sikap orang lain: keluarga, teman, tetangga dan orang kepercayaan.
 2. Faktor situasi yang tidak diaharapkan: harga, pendapat keluarga dan manfaat yang diharapkan.
- e. Perilaku pasca pembelian

Pada tahap ini tugas seorang pemasaran belum berakhir ketika produknya sudah dibeli. Konsumen akan mengalami level kepuasan atau tidak kepuasan mereka rasakan.

Jadi keputusan adalah akhir dari suatu proses masalah untuk menjawab apa yang harus dilakukan guna mengatasi masalah tersebut, dengan menjatuhkan pilihan pada suatu alternatif. Berarti defenisi pengambilan keputusan konsumen adalah suatu proses yang mana konsumen melakukan penilaian terhadap berbagai alternatif pilihan dan memilih salah satu atau lebih alternatif yang dibutuhkan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu.

B. KAJIAN PENELITIAN TERDAHULU

Berikut merupakan beberapa dari penelitian sebelumnya yang relevan dan telah diteliti yang dikemukakan dalam penelitian ini:

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
1	(Muhammad Hidayatullah 2014).	Pengaruh Pengetahuan Konsumen terhadap Keputusan Menjadi Nasabah pada PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Makasar.	Regresi linear berganda	Hasil analisis regresi nampak bahwa pengetahuan konsumen yang terdiri dari atribut produk (X1), manfaat produk (X2), nilai kepuasan	Perbedaan dalam penelitian ini adalah objek dan lokasi penelitian, yakni di PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Makassar. Sedangkan penulis

				produk (X3) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah di Makasar.	melaksanakan penelitian di PT. BPRS Gebu Prima Medan
2	(Amzah, 2014)	Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Mahasiswa Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Padang Sidempuan).	Regresi linear sederhana	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menabung.	Perbedaan dalam penelitian ini terletak pada sampel penelitian, yakni pada mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Padangsidempuan.
3	(Neneng Nelvi 2015)	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah (Studi kasus pada nasabah BNI Syariah Yogyakarta).	Regresi linear berganda	Variabel motivasi menghindari riba mempunyai pengaruh signifikan positif terhadap keputusan menjadi nasabah, karena apabila semakin tinggi kebutuhan maka semakin tinggi juga dorongan untuk menghindari riba.	Perbedaan pada penelitian ini terletak pada objek penelitian yakni di BNI Syariah Yogyakarta

4	(Utomo et al, 2021)s	Pengaruh Motivasi Menghindari Riba dan Pengetahuan Produk Koperasi Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) Nur Hayyu Ambara NTB	Regresi linear berganda	Hasil pengujian menunjukkan bahwa secara simultan variabel motivasi menghindari riba dan pengetahuan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah, yang berarti jika variabel motivasi menghindari riba dan pengetahuan produk akan berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah.	Perbedaan penelitian ini terletak pada lokasi penelitian yaitu di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) Nur Hayyu Ambara NTB
5	(Resti et al, 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)	Regresi linear berganda	Dari hasil uji t (parsial) penelitian ini variabel (X_1) motivasi menghindari riba dan (X_2) pengetahuan produk perbankan Syariah memiliki pengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank	Perbedaan pada penelitian ini yakni pada objek penelitian yaitu di Bank Syariah Mandiri KCP Palembang KM 6)

				Syaria Indonesia (Ex Bank Syariah Mandiri KCP Palembang KM 6) secara positif dan signifikan.	
6	(Yuliani et al, 2021)	Pengaruh pengetahuan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Melalui Pemediasi Minat dan Kesadaran (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Kuta Bali)		Dari hasil penelitian ini pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat, pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesadaran.	Perbedaan pada penelitian ini yakni adanya variabel tambahan yaitu Pemediasi Minat dan Kesadaran
7	(Busyro, 2018)	Pengaruh pengetahuan Produk perbankan syariah Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi kasus pada mahasiswa Universitas muhammadiyah riau)	Regresi linear berganda	Dari hasil penelitian ini bahwa pengetahuan produk perbankan Syariah berpengaruh positif atau signifikan dalam memilih jasa perbankan syariah. Pengetahuan terhadap produk ini perlu dan sangat penting bagi nasabah maupun masyarakat.	Perbedaan pada penelitian ini hanya variabel Pengetahuan produk saja yang diteliti
8	(Kholila, 2018)	<i>Pengaruh motivasi menghindari riba dan pengetahuan produk</i>	Regresi Linear Bergand	syariah secara silmutan terhadap keputusan menjadi	Perbedaan dalam penelitian ini terletak pada

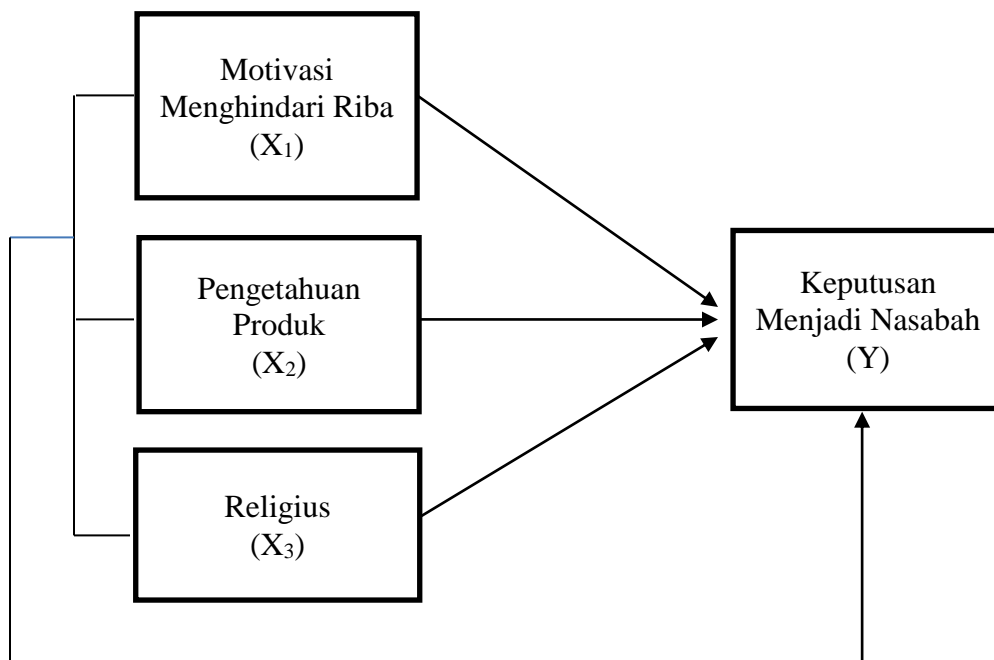
		<p><i>perbankan syariah terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Muamalat KC Surabaya-Mas Mansyur</i></p>	a	<p>nasabah berpengaruh secara positif dan signifikan dengan porposisi motivasi menghindari riba (X1) dan pengetahuan produk perbankan syariah (X2) terhadap keputusan menjadi nasabah (Y) sebesar 53,6%. Sedangkan pengujian parsial motivasi menghindari riba dan pengetahuan produk perbankan syariah terhadap keputusan menjadi nasabah diketahui motivasi menghindari riba (X1) berpengaruh secara positif dan signifikan, variabel kedua pengetahuan produk perbankan syariah (X2) juga berpengaruh secara positif dan signifikan</p>	<p>lokasi penelitian yakni di Bank Muamalat KC Surabaya-Mas</p>
--	--	---	---	--	---

				terhadap keputusan menjadi nasabah (Y) di Bank Muamalat KC Surabaya.	
9	(Fenty Rismayanti, 2015)	Pengetahuan Konsumen mengenai perbankan syariah dan pengaruhnya terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri, Tbk Cabang Bandung.	metode Regresi Linier berganda .	Hasil menunjukkan tingkat pengetahuan konsumen cenderung kurang baik pada item atribut produk, dan baik item manfaat serta nilai keputusan produk karena mayoritas responden menjawab kurang mengetahui dan mengetahui terhadap variabel yang diteliti.	Perbedaannya terletak pada objek penelitian yaitu di PT Bank Syariah Mandiri
10	(Shinta Rawaini, 2015)	Pengaruh Pengetahuan Nasabah, Motivasi Nasabah dan Penjualan Perorangan terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Asuransi Syariah PT Prudential Life Assurance Cabang Yogyakarta	Analisis regresi sederhana dan berganda	terdapat pengaruh positif dan signifikan pengetahuan nasabah, motivasi nasabah, penjualan perorangan secara bersama-sama terhadap keputusan menjadi Nasabah Asuransi Syariah PT	Perbedaannya ada variabel penjualan perorangan sedangkan penulis meneliti tentang tingkat religious nasabah.

				Prudential Life Assurance Cabang Yogyakarta.	
--	--	--	--	--	--

C. KERANGKA PEMIKIRAN

Adapun kerangka teoritis penelitian ini adalah Motivasi Menghindari Riba (X_1), Pengetahuan Produk (X_2) dan Religius (X_3) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Menjadi Nasabah (Y).



Gambar 2.2
Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini terdapat variabel-variabel antara lain :

1. Variabel Independen

Variabel independen dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Motivasi menghindari riba, yaitu dorongan internal dan eksternal dalam diri seseorang dalam menghindari bahaya riba atau bunga bank yang telah diharamkan Allah dengan tujuan memulai transaksi yang

lebih halal dan tidak bertentangan dengan prinsip ekonomi islam (Kholila, 2018)

2. Pengetahuan produk, yaitu kumpulan berbagai macam informasi tentang suatu produk tertentu (Sumarwan, 2011).
 3. Religius, yakni sikap dan perilaku yang patuh dalam melaksanakan ajaran agama yang dianutnya, memiliki sikap toleran terhadap pelaksanaan ibadah agama lain, dan hidup rukuk dengan pemeluk agama lain (Fadlillah & Khorida, 2013).
2. Variabel dependen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan menjadi nasabah. Keputusan menjadi nasabah adalah proses psikologis dasar yang memegang peranan penting dalam memahami bagaimana konsumen mengambil keputusan dengan melewati beberapa tahapan (Kotler & Keller, 2006)

D. HIPOTESIS

Hipotesis merupakan jawaban teoritis sementara terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban *empiric*. Dengan hipotesis, penelitian menjadi jelas arah pengujiannya dengan kata lain hipotesis membimbing penelitian dalam melaksanakan penelitian dilapangan baik sebagai objek pengujian maupun dalam pengumpulan data. Hipotesis berisi rumusan secara singkat, lugas dan jelas yang dinyatakan dalam kalimat pernyataan. Dikatakan demikian agar hipotesis dapat diuji atau jawaban sesuai dengan teknik analisis yang telah ditentukan. (Darwin et al, 2003)

Penelitian ini diajukan tiha hipotesis penelitian, yaitu sebagai berikut:

1. H_{01} = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara motivasi menghindari riba terhadap keputusan menjadi nasabah.
 H_{a2} = Terdapat pengaruh yang signifikan antara motivasi menghindari riba terhadap keputusan menjadi nasabah.
2. H_{02} = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara pengetahuan produk terhadap keputusan menjadi nasabah.
 H_{a2} = Terhadap pengaruh yang signifikan antara pengetahuan produk terhadap keputusan menjadi nasabah.

3. H_{03} = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara religius terhadap keputusan menjadi nasabah.

H_{a3} = Terdapat pengaruh yang signifikan antara religius terhadap keputusan menjadi nasabah.

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pada dasarnya, metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.(Sangadji et.al 2013). Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode kuantitatif dimana penelitian yang dilakukan dapat menggambarkan atau menguraikan suatu keadaan secara jelas dan akurat.(Permana et al, 2021)

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di PT. BPRS Gebu Prima beralamat Jl. Arief Rahman Hakim, Ps.Merah, Kecamatan Medan Area, Kota Medan.

2. Waktu Penelitian

Adapun waktu penelitian ini dapat dilihat dari tabel 3.1 dibawah:

Waktu Penelitian Tabel 3.1

Keterangan	Bulan dan Minggu																					
	Juni 2022		Juli 2022				Agustus 2022				November 2022				Desember 2022				Mei 2023			
	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pengajuan Judul																						
Pengumpulan Data																						
Penyusunan Proposal																						
Bimbingan Proposal																						
Seminar																						

Teknik sampling merupakan cara dalam menentukan sampel yang jumlahnya sesuai dengan ukuran yang akan dijadikan sumber data sebenarnya, dengan melihat sifat-sifat dan penyebaran populasi supaya didapat sampel yang representative atau benar-benar mewakili populasi (Nawawi, 2001). Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *Accidental Sampling*. Accidental sampling merupakan metode dengan cara pengambilan sampel secara kebetulan. Anggota populasi yang secara kebetulan dijumpai oleh peneliti pada saat penelitian, maka itulah sampelnya (Masyhuri & Zainuddin, 2008).

Ukuran pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan rumus dari Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \quad n = \frac{300}{1 + 300 \times 0,1^2} = 75$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah Populasi

e^2 = Toleransi Kesalahan 10% (0,1)

Dari hasil perhitungan populasi di atas penulis mengambil kesimpulan Sampel menjadi 75 nasabah.

D. Definisi Operasional dan Variabel Penelitian

1. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah suatu definisi yang didasarkan pada karakteristik yang dapat diobservasi dari apa yang sedang didefinisikan atau mengubah konsep-konsep yang berupa konstruk dengan kata-kata yang menggambarkan perilaku atau gejala yang dapat diamati dan yang dapat diuji dan ditentukan kebenarannya oleh orang lain. Penekanan pengertian definisi operasional adalah pada kata dapat diobservasi. Jika seorang peneliti melakukan suatu observasi terhadap suatu gejala atau objek, maka peneliti lain juga dapat melakukan hal yang sama, yakni mengidentifikasi apa yang telah didefinisikan peneliti pertama. (Sarwono, 2006)

2. Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat variabel-variabel antara lain :

a. Variabel Independen

Variabel independen dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Motivasi menghindari riba, yaitu dorongan internal dan eksternal dalam diri seseorang dalam menghindari bahaya riba atau bunga bank yang telah diharamkan Allah dengan tujuan memulai transaksi yang lebih halal dan tidak bertentangan dengan prinsip ekonomi islam (Kholila, 2018)
 2. Pengetahuan produk, yaitu kumpulan berbagai macam informasi tentang suatu produk tertentu (Sumarwan, 2011).
 3. Religius, yakni sikap dan perilaku yang patuh dalam melaksanakan ajaran agama yang dianutnya, memiliki sikap toleran terhadap pelaksanaan ibadah agama lain, dan hidup rukuk dengan pemeluk agama lain (Fadlillah & Khorida, 2013).
- b. Variabel dependen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan menjadi nasabah. Keputusan menjadi nasabah adalah proses psikologis dasar yang memegang peranan penting dalam memahami bagaimana konsumen mengambil keputusan dengan melewati beberapa tahapan (Kotler & Keller, 2006)

Berikut ciri-ciri kuesioner penelitian yang akan diajukan dalam pengumpulan data.

Tabel 3.2
Variabel dan Indikator Penelitian

NO	VARIABEL	INDIKATOR VARIABEL
1	Motivasi Menghindari Riba (X_1)	1. Tanggung jawab 2. Prestasi 3. Peluang untuk maju

2	Pengetahuan Produk (X_2)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atribut produk 2. Manfaat produk
3	Religius (X_3)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kebutuhan bertransaksi sesuai syariah. 2. Pengetahuan bahaya riba
4	Keputusan Menjadi Nasabah (Y)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pencarian informasi 2. Keputusan pembelian 3. Evaluasi alternative

E. Teknik Pengumpulan Data

Data merupakan suatu cara yang sistematis dan objektif untuk memperoleh atau mengumpulkan keterangan-keterangan yang bersifat lisan maupun tulisan. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kuisisioner

Kuisisioner yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuisisioner adalah teknik pengumpulan data yang efisien jika peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden (Sugiyono, 2012). Dengan adanya kuisisioner ini dimaksudkan agar peneliti mendapatkan data lapangan atau empiris untuk menyelesaikan masalah penelitian dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Responden ini adalah nasabah yang mempunyai rekening tabungan dan pernah melakukan transaksi di PT. BPRS Gebu Prima Medan. Sehingga hasil isian

dari responden adalah tanggapan dan jawaban atas berbagai pertanyaan yang diajukan dalam lembar kuisisioner.

Kuisisioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan model tertutup sebab jawaban sudah tertera dalam kuisisioner dan pengukurannya menggunakan skala likert, yakni skala yang berisi lima tingkat prefensi jawaban (Narbuko, 2009).

Untuk pengisian kuisisioner telah tersedia alternatif jawaban dari setiap item, sehingga responden dapat memilih satu jawaban yang sesuai dengan pendapat dan keadaannya sendiri. Pengukuran yang digunakan untuk setiap item pernyataan terdapat lima alternatif dan di beri skor 1, 2, 3, 4, 5

Adapun untuk perhitungan dari jawaban Skala menggunakan skala Likert sebagai berikut:

Tabel 3.3
Pengukuran Skala Likert

PERTANYAAN	BOBOT
Sangat Setuju / (SS)	5
Setuju / (S)	4
Ragu-Ragu / (R)	3
Tidak Setuju / (TS)	2
Sangat Tidak Setuju / (STS)	1

Setelahnya, barulah Skala ini dikumpul kembali untuk seterusnya dilakukan penelitian karena alasan:

1. Skala dapat dipergunakan untuk mengumpulkan data dari sejumlah besar responden yang menjadi sampel.
2. Dalam menjawab pertanyaan melalui Skala, responden dapat lebih leluasa karena tidak dipengaruhi oleh sikap mental hubungan antara penulis dan responden.
3. Setiap jawaban dapat dipikirkan masak-masak terlebih dahulu karena tidak terikat oleh cepatnya waktu yang diberikan kepada responden untuk menjawab pertanyaan sebagaimana dalam wawancara.

4. Data yang dikumpulkan dapat lebih mudah dianalisis karena pertanyaan yang diajukan kepada setiap responden sama.

F. Sumber Data Penelitian

Data adalah catatan atas kumpulan fakta. Dalam penggunaan sehari-hari, data berarti suatu pernyataan yang diterima secara apa adanya. Dalam pengertian lain, data adalah semua keterangan seseorang yang dijadikan responden maupun yang berasal dari dokumen-dokumen baik dalam bentuk statistik atau dalam bentuk lainnya guna keperluan penelitian berdasarkan sumbernya dikelompokkan ke dalam jenis.

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diambil dari sumber data primer atau sumber pertama di lapangan (Bungin, 2013). Sumber data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian tersebut (Sugiyono, 2011). Sumber data primer dalam penelitian ini adalah nasabah PT. BPRS Gebu Prima Medan

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang dimunculkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahnya (Sugiyono, 2011). Sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah data yang diterbitkan oleh PT. BPRS Gebu Prima yang terdiri dari sejarah, visi dan misi, produk dan jasa, struktur organisasi, dan yang dapat menjadi penunjang dalam data sekunder lainnya. Data sekunder ini digunakan oleh peneliti untuk diproses lebih lanjut, misalnya data kinerja perbankan nasional yang dikeluarkan oleh suatu badan riset. (Darwin et al, 2003)

G. Jenis Data Penelitian

Berdasarkan bentuk dan sifatnya, data penelitian dapat dibedakan dalam dua jenis, yaitu data kualitatif (yang berbentuk kata-kata/kalimat) dan data kuantitatif (yang berbentuk angka/bilangan). Data kuantitatif dapat dikelompokkan berdasarkan cara mendapatkannya, yakni data diskrit dan data kontinu. Berdasarkan sifatnya, data kuantitatif terdiri dari atas data nominal, data ordinal, data interval data rasio.

1. Data Kualitatif. Data kualitatif adalah data yang disajikan dalam bentuk kata verbal bukan dalam bentuk angka. Data (Sugiyono, 2010). Contohnya: hasil kuesioner terhadap mutu pelayanan rumah sakit, wawancara tentang kualitas pelayanan dari petugas rekam medik dan lain sebagainya.
2. Data Kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang disajikan dalam bentuk angka/bilangan dari hasil perhitungan dan pengukuran sehingga data yang diperoleh perlu dilakukan perhitungan matematika dan selanjutnya dapat diolah dengan analisa data secara statistik. Pada data kuantitatif dapat diperoleh dengan menggunakan instrument penelitian sehingga data yang diukur dan dihitung harus akurat mempengaruhi kualitas dari penelitian kuantitatif. Sifat datanya objektif, dimana peneliti atau siapa pun yang membaca data tersebut akan menginterpretasikan hasil yang sama. Contohnya: data mengenai berat badan, tinggi badan, suhu badan dan tekanan darah dari seseorang (Darwin et al, 2003). Data kuantitatif dikelompokkan ke dalam dua bentuk:
 1. Data diskrit. Data diskrit merupakan data yang didapatkan dari hasil menghitung atau membilang dan bukan hasil dari pengukuran (Sugiyono, 2009).
 2. Data kontinu. Data kontinu adalah data dalam bentuk angka (bilangan) yang diperoleh berdasarkan hasil pengukuran (Sugiyono, 2009). Data kontinu dapat berbentuk bilangan bulat atau pecahan tergantung jenis skala pengukuran yang digunakan.

Berdasarkan tipe skala pengukuran yang digunakan, data kuantitatif dikelompokkan ke dalam jenis data:

1. Data nominal. Data nominal sering disebut juga data kategori, yakni data yang diperoleh melalui pengelompokkan objek berdasarkan kategori tertentu. Perbedaan kategori objek hanya menunjukkan perbedaan kualitatif. Walaupun data nominal dapat dinyatakan dalam bentuk angka. Namun, angka tersebut tidak memiliki urutan atau

makna matematis, sehingga tidak dapat dibandingkan (Sugiyono, 2009).

2. Data ordinal. Data ordinal adalah data yang berjenjang, bertingkat, atau berbentuk peringkat (Sugiyono, 2009). Data ordinal biasanya makin kecil angkanya, maka semakin tinggi nilainya. Data ordinal ini dapat dibentuk dari data interval rasio.
3. Data interval. Data interval adalah data yang memiliki jarak yang sama, namun tidak memiliki nilai nol absolut atau mutlak (Sugiyono, 2009).
4. Data rasio. Data rasio adalah data yang mempunyai jarak yang sama dan mempunyai nilai nol absolut. Jadi jika data nol berarti tidak ada apa-apanya. Data yang paling teliti adalah data rasio dan data ini dapat disusun ke dalam data interval ataupun ordinal (Sugiyono, 2009).

Dalam hal ini, berdasarkan jenis sifat, penulis menggunakan data kuantitatif. Berdasarkan jenis tipe skala pengukuran, penulis menggunakan data ordinal.

H. Teknik Analisis Data

Pada penelitian kuantitatif, analisis data dilakukan setelah data selesai dikumpulkan. Analisis data merupakan proses mengolah, menyajikan, dan menginterpretasikan data yang diperoleh agar data memiliki makna dan dapat dipahami oleh orang lain. Analisis data merupakan bagian terpenting dalam proses penelitian karena analisis data akan menjawab masalah penelitian, membuktikan hipotesis penelitian, dan menjadi acuan pengambilan kesimpulan penelitian. Analisis data penelitian kuantitatif dapat dilakukan dengan alat-alat uji statistika maupun teknik-teknik perhitungan lainnya. (Darwin et al, 2003)

1. Uji Kualitas Data

Mutu dari hasil penelitian dapat ditentukan oleh kebenaran dari data yang diperoleh. Untuk menguji kualitas data digunakan dua pengujian berikut:

a. Uji Validitas

Uji validitas atau kesahihan adalah menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan membandingkan antara r -hitung (product moment) dengan r -tabel (Sudarmanto, 2013). Suatu instrumen penelitian dikatakan valid:

Apabila r hitung $>$ r tabel, maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut valid.

Apabila r hitung $<$ r tabel, maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut tidak valid (Sugiyono, 2016).

b. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula. Reliabilitas dalam penelitian ini diukur dengan teknik Alpha Cronbach. Teknik ini digunakan untuk menghitung reliabilitas suatu tes yang tidak mempunyai pilihan ‘benar’ atau ‘salah’ maupun ‘ya’ atau ‘tidak’ melainkan digunakan untuk menghitung reliabilitas suatu tes yang mengukur sikap atau perilaku. Teknik Alpha Cronbach dapat digunakan untuk menentukan apakah suatu instrumen penelitian reliabel atau tidak, bila jawaban yang diberikan responden berbentuk skala seperti 1-3 dan 1-5, serta 1-7 atau jawaban responden yang menginterpretasikan penilaian sikap. Syarat suatu instrumen dikatakan reliabel sebagai berikut:

- Jika Cornbach’s Alpha $>$ 0,90 maka reliabilitas sempurna.
- Jika Cornbach’s Alpha antara 0,70 - 0,90 maka reliabilitas tinggi.
- Jika Cornbach’s Alpha antara 0,50 - 0,70 maka reliabilitas moderat.
- Jika Cornbach’s Alpha $<$ 0,50 maka reliabilitas rendah.

Nilai dari tiap instrumen atau tiap item sebaiknya $>$ 0,40 sehingga membuktikan bahwa item tersebut dapat dikatakan memiliki reliabilitas konsisten internal. (Adhadrianty, 2020)

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal (Ghozali, 2017). Untuk menguji normalitas residual, peneliti menggunakan uji Kolmogorov-smirnov (K-S). Uji K-S dilakukan dengan menggunakan hipotesis :

H_0 : data residual berdistribusi normal

H_a : data residual tidak berdistribusi normal

Pengujian normalitas dilakukan dengan melihat asymp.Sig (2-tailed). Jika tingkat signifikansinya $> 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima, sehingga dikatakan bahwa data residual berdistribusi normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Dalam persamaan regresi berganda perlu diuji tentang sama atau tidaknya varians dari residual dari observasi yang satu dengan observasi yang lain. Model regresi yang baik adalah varian residualnya bersifat homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas digunakan uji Glejser yakni dengan meregresi nilai-nilai residual terhadap variabel bebas dengan persamaan regresi. Dasar pengambilan keputusannya yaitu dengan membandingkan nilai signifikan variabel bebas dengan nilai tingkat kepercayaan ($\alpha = 0,05$). Jika nilai signifikansi lebih dari nilai α ($\text{sig} > \alpha$), maka disimpulkan bahwa pada model regresi tidak terjadi gejala heteroskedastisitas (Santoso, 2015)

c. Uji multikolinearitas

Untuk melihat ada atau tidaknya multikolonieritas bisa menggunakan metode nilai Tolerance dan Variance inflation factor (VIF). Tolerance mengukur variabel bebas yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi nilai Tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (sebab $VIF = 1/\text{Tolerance}$). Nilai cutoff yang sering digunakan guna menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai $\text{Tolerance} \leq 0,10$ atau sama dengan $VIF \geq 10$ (Ghozali, 2017)

3. Uji Regresi Linier Berganda

Regresi linear berganda adalah alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap satu variabel terikat untuk membuktikan ada atau

tidak nya pengaruh fungsional atau pengaruh kasual antara dua variabel bebas atau lebih dengan satu variabel terikat.(Rahmayani et al, 2021)

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e \dots \dots \dots (1)$$

Keterangan:

Y = Keputusan menjadi nasabah

b_α = Nilai konstanta

X_1 = Motivasi

X_2 = Pengetahuan produk

X_3 = Religius

b_1, b_2, b_3 = Koefisien regresi

e = Standar ero

4. Uji Hipotesis

a. Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah secara bersama-sama (simultan) koefisien variabel bebas memiliki pengaruh nyata atau tidak terhadap variabel terikat (Asnawi & Maskhuri, 2011). Untuk mengetahui arti nilai f-test akan dilakukan dengan membandingkan tingkat signifikansi (sig.F) dengan tingkat signifikan (alpha = 5%). Jika sig.F < 0,05 atau Fhitung > Ftabel, maka hipotesis nol ditolak artinya variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Kaidah pengambilan keputusan dalam uji F adalah:

H_0 : Tidak memenuhi kelayakan

H_a : Memenuhi kelayakan

Kriteria:

Jika F hitung > F tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti ada pengaruh secara simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Jika F hitung < F tabel, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, berarti tidak ada pengaruh secara simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Atau:

Jika $p < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Jika $p > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

b. Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian pertama dan kedua. Uji t adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial (Ghozali, 2017). Taraf signifikansi 5%.

H_0 : Tidak ada pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y

H_a : Ada pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y

Kriteria:

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, berarti tidak ada pengaruh secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti ada pengaruh secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Atau:

Jika $p < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Jika $p > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel-variabel dependen. Nilai koefisien determinasi (R^2) adalah antara nol dan satu. Nilai (R^2) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Jika koefisien determinasi sama dengan nol, maka variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Jika koefisien determinasi mendekati 1, maka variabel independen berpengaruh sempurna terhadap variabel dependen. Dengan menggunakan model ini, maka kesalahan pengganggu diusahakan minimum sehingga R^2 mendekati 1, sehingga perkiraan regresi akan lebih mendekati keadaan yang sebenarnya (Ghozali, 2017).

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

A. Deskripsi Institusi

a. Sejarah PT. BPRS Gebu Prima

Rencana untuk mendirikan Bank Perkreditan Rakyat Syari'ah Gebu Prima Medan sudah lama dicanangkan oleh perndiri yang saat ini telah menjadi komisaris atau pemegang saham PT. BPRS Gebu Prima Medan dengan tujuan sesuai dengan ketetapan peraturan pemerintah No. 7 Tahun 1992 yakni guna menghimpun dana dan menyalurkan dana masyarakat serta pelayanan bagi golongan ekonomi lemah / pengusaha kecil.

Tujuan ini lebih ditekankan lagi arahnya pada Bank Perkreditan Rakyat dengan sistem bagi hasil, yang lazimnya disebut Bank Syari'ah. Bank Islam atau Bank Muamalat dan peluang untuk mendirikan Bank Perkreditan Rakyat Bagi Hasil / Syari'ah ini sesuai dengan bunyi pasal 13 UU No. 7 Tahun 1992, proses pendirian Bank Perkreditan Rakyat Syari'ah ini mulai dilaksanakan dengan membentuk Badan Hukumnya serta serta Perseroan Terbatas dibuat Rancangan Anggaran Dasar Perusahaan.

Pada tanggal 23 Juni 1994, prinsip PT. BPR Syari'ah Gebu Prima Medan dengan nomor : S-885/MK.17/1994 dikeluarkan oleh Menteri Keuangan dan tahap selanjutnya adalah melengkapi izin usaha/operasi yang harus melampirkan anggaran dasar yang telah disahkan oleh Menteri Kehakiman berdasarkan Akte No. 38 tanggal 12 September 1994 dengan Notaris Ny. Chairani Bustami dan selanjutnya dilengkapi juga dengan daftar persero, susunan direksi, Dewan Komisaris, susunan organisasi, sistem dan prosedur kerja dan bukti pelunasan modal setor.

Adanya perubahan pada legalitas anggaran dasar ini disertai perbaikan-perbaikan permohonan izin usaha serta dengan diberlakukannya peraturan baru yang lebih selektif terhadap Bank Perkreditan Rakyat yang akan berdiri sehingga izin operasi untuk PT. BPRS Gebu Prima Medan resmi ditribitkan melalui surat keputusan menteri Keuangan No. Kep.030/KM.17/1996 tertanggal 23 Januari 1996 berdasarkan izin operasional yang ada.

Pada tanggal 11 Maret 1996 bank Perkreditan Rakyat Syaria'ah Gebu Prima Medan pada saat ini berkantor di Jalan Garuda Ruko No. 06 Perumnaa Mandala Medan, diresmikan oleh salah seorang pengurus gebu Minang yaitu Bapak Prof. Drs., H. Harun Zein Pada saat ini berkantor pusat di Jalan Utama No. 02A Medan telepon 7323190 – 7323191 – 7323192 (Hunting) Fax. 7321706

b. Visi dan Misi PT. BPRS Gebu Prima

Visi dan misi dari PT BPR Syariah Gebu Prima yaitu membantu Perekonomian masyarakat Lemah yang bertujuan untuk membantu dan mendorong pertumbuhan ekonomi dan pembangunan daerah dalam rangka meningkatkan tara/ hidup masyarakat melalui pengembangandunia usaha dan pemberdayaan dunia usaha dan pemberdayaan ekonomi rakyat, serta memberi nilai tambah kepada pemilik dan kesejahteraan kepada Karyawan.

c. Logo PT. BPRS Gebu Prima

Logo merupakan suatu ciri atau identitas suatu perusahaan. Karena adanya logo, maka identitas tersebut mudah diketahui oleh masyarakat.Selain itu, logo juga menggambarkan tugas dan fungsi instansi.



Gambar 4.1
Logo PT. BPRS Gebu Prima

Logo PT BPR Syariah Gebu Prima ini secara tidak langsung memberi dorongan untuk melaksanakan pekerjaannya dengan tanggung jawab dan memiliki kecerdasan tinggi dengan tetap dinaungi oleh alim ulama, agar tetap dalam jalur syariah.

d. Produk-Produk PT. BPRS Gebu Prima

Produk Penghimpunan dana

- 1) Tabungan Gema
- 2) Tabungan Wahyu
- 3) Tabungan Jabal Rahmah
- 4) Simpanan Zakiyah
- 5) Deposito Prima

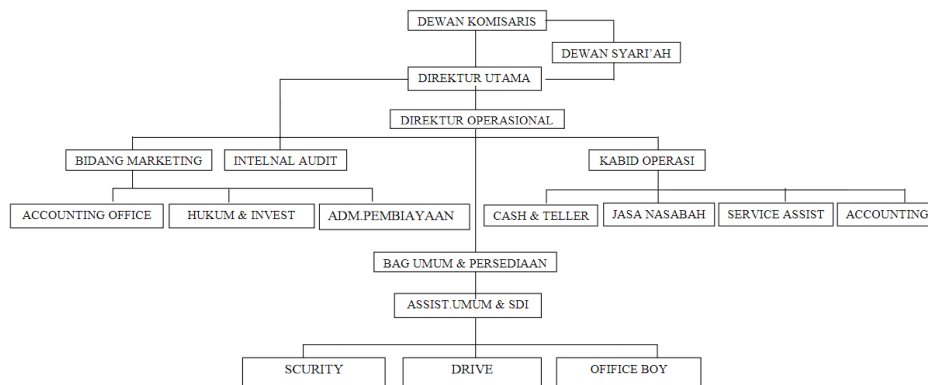
Produk Penyaluran dana

- 1) Pembiayaan Mudharabah
- 2) Pembiayaan Musyarakah
- 3) Piutang Murabahah
- 4) Ijarah
- 5) Ijarah Muntahiah Bittamlik
- 6) Piutang Transaksi Multijasa
- 7) Qiridh
- 8) Qardhul Hasan

e. Struktur Organisasi PT. BPRS Gebu Prima

Organisasi merupakan suatu hal yang penting dalam pencapaian tujuan perusahaan sebab organisasi adalah alat untuk mencapai tujuan atas dasar kerja sama yang mempunyai bentuk dan susunan yang jelas merumuskan tugas-tugas setiap unsur serta menegaskan hubungan antra satu dengan yang lainnya dalam satu hubungan kerja.

Dalam hal ini PT. Bank Perkreditan Rakyat Syari'ah Gebu Prima Medan menggunakan bentuk struktur organisasi Garis dan Staf (Line and Staf) dimana setiap atasan mempunyai satu bawahan saja dan seorang bawahan hanya menerima perintah dari satu atasan saja. Berikut ini adalah struktur organisasi PT. BPRS Gebu Prima Medan.



Gambar 4.2
Struktur Organisasi PT BPRS Gebu Prima

B. Hasil Penelitian

1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan gambaran atau deskripsi dari suatu data yang ditinjau dari rata-rata (mean), standar deviasi, median, maximum, minimum, sum, range, range, kurtosis, dan skewness (Ghozali, 2013).

Tabel 4.1 Deskripsi Statistik

		Statistics			
		Menghindari Riba	Pengetahuan Produk	Religius	Keputusan Menjadi Nasabah
N	Valid	75	75	75	75
	Missing	0	0	0	0
Mean		41,91	40,96	41,60	42,73
Std. Error of Mean		,496	,514	,467	,416
Median		41,00	41,00	41,00	43,00
Mode		41	40	39	44
Std. Deviation		4,297	4,455	4,040	3,599
Variance		18,464	19,850	16,324	12,955
Range		17	20	17	16
Minimum		33	30	33	34
Maximum		50	50	50	50
Sum		3143	3072	3120	3205

Berdasarkan tabel 4.1 diatas diketahui bahwa jumlah data yang dipakai dalam penelitian ini sebanyak 75 sampel. Dengan penjelasan setiap variabel adalah sebagai berikut :

- a) Dari 75 sampel penelitian nilai variabel menghindari riba (X1) terkecil (minimum) adalah 33 dan nilai terbesar (maksimum) adalah 50. Nilai median X1 dari 75 sampel adalah 41,00, nilai rata-rata (mean) adalah 41,91 dengan standar deviasi sebesar 4,297.
- b) Dari 75 sampel penelitian nilai variabel pengetahuan produk (X2) terkecil (minimum) adalah 30 dan nilai terbesar (maksimum) adalah 50. Nilai median X2 dari 75 sampel adalah 41,00, nilai rata-rata (mean) adalah 40,96 dengan standar deviasi sebesar 4,455.
- c) Dari 75 sampel penelitian nilai variabel religious (X3) terkecil (minimum) adalah 33 dan nilai terbesar (maksimum) adalah 50. Nilai median X3 dari 75 sampel adalah 41, nilai rata-rata (mean) adalah 41,60 dengan standar deviasi sebesar 4,040.
- d) Dari 75 sampel penelitian nilai variabel keputusan menjadi nasabah (Y) terkecil (minimum) adalah 34 dan nilai terbesar (maksimum) adalah 50. Nilai median Y dari 75 sampel adalah 43,00, nilai rata-rata (mean) adalah 42,73 dengan standar deviasi sebesar 3,599.

2. Deskripsi Hasil Penelitian

a. Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini, peneliti menjadikan olahan data dalam bentuk kuesioner yang terdiri dari 10 pernyataan untuk variabel motivasi menghindari riba (X1), 10 pernyataan untuk variabel pengetahuan produk (X2), 10 pernyataan untuk variabel religius (X3), dan 10 pernyataan untuk variabel keputusan menjadi nasabah (Y). Kuesioner yang disebar diberikan kepada 75 responden nasabah PT. BPRS Gebu Prima.

1) Data Karakteristik Reponden Berdasarkan Usia

Adapun data mengenai usia responden nasabah PT BPRS Gebu Prima Medan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Banyaknya Responden	Persentase (%)
17-25	13	17,33
26-35	28	37,33
36-45	15	20
46-55	13	17,33
55 ke atas	6	8
Total	75	100

Pada tabel diatas diketahui bahwa 75 nasabah yang dijadikan responden, menunjukkan bahwa usia responden yang paling banyak dengan usia 26-35 tahun yakni sebanyak 28 orang responden dengan persentase 37,33% dan untuk responden dengan jumlah paling sedikit adalah nasabah yang berusia 55 tahun ke atas yakni sebanyak 6 orang dengan persentase 8%.

2) Data Karakteristik Reponden Berdasarkan Jenis Kelamin

Adapun data mengenai jenis kelamin responden nasabah PT BPRS Gebu Prima Medan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Banyaknya responden	Persentase (%)
Laki-laki	27	36
Perempuan	48	64
Total	75	100

Pada tabel diatas diketahui bahwa 75 nasabah yang dijadikan responden, menunjukkan bahwa berdasarkan jenis kelamin responden yang paling banyak yakni perempuan sebanyak 48 orang responden dengan persentase 64% dan untuk responden laki-laki dengan jumlah paling sedikit yakni sebanyak 27 orang dengan persentase 36%.

3) Data Karakteristik Reponden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah

Adapun data mengenai lama menjadi nasabah responden nasabah PT BPRS Gebu Prima Medan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah

Lama menjadi nasabah	Frekuensi	Persentase (%)
< 1 tahun	14	18,6
1-3 tahun	23	30,6
3-5 tahun	17	22,6
5 > tahun	21	28
Total	75	100

Pada tabel di atas diketahui bahwa 75 nasabah yang dijadikan responden, menunjukkan bahwa beberapa lama menjadi nasabah. Responden yang paling banyak 1-3 tahun ke atas sebanyak 23 orang dengan persentase 30,6% dan untuk responden dengan jumlah paling sedikit adalah nasabah yang kurang dari 1 tahun yaitu sebanyak 14 orang dengan persentase 18,6%.

4) Data Karakteristik Reponden Berdasarkan Pendidikan

Adapun data mengenai pendidikan responden nasabah PT BPRS Gebu Prima Medan adalah sebagai berikut :

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Tamatan	Frekuensi	Persentase (%)
Diploma	17	22,6
Doktor/S3	9	12
Sarjana/S2	28	37,3
SMP/SMA	21	28
Total	75	100

Pada tabel diatas diketahui bahwa 75 nasabah yang dijadikan responden, menunjukkan bahwa jenjang pendidikan responden. Responden yang paling banyak adalah jenjang sarjana/S2 sebanyak 28 orang dengan persentase 37,3% dan untuk responden dengan jumlah paling sedikit adalah nasabah yang jenjang pendidikannya doctor/S3 yaitu sebanyak 9 orang dengan persentase 12%.

5) Data Karakteristik Reponden Berdasarkan Pekerjaan

Adapun data mengenai pekerjaan responden nasabah PT BPRS Gebu Prima Medan adalah sebagai berikut :

Tabel 4.6
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
BUMN	15	20
Karyawan swasta	21	28
Lainnya	16	21,3
PNS	16	21,3
Pelajar/Mahasiswa	7	9,3
Total	75	100

Pada tabel diatas diketahui bahwa 75 nasabah yang dijadikan responden, menunjukkan bahwa pekerjaan responden. Responden yang paling banyak bekerja sebagai karyawan swasta sebanyak 21 orang dengan persentase 28% dan untuk responden dengan jumlah paling sedikit adalah nasabah yang masih pelajar/mahasiswa yaitu sebanyak 7 orang dengan persentase 9,3%.

b. Deskripsi Variabel Penelitian

Penelitian ini mempunyai tiga variabel yaitu motivasi menghindari riba sebagai variabel X1, pengetahuan produk sebagai variabel X2, religius sebagai X3, dan keputusan menjadi nasabah sebagai variabel Y, yang bertujuan untuk mengetahui derajat hubungan dan kontribusi X1, X2, X3 terhadap variabel Y, dan hasil penelitian yang dilakukan, maka diperoleh data sebagai berikut :

Tabel 4.7
Distribusi Jawaban Responden Terhadap Motivasi Menghindari Riba (X1)

No Pernyataan	Sangat setuju		Setuju		Kurang setuju		Tidak setuju		Sangat tidak setuju		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	24	32	30	40	18	24	2	2,7	1	1,3	75	100
2	25	33,3	28	37,3	20	26,7	2	2,7	0	0	75	100
3	21	28	32	42,7	17	22,7	4	5,3	1	1,3	75	100
4	25	33,3	28	37,3	16	21,3	5	6,7	1	1,3	75	100
5	30	40	23	30,7	14	18,7	3	4	5	6,7	75	100
6	28	37,3	25	33,3	12	16	5	6,7	5	6,7	75	100
7	26	34,7	30	40	15	20	3	4	1	1,3	75	100
8	27	36	27	36	17	22,7	4	5,3	0	0	75	100
9	29	38,7	24	32	18	24	3	4	1	1,3	75	100
10	26	34,7	28	37,3	16	21,3	3	4	2	2,7	75	100

(Sumber Output SPSS, diolah tahun 2022)

Dari tabel 4.5 dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Jawaban reponden tentang menabung di PT. BPRS Gebu Prima karena adanya dorongan untuk kebutuhan fisik Reponden menjawab setuju sebanyak 30 orang atau 40 %
2. Jawaban responden tentang menabung di PT. BPRS Gebu Prima karena tuntutan kebutuhan sesuai prinsip syariah. Responden menjawab setuju sebanyak 28 orang atau 37,3 %
3. Jawaban responden tentang menabung di PT. BPRS Gebu Prima untuk menghindari unsur riba yang dilarang oleh agama. Responden menjawab kurang setuju sebanyak 17 orang atau 22,7 %.
4. Jawaban reponden tentang Saya merasa aman menabung di PT. BPRS Gebu Prima. Responden menjawab sangat setuju sebanyak 28 orang atau 37,3 %
5. Jawaban responden tentang merasa terlindungi menabung di PT. BPRS Gebu Prima. Responden menjawab setuju sebanyak 23 orang atau 30,7 %
6. Jawaban responden tentang Selain sebagai lembaga keuangan syariah, PT. BPRS Gebu Prima juga sebagai pengelola dana social untuk menghimpun dana zakat, infaq, dan sedekah. Responden menjawab sangat setuju sebanyak 28 orang atau 37,3 %
7. Jawaban responden tentang Penawaran yang dilakukan PT. BPRS Gebu Prima mudah diterima masyarakat. Responden menjawab tidak setuju sebanyak 3 orang atau 4 %
8. Jawaban responden tentang Saya menabung di PT. BPRS Gebu Prima sebab menyadari pentingnya manfaat menabung. Responden menjawab setuju sebanyak 27 orang atau 36 %
9. Jawaban responden tentang Menabung di PT. BPRS Gebu Prima menaikkan rasa percaya diri sebab sudah menjalankan perintah agama. Responden menjawab kurang setuju sebanyak 18 orang atau 24 %
10. Jawaban responden tentang menabung di PT. BPRS Gebu Prima sebab sesuai dengan apa yang saya harapkan. Responden menjawab setuju sebanyak 28 orang atau 37,3 %

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa secara umum sebagian besar responden menjawab setuju terhadap motivasi dalam menghindari

riba. Namun masih ada jawaban kurang setuju dan tidak setuju, untuk itu motivasi untuk menghindari riba di PT. BPRS Gebu Prima harus lebih ditingkatkan lagi.

Tabel 4.8
Distribusi Jawaban Responden Terhadap Pengetahuan Produk (X2)

No Pernyataan	Sangat setuju		Setuju		Kurang setuju		Tidak setuju		Sangat tidak setuju		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	22	29,3	32	42,7	15	20	3	4	3	4	75	100
2	25	33,3	28	37,3	20	26,7	2	2,7	0	0	75	100
3	20	26,7	33	44	15	20	6	8	1	1,3	75	100
4	25	33,3	28	37,3	16	21,3	5	6,7	1	1,3	75	100
5	30	40	23	30,7	13	17,3	4	5,3	5	6,7	75	100
6	28	37,3	25	33,3	12	16	5	6,7	5	6,7	75	100
7	25	33,3	31	41,3	15	20	3	4	1	1,3	75	100
8	27	36	27	36	14	18,7	7	9,3	0	0	75	100
9	29	38,7	24	32	18	24	3	4	1	1,3	75	100
10	22	29,3	32	42,7	16	21,3	3	4	2	2,7	75	100

(Sumber : Output, diolah tahun 2022)

Berdasarkan tabel 4.6 dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Jawaban responden tentang mengetahui jenis atau ragam produk yang ditawarkan oleh PT. BPRS Gebu Prima. Responden menjawab setuju sebanyak 32 orang atau 42,7 %.
2. Jawaban responden tentang menggunakan produk tabungan marhamah karena menggunakan system bagi hasil yang sesuai dengan prinsip syariah. Responden menjawab setuju 28 sebanyak atau 37,3 %
3. Jawaban responden tentang mengetahui prosedur pembukaan rekening tabungan di PT. BPRS Gebu Prima. Responden menjawab sangat setuju sebanyak 20 orang atau 26,7 %
4. Jawaban responden tentang Produk tabungan marhamah memberikan kemudahan untuk menyimpan dana yang saya miliki dengan aman. Responden menjawab kurang setuju sebanyak 16 orang atau 21,3 %
5. Jawaban responden tentang mengetahui salah satu manfaat produk tabungan marhamah yakni insentif berhadiah umroh. Responden menjawab setuju sebanyak 23 atau 30,7 %

6. Jawaban responden tentang menabung di PT. BPRS Gebu Prima karena memperoleh kemudahan dalam bertransaksi. Responden menjawab sangat setuju sebanyak 28 orang atau 37,3 %
7. Jawaban responden tentang Produk tabungan marhamah akan mendapatkan ketenangan lahir dan batin karena faktor kehalalan dan kebajikannya. Responden menjawab setuju sebanyak 31 orang atau 41,3 %
8. Jawaban responden tentang ingin menggunakan tabungan marhamah karena adanya kepuasan dalam pemakaian. Responden menjawab tidak setuju sebanyak 7 atau 9,3 %
9. Jawaban responden tentang menggunakan produk tabungan marhamah karena tidak menggunakan system bunga melainkan dengan system bagi hasil. Responden menjawab setuju sebanyak 24 atau 32 %
10. Jawaban responden tentang merasa tenang jika menggunakan tabungan yang bersifat syariah. Responden menjawab kurang setuju sebanyak 16 orang atau 21,3%

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa secara umum sebagian besar responden menjawab setuju terhadap pengetahuan produk dalam mempengaruhi keputusan menjadi nasabah. Namun masih ada jawaban kurang setuju dan tidak setuju, untuk itu pengetahuan produk di PT. BPRS Gebu Prima harus lebih ditingkatkan lagi.

Tabel 4.9
Distribusi Jawaban Responden Terhadap Religius (X3)

No Pernyataan	Sangat setuju		Setuju		Kurang setuju		Tidak setuju		Sangat tidak setuju		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	24	32	30	40	18	24	2	2,7	1	1,3	75	100
2	23	30,7	29	38,7	21	28	2	2,7	0	0	75	100
3	21	28	32	42,7	17	22,3	4	5,3	1	1,3	75	100
4	25	33,3	28	37,3	16	21,2	5	6,7	1	1,3	75	100
5	29	38,7	24	32	14	18,7	3	4	5	6,7	75	100
6	28	37,3	25	33,3	12	16	5	6,7	5	6,7	75	100
7	26	34,7	30	40	15	20	3	4	1	1,3	75	100
8	27	36	27	36	17	22,3	4	5,3	0	0	75	100
9	29	38,7	24	32	18	24	3	4	1	1,3	75	100
10	27	36	25	33,3	17	22,7	3	4	3	4	75	100

(Sumber : Output, diolah tahun 2022)

Berdasarkan tabel 4.7 dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Jawaban responden tentang mengetahui hukum-hukum islam (hukum riba). Responden menjawab setuju sebanyak 30 orang atau 40 %
2. Jawaban responden tentang mengetahui prinsip-prinsip bank syariah dan perbedaannya dengan bank konvensional. Responden menjawab sangat setuju sebanyak 23 orang atau 30,7 %
3. Jawaban responden tentang Bunga pada bank konvensional mengandung unsur riba. Responden menjawab tidak setuju sebanyak 4 orang atau 5,3 %
4. Jawaban responden tentang memahami kaidah-kaidah umum ilmu ekonomi islam/perbankan syariah. Responden menjawab setuju sebanyak 28 orang atau 37,3 %
5. Jawaban responden tentang Berusaha mematuhi serta menjalankan hukum ekonomi islam dalam berekonomi (transaksi bisnis tanpa riba). Responden menjawab setuju sebanyak 24 orang atau 32 %
6. Jawaban responden tentang mengetahui praktek ekonomi yang sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah. Responden menjawab kurang setuju sebanyak 12 orang atau 16 %
7. Jawaban responden tentang Praktek riba bisa memberikan efek yang buruk kepada orang lain dan merupakan hal yang tidak sesuai dengan hukum ekonomi islam/syariah. Responden menjawab setuju sebanyak 30 orang atau 40 %.
8. Jawaban responden tentang senang menggunakan jasa bank syariah karena akad yang sesuai dengan syariah. Responden menjawab setuju sebanyak 27 orang atau 36%
9. Jawaban responden tentang Ingin ikut serta dalam rangka memajukan ekonomi syariah islam. Responden menjawab sangat setuju sebanyak 29 orang atau 38,7%
10. Jawaban responden tentang percaya Allah selalu melihat apa yang saya kerjakan, sehingga saya takut berbuat dosa. Responden menjawab setuju sebanyak 25 orang atau 33,3 %.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa secara umum sebagian besar responden menjawab setuju terhadap religi mempengaruhi keputusan menjadi nasabah. Namun masih ada jawaban kurang setuju dan tidak

setuju, untuk itu pengetahuan produk di PT. BPRS Gebu Prima harus lebih ditingkatkan lagi kedepannya.

Tabel 4.10
Distribusi Jawaban Responden Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah (Y)

No Pernyataan	Sangat setuju		Setuju		Kurang setuju		Tidak setuju		Sangat tidak setuju		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	27	36	26	34,7	18	24	3	4	1	1,3	75	100
2	25	33,3	28	37,3	20	26,7	2	2,7	0	0	75	100
3	24	32	29	38,7	17	22,7	4	5,3	1	1,3	75	100
4	28	37,3	25	33,3	12	16	6	8	4	5,3	75	100
5	30	40	23	30,7	14	18,7	3	4	5	6,7	75	100
6	28	37,3	25	33,3	12	16	5	6,7	5	6,7	75	100
7	26	34,7	30	40	15	20	3	4	1	1,3	75	100
8	27	36	27	36	17	22,3	4	5,3	0	0	75	100
9	29	38,7	24	32	18	24	3	4	1	1,3	75	100
10	26	34,7	28	37,3	16	21,3	3	4	2	2,7	75	100

(Sumber : Output, diolah tahun 2022)

Berdasarkan tabel 4.8 dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Jawaban responden tentang menggunakan produk tabungan marhamah karena sesuai dengan kebutuhan. Responden menjawab setuju sebanyak 26 orang atau 34,7 %
2. Jawaban responden tentang Kebutuhan saya dalam membeli produk tabungan marhamah menentukan keputusan saya menjadi nasabah di PT. BPRS Gebu Prima. Responden menjawab sangat setuju sebanyak 25 orang atau 33,3 %
3. Jawaban responden tentang Informasi yang saya dapat tentang produk tabungan marhamah berasal dari sumber pribadi. Responden menjawab tidak setuju sebanyak 4 orang atau 5,3 %
4. Jawaban responden tentang mencari informasi sebanyak mungkin sebelum menabung di PT. BPRS Gebu Prima. Responden menjawab setuju sebanyak 25 orang atau 33,3 %
5. Jawaban responden tentang PT. BPRS Gebu Prima memberikan solusi alternative atas kebutuhan. Responden menjawab setuju sebanyak 23 orang atau 30,7 %

6. Jawaban responden tentang Kualitas produk tabungan PT. BPRS Gebu Prima lebih unggul dari pada produk Bank Syariah lainnya. Responden menjawab kurang setuju sebanyak 12 orang atau 16 %
7. Jawaban responden tentang menggunakan produk tabungan marhamah sebab menggunakan system bagi hasil yang sesuai prinsip syariah. Responden menjawab setuju sebanyak 30 orang atau 40 %.
8. Jawaban responden tentang memutuskan untuk menabung di PT. BPRS Gebu Prima karena sesuai dengan apa yang saya harapkan. Responden menjawab setuju sebanyak 27 orang atau 36%
9. Jawaban responden tentang merasa puas menggunakan produk PT. BPRS Gebu Prima setelah menjadi nasabah. Responden menjawab sangat setuju sebanyak 29 orang atau 38,7%
10. Jawaban responden tentang merekomendasikan PT. BPRS Gebu Prima kepada teman-teman saya agar menabung di sini. Responden menjawab setuju sebanyak 28 orang atau 37,3 %.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa secara umum sebagian besar responden menjawab setuju terhadap keputusan menjadi nasabah, untuk itu PT. BPRS Gebu Prima harus meningkatkan kinerja pegawai agar lebih baik lagi kedepannya.

3. Analisis Data Penelitian

a. Uji Validitas

Instrument dikatakan valid jika mampu mengukur apa yang akan diukur dari variabel yang diteliti. Teknik yang digunakan untuk uji validitas ini adalah bivariate pearson (produk momen pearson) dengan taraf signifikansi 0,05 dilakukan dengan mengkorelasi skor masing-masing item dengan skor totalnya. Kemudian nilai (r hitung) yang didapat dibandingkan dengan nilai korelasi pada tabel (r tabel). Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ maka item tersebut valid.

Setiap butir pernyataan dikatakan valid jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$. Jumlah sampel (n) = 75 dan besarnya df dapat dihitung $75-3 = 72$ dan $\alpha = 0,05$ diperoleh $r \text{ tabel} = 0,2287$ atau dengan kata lain nilai korelasi masing-masing butir pernyataan harus $> 0,2287$. Setelah dilakukan uji validitas, maka dapat dikatakan 40 butir pernyataan pada penelitian ini valid sebab nilai korelasinya $> 0,2287$.

Hasil uji validitas sebagai berikut :

Tabel 4.11
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	R hitung	R table	Keterangan
Motivasi Menghindari Riba (X1)	M1	0,656	0,2287	Valid
	M2	0,517	0,2287	Valid
	M3	0,503	0,2287	Valid
	M4	0,660	0,2287	Valid
	M5	0,420	0,2287	Valid
	M6	0,598	0,2287	Valid
	M7	0,466	0,2287	Valid
	M8	0,622	0,2287	Valid
	M9	0,436	0,2287	Valid
	M10	0,429	0,2287	Valid
Pengetahuan Produk (X2)	P1	0,578	0,2287	Valid
	P2	0,534	0,2287	Valid
	P3	0,421	0,2287	Valid
	P4	0,434	0,2287	Valid
	P5	0,501	0,2287	Valid
	P6	0,449	0,2287	Valid
	P7	0,350	0,2287	Valid
	P8	0,464	0,2287	Valid
	P9	0,575	0,2287	Valid
	P10	0,392	0,2287	Valid
Religius (X3)	R1	0,537	0,2287	Valid
	R2	0,411	0,2287	Valid
	R3	0,472	0,2287	Valid
	R4	0,481	0,2287	Valid
	R5	0,537	0,2287	Valid
	R6	0,347	0,2287	Valid
	R7	0,437	0,2287	Valid
	R8	0,449	0,2287	Valid
	R9	0,638	0,2287	Valid
	R10	0,434	0,2287	Valid
Keputusan Menjadi Nasabah (Y)	K1	0,623	0,2287	Valid
	K2	0,551	0,2287	Valid
	K3	0,554	0,2287	Valid
	K4	0,574	0,2287	Valid
	K5	0,603	0,2287	Valid
	K6	0,571	0,2287	Valid
	K7	0,484	0,2287	Valid
	K8	0,765	0,2287	Valid
	K9	0,498	0,2287	Valid
	K10	0,410	0,2287	Valid

b. Uji Reliabilitas

Dalam hal ini uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan teknik Cronbach Alpha. Jika Cronbach Alpha $> 0,60$ maka dapat dinyatakan suatu pernyataan-pernyataan dalam kuesioner tersebut reliabel.

Berdasarkan hasil pengolahan data reliabilitas kuesioner dengan menggunakan program SPSS diketahui bahwa seluruh variabel dinyatakan reliable sebagaimana dijabarkan dalam tabel dibawah ini :

Tabel 4.12
Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach	Keterangan
Motivasi Menghindari Riba (X1)	0,715	Reliabel
Pengetahuan Produk (X2)	0,603	Reliabel
Religius (X3)	0,620	Reliabel
Keputusan Menjadi Nasabah (Y)	0,756	Reliabel

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh perhitungan koefisien cronbach alpha variabel motivasi menghindari riba (X1), pengetahuan produk (X2), Religius (X3), dan keputusan menjadi nasabah (Y) lebih besar dari 0,60. Kesimpulan bahwa seluruh item pernyataan variabel dependen maupun independen.

c. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Tujuan dari uji normalitas data dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi variabel bebas dan terikatnya mempunyai distribusi normal atau sebaliknya tidak normal. Dengan ketentuan pengujian jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Berikut adalah hasil uji normalitas untuk menguji keseluruhan data variabel penelitian yang berskala minimal ordinal dengan menggunakan ketentuan uji Kolmogorov-smirnov dengan menggunakan program SPSS.

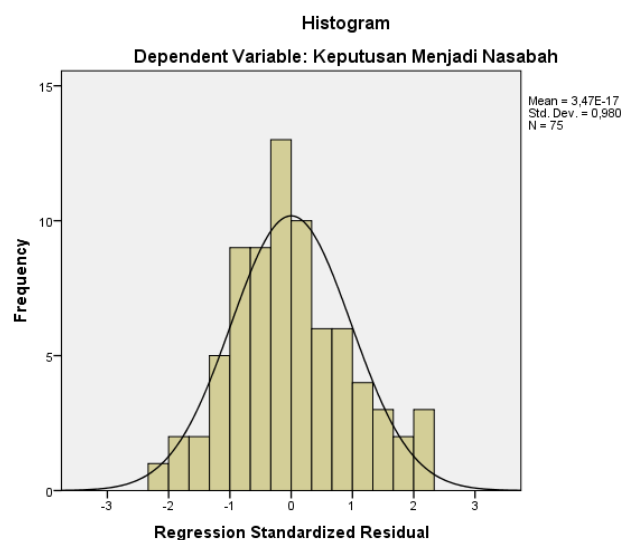
Tabel 4.13
Rangkuman hasil perhitungan Uji coba Normalitas

Variabel	Mean	SD	K-S	Sig	Keterangan
Motivasi menghindari riba	41,91	4,297	1,012	0,257	Normal
Pengetahuan produk	40,96	4,455	0,895	0,4	Normal
Religi	41,6	4,04	1,146	0,14	Normal
Keputusan menjadi nasabah	42,73	3,599	1,291	0,071	Normal

Kriteria: jika $P(\text{sig}) > 0,05$ maka dinyatakan sebaran normal

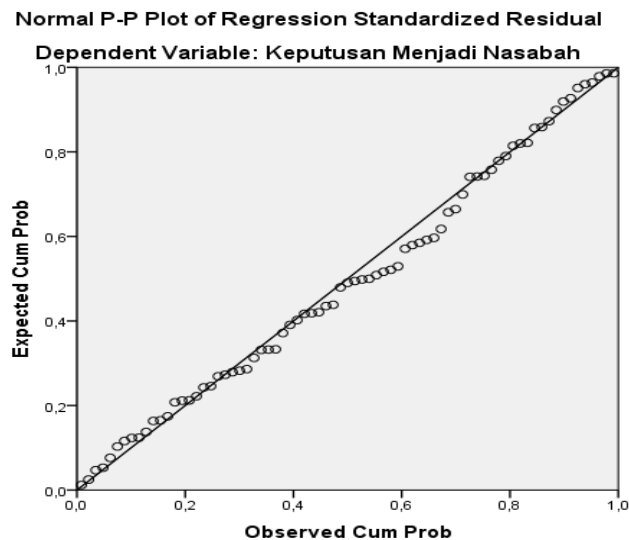
Berdasarkan data tabel uji normalitas *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* dapat dilihat bahwa berdasarkan pengujian normalitas data diperoleh nilai probabilitas berdasarkan nilai standardised 0,05 dengan hasil uji masing-masing variabel yakni motivasi menghindari riba (X_1) = 0,257 , variabel pengetahuan produk (X_2) = 0,400 , variabel religi (X_3) = 0,144 dan variabel keputusan menjadi nasabah (Y) = 0,071. Dengan demikian bisa disimpulkan bahwa H_0 diterima atau distribusi variabel motivasi menghindari riba (X_1), pengetahuan produk (X_2), religi (X_3), dan keputusan menjadi nasabah (Y) adalah berdistribusi normal, sebab nilai variabel hasil pengujian normalitas lebih dari nilai standardised 0,05.

Adapun histogram uji normalitas adalah sebagai berikut :



Gambar 4.3
Grafik Histogram Display Normal Curve

Berdasarkan grafik histogram, dapat dilihat bahwa perbandingan antara data observasi dengan distribusi mendekati distribusi normal. Terlihat bahwa grafik histogram menunjukkan pola distribusi mendekati normal, sehingga bisa disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.



Gambar 4.4
Grafik Normal Probability Plot

Uji normalitas menggunakan grafik P-plot untuk mengetahui apakah data yang diuji berdistribusi normal atau tidak. Data dikatakan berdistribusi normal jika data atau tidak menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal.

Berdasarkan gambar grafik diatas, menunjukkan pola grafik P-plot yang normal terlihat dari titik distribusi menyebar disekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti garis diagonal. Hal tersebut menunjukkan bahwa data berdistribusi normal dan asumsi normalitas terpenuhi.

2) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas memiliki tujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel terikat. Model regresi yang baik harusnya tidak terjadi hubungan diantara variabel terikat. Berikut akan disajikan cara mendeteksi multikolinieritas dengan melakukan analisis matriks korelasi antar variabel independen dan perhitungan nilai Tolerance dan Variance Inflation factor (VIF). Kriteria pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut :

- a. Jika nilai Tolerance $> 0,1$ atau nilai VIF < 10 , maka tidak terjadi multikolinieritas

- b. Jika nilai Tolerance $< 0,1$ atau nilai VIF > 10 , maka terjadi multikolinieritas

Tabel 4.14
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

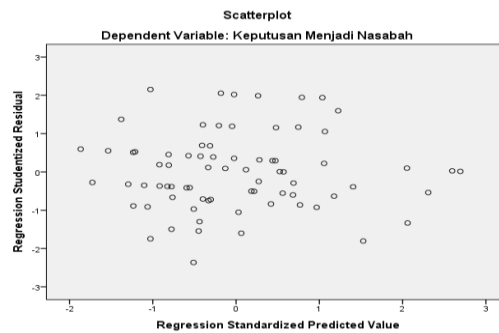
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Menghindari Riba	,916	1,091
Pengetahuan Produk	,969	1,031
Religius	,892	1,121

a. Dependent Variable: Keputusan Menjadi Nasabah

Berdasarkan tabel 4.9 bisa dipahami bahwa nilai kolinieritas statistic dengan nilai Tolerance 0,916 untuk X1, 0,969 untuk X2, 0,892 untuk X3 $> 0,1$ dan nilai VIF 1.091 untuk X1, 1.031 untuk X2, dan 1.121 untuk X3 < 10 . Dengan demikian disimpulkan bahwa seluruh data (variabel) yang dipakai dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas.

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengalaman kepengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas dapat ditinjau dari grafik Scatterplot antara nilai prediksi variabel bebas yakni ZPRED dengan residualnya ZRESID. Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk pola yang teratur, maka telah terjadi heteroskedastisitas, namun sebaliknya jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik yang menyebar maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Berikut adalah hasil dari uji heteroskedastisitas :



Gambar 4.5
Scatter Plot Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar 4.5 dapat dilihat bahwa variabel dalam penelitian ini berdasarkan data uji heteroskedastisitas dapat dimaknai bahwa tidak adanya terjadi heteroskedastisitas dalam variabel penelitian yang digunakan, sebab tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas, dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. sehingga dapat dikatakan uji heteroskedastisitas pada variabel penelitian ini dapat terpenuhi. Sehingga data variabel yang digunakan dalam peneltian ini dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya.

d. Analisis Regresi Linier Berganda

Adapun hasil regersi linier berganda pengaruh motivasi menghindari riba, pengetahuan produk, dan religi terhadap keputusan menjadi nasabah adalah sebagai berikut :

Tabel 4.15
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficientsa							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	18,759	5,527		3,394	,001	
	Menghindari Riba	,191	,092	,227	2,065	,043	,916
	Pengetahuan Produk	,186	,087	,230	2,148	,035	,969
	Religius	,201	,099	,226	2,024	,047	,892

a. Dependent Variable: Keputusan Menjadi Nasabah

Berdasarkan data pada tabel diatas (pada kolom Unstandardized Coefficient) dapat dilihat persamaan regresi ganda untuk dua predictor pada variabel motivasi menghindari riba (X1), pengetahuan produk (X2), dan Religi (X3), adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

maka didapat nilai $Y = 18,759 + 0.191X_1 + 0.186X_2 + 0,201X_3 + e$

Perolehan nilai dari persamaan diatas menunjukkan bahwa seluruh variabel bebas motivasi menghindari riba (X1), pengetahuan produk (X2), dan religi (X3) mempunyai nilai koefisien yang positif, berarti semua variabel bebas dalam penelitian ini memiliki hubungan dan pengaruh yang searah terhadap variabel Y (keputusan menjadi nasabah), dengan beranggapan bahwa koefisien variabel motivasi menghindari riba (X1) memberikan nilai sebesar 0,191 yang berarti bahwa jika motivasi menghindari riba dilakukan dengan baik dengan asumsi variabel bebas lain tetap, maka keputusan menjadi nasabah akan mengalami peningkatan. Begitu juga dengan koefisien pengetahuan produk (X2) memberikan nilai koefisien 0,186 yang berarti bahwa jika pengetahuan produk di tingkatkan, dengan anggapan variabel lain tetap, maka variabel keputusan menjadi nasabah juga akan mengalami peningkatan. Kemudian untuk koefisien religi (X3) memberikan nilai koefisien 0,201 yang berarti bahwa jika sifat religi di tingkatkan, dengan anggapan variabel tetap, maka variabel keputusan menjadi nasabah juga akan meningkat.

4. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikan Parsial (uji t)

Uji t mempunyai tujuan untuk mengetahui pengaruh motivasi menghindari riba, pengetahuan produk, dan religi terhadap keputusan menjadi nasabah secara parsial. Uji t dilakukan dengan membandingkan signifikan t_{hitung} dengan ketentuan jika t_{hitung} kurang dari t_{tabel} pada $\alpha = 0,05$ maka H_0 diterima dan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada $\alpha = 0,05$ maka H_0 ditolak. Berikut ini adalah hasil uji secara parsial.

- 1) Pengaruh motivasi menghindari riba (X1) terhadap keputusan menjadi nasabah (Y)

Berdasarkan hasil pengujian, pengaruh antara variabel motivasi menghindari riba (X1) terhadap keputusan menjadi nasabah (Y) t_{tabel} di dapat dengan ketentuan $N-k = 75-3 = 72$ dengan nilai 1,99346 (data t_{tabel} terlampir), dan perolehan nilai t_{hitung} sebesar 2,065 yang berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai signifikansi $0,043 < 0,05$. Dari hasil tersebut bisa disimpulkan bahwa H_0 ditolak. Hal ini membuktikan bahwa adanya pengaruh signifikan antara variabel motivasi menghindari riba (X1) terhadap variabel keputusan menjadi nasabah (Y) pada PT. BPRS Gebu Prima.

2) Pengaruh pengetahuan produk (X2) terhadap keputusan menjadi nasabah (Y)

Berdasarkan hasil pengujian, pengaruh antara variabel pengetahuan produk (X2) terhadap keputusan menjadi nasabah (Y) t_{tabel} di dapat dengan ketentuan $N-k = 75-3 = 72$ dengan nilai 1,99346 (data t_{tabel} terlampir), dan perolehan nilai t_{hitung} sebesar 2,148 yang berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai signifikansi $0,035 < 0,05$. Dari hasil tersebut bisa disimpulkan bahwa H_0 ditolak. Hal ini membuktikan bahwa adanya pengaruh signifikan antara variabel pengetahuan produk (X2) terhadap variabel keputusan menjadi nasabah (Y) pada PT. BPRS Gebu Prima.

3) Pengaruh religi (X3) terhadap keputusan menjadi nasabah (Y)

Berdasarkan hasil pengujian, pengaruh antara variabel religi (X3) terhadap keputusan menjadi nasabah (Y) t_{tabel} di dapat dengan ketentuan $N-k = 75-3 = 72$ dengan nilai 1,99346 (data t_{tabel} terlampir), dan perolehan nilai t_{hitung} sebesar 2,024 yang berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai signifikansi $0,047 < 0,05$. Dari hasil tersebut bisa disimpulkan bahwa H_0 ditolak. Hal ini membuktikan bahwa adanya pengaruh signifikan antara variabel religi (X3) terhadap variabel keputusan menjadi nasabah (Y) pada PT. BPRS Gebu Prima.

b. Uji Signifikan Simultan (uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel X1 (motivasi menghindari riba), variabel X2 (pengetahuan produk), dan variabel X3 (religi) secara simultan berpengaruh terhadap variabel Y (keputusan menjadi nasabah).

Uji ini dilakukan dengan membandingkan signifikan F hitung dengan ketentuan :

- 1) Jika $f_{hitung} < f_{tabel}$ pada $\alpha = 0,05$, maka H_0 diterima
- 2) Jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ pada $\alpha = 0,05$, maka H_0 ditolak

Berdasarkan data tabel uji f dengan kriteria diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 6.304, sedangkan nilai F_{tabel} ($n-k-1 = 75-3-1 = 71$) yakni 2.734 atau dengan nilai signifikansi $F_{hitung} 0.001 < 0,05$ sehingga dapat dipahami bahwa nilai tersebut menunjukkan terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

Kriteria penilaian hipotesis :

- 1) $F_{hitung} > F_{tabel} = H_0$ ditolak, taraf signifikansi sebesar 0,05 (sig.2-tailed $\leq 0,05$)
- 2) $F_{hitung} < F_{tabel} = H_0$ diterima, taraf signifikansi sebesar 0,05 (sig.2-tailed $\leq 0,05$)

Berdasarkan kriteria pengujian uji F, dapat diketahui bahwa nilai F_{hitung} adalah sebesar 6.304, sedangkan F_{tabel} sebesar 2.734 dengan tingkat signifikansi 0,05, dapat dipahami bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel motivasi menghindari riba (X1), pengetahuan produk (X2), dan religi (X2) terhadap keputusan menjadi nasabah (Y) pada PT BPRS Gebu Prima.

**Tabel 4.16. Hasil Uji F
ANOVA^a**

	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	201,650	3	67,217	6,304	,001 ^b
	Residual	757,017	71	10,662		
	Total	958,667	74			

Sumber : Data diolah (2022)

5. Uji Koefisien Determinasi

Pengujian koefisien determinasi dilaksanakan untuk mengetahui besaran nilai koefisien yang menunjukkan besarnya variasi variabel terikat yang dapat dijelaskan oleh variabel bebasnya. Dengan kata lain, koefisien determinasi ini dipakai untuk mengukur sejauhmana variabel-variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini dalam menjelaskan variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai R square sebagaimana dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.17
Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,459 ^a	,210	,177	3,265

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

Berdasarkan hasil pengujian regresi koefisien determinasi model summary pada tabel diatas dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (R square) yang didapat dalam penelitian ini sebesar 0,210. Hal ini mempunyai arti bahwa 21,0% variabel keputusan menjadi nasabah dapat dijelaskan oleh variabel bebas yakni motivasi menghindari riba (X1), pengetahuan produk (X2), dan religi (X3). Sedangkan sisanya 79,0% dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya yang tidak diikutsertakan dalam penelitian ini.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Sesuai dengan hasil penelitian yang didapat melalui uji hipotesis yang telah dilakukan baik melalui uji parsial maupun uji simultan maka hasil penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. Pengaruh Motivasi Menghindari Riba terhadap Keputusan Menjadi Nasabah secara Parsial

Motivasi menghindari riba adalah dorongan internal dan eksternal dalam diri seseorang dalam menghindari bahaya riba atau bunga bank yang telah diharamkan oleh Allah dengan tujuan memulai transaksi yang lebih halal dan tidak bertentangan dengan prinsip ekonomi islam.

Dalam kegiatan transaksi di perbankan, motivasi menghindari riba adalah salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan menjadi nasabah di PT. BPRS Gebu Prima. Hal ini terbukti dengan hasil uji t secara parsial motivasi menghindari riba memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di PT. BPRS Gebu Prima. Variabel motivasi menghindari riba, dapat didapat nilai t_{hitung} sebesar 2,065 sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,99346, maka dapat disimpulkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yakni ($2,065 > 1,99346$) maka H_0 ditolak. Nilai t_{hitung} positif menunjukkan bahwa variabel X1 memiliki hubungan yang searah dengan

Y. jadi, dapat disimpulkan bahwa variabel motivasi menghindari riba berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilaksanakan oleh Elfira Khusma Fairuz (2015) ;Hafni Rahmayaniet,al (2021) ; Muhammad Nawaf Chalimi (2020) ;Siti Kholila (2018) ;Samsudin (2020).

Namun ada juga beberapa hasil penelitian terdahulu yang tidak mendukung yang dilaksanakan oleh Hafni Rahmayani, et.al (2021) ; Imam Wahyudi (2022) ; Firda (2020).

Motivasi merupakan keadaan alam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu untuk mencapai tujuan. Menurut Abraham Maslow motivasi dikatakan bahwa sebagai kekuatan (energy) seorang yang bisa memunculkan tingkat persistensi dan entusiasmenya dalam melaksanakan suatu kegiatan, baik yang bersumber dari dalam diri seseorang (motivasi intrinsic) maupun dari luar individu (motivasi ekstrinsik). Termasuk dengan motivasi menghindari riba akan muncul sebab kebutuhan yang dirasakan oleh nasabah. Kebutuhan sendiri muncul disebabkan nasabah merasakan ketidaknyamanan antara yang haruskan dirasakan dan kenyataan sesungguhnya yang dirasakan. Kebutuhan yang dirasakan tersebut mendorong seseorang melakukan pemenuhan kebutuhan.

b. Pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Menjadi Nasabah secara Parsial

Berdasarkan uji t (parsial) maka diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,148 sedangkan nilai pada t_{tabel} 1,99346, dapat disimpulkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $(2,148 > 1,99346)$ sedangkan nilai signifikansi yang didapat adalah $0,035 < 0,05$ maka H_0 ditolak. Nilai t_{hitung} positif menunjukkan bahwa variabel X2 memiliki hubungan yang searah dengan Y. Jadi, dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di PT. BPRS Gebu Prima. Dengan demikian hipotesis diterima.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Hidayatullah (2014); Muhammad Nawaf Chalimi (2020) ; Muhammad Arief Firmansyah Syarifuddin (2020) ; Siti Kholila (2018) ;

Samsudin (2020). Namun ada juga beberapa hasil penelitian terdahulu yang tidak mendukung yang dilaksanakan oleh Muhammad Aris Sulistyono (2016).

Pengetahuan produk adalah pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen mengenai produk/jasa yang akan dikonsumsi (Daminik, 2013). Begitu juga dengan nasabah di PT. BPRS Gebu Prima mereka memutuskan untuk menjadi nasabah sebab pengetahuannya tentang produk perbankan syariah yang dimiliki. Menurut Lamb, et.al (2001) semakin banyak pengetahuan dan informasi terhadap produk yang dimiliki oleh konsumen, maka konsumen akan semakin cepat dalam memutuskan pembelian terhadap suatu produk.

c. Pengaruh Religi terhadap Keputusan Menjadi Nasabah secara Parsial

Religiusitas merupakan munculnya bank syariah disebabkan karena dorongan yang kuat dari keyakinan agama yang baik secara tekstual maupun historis, dimana agama diyakini membahas hidup dan masalah-masalah pengelolaan keduniaan termasuk mengelola bank dan bagaimana bertransaksi. Oleh sebab itu, religiusitas harus memiliki peran yang sangat besar pada partisipasi warga Indonesia pada bank syariah (Wibowo, 2007).

Berdasarkan uji t (parsial) maka diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,148 sedangkan nilai pada t_{tabel} 1,99346, dapat disimpulkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $(2,024 > 1,99346)$ sedangkan nilai signifikansi yang didapat adalah $0,047 < 0,05$ maka H_0 ditolak. Nilai t_{hitung} positif menunjukkan bahwa variabel X3 memiliki hubungan yang searah dengan Y. Jadi, dapat disimpulkan bahwa variabel religi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di PT. BPRS Gebu Prima. Dengan demikian hipotesis diterima.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang telah dilaksanakan oleh Triana, et.al (2016) ; Ahmad Fathurrohman (2019) ; Muhammad Zuhirsyan dan Nurlinda (2018) ; Mufti Hasan Alfani dan Rifa (2022) ; Parastika, et.al (2021).

Akan tetapi ada beberapa hasil penelitian yang tidak mendukung seperti yang dilaksanakan oleh Indriyani Dinata (2021) ; Hestin Sri Widiawati (2020) ; Casriyanti (2020).

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data pembahasan yang telah dijabarkan dalam bab sebelumnya, maka kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah :

1. Berdasarkan hasil uji t secara parsial ada pengaruh signifikan motivasi menghindari riba terhadap keputusan menjadi nasabah yang berarti bahwa jika motivasi menghindari riba meningkat maka keputusan menjadi nasabah juga akan meningkat. Hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai $t_{hitung} = 2.065 > t_{tabel} = 1.99346$. Sedangkan nilai signifikansi didapat nilai 0,043 yang dibandingkan dengan nilai $\alpha = 0,05$ menunjukkan ($\text{sig } 0,043 < 0,05$) yang berarti secara parsial variabel motivasi menghindari riba berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah.
2. Berdasarkan hasil uji t secara parsial ada pengaruh signifikan pengetahuan produk terhadap keputusan menjadi nasabah yang berarti bahwa jika pengetahuan produk meningkat maka keputusan menjadi nasabah juga akan meningkat. Hal tersebut dapat dibuktikan bahwa nilai $t_{hitung} = 2.148 > t_{tabel} = 1.99346$. Sedangkan nilai signifikan didapat nilai 0,035 yang jika dibandingkan dengan nilai $\alpha = 0,05$ menunjukkan ($\text{sig } 0,035 < \alpha = 0,05$) maka H_0 ditolak yang berarti secara parsial pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah.
3. Berdasarkan hasil uji t secara parsial ada pengaruh signifikan religi terhadap keputusan menjadi nasabah yang berarti bahwa jika religi meningkat maka keputusan menjadi nasabah juga akan meningkat. Hal tersebut dapat dibuktikan bahwa nilai $t_{hitung} = 2.024 > t_{tabel} = 1.99346$. Sedangkan nilai signifikan didapat nilai 0,047 yang jika dibandingkan dengan nilai $\alpha = 0,05$ menunjukkan ($\text{sig } 0,047 < \alpha = 0,05$) maka H_0 ditolak yang berarti secara

parsial religi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah

4. Berdasarkan hasil uji F secara simultan ada pengaruh signifikan motivasi menghindari riba, pengetahuan produk, dan religi terhadap keputusan menjadi nasabah yang berarti bahwa jika motivasi menghindari riba, pengetahuan produk, dan religi meningkat maka keputusan menjadi nasabah juga akan meningkat. Hal ini ditunjukkan dengan melihat dari nilai $f_{hitung} = 6.304 > f_{tabel} = 2.734$. Sedangkan nilai signifikansi yakni ($sig = 0.001 < \alpha = 0.05$) maka H_0 ditolak yang berarti bahwa variabel motivasi menghindari riba, pengetahuan produk, dan religi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian ini, maka dapat diajukan beberapa saran yakni :

1. Diharapkan bagi PT BPRS Gebu Prima untuk melakukan sosialisasi terkait dengan produk-produk bank dan memberikan informasi pada masyarakat mengenai bank syariah agar bisa meyakinkan masyarakat untuk menjadi nasabah di bank tersebut tanpa di banyangi riba.
2. Mengingat variabel bebas dalam penelitian ini adalah hal yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan untuk menjadi nasabah diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan variabel-variabel lain yang merupakan variabel lain di luar variabel yang sudah ada pada penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhadrianty, F. (2020). Pengaruh Motivasi Menghindari Riba, Pengetahuan Produk, dan Promosi Produk Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di PT Bank Tabungan Negara (persero) Syariah Kantor Cabang Malang [Universitas Muhammadiyah Malang]. In *Skripsi*. 5(1)
- Alfani, M.H dan Rifa.(2022). Pengaruh Religiusitas Mahasiswa Universitas Islam Riau Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance*, 5 (1), 98-107.
- Amzah, Muhammad Z. (2014). *Pengaruh motivasi terhadap keputusan mahasiswa menabung di Bank Syariah (studi kasus mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Padangsidimpuan)* [IAIN Padangsidimpuan].
- Andespa, R. (2017). Pengaruh Faktor Psikologis terhadap Minat Menbaung Nasabah di Bank Syariah.*Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 2(2), 177–191.
- Arifin, Lalu Fahmi Zainul. (2013). Konseptualisasi, Pelarangan Riba Sebagai Transaksi Terlarang.*Economic: Jurnal Ekonomi Dan Hukum Islam*, 3(1), 40–57.
- Ariyanto, Ayok dan Sulistyorini.(2020). Konsep motivasi dasar dan aplikasi dalam lembaga pendidikan Islam.*AL-ASASIYYA: Journal Of Basic Education*, 4(2), 103–114. <https://doi.org/10.24269/ajbe.v4i2.2333>.
- Asnawi, H Nur & Masyhuri H. (2011). *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*. Malang : UIN-Maliki Press
- Bungin, Busro. (2013). *Metode Penelitian Sosial & Ekonomi Format-format Kuantitaitf untuk Studi Sosial, Kebijakan Publik, Komunikasi, Manajemen dan Pemasaran*.Jakarta : Kencana
- Busyro, W. (2018). Pengaruh Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Riau). *Jurnal ISLAMIKA*, 1(2), 1–4.
- Casriyanti.(2020). Pengaruh Religiusitas, Consumer Knowledge dan Brand Image terhadap Keputusan Menjadi Nasabah pada Bank Syariah.*Jurnal Mu'amalah dan Ekonomi Syariah*, 2 (1).
- Chalimi, M.N. (2020). Pengaruh Motivasi Menghindari Riba dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah (Studi Kasus Pada Bank BRI Syariah KCP Mojokerto).*Skripsi Universitas Islam Maulana Malik Ibrahim Malang*.
- Daminik E R. (2013). Product Knowledge dan Product Involement Memotivasi Konsumen.*Jurnal Humaniora*, Vol.4, No.2
- Darwin, Muhammad, Reynelda Mamondol, Marrienne, Sormin, Salman Alparis, Nurhayati, Yuliana, Tambunan, Hardi, Sylvia, Diana, Adyana, I Made Dwi Mertha, Prastiyo, Budi, Vianitati, Pasionista dan Gebang, Antonius Adolf. (2003). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif Kualitatif*.Media Sains Indonesia.
- Dinata, I. (2021). Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Promosi dan Tingkat Pendapatan Konsumen Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah

- (Studi Kasus Bank Sumut Syariah Perdagangan). Skripsi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Fadlillah, M & Khorida, L.M. (2013). Pendidikan Karakter Anak Usia Dini. Yogyakarta : Ar-Ruzz Media.
- Fairuz, E K. (2015). Pengaruh Motivasi Mahasiswa Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Perbankan Syariah). Skripsi IAIN Tulungagung.
- Fathurrohman, A. (2019). Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah. Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Firda. (2020). Pengaruh Motivasi Menghindari Riba, Pengetahuan Produk, dan Promosi Produk Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di PT Bank Tabungan Negara (Persero) Syariah Kantor Cabang Malang. Skripsi Universitas Muhammadiyah Malang.
- Ghufron, M.N. dan Risnawita R. (2010). Teori-Teori Psikologi. Yogyakarta : Ar-russ Media Group.
- Ghozali, Iman. (2017). Aplikasi Analisis Multivariat. Semarang : Badan Penerbit UNDIP.
- Hidayatullah M. (2014). Pengaruh Pengetahuan Konsumen Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah pada PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Makassar. Skripsi Universitas Hasanuddin Makassar).
- Irwanti, M. (2019). *Pengaruh Motivasi Menghindari Riba Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa di Fakultas Ekonomi UIN SMH Banten, UNTIRTA, UNIBA, UNSERA)* 3(2), 1–16. [Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten].
- Jalaluddin. (2008). Psikologi Agama. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Kasiram, M. (2010). Metodologi Penelitian Kualitatif-Kuantitatif. Malang : UIN Maliki Press
- Kholila, Siti. (2018). Pengaruh Motivasi Menghindari Riba dan Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Muamalat Kc Surabaya - Mas Mansyur [Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya]. In *Skripsi* 7(2).
- Kolistiawan, B. (2017). Tantangan Lembaga Keuangan Syariah Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN. *MUQTASID Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 8(1), 54–64. <https://doi.org/10.18326/muqtasid.v8i1.78-94>.
- Kotler, P & Keller, K.L. (2006). Manajemen Pemasaran Edisi 12. Jakarta : Erlangga
- Kuncoro, Mudrajad. (2009). Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi. Edisi 3. Jakarta : Erlangga
- Lamb, W.C, et.al. (2001). Pemasaran, Edisi Pertama. Jakarta : Salemba Empat.
- Marimin, Agus, Romdhoni, Abdul Haris dan Fitria, T. N. (2015). Perkembangan Bank Syariah di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 01(02), 75–87. <https://doi.org/10.29040/jiei.v1i02.30>.
- Masyhuri & Zainuddin, M. (2008). Metodologi Penelitian-Pendekatan Praktis dan Aplikatif. Bandung : PT Refika Aditama.
- Maulinda, I. (2021). Pengaruh Pengetahuan Produk dan Motivasi Menghindari Riba terhadap Keputusan Menjadi Nasabah BRI Syariah Cabang Jelutung Kota Jambi [Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi]. In *Tesis*.

- M, Amiruddin. (2012). RIBA DALAM ALQURAN (Suatu Kajian Dengan Pendekatan Maudhu'iy). *Jurnal Hukum Diktum*, 10(1), 64–76. <https://doi.org/10.28988/diktum.v10i1.255>.
- Nawawi, H. (2001). Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Bisnis yang Kompetitif. Yogyakarta : Gajah Mada University Press.
- Narbuko, Choli. (2009). Metodologi Penelitian. Jakarta : PT Bumi Aksara
- Ogy Irvanto, S. (2020). Pengaruh Desain Produk, Pengetahuan Produk, dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Produk Eiger. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(2), 105–126. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v8i2.331>.
- Parastika, Hartini Titin, dan Amri Ulil. Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah dengan Minat Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Intelektual : Keislaman, Sosial, dan Sains*, 10 (1). <http://doi.org/10.19109/intelektualita.v10i1.8609>.
- Permana, Ade Indra, Prastowo, Sugeng Lubar, Djaenudin, E. M. (2021). Pengaruh Motivasi Untuk Menghindari Riba dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah (Studi Kasus pada Bank Mandiri Syariah KC Malang). *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 27(1), 419–430. <https://doi.org/10.33592/jeb.v27i01.134>.
- Prihartanta, W. (2015). Teori-Teori Motivasi. *Jurnal Adabiya*, 1(83), 1–11.
- Rahmayani, Hafni, Zuhirsyan, Muhammad dan Wathan, Hubbul. (2021). Pengaruh Motivasi Menghindari Riba dan Pengetahuan Produk Perbankan Syariah terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Marhamah pada PT Bank Sumut Syariah Cabang Medan. *Jurnal Syarikah*, 7(2), 153–162.
- Resti, Erinda, Aravik, Havis dan Choirunnisak. (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>.
- Samsudin. (2020). Pengaruh Motivasi Menghindari Riba dan Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Muamalat Cabang Palangkaraya. Skripsi Institut Agama Islam Negeri Palangkaraya.
- Sangadji, E. M. dan Sopiha. (2013). *Metode Penelitian: Pendekatan Praktis Dalam Penelitian*. Yogyakarta: ANDI.
- Santoso, S. (2015). SPSS20 Pengolahan Data Statistik di Era Reformasi. Jakarta : PT Alex Media Komputindo
- Saputra, Febri Eka. (2019). Pengaruh Bagi Hasil Terhadap Jumlah Simpanan Giro Mudharabah PT. BNI Syariah Periode Maret 2015-2017. [Universitas Islam Negeri Serang Banten]. *Journal information* 10(3), 1–24.
- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Shandy Utama, A. (2020). Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia. *UNES Law Review*, 2(3), 290–298. <https://doi.org/10.31933/unesrev.v2i3.121>.
- Sudarmanto, R. Gunawan. (2013). Statistik Terapan Berbasis Komputer dengan Program SPSS Statistik 19. Jakarta : Mitra Wacana Media

- Suganda, Lilis. (2018). Pengaruh Pengetahuan Nasabah, Religiusitas Nasabah, dan Reputasi Bank Syariah Terhadap Keputusan Nasabah Menabung. *Jurnal Ekonomi*.
- Sugiyono.(2012). *Statistika untuk Penelitian*.Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono.(2011). *Statistika untuk Penelitian*.Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. (2010). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, & RnD*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. (2016). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung : PT Alfabeta.
- Sulistyono, M.A. (2016). Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Promosi dan Tingkat Pendapatan Konsumen Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Pada PT. Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Kas FE Condongcatur Yogyakarta. Skripsi Universitas Islam Indonesia.
- Sumarwan, U. (2003). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta : PT. Ghalia Indonesia.
- Suryanto, Ahmad dan Sa'adah, Adah.(2019). Analisis Pengambilan Keputusan Nasabah Pembiayaan Murabahah Pada Bmt Daarut Tauhiid Bandung.*Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(1), 61–74. <https://doi.org/10.37058/jes.v4i1.803>.
- Syarifuddin, M.A.F. (2020). Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar. Skripsi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar
- Triana, dkk.(2016). Pengaruh Religiusitas dan Disposable Income Mahasiswa Fakultas Syariah UNISBA Minat Menabung di Bank BRI Syariah Kantor UNISBA.Universitas Islam Bandung.
- Utomo, Danang Prio, Jailani, Huzain dan Cahyati, Regita Ayu. (2021). Pengaruh Motivasi Menghindari Riba dan Pengetahuan Produk Koperasi Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) Nur Hayyu Ambara NTB.*Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 12(2), 161–170.<https://doi.org/10.20414/iqtishaduna.v12i2.3576>.
- Wahyudi, I. (2022). Pengaruh Motivasi Menghindari Riba dan Product Knowledge Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah PT. Bank Syariah Mandiri Pasuruan-Jawa Timur.*Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 3(1).IAIN Fattahul Muluk Papua.
- Wibowo.(2007). *Manajemen Kinerja*.Jakarta : PT. Raja Grafindo Parsada
- Widiawati, H.S. (2020). Pengaruh Brand Image Produk Syariah dan Religius Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah di Kota Kediri.*Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 5 (1).<https://doi.org/10.29100/jupeko.v5i1.1523>.
- Yuliani, Erma, Pradiani, Theresia dan Alamsyah, Agus Rahman. (2021). Pengaruh Pengetahuan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Melalui Pemeditasi Minat dan Kesadaran (Studi pada Bank Syariah Indonesia Kantor

- Cabang Kuta Bali).*Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 2(2), 1–12.<https://doi.org/10.32815/jubis.v2i2.904>.
- Zuhirsyan, M dan Nurlinda.(2018). Pengaruh Religiusitas dan Persepsi Nasabah terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah.*Jurnal Al-Amwal*, 10 (1). <https://doi:10.24235/amwal.v10i1.2812>.

**L
A
M
P
I
R
A
N**



UMSU
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU telah ditetapkan sebagai Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 81/SK/BJAN/11/2017
Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622100 Fax (061) 6623474, 6631003
http://fai.umsu.ac.id | fai@umsu.ac.id | unsumedan | unsumedan | unsumedan | unsumedan

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

Hal : Permohonan Persetujuan Judul
Kepada :
Yth : Dekan FAI UMSU

05 Sya'ban 1443 H
30 Maret 2022 M

Di -
Tempat

Dengan Hormat

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Andi Anip
Npm : 1801270051
Program Studi : Perbankan Syariah
Kredit Kumalatif : 3,51



Megajukan Judul sebagai berikut :

No	Pilihan Judul	Persetujuan Ka. Prodi	Usulan Pembimbing & Pembahas	Persetujuan Dekan
1	Pengaruh tingkat kesehatan bank umum syariah terhadap pembiayaan mudharabah. ✓			
2	Pengaruh motivasi menghindari riba dan pengetahuan produk terhadap keputusan menjadi nasabah di PT. BPRS amanah insan cita pancing.	4/6/22 Pr. Pan faj	Pr. Pan Achirudin Siregar	13/06/22
3	Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi bank dalam memberikan pembiayaan mikro iB 75 kepada UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah).			

Demikian Permohonan ini Saya sampaikan dan untuk pemeriksaan selanjutnya saya ucapkan terima kasih.

Wassalam
Hormat Saya

Andi Anip

Keterangan :

Dibuat rangkap 3 setelah di ACC : 1. Duplikat untuk Biro FAI UMSU
2. Duplikat untuk Arsip Mahasiswa dilampirkan di skripsi
3. Asli untuk Ketua/Sekretaris Jurusan yang dipakai pas photo dan Map

** Paraf dan tanda ACC Dekan dan Ketua Jurusan pada lajur yang di setuju dan tanda silang pada judul yang di tolak



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan
Nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 59/SK/BAN-PT/Akre/PT/III/2019
Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400 Fax. (061) 6623474, 6631003
<http://fai.umsu.ac.id> [M fai@umsu.ac.id](mailto:fai@umsu.ac.id) [f umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) [i umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [t umsumedan](https://www.tiktok.com/@umsumedan) [umsumedan](https://www.youtube.com/channel/UC...)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN PERGANTIAN JUDUL SKRIPSI

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Andi Anip
Npm : 1801270051
Fakultas : Fakultas Agama Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Kredit Kumulatif : 3,51

Disetujui untuk mengganti judul skripsi :

Argumentasi pergantian Judul : Pihak Bank tidak menerima riset
Judul Skripsi Awal : "Pengaruh Motivasi Menghindari Riba dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di PT. BPRS Amanah Insan Cita"
Telah diganti menjadi : "Pengaruh Motivasi Menghindari Riba dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di PT. BPRS Gebu Prima"

Medan, 23 September 2022

Hormat Saya

(Andi Anip)



Ketua Program Studi
Perbankan Syariah

Dr. Rahmayati, SE.I, M.E.I



Unggul | Cerdas | Terpercaya
Bila menjembatani surat ke agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003
<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.tiktok.com/@umsumedan) [umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Dr. Rahmayati, SE. I, M.EI
Dosen Pembimbing : Dr. Pani Akhiruddin Siregar, M.A

Nama Mahasiswa : Andi Anip
Npm : 1801270051
Semester : VIII
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Motivasi Menghindari Riba, Pengetahuan Produk dan Religius Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di PT. BPRS Gebu Prima.

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
16 Januari 2023	Tambahkan statistik deskripsi pada hasil penelitian	<i>[Signature]</i>	
24 Januari 2023	Tambahkan karakteristik responden minimal 5	<i>[Signature]</i>	
30 Januari 2023	pada hasil penelitian selanjutnya dicari penelitian yang mendukung dan tidak mendukung	<i>[Signature]</i>	
6 Februari 2023	Semua hasil disesuaikan dengan hipotesis berpengaruh dan signifikan	<i>[Signature]</i>	
17 Februari 2023	pada tabel hasil uji validitas masing-masing variabel 10 item pertanyaan	<i>[Signature]</i>	
24 Februari 2023	dan mengenai tabel yang berkaitan dengan data yang diolah di SPSS untuk dijadikan satu tabel	<i>[Signature]</i>	
04 Maret 2023	ACC skripsi	<i>[Signature]</i>	

Medan, 04 Maret 2023

Diketahui/Disetujui
Dekan
[Signature]
Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, M.A

Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi
[Signature]
Dr. Rahmayati, SE. I,
M.EI

Pembimbing Skripsi
[Signature] 04/03
2023
Dr. Pani Akhiruddin Siregar,
M.A



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila mengambi surat ini agar diambatkan
Nama dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 122/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003
<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Dr. Rahmayati, SE.I, M.EI
Dosen Pembimbing : Dr. Pani Akhiruddin Siregar, M.A

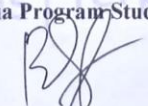
Nama Mahasiswa : Andi Anip
Npm : 1801270051
Semester : VIII
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Motivasi Menghindari Riba dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di PT. BPRS Amanah Insan Cita


Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
13/07/2022	BAB I : Mengenai Batasan masalah, Rumusan masalah, Tujuan Penelitian dan sistematika Penulisan.	P	
15/08/2022	BAB II : mengenai masalah penelitian terdahulu dan kajian teoritis. BAB III : perbaiki metode penelitian sesuai contoh yang dikirim.	P	

Medan, 2022

Diketahui/Disetujui
Dekan

Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi

Dr. Rahmayati, SE.I,
M.EI

Pembimbing Proposal

Dr. Pani Akhiruddin Siregar,
M.A



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No.89/SK/BAN-PT/Akre/PT/III/2019
 Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400 Fax. (061) 6623474, 6631003
<http://fai.umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [f](#) umsumedan [ig](#) umsumedan [yt](#) umsumedan

Unggul | Cerdas | Berprestasi
 Kita menoreh sari to agar diadatkan
 Honor dan tanggapnya

BERITA ACARA PENILAIAN SEMINAR PROPOSAL PROGRAM STUDI
PERBANKAN SYARIAH/ BISNIS MANAJEMEN SYARIAH

Pada hari Kamis, 25 Agustus 2022 telah diselenggarakan Seminar Program Studi Perbankan Syari'ah/ Manajemen Bisnis Syari'ah dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Andi Anip
 Npm : 1801270051
 Semester : VIII (Delapan)
 Fakultas : Agama Islam
 Program Studi : Perbankan Syariah
 Judul Proposal : Pengaruh Motivasi Menghindari Riba dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di PT. BPRS Amanah Insan Cita

Disetujui/ Tidak disetujui

Item	Komentar
Judul	Bagian daftar isi tambahkan daftar tabel
Bab I	1. revisi identifikasi masalah 2. sesuaikan kuantitas penelitian dengan jumlah masalah
Bab II	1. sesuaikan isi bab II dengan panduan skripsi
Bab III	1. sesuaikan dengan metode penelitian kuantitatif jumlah sampel sesuaikan dengan jumlah populasi
Lainnya	Tambahkan satu dosen umsu
Kesimpulan	Lulus <input checked="" type="checkbox"/> Tidak Lulus <input type="checkbox"/>

Medan, 25 Agustus 2022

Tim Seminar

Ketua

Dr. Rahmayati, SE.I, M.El

Sekretaris

Riyan Pradesyah SE.Sy, M.El

Pemimbing

Dr. Pani Akhiruddin Siregar, M.A

Pembahas

Uswah Hasanah S.Ag.,M.A



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003

<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan)

Bila menjawab surat ini agar disertakan
 Nomor dan tanggalnya

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Pengesahan Proposal

Berdasarkan Hasil Seminar Proposal Program Studi **Perbankan Syariah/ Manajemen Bisnis Syariah** yang diselenggarakan pada Hari **Kamis, 25 Agustus 2022** dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Andi Anip
Npm : 1801270051
Semester : VIII (Delapan)
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Proposal : Pengaruh Motivasi Menghindari Riba dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di PT. BPRS Amanah Insan Cita

Proposal dinyatakan sah dan memenuhi syarat untuk menulis Skripsi dengan Pembimbing.

Medan, 25 Agustus 2022

Tim Seminar

Ketua Program Studi

Dr. Rahmayati, SE.I, M.EI

Sekretaris Program Studi

Riyan Pradesyah SE.Sy, M.EI

Pembimbing

Dr. Pani Anharuddin Siregar, M.A

Pembahas

Uswah Hasanah S.Ag., M.A

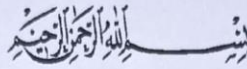
Diketahui/ Disetujui

**A.n Dekan
 Wakil Dekan I**



Dr. Latani, MA

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI



Telah selesai di berikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat di setuju untuk di pertahankan dalam ujian skripsi oleh:

NAMA MAHASISWA : **Andi Anip**
 NPM : **1801270051**
 PROGRAM STUDI : **Perbankan Syariah**
 JUDUL SKRIPSI : **Pengaruh Motivasi Menghindari Riba,
 Pengetahuan Produk dan Religius Terhadap
 Keputusan Menjadi Nasabah Di PT. BPRS Gebu
 Prima**

Medan, ⁰⁷ Maret 2023

Pembimbing

Dr. Pani Akhiruddin Siregar, M.A

**DI SETUJUI OLEH:
 KETUA PROGRAM STUDI**

Dr. Rahmayati, SE, M.EI

Dekan,



Asst. Prof. Dr. Muhammad Qorib, M.A

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ


Skripsi ini disusun oleh:

NAMA MAHASISWA : Andi Anip
 NPM : 1801270051
 PROGRAM STUDI : Perbankan Syariah
 JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Motivasi Menghindari Riba,
 Pengetahuan Produk dan Religius Terhadap
 Keputusan Menjadi Nasabah Di PT. BPRS Gebu
 Prima

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian mempertahankan skripsi

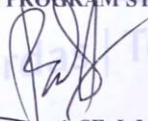
Medan, 01 Maret 2023

Pembimbing



Dr. Pani Akhiruddin Siregar, M.A

DI SETUJUI OLEH:
 KETUA PROGRAM STUDI



Dr. Rahmayati, SE. I, M.EI

Dekan,



Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, M.A



**PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah
GEBU PRIMA**



Jl. Bakti / Jl. A.R. Hakim No. 139 Telp. : (061) 7323190-7323191-7334806 (Hunting) Fax. (061) 7321706 Medan - 20217

Medan, 26 September 2022

Nomor : **ps**/GEMA/IX/2022
Lampiran : -
Perihal : **Surat Keterangan Penelitian Mahasiswa (Riset)**

Kepada

Yth. **Dekan Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU)**

Di-
Tempat

Dengan Hormat,

Bersamaan dengan No. Surat 1044/II.3/UMSU-01/F/2022, Kami PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Gebu Prima, perihal Permohonan Riset/Penelitian, dengan ini menyampaikan bahwa kami menyetujui permohonan dimaksud dengan keterangan sebagai berikut :

Nama : Andi Anip
NIM : 1801270051
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : **"Pengaruh Motivasi Menghindari Riba dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di PT BPRS Gebu Prima"**

Demikian surat pemberitahuan ini kami sampaikan, atas kerja samanya kami ucapkan terima kasih. kasih.

PT. BPRS Gebu Prima

Indri Pratiwi, SE., M.Si
Direktur Utama

Tembusan :
-File