



**PENGARUH PENGETAHUAN KONSUMEN MENGENAI
PERBANKAN SYARIAH TERHADAP KEPUTUSAN
MENJADI NASABAH PADA
PT. BANK MUAMALAT INDONESIA, Tbk
CABANG PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh

RATNA SARI
NIM. 12 220 0164

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PADANGSIDIMPUAN**

2016



**PENGARUH PENGETAHUAN KONSUMEN MENGENAI PERBANKAN
SYARIAH TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH
PADA PT. BANK MUAMALAT INDONESIA, Tbk
CABANG PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah*

Oleh:

**RATNA SARI
NIM. 12 220 0164**

PEMBIMBING I

**MUHAMMAD ISA, ST.,MM
NIP. 19800605 201101 1 003**

PEMBIMBING II

**AZWAR HAMID, MA
NIP. 19860311 201503 1 005**

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PADANGSIDIMPUAN**

2016



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl.H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Tel.(0634) 22080 Fax.(0634) 24022

Hal : Lampiran Skiripsi
a.n. **Ratna Sari**
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidimpuan, 19 Oktober 2016
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam
IAIN Padangsidimpuan
Di-
Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **Ratna Sari** yang berjudul "**Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikianlah kami sampaikan atas perhatian dan kerja sama dari Bapak/Ibu, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I

Muhammad Isa, ST., MM
NIP. 19800605 201101 1 003

PEMBIMBING II

Azwar Hamid, MA
NIP. 19860311 201503 1 005

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : RATNA SARI
NIM : 12 220 0164
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah
JudulSkripsi : **Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan.**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing, dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan kode etik mahasiswa pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidimpuan, 19 Oktober 2016
Saya yang Menyatakan,



RATNA SARI
NIM : 12 220 0164

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai civitas akademika Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. Saya yang bertanda tangan dibawah ini:


Nama : RATNA SARI
NIM : 12 220 0164
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan** Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir Saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan
Pada tanggal : 19 Oktober 2016
Yang menyatakan,




RATNA SARI
NIM. 12 220 0164



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telp.(0634) 22080 Fax.(0634) 24022

**DEWAN PENGUJI
UJIAN MUNAQASYAH SKRIPSI**

Nama : RATNA SARI
NIM : 12 220 0164
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan.

Ketua

H. Fatahuddin Azis Siregar, M.Ag
NIP. 19731128 200112 1 001

Sekretaris

Ikhwanuddin Harahap, M.Ag
NIP. 19750103 200212 1 001

Anggota

H. Fatahuddin Azis Siregar, M.Ag
NIP. 19731128 200112 1 001

Ikhwanuddin Harahap, M.Ag
NIP. 19750103 200212 1 001

Muhammad Isa, ST., MM
NIP. 19800605 201101 1 003

Budi Gautama Siregar, MM
NIP. 19790720 201101 1 005

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah:
Di : Padangsidimpuan
Tanggal : 27 Oktober 2016
Pukul : 08.00 s/d 11.30
Hasil/Nilai : 72,88/B
Predikat : CUMLAUDE
IPK : 3,62



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERIPADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl.T. Rizal Nurdin Km. 4,5 SihitangPadangsidimpuan22733
Telp.(0634) 22080 Fax.(0634) 24022

PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI : PENGARUH PENGETAHUAN KONSUMEN
MENGENAI PERBANKAN SYARIAH TERHADAP
KEPUTUSAN MENJADI NASABAH PADA PT. BANK
MUAMALAT INDONESIA, Tbk CABANG
PADANGSIDIMPUAN

NAMA : RATNA SARI
NIM : 12 220 0164

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas
dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah

Padangsidimpuan, 19 Oktober 2016

Dekan,



H. Fatahuddin Aziz Siregar, M. Ag
NIP. 19731128 200112 1 001

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, segala puji syukur ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Untaian shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada insan mulia Nabi Besar Muhammad SAW, figur seorang pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani, *madinatul 'ilmi*, pencerah dunia dari kegelapan, beserta keluarga dan para sahabatnya. Amin.

Skripsi ini berjudul Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan, ditulis untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Ilmu Perbankan Syariah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur, peneliti berterimakasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL Rektor IAIN Padangsidempuan, serta Bapak Drs. H. Irwan Saleh Dalimunte, M.A Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak H. Aswadi Lubis, S.E., M.Si Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Drs. Samsuddin Pulungan, M.Ag Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
2. Bapak H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan, Bapak Darwis Harahap, M.Si Wakil Dekan Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Ibu Rosnani Siregar, M.Ag Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan,

dan Bapak Ikhwanuddin Harahap, M.Ag Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

3. Bapak Abdul Nasser Hasibuan, M.Si, ketua Jurusan Perbankan Syariah, Ibu Nofinawati, M.A Sekretaris Jurusan, serta Bapak/ Ibu Dosen dan Pegawai administrasi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Bapak Muhammad Isa, ST.,MM pembimbing I dan Bapak Azwar Hamid, MA pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak serta Ibu Dosen IAIN Padangsidimpuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidimpuan.
7. Bapak Helmi kepala cabang yang telah memberi izin peneliti untuk melakukan penelitian di Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan. Dan seluruh karyawan dan nasabah Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan yang ikut serta mendukung dan terlibat dalam penelitian peneliti.
8. Ayahanda Tumirin dan Ibunda Samirah yang tanpa pamrih memberikan kasih sayang, dukungan moril dan materi serta doa-doa mulia yang selalu dipanjatkan yang tiada hentinya kepada peneliti.
9. Kepada keluarga peneliti (Sapri Yadi, Rahmad Sahputra, Sri Wahyuni, Siti Halimah, Martina Narvatilova Harahap, Peni Sahrira, Khanza Nazila Putri, Fiqih Ar-Rasya Winanta, Habib Dwiansyah, Ainiyah Ratisa Putri, Kakek, Nenek, Paman, Bibi, Bapak Julianto, Ibu Leginem, Gian Turnando, Reza Ananda, Ayah Ahmad Sanjaya Banurea dan Umi Ratna) yang selalu membantu dan memberikan motivasi kepada peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Kerabat dan seluruh rekan mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah angkatan 2012 khusus nya Perbankan Syariah-4 yang selama ini telah berjuang

bersama-sama, terkhusus buat sahabat-sahabatku tersayang Yusni Hasibuan, Noviana Berrti Maulidha, Nurhasanah Galinggng, Nurhamidah Hasibuan, Siti Hajar Daulay, Nursaima Siahaan, Riska Rambe, Kiki Vinni Wulandari, Endah Ayu Pratiwi, rekan-rekan FOSMA 165 IAIN Padangsidimpuan, rekan-rekan Majelis Ahbabul Musthofa.

- II. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada ALLAH SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada peneliti sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati peneliti mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.

Padangsidimpuan, 19 Oktober 2016

Peneliti,



RATNA SARI
NIM. 12 220 0164

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf arab dan transliterasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	be
ت	Ta	T	te
ث	sa	s	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	je
ح	ḥa	ḥ	ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	de
ذ	zal	z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	er
ز	Zai	Z	zet
س	Sin	S	es
ش	Syin	Sy	es
ص	ṣad	ṣ	esdan ye
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	ge
ف	Fa	F	ef
ق	Qaf	Q	ki
ك	Kaf	K	ka
ل	Lam	L	el
م	Mim	M	em
ن	nun	N	en
و	wau	W	we
ه	ha	H	ha
ء	hamzah	..’..	apostrof
ي	ya	Y	ye

2. Vokal

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

- a. Vokal Tunggal adalah vocal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	fathah	A	a
	Kasrah	I	i
	ḍommah	U	U

- b. Vokal Rangkap adalah vocal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
	fathah dan ya	Ai	a dan i
	fathah dan wau	Au	a dan u

- c. Maddah adalah vocal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
	fathah dan alif atau ya	a	a dan garis atas
	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah
	ḍommah dan wau	u	u dan garis di atas

3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

- a. Ta marbutah hidup yaitu Ta marbutah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan ḍommah, transliterasinya adalah /t/.

- b. Ta marbutah mati yaitu Ta marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

4. Syaddah (Tasydid)

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

5. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

ال . Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

- a. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.
- b. Kata sandang yang diikuti huruf qamariah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

6. Hamzah

Dinyatakan didepan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

7. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim, mau pun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

8. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf capital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf capital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf capital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf capital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

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

9. Tajwid

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

Sumber: Tim Puslitbang Lektor Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektor Pendidikan Agama.

ABSTRAK

Nama : Ratna Sari
NIM : 12 220 0164
Judul Skripsi : Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan.
Kata Kunci : Pengetahuan Konsumen, Keputusan Menjadi Nasabah.

Jumlah nasabah tabungan pada Bank Muamalat Indonesia Tbk, Cabang Padangsidimpuan periode 2014 sampai dengan Juli 2016 sebanyak 14410 nasabah. Jumlah nasabah memilih tabungan pada Bank Muamalat mengalami peningkatan dan penurunan. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah pengetahuan produk, pengetahuan pembelian dan pengetahuan pemakaian berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah pada Bank Muamalat Indonesia Tbk, Cabang Padangsidimpuan, yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pengetahuan produk, pengetahuan pembelian dan pengetahuan pemakaian terhadap keputusan menjadi nasabah pada Bank Muamalat Indonesia Tbk, Cabang Padangsidimpuan.

Pembahasan ini berkaitan dengan ilmu pemasaran. Sehubungan dengan itu teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori perbankan syariah, perilaku konsumen, pengetahuan produk, pengetahuan pembelian, pengetahuan pemakaian dan proses pengambilan keputusan oleh konsumen.

Penelitian ini merupakan penelitian survei dengan menggunakan metode analisis regresi berganda, dan instrumen pengumpulan data menggunakan angket dan dokumentasi. Dengan sampel 125 nasabah. Pengolahan data dilakukan pada SPSS versi 22.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara *parsial* pengetahuan produk berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1,807 > 1,645$) kemudian pengetahuan pembelian berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7,989 > 1,645$) sedangkan pengetahuan pemakaian tidak berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah dengan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($-0,413 < 1,645$). Secara *simultan* pengetahuan produk, pengetahuan pembelian dan pengetahuan pemakaian berpengaruh dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($24,302 > 2,68$). Dari uji koefisien determinasi pengetahuan produk, pengetahuan pembelian dan pengetahuan pemakaian mampu mempengaruhi keputusan menjadi nasabah sebesar 36,1% sedangkan sisanya 63,9% dipengaruhi faktor lain.

DAFTAR ISI

Halaman Judul/Sampul	
Halaman Pengesahan Pembimbing	
Surat Pernyataan Pembimbing	
Surat Pernyataan Menyusun Skripsi Sendiri	
Surat Pernyataan Bersedia Publikasi Skripsi	
Berita Acara Ujian <i>Munaqasyah</i>	
Halaman Pengesahan Ketua	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Batasan Masalah	8
D. Defenisi Operasional Variabel	8
E. Rumusan Masalah	10
F. Tujuan Penelitian.....	10
G. Kegunaan Penelitian	11
H. Sistematika Pembahasan	12
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Kerangka Teori	14
1. Pengetahuan Konsumen.....	14
a. Pengertian Pengetahuan Konsumen.....	14
b. Jenis Pengetahuan Konsumen	17
1) Pengetahuan produk	17
2) Pengetahuan pembelian	20
3) Pengetahuan pemakaian	21
2. Perilaku Konsumen.....	23
a. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Konsumen. 24	
1) Faktor-Faktor Kebudayaan.....	25
2) Faktor Sosial.....	25
3) Faktor Pribadi	25
4) Faktor Psikologis	26
b. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	26
1) Pengenalan Masalah	27
2) Pencarian Informasi.....	27
3) Evaluasi Alternatif.....	28
4) Keputusan Membeli	29
5) Perilaku Sesudah Membeli	30
3. Pengertian Bank Syariah.....	30
4. Perbedaan Bank Syariah Dengan Bank Konvensional	31
5. Prinsip Dasar Produk Bank Syariah.....	33

B. Penelitian Terdahulu.....	37
C. Kerangka Pikir.....	39
D. Hipotesis.....	40
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	43
B. Jenis Penelitian.....	43
C. Populasi dan Sampel.....	43
1. Populasi.....	43
2. Sampel.....	44
D. Sumber Data.....	45
1. Data Primer.....	45
2. Data Sekunder.....	45
E. Teknik Pengumpulan Data.....	46
1. Kuisisioner.....	46
2. Dokumentasi.....	46
F. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	46
1. Uji Validitas.....	46
2. Uji Reliabilitas.....	47
G. Teknik Analisis Data.....	47
1. Analisa Data Kuantitatif.....	48
a. Uji Asumsi Klasik.....	48
1) Uji Normalitas.....	48
2) Uji Linearitas.....	48
3) Uji Multikolinearitas.....	49
4) Auto Korelasi.....	49
5) Uji Heteroskedastisitas.....	50
b. Analisis Regresi Linier Berganda.....	50
c. Uji Koefisien Determinansi (Adjusted R Square).....	51
d. Uji Hipotesis.....	52
1) Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t).....	52
2) Uji Koefisien Regresi Secara Bersama-sama.....	52
BAB IV HASIL PENELITIAN	
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	53
1. Sejarah dan Perkembangan Perusahaan.....	53
2. Visi dan Misi Perusahaan.....	54
3. Struktur Organisasi Perusahaan.....	54
B. Pembahasan Deskriptif Data Penelitian.....	55
1. Uji Validitas.....	55
a. Uji Validitas Pengetahuan Produk.....	55
b. Uji Validitas Pengetahuan Pembelian.....	56
c. Uji Validitas Pengetahuan Pemakaian.....	57
d. Uji Validitas Keputusan Menjadi Nasabah.....	58
2. Uji Reliabilitas.....	59
a. Uji Reliabilitas Pengetahuan Produk.....	59
b. Uji Reliabilitas Pengetahuan Pembelian.....	59
c. Uji Reliabilitas Pengetahuan Pemakaian.....	60
d. Uji Reliabilitas Keputusan Menjadi Nasabah.....	60

3. Teknik Analisis Data.....	61
a. Uji Asumsi Klasik.....	61
1) Uji Normalitas.....	61
2) Uji Linearitas.....	63
3) Uji Multikolinearitas.....	66
4) Uji Autokorelasi.....	68
5) Uji Heteroskedastisitas.....	68
b. Analisis Regresi Berganda.....	69
c. Uji Koefisien Determinansi.....	71
d. Uji t.....	72
e. Uji F.....	73
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	74
D. Keterbatasan Penelitian.....	76
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	78
B. Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Nasabah Tabungan Periode 2014-Juli 2016.....	6
Tabel 1.2	Defenisi Operasional Variabel.....	9
Tabel 2.1	Perbedaan Bank Syariah dengan Bank Konvensional.....	32
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu.....	37
Tabel 4.1	Uji Validitas Pengetahuan Produk.....	55
Tabel 4.2	Hasil Uji Validitas Pengetahuan Produk.....	55
Tabel 4.3	Uji Validitas Pengetahuan Pembelian.....	56
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Pengetahuan Pembelian.....	57
Tabel 4.5	Uji Validitas Pengetahuan Pemakaian.....	57
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Pengetahuan Pemakaian.....	58
Tabel 4.7	Uji Validitas Keputusan Menjadi Nasabah.....	58
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Keputusan Menjadi Nasabah.....	59
Tabel 4.9	Uji Reliabilitas Pengetahuan Produk.....	59
Tabel 4.10	Uji Reliabilitas Pengetahuan Pembelian.....	59
Tabel 4.11	Uji Reliabilitas Pengetahuan Pemakaian.....	60
Tabel 4.12	Uji Reliabilitas Keputusan Menjadi Nasabah.....	60
Tabel 4.13	Hasil Uji Reliabilitas.....	61
Tabel 4.14	Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov.....	62
Tabel 4.15	Uji Linearitas PPro terhadap KMN.....	64
Tabel 4.16	Uji Linearitas PPemb terhadap KMN.....	64
Tabel 4.17	Uji Linearitas PPema terhadap KMN.....	65
Tabel 4.18	Hasil Uji Linearitas.....	66
Tabel 4.19	Uji Multikolinearitas.....	67
Tabel 4.20	Uji Autokorelasi.....	68

Tabel 4.21 Analisis Regresi Berganda.....	69
Tabel 4.22 Koefisien Determinasi (R^2).....	71
Tabel 4.23 Uji Hipotesis (Uji t).....	72
Tabel 4.24 Uji Hipotesis (Uji F)	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Pembelian.....	26
Gambar 2.2 Kerangka Pikir.....	40
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Bank Muamalat Cabang Padangsidempuan..	54
Gambar 4.2 Model Grafik Uji Normalitas	63
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas	68

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Angket Penelitian
- Lampiran 2 Hasil Tanggapan Responden Pengetahuan Produk
- Lampiran 3 Hasil Tanggapan Responden Pengetahuan Pembelian
- Lampiran 4 Hasil Tanggapan Responden Pengetahuan pemakaian
- Lampiran 5 Hasil Tanggapan Responden Keputusan Menjadi Nasabah
- Lampiran 6 Tabel Harga dari r Product-Moment
- Lampiran 7 Hasil Output SPSS Asli
- Lampiran 8 T Tabel Statistik
- Lampiran 9 F Tabel Statistik
- Lampiran 10 Pengesahan Judul oleh Pembimbing
- Lampiran 11 Surat Izin Riset dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
- Lampiran 12 Surat Balasan Riset dan Surat Keterangan Telah Selesai Melakukan Riset dari Bank Muamalat

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dan praktik ekonomi Islam secara intelektual maupun secara nasional semakin membumi. Perkembangan ekonomi Islam di Indonesia ditandai dengan pesatnya kajian dan publikasi mengenai prinsip-prinsip dan praktik-praktik ekonomi syariah. Hal ini terlihat dari semakin pesatnya pertumbuhan lembaga-lembaga keuangan berbasis syariah seperti perbankan syariah, asuransi syariah, pengadaian syariah, koperasi syariah dan lembaga-lembaga keuangan lainnya yang beroperasi sesuai dengan prinsip syariah.

Eksistensi lembaga keuangan khususnya perbankan menempati posisi yang sangat strategis dalam menjembatani kebutuhan modal kerja dan investasi di sektor riil dan pemilikan dana. Dengan demikian, fungsi utama sektor perbankan dalam infrastruktur kebijakan makro ekonomi memang diarahkan dalam konteks bagaimana menjadikan uang efektif untuk meningkatkan nilai tambah ekonomi.

Kondisi perbankan di Indonesia mengalami masa-masa sulit yang membahayakan perekonomian nasional sebagai akibat krisis finansial yang terjadi pada bulan Oktober 1997 yang dipicu oleh krisis nilai tukar. Krisis yang ditandai dengan likuidasi 16 bank swasta pada tanggal 1 November 1997 tersebut telah mengakibatkan merosotnya kinerja perekonomian nasional yang menimbulkan efek lanjut krisis berkepanjangan diberbagai bidang. Akibatnya tingkat kepercayaan masyarakat terhadap perbankan menurun.

Krisis moneter tersebut menyebabkan para nasabah terdorong untuk menarik dana mereka secara besar-besaran dari perbankan nasional karena

khawatir dengan adanya kemungkinan pelaksanaan likuidasi lanjutan yang membahayakan keamanan dana yang mereka simpan. Pemerintah berupaya menarik dana masyarakat dengan menaikkan suku bunga yang juga bertujuan untuk menekan inflasi dan mendorong laju nilai tukar rupiah.

Krisis perbankan telah menunjukkan perlunya perbaikan ketentuan yang mengatur lembaga keuangan sekaligus memunculkan kembali wacana dan kebijakan pentingnya membangun alternatif investasi melalui lembaga keuangan ini. Selama ini masyarakat umumnya hanya mengetahui bahwa suatu bank mutlak identik dengan bunga. Nasabah kreditur yang menyimpan dana bank akan mendapatkan bunga, begitu juga nasabah debitur yang meminjam dana dari bank juga akan dikenakan bunga, sedangkan bank mendapatkan keuntungan dari *differential interest* sebagai imbalan dari jasa-jasanya.¹

Penerapan metode bunga diharapkan dapat mendorong investasi yang dapat mempercepat laju pertumbuhan ekonomi. Namun pada kenyataannya perbankan yang didasarkan pada metode bunga menimbulkan dampak negatif berupa ketidakstabilan ekonomi, konsentrasi kekayaan pada segelintir golongan, menumpuknya utang negara, biaya ekonomi tinggi dan macetnya roda perekonomian nasional. Permasalahan perbankan tersebut menimbulkan pemikiran untuk melakukan perombakan metode dasar ekonomi agar dapat mengatasi permasalahan yang ditimbulkan serta mengarahkan metode ekonomi yang baru kepada tujuan keadilan, kesamaan, dan kemajuan. Salah satunya adalah

¹Edy Wibowo dan Untung Hendy Widodo, *Mengapa Memilih Bank Syariah?* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2005), hlm. 7.

dengan mencari alternatif selain dari metode bunga dalam dunia perbankan dan meletakkan perekonomian di atas landasan etika dan moral.²

Implementasi dari alternatif ini adalah dikembangkannya kegiatan usaha bank yang berbasis dengan prinsip syariah yang operasinya tidak didasarkan atas metode bunga, melainkan dengan metode bagi hasil. Bank syariah di Indonesia telah mendapat legitimasi dari Undang-Undang Perbankan Nomor 7 Tahun 1992 yang kemudian diubah dengan Undang-Undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998.

Selama krisis moneter (1997-1998) Bank Syariah dapat bertahan dan dapat menunjukkan kinerja yang relatif lebih baik dibandingkan dengan perbankan konvensional. Bank Muamalat Indonesia khususnya saat krisis ekonomi tersebut, meski tidak mengalami *negative spread*, tidak berarti jauh dari kesulitan. Jika tahun sebelumnya pertumbuhan rata-rata 40%, akhir tahun 1997 pertumbuhannya 18%. Pada tahun 1998 tidak ada pertumbuhan sama sekali.³

Salah satu tantangan yang kini banyak dihadapi dan paling berat adalah banyaknya tuduhan yang mengatakan bahwa bank syariah hanya sekedar perbankan konvensional yang ditambah label syariah. Tantangan lainnya adalah bagaimana menonjolkan ciri khas perbankan syariah, yakni bank yang secara langsung membangun sektor riil dengan prinsip keadilan. Selain itu, dari aspek eksternal, sektor perbankan syariah memiliki tantangan dari sisi pemahaman sebagian masyarakat yang masih rendah terhadap operasionalnya bank syariah. Mereka secara sederhana beranggapan bahwa dengan tidak dijalankannya sistem bunga, bank syariah tidak akan memperoleh pendapatan.

²*Ibid.*,

³Amir & Rukmana, *Bank Syariah (Teori, Kebijakan, dan Studi Empiris di Indonesia)*, (Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2010), hlm. 91.

Saat ini sebagian besar dari mereka hanya melihat bahwa nilai tambah bank syariah adalah lebih halal dan selamat, lebih menjanjikan untuk kebaikan akhirat, dan juga lebih berorientasi menolong antar sesama dibandingkan dengan bank konvensional. Hal tersebut memang benar, namun bank syariah memiliki keuntungan duniawi karena produk-produknya tidak kalah bersaing dengan bank-bank konvensional dan juga bagi hasil yang ditawarkan tidak kalah menguntungkan dibandingkan dengan bunga.

Dengan masih rendahnya pemahaman masyarakat akan pemahaman Islam apalagi masalah perbankan bahkan perekonomian secara lebih luas maka perbankan syariah harus terus berkembang dan memperbaiki kinerjanya. Dengan pesatnya pertumbuhan yang ditandai semakin banyaknya bank konvensional yang akhirnya mendirikan Unit-Unit Syariah, ini membuktikan bahwa bank syariah memang mempunyai kompetensi yang tinggi. Perbankan syariah akan semakin tinggi lagi pertumbuhannya apabila masyarakat mempunyai permintaan dan antusias yang tinggi dikarenakan faktor peningkatan pemahaman dan pengetahuan tentang bank syariah, disamping faktor penyebab lainnya.

Pemahaman yang rendah terhadap perbankan syariah salah satunya diakibatkan kurangnya dan masih bersifat individu sosialisasi yang dilakukan terhadap prinsip dan sistem ekonomi syariah. Dengan demikian hal tersebut mempengaruhi persepsi dan sikap masyarakat terhadap bank syariah. Maka tugas penting yang harus dilakukan oleh pengelola bank syariah adalah meningkatkan sosialisasi sistem bank syariah melalui media massa yang efektif, sehingga pengetahuan masyarakat mengenai perbankan syariah tidak hanya terbatas pada bank yang menggunakan sistem bagi hasil saja.

Pengetahuan konsumen akan mempengaruhi keputusan pembelian. Ketika konsumen memiliki pengetahuan yang lebih banyak, maka ia akan lebih baik dalam mengambil keputusan. Ia akan lebih efisien dan lebih cepat dalam mengolah informasi serta mampu mengolah informasi dengan baik.

Seiring dengan memburuknya sistem perbankan nasional yang diawali dengan likuidasinya beberapa bank swasta nasional pada akhir tahun 1997 yang memunculkan pemikiran untuk mengembangkan kegiatan perbankan yang berlandaskan dengan syariah Islam.

Kehadiran lembaga bank Islam dapat dikatakan baru khususnya jika dilihat dari sisi keseluruhan. Meskipun mayoritas penduduk Indonesia adalah muslim dan diyakini minat masyarakat untuk berhubungan dengan bank syariah cukup besar, namun karena kurangnya sosialisasi pihak-pihak yang terkait dengan bank syariah membuat perkembangan bank syariah belum sesuai dengan yang diharapkan.

Adapun nama-nama bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip syariah adalah: Bank Muamalat Indonesia, Bank Negara Indonesia Syariah, Bank Syariah Mandiri, Bank BCA Syariah, Bank BJB Syariah, Bank BRI Syariah, Bank Mega Syariah, Panin Bank Syariah, Bank Syariah Bukopin, Bank Victoria Syariah, Bank Maybank Syariah Indonesia, Bank BTN Syariah, Bank Danamon Syariah, CIMB Niaga Syariah, BII Syariah, OCBC NISP Syariah, Bank Permata Syariah, Bank Sumut Syariah, Bank BPD Aceh Syariah, Bank DKI Syariah, Bank Kalbar Syariah, Bank Kalsel Syariah, Bank NTB Syariah, Bank Riau Kepri Syariah, Bank Sumsel Babel Syariah dan Bank HSBC Amanah.⁴

⁴www.bankindonesia.go.id, diakses 3 Agustus 2016, Pukul 12.00 WIB.

Bank Syariah termasuk di dalamnya PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk dituntut untuk lebih gencar dan berani membuka diri guna terus meningkatkan sosialisasi dengan masyarakat luas terutama dalam menumbuhkan kesadaran akan pentingnya penerapan syariah dalam kehidupan tanpa terkecuali dalam aspek ekonomi.

Bank Muamalat Indonesia, Tbk resmi beroperasi pada tanggal 1 Mei 1992 bertepatan dengan tanggal 27 Syawal 1412 H. PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk membuka cabang di kota Padangsidempuan pada tanggal 03 Juli 2003. Bank Muamalat Indonesia dinilai sebagai salah satu bank syariah yang berkembang pesat.

Berikut ini merupakan data jumlah nasabah tabungan pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.

Tabel 1.1
Jumlah nasabah tabungan pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk
Cabang Padangsidempuan
Periode 2014-29 Juli 2016

No.	Tahun	Jumlah nasabah
1.	2014	14891
2.	2015	13378
3.	Juli 2016	14410

Sumber data: PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan

Dari tabel di atas kita dapat melihat bahwa adanya kenaikan dan penurunan jumlah nasabah yang terjadi dalam penggunaan tabungan tersebut. Dari sampel ke tiga tahun di atas pada tahun 2015 terjadi penurunan jumlah nasabah sebesar 1513 nasabah (11,30%) dan tahun 2016 terjadi kenaikan jumlah nasabah sebesar 1032 nasabah (7,16%). Jumlah nasabah pada tahun 2016 lebih banyak dibandingkan dengan tahun sebelumnya sesuai data di atas.

Oleh karena itu upaya untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang bank syariah menjadi hal penting dalam pengembangan bank syariah di masa yang akan datang. Sebagian besar masyarakat yang menggunakan bank syariah masih dominan dipengaruhi oleh emosi keagamaan belum berdasarkan pada pemahaman rasional yang baik.

Dengan mengetahui pentingnya pengetahuan konsumen tentang perbankan syariah, PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk diharapkan dapat mengetahui dengan cara apa perusahaan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah.

Kondisi inilah yang menarik perhatian peneliti untuk melakukan suatu penelitian. Adapun judul penelitian tersebut adalah: **Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas peneliti mengidentifikasi ada beberapa variabel yang mempengaruhi keputusan menjadi nasabah antara lain:

1. Pengetahuan Produk (PPro)
2. Pengetahuan Pembelian (PPemb)
3. Pengetahuan Pemakaian (PPema)
4. Keputusan Menjadi Nasabah (KMN)
5. Pengetahuan Karakteristik atau Atribut Produk
6. Pengetahuan Manfaat Produk
7. Pengetahuan Nilai Kepuasan Produk
8. Pengetahuan Objektif

9. Pengetahuan Subjektif
10. Pengetahuan dari Segi Agama yang dianut.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka disini peneliti akan memberikan batasan masalah yang akan diteliti, yaitu:

1. Pengetahuan Produk
2. Pengetahuan Pembelian
3. Pengetahuan Pemakaian
4. Keputusan Menjadi Nasabah

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat, yakni pengetahuan produk sebagai (X_1), pengetahuan pembelian sebagai (X_2) dan Pengetahuan Pemakaian sebagai (X_3), sedangkan variabel terikat yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas yaitu keputusan menjadi nasabah sebagai (Y).

D. Definisi Operasional Variabel

Variabel adalah suatu atribut, sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁵

Pada bagian ini peneliti menjelaskan secara operasional tentang setiap variabel yang akan diteliti yaitu:

⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: CV Alfabeta, Cetakan ke-17, 2012), hlm. 38.

Tabel 1.2
Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1.	Pengetahuan Produk (X_1)	Segala informasi yang berhubungan dengan suatu produk yang diinginkan oleh seorang konsumen.	a. Nisbah bagi hasil. b. Prinsip <i>Mudharabah</i> . c. Prinsip <i>Musyarakah</i> . d. Prinsip <i>Murabahah</i> . e. Jenis atau ragam produk. f. Manfaat produk.	Ordinal
2.	Pengetahuan Pembelian (X_2)	Informasi yang dimiliki oleh konsumen yang berhubungan erat dengan perolehan produk yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen.	a. Lokasi kantor bank. b. Lokasi jaringan ATM. c. Prosedur pembukaan rekening atau tabungan. d. Biaya yang dikeluarkan. e. Letak <i>Teller</i> dan <i>Costumer Service</i> . f. Prosedur pengajuan pinjaman.	Ordinal
3.	Pengetahuan Pemakaian (X_3)	Informasi yang tersedia di dalam ingatan mengenai bagaimana suatu produk dapat digunakan dan apa yang diperlukan untuk menggunakan produk tersebut.	a. Cara penggunaan ATM. b. Cara Tarik atau simpan tunai melalui <i>Teller</i> . c. Cara penggunaan layanan transfer. d. Cara penggunaan layanan <i>Mobile Banking</i> dan <i>Internet Banking</i>	Ordinal
4.	Keputusan Menjadi Nasabah (Y)	Merupakan tahapan dimana konsumen siap untuk melakukan transaksi pembelian atau pertukaran uang atau janji untuk membayar dengan hak	a. Jenis atau ragam produk. b. Nisbah bagi hasil. c. Prinsip syariah. d. Lokasi kantor. e. Kemudahan pembukaan rekening atau tabungan. f. Kemudahan pengajuan pinjaman. g. Kemudahan penggunaan ATM.	Ordinal

		kepemilikan atau penggunaan suatu benda.	h. Kemudahan Tarik atau simpan tunai melalui <i>Teller</i> . i. Kemudahan menggunakan <i>Mobile Banking</i> .	
--	--	--	--	--

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka peneliti merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah pengetahuan konsumen mengenai produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan?
2. Apakah pengetahuan konsumen mengenai pembelian berpengaruh secara parsial terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan?
3. Apakah pengetahuan konsumen mengenai pemakaian berpengaruh secara parsial terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan?
4. Apakah pengetahuan konsumen mengenai produk, pembelian dan pemakaian berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan?

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan konsumen mengenai produk secara parsial terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.

2. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan konsumen mengenai pembelian secara parsial terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.
3. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan konsumen mengenai pemakaian secara parsial terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.
4. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan konsumen mengenai produk, pembelian dan pemakaian secara simultan terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.

G. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan yang diharapkan peneliti dalam melaksanakan penelitian ini, adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Untuk melengkapi tugas-tugas dalam memenuhi syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) serta untuk menambah wawasan terutama mengenai perbankan syariah.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan bagi pihak manajemen PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan untuk mengetahui tanggapan konsumen mengenai perbankan syariah dan pengaruhnya terhadap keputusan menjadi nasabah. Selain itu untuk memberikan sumbangan pemikiran yang bermanfaat bagi perusahaan dalam mengevaluasi atau memperbaiki kinerjanya guna memperluas

pengetahuan konsumen sehingga dapat dijadikan sebagai masukan untuk memahami dan memenuhi kebutuhan konsumen.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk memberikan sumbangan pemikiran bagi peneliti selanjutnya dan sebagai bahan referensi yang diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan bagi pembaca terutama tentang perilaku konsumen mengenai pengetahuan konsumen terkait dengan pengaruhnya dalam proses pengambilan keputusan.

H. Sistematika Pembahasan

Untuk lebih mudah dalam memahami pembahasan dalam penelitian ini, maka penulis membuat sistematika pembahasan yang terdiri dari beberapa bab, yaitu:

Bab I adalah pendahuluan, yang terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, defenisi operasional variabel, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab II adalah landasan teori yang terdiri dari kerangka teori, kerangka berfikir, hipotesis dan penelitian terdahulu.

Bab III adalah metodologi penelitian yang terdiri dari tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, sumber data, teknik pengumpulan data, dan analisis data.

Bab IV adalah hasil penelitian yang merupakan uraian semua temuan penelitian yang merupakan jawaban terhadap permasalahan penelitian yang telah dirumuskan.

Bab V adalah penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran-saran. Kesimpulan adalah jawaban masalah yang dirumuskan dalam pendahuluan skripsi, sedangkan pada bagian saran dimuat hal-hal yang perlu direkomendasikan dan ditindaklanjuti dari hasil penelitian.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Pengetahuan Konsumen

a. Pengertian Pengetahuan Konsumen

Di dalam Islam, pengetahuan sifatnya adalah sangat penting. Sadar atau tidak Allah SWT sangat menyukai orang-orang yang memiliki ilmu pengetahuan.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia “pengetahuan berasal dari kata “tahu” artinya mengerti sesudah mengalami dan menyaksikan”, sedangkan pengetahuan adalah segala sesuatu yang diketahui yang berkenaan dengan sesuatu hal yang dilihat dan dirasakan oleh panca inderawi.¹

Menurut Suharsimi Arikunto pengetahuan adalah suatu subkelas dari kepercayaan yang benar. Setiap hal mengenai pengetahuan merupakan hal dari kepercayaan yang benar tetapi tidak sebaliknya. Sangat mudah untuk memberikan contoh mengenai kepercayaan yang benar dan bukan merupakan pengetahuan.²

Berikut ini adalah sepenggal ayat Al-qur'an yang berkaitan dengan pengetahuan yang terdapat dalam surah Az-Zumar ayat 9, yang berbunyi:

¹Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, Cetakan ke-3), hlm. 1121.

²Suharsimi Arikunto, *Evaluasi Pendidikan* (Jakarta: Rineka Cipta, 1994), hlm. 82

أَمْ مَنْ هُوَ قَبِيْتُ عَائِنَاءَ اللَّيْلِ سَاجِدًا □ □ وَقَائِمًا □ □ يَحْذَرُ الْآخِرَةَ وَيَرْجُو رَحْمَةَ رَبِّهِ ^٣ قُلْ هَلْ يَسْتَوِي الَّذِينَ يَعْلَمُونَ وَالَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ ^٣ إِنَّمَا يَتَذَكَّرُ أُولُو الْأَلْبَابِ ٩

(Apakah kamu hai orang musyrik yang lebih beruntung) ataukah orang yang beribadat di waktu-waktu malam dengan sujud dan berdiri, sedang ia takut kepada (azab) akhirat dan mengharapkan rahmat Tuhannya? Katakanlah: "Adakah sama orang-orang yang mengetahui dengan orang-orang yang tidak mengetahui?" Sesungguhnya orang yang berakallah yang dapat menerima pelajaran.³

Maksud ayat di atas adalah terlihat adanya hubungan orang yang mengetahui (berilmu) dengan melakukan ibadah di waktu malam, takut kepada siksaan Allah di akhirat serta mengharapkan ridha dari Allah, dan juga menerangkan bahwa sikap yang demikian itu merupakan salah satu ciri dari *ulul al-bab* yaitu orang yang menggunakan hati untuk menggunakan dan mengarahkan ilmu pengetahuan tersebut pada tujuan peningkatan aqidah, ketekunan beribadah dan ketinggian akhlak yang mulia.

Adapun kaitannya dengan penelitian saya adalah orang yang memiliki pengetahuan tentang suatu hal lebih bisa bijaksana dalam mengambil suatu keputusan. Nasabah yang memiliki pengetahuan tentang perbankan syariah biasanya cenderung menggunakan keputusan bukan karena bank syariah halal, tetapi lebih kepada pengetahuan yang ia miliki. Ketika ia memiliki pengetahuan tentang perbankan syariah maka ia tidak akan salah dalam mengambil keputusan walaupun banyak isu di luar yang mengatakan bahwa bank syariah adalah bank konvensional yang ditambah

³Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: CV. Darus Sunnah 2002), hlm. 460.

dengan label syariah, hal tersebut karena pengetahuannya telah tertanam di dalam ingatannya mengenai bank syariah tersebut. Pengetahuan yang kita miliki merupakan unsur dari kepribadian kita, semakin tinggi tingkat pengetahuan yang dimiliki seseorang, maka akan semakin mantap dan lebih berhati-hati dalam mengambil suatu keputusan.

Pengetahuan bukanlah fakta dari suatu kenyataan yang sedang dipelajari, melainkan sebagai konstruksi kognitif seseorang terhadap objek, pengalaman, maupun lingkungannya. Pengetahuan bukanlah sesuatu yang sudah ada dan tersedia dan sementara orang lain tinggal menerimanya. Pengetahuan adalah sebagai suatu pembentukan yang terus-menerus oleh seseorang yang setiap saat mengalami reorganisasi karena adanya pemahaman-pemahaman baru.⁴

Konsumen adalah pelanggan, nasabah atau orang yang mendatangi suatu tempat untuk membeli apa yang mereka butuhkan.

Konsumen adalah pemroses informasi, pencari informasi, dan merupakan audiensi yang aktif untuk iklan.

Berdasarkan kedua definisi tersebut dapat diartikan bahwa pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa, serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen.

b. Jenis Pengetahuan Konsumen

⁴Suharsimi Arikunto, *Op.Cit.*, hlm. 75.

Pada penelitian ini pengetahuan konsumen hanya dibatasi pada beberapa jenis pengetahuan. Pengetahuan konsumen dibagi kedalam tiga jenis pengetahuan, yaitu : pengetahuan produk, pengetahuan pembelian dan pengetahuan pemakaian. Secara rinci dapat diuraikan sebagai berikut:

1) Pengetahuan Produk

Keputusan tentang ciri produk adalah elemen penting dalam strategi pemasaran. Seorang konsumen akan melihat suatu produk berdasarkan dengan karakteristik atau ciri atau atribut dari produk tersebut.

Strategi pemasaran terutama dalam komunikasi sering diarahkan untuk menyampaikan informasi mengenai atribut-atribut baru yang dimiliki oleh suatu produk, dengan harapan bahwa atribut tersebut memberikan nilai tambah dimata konsumen. Pengetahuan produk merupakan gabungan dari berbagai jenis informasi yang berbeda. Pengetahuan produk meliputi:

a) Analisis Kesadaran

Produk tidak menimbulkan keterlibatan dalam dan diri sendiri. Cara konsumen merespon suatu produklah yang akan menentukan tingkat keterlibatan mereka. Karakteristik produk dapat membentuk keterlibatan konsumen. Keterlibatan lebih besar untuk produk yang memenuhi kebutuhan dan nilai yang penting. Keterlibatan juga dapat meningkat karena

alternatif pilihan dipandang secara lebih dibedakan di dalam penyajian mereka.⁵

Produk atau merek juga menimbulkan keterlibatan apabila ada semacam resiko yang dirasakan dalam suatu pembelian atau pemakaian. Merek yang akrab dengan konsumen merupakan perangkat kesadaran, sehingga sulit untuk menjual produk yang tidak dikenal oleh konsumen.

b) Analisis Citra

Sikap merek merupakan aspek penting dari ekuitas merek. Ekuitas merek menyangkut nilai suatu merek bagi pemasar dan bagi konsumen. Dari sudut pandang pemasar, ekuitas merek menyiratkan keuntungan, arus kas dan pangsa pasar yang lebih besar. Dari sudut pandang konsumen, melibatkan suatu sikap merek positif yang kuat yang didasarkan pada kepercayaan dan arti baik yang diakses melalui ingatan.⁶

Pemasar juga berkepentingan dengan kepercayaan yang dianut oleh konsumen dan menentukan suatu citra merek. Dengan memeriksa kepercayaan konsumen mengenai kemampuan merek adalah mungkin untuk menentukan apakah suatu produk telah mencapai posisi yang diinginkan di dalam benak konsumen. Pemeriksaan pengetahuan konsumen mengenai sifat objek disebut sebagai analisis citra. Analisis citra biasanya bisa saja bukan mengenai masalah merek, tetapi lebih kepada citra

⁵Nugroho J. Setiadi, *Op.Cit.*, hlm. 52.

⁶*Ibid.*, hlm. 56.

toko dan korporasi atau lembaga keuangan tersebut (jika di sektor perbankan).

c) Kesalahan Persepsi Terhadap Produk

Pemasar harus siap terhadap ketidakakuratan di dalam pengetahuan konsumen. Sangat lazim untuk mendapatkan bahwa konsumen memiliki kepercayaan yang keliru yang menimbulkan penghalang yang berarti bagi keberhasilan pemasar.

Biasanya merek yang memiliki ekuitas merek yang paling tinggi mengukur ekuitas merek dengan berfokus pada persepsi produk dan kualitas produk.⁷

d) Penentuan Harga

Pemahaman ekspektasi konsumen dapat mempunyai dampak yang penting pada strategi harga, secara umum harga yang lebih tinggi, kurang mempunyai kemungkinan untuk dibeli oleh konsumen (teori ekonomi mikro). Namun dalam beberapa kondisi, konsumen memiliki ekspektasi antara hubungan harga dengan kualitas. Semakin tinggi harganya maka semakin baik juga kualitas produknya.

Aspek harga merupakan aspek terpenting dalam aspek pengetahuan konsumen. Keputusan penetapan harga oleh pemasar bergantung kepada berapa baik konsumen

⁷*Ibid.*, hlm. 57.

mendapatkan informasi mengenai harga. Pemasar akan lebih dimotivasi untuk menekan harga dan berespon terhadap potongan harga.⁸

2) Pengetahuan Pembelian

Pengetahuan pembelian mencakupi bermacam potongan informasi yang dimiliki konsumen yang berhubungan erat dengan perolehan produk. Permasalahan yang harus diketahui dari pengetahuan pembelian adalah dimana dan kapan pembelian tersebut terjadi.

a) Dimana Dibeli

Masalah mendasar yang harus diselesaikan oleh konsumen adalah dimana mereka akan membeli suatu produk yang mereka inginkan. Keputusan ini, sebagian besar dipengaruhi oleh pengetahuan pembelian, yang mencakup tentang pengetahuan konsumen mengenai suatu produk sehingga dapat mempengaruhi perilaku pembelian.

Apabila konsumen tidak akrab dengan sebuah toko atau lembaga, maka mereka harus mengetahui informasi melalui produsen yang ada di toko tersebut. Produsen juga harus memberikan informasi dengan benar sehingga bisa menarik minat konsumen untuk menggunakan produk mereka.

b) Kapan Membeli

⁸Zoelkifli Kasip, *Op.Cit.*, hlm. 160-161.

Waktu pembelian khususnya kapan membeli mengacu pada lamanya waktu berlalu antara kesadaran awal para konsumen terhadap produk atau jasa baru tertentu dan setelah itu apakah mereka akan membeli atau menolaknya. Waktu pembelian merupakan proses yang penting karena waktu rata-rata yang diperlukan konsumen untuk mengadopsi suatu produk baru merupakan ramalan lamanya waktu keseluruhan yang akan diperlukan produk baru sampai bisa diterima secara luas.⁹

Kepercayaan konsumen mengenai kapan membeli adalah salah satu komponen yang paling relevan dari pengetahuan pembelian. Pengetahuan mengenai kapan membeli dapat menjadi faktor penentu yang sangat penting dari perilaku pembelian untuk inovasi baru. Banyak konsumen yang tidak langsung membeli produk baru karena mereka percaya bahwa harga mungkin ²² seiring dengan berlalunya waktu.

3) Pengetahuan Pemakaian

upaya pemasaran yang dirancang untuk mendidik konsumen tentang bagaimana menggunakan produkpun dibutuhkan. Penghalang serupa bagi pembelian terjadi bila konsumen memiliki informasi yang tidak lengkap mengenai

⁹*Ibid.*, hlm. 467.

cara-cara yang berbeda atau situasi dimana suatu produk dapat digunakan.

Pengetahuan pemakaian mencakup informasi yang tersedia di dalam ingatan mengenai bagaimana suatu produk dapat digunakan dan apa yang diperlukan untuk menggunakan produk tersebut. Pengetahuan pemakaian konsumen penting karena beberapa alasan, misalnya saja konsumen tidak akan membeli dan mengkonsumsi suatu produk apabila ia tidak mengetahui cara menggunakan produk tersebut.¹⁰

Walaupun pengetahuan pemakaian yang tidak memadai tidak mencegah terjadinya pembelian produk, hal ini tetap saja memiliki efek yang merugikan pada kepuasan konsumen. Produk yang digunakan secara salah mungkin tidak bel 23 dengan benar sehingga menyebabkan konsumen merasa tidak puas.

Suatu produk akan memberikan manfaat kepada konsumen, jika produk tersebut telah digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen. Agar produk tersebut dapat memberikan kepuasan yang maksimal, maka konsumen harus menggunakan produk dengan benar. Maka disinilah peran penting pihak produsen untuk mensosialisasikan cara penggunaan produk tersebut.

2. Perilaku Konsumen

¹⁰*Ibid.*, hlm. 467-469.

Istilah perilaku erat hubungannya dengan objek yang studinya diarahkan pada permasalahan manusia. Dibidang studi pemasaran, konsep perilaku konsumen secara terus-menerus dikembangkan dengan berbagai pendekatan. Menurut Nugroho J. Setiadi perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini.¹¹

Untuk memahami konsumen dan mengembangkan strategi pemasaran yang tepat kita harus memahami apa yang mereka pikirkan (*kognisi*) dan mereka rasakan (pengaruh), apa yang mereka lakukan (perilaku), dan apa serta dimana (kejadian di sekitar) yang memengaruhi serta dipengaruhi oleh apa yang dipikirkan, dirasa, dan dilakukan oleh konsumen.¹²

Perilaku konsumen merupakan interaksi dinamis antara *afeksi* dan *kognisi*, perilaku dan lingkungannya dimana manusia melakukan kegiatan pertukaran dalam hidup mereka.¹³

Menurut Schiffman dan Kanuk studi perilaku konsumen merupakan studi bagaimana seorang individu membuat keputusan untuk mengalokasikan sumber daya yang tersedia (waktu, uang, usaha, dan energi).¹⁴ Studi perilaku konsumen memungkinkan para pemasar mamahami dan meramalkan perilaku konsumen di pasar, hal ini tidak hanya berhubungan dengan apa yang dibeli

¹¹Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 2.

¹²*Ibid.*, hlm. 2-3.

¹³*Ibid.*,

¹⁴Schiffman dan Kanuk, *Perilaku Konsumen*, Diterjemahkan dari "Consumer Behaviour" oleh Zoelkipli Kasip (Jakarta: Macanan Jaya Cemerlang, 2004), hlm. 8.

oleh konsumen di pasar, tetapi juga mengapa, kapan, dimana, bagaimana dan seberapa sering mereka membelinya.

Dengan kata lain perilaku konsumen meliputi aktivitas bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, memakai, membuang barang, jasa dan gagasan atau pengalaman dalam rangka memuaskan kebutuhan dan hasrat mereka. Memahami perilaku konsumen dan mengenal pelanggan bukan hal yang sederhana. Pelanggan mungkin menyatakan kebutuhan dan keinginan mereka namun dapat bertindak sebaliknya. Mereka mungkin menanggapi pengaruh yang merubah mereka pada menit-menit terakhir. Karenanya pemasar harus mempelajari keinginan, persepsi, preferensi serta perilaku belanja dan pembelian sasaran mereka.

a. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Konsumen

Nugroho J. Setiadi berpendapat bahwa konsumen dapat dipengaruhi perilakunya menurut kehendak pihak yang berkepentingan. Selanjutnya ia juga menyebutkan sedikitnya ada 4 faktor yang menjadi penentu pengambilan keputusan konsumen. 4 faktor ini yang menjadi pengaruh pada perilaku konsumen. Faktor-faktor tersebut adalah: ¹⁵

25

1) Faktor-Faktor Kebudayaan

Menurut Nugroho J. Setiadi faktor-faktor kebudayaan itu ~sangat menentukan pengambilan suatu keputusan konsumen.

¹⁵Nugroho J. Setiadi, *Op.Cit.*, hlm. 10-14.

Ia membagikan faktor kebudayaan kedalam tiga aspek yaitu: kebudayaan, sub budaya dan kelas sosial.

Budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku paling mendasar. Anak-anak yang sedang bertumbuh mendapatkan nilai, persepsi, preferensi dan perilaku dari keluarga dan lembaga-lembaga penting lainnya.¹⁶

2) Faktor-Faktor Sosial

Konsumen hidup dalam lingkungan yang kompleks dimana keputusan mereka dipengaruhi oleh kelompok referensi, keluarga, peran dan status.

3) Faktor Pribadi

Konsumen juga dipengaruhi oleh faktor internal yang menggerakkan dan memengaruhi perilaku mereka. Faktor internal ini sangat mungkin berbeda antara individu sehingga akan menghasilkan keputusan dan perilaku yang berbeda pula. Faktor-faktor tersebut adalah: umur dan tahapan dalam siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri.

4) Faktor-Faktor Psikologis

¹⁶Philip Kotler & Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 12*, Diterjemahkan dari "Marketing Management" oleh Benyamin Molan (Jakarta: Macanan Jaya Cemerlang, 2007), hlm. 214.

Proses psikologis pada konsumen akan membawa mereka pada proses berikut yaitu: motivasi, persepsi, proses belajar, kepercayaan dan sikap.

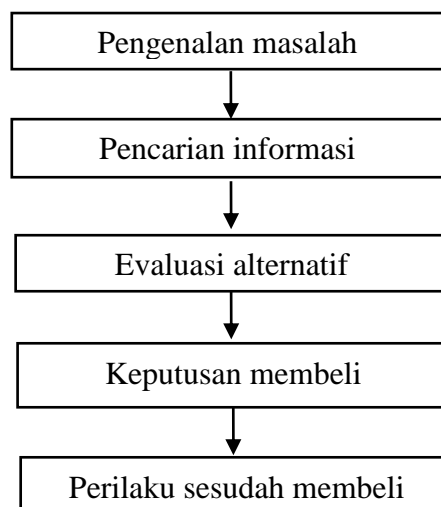
Penelitian pada faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen ini akan dapat menghasilkan petunjuk bagaimana meraih dan melayani konsumen secara lebih efektif.

b. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian

Salah satu keputusan yang penting diambil konsumen dan harus mendapat perhatian yang besar dari para pemasar adalah keputusan pembelian konsumen.

Proses pembelian yang spesifik terdiri dari urutan kejadian berikut: pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan membeli, dan perilaku sesudah pembelian. Lihat gambar berikut: ¹⁷

Gambar 2.1
Proses Pembelian



¹⁷Nugroho J. Setiadi, *Op.Cit.*, hlm. 4.

Secara terperinci tahap-tahap tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:¹⁸

1) Pengenalan Masalah

Proses membeli diawali saat pembeli menyadari adanya kebutuhan. Pembeli menyadari terdapat perbedaan antara kondisi sesungguhnya dan kondisi yang diinginkannya. Kebutuhan ini dapat disebabkan oleh rangsangan internal maupun eksternal. Dalam kasus pertama dari kebutuhan normal seseorang yaitu rasa lapar dan dahaga meningkat hingga suatu tingkatan tertentu dan berubah menjadi dorongan, atau suatu kebutuhan dapat timbul karena rangsangan eksternal misalnya seseorang melewati sebuah toko roti dan melihat roti yang baru selesai dibakar dapat merangsang rasa laparnya.

2) Pencarian Informasi

Seorang konsumen yang mulai timbul minatnya akan terdorong untuk mencari informasi lebih banyak tentang hal yang dikenalnya sebagai kebutuhannya. Konsumen memperoleh informasi dari sumber pribadi (keluarga, teman, tetangga dan kenalan), komersil (iklan, tenaga penjualan, penyalur, kemasan dan pameran), umum (media massa dan organisasi konsumen), dan sumber pengalaman (pernah menangani, menguji dan menggunakan produk).

¹⁸*Ibid.*, hlm. 15-18.

Secara umum konsumen memperoleh informasi terbanyak dari suatu produk dari sumber komersial, yaitu sumber yang didominasi oleh para pemasar. Pada sisi lain, informasi yang paling efektif justru berasal dari sumber-sumber pribadi. Setiap sumber informasi melaksanakan suatu fungsi yang agak berbeda dalam memengaruhi keputusan membeli. Informasi komersial umumnya melaksanakan fungsi memberi tahu, sedangkan sumber pribadi melaksanakan fungsi legitimasi atau evaluasi.

Karena itu suatu perusahaan harus menyusun strategi agar mereknya masuk ke perangkat pengenalan, perangkat pertimbangan dan perangkat pilihan dari calon pembeli. Bila tidak, ia akan kehilangan peluang untuk menjual pada pelanggan. Lebih jauh lagi, perusahaan harus mengidentifikasi merek lain yang ada di perangkat pilihan dari konsumen sehingga perusahaan dapat merencanakan daya tarik produknya yang akan bersaing.

3) Evaluasi Alternatif

Bagaimana konsumen memproses informasi tentang pilihan merek untuk membuat keputusan akhir? Ternyata tidak ada proses evaluasi yang sederhana dan tunggal yang digunakan oleh konsumen atau bahkan oleh satu konsumen pada seluruh situasi membeli. Ada beberapa proses evaluasi keputusan. Kebanyakan model dari proses evaluasi konsumen sekarang bersifat *kognitif*, yaitu mereka memandang konsumen sebagai pembentuk penilaian terhadap

produk terutama berdasarkan pada pertimbangan yang sadar dan rasional.

Konsumen mungkin mengembangkan seperangkat kepercayaan merek tentang dimana setiap merek berada pada ciri masing-masing. Kepercayaan merek menimbulkan citra merek.

4) Keputusan Membeli

Pada tahap evaluasi, konsumen membentuk preferensi terhadap merek-merek yang terdapat pada perangkat pilihan. Konsumen mungkin juga membentuk tujuan membeli untuk merek yang paling disukai. Walaupun demikian, dua faktor dapat mempengaruhi tujuan membeli dan keputusan membeli. Faktor yang pertama adalah sikap orang lain, sejauh mana sikap orang lain akan mengurangi alternatif pilihan seseorang tergantung pada dua hal yaitu: intensitas sikap negatif orang lain tersebut terhadap alternatif pilihan konsumen, dan motivasi konsumen untuk menuruti keinginan orang lain tersebut. Semakin tinggi intensitas sikap negatif orang lain tersebut akan semakin dekat hubungan orang tersebut dengan konsumen, maka semakin besar kemungkinan konsumen akan menyesuaikan tujuan pembeliannya.

Tujuan pembelian juga akan dipengaruhi oleh faktor-faktor yang tidak terduga. Konsumen membentuk tujuan pembelian berdasarkan faktor-faktor seperti: pendapatan keluarga yang diharapkan, harga yang diharapkan, dan manfaat produk yang diharapkan. Pada saat konsumen ingin bertindak, faktor-faktor

keadaan yang tidak terduga mungkin timbul dan mengubah tujuan membeli.

5) Perilaku Sesudah Pembelian

Sesudah pembelian terhadap suatu produk yang dilakukan konsumen akan mengalami beberapa tingkatan kepuasan atau ketidakpuasan. Konsumen tersebut juga akan terlibat dalam tindakan sesudah pembelian dan penggunaan produk yang akan menarik minat pemasar. Pekerjaan pemasar tidak akan berakhir pada saat suatu produk dibeli, tetapi akan terus berlangsung hingga periode sesudah pembelian.

Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen pada suatu produk akan memengaruhi tingkah laku berikutnya. Jika konsumen merasa puas, maka ia akan memperlihatkan kemungkinan yang lebih tinggi untuk membeli produk itu lagi. Konsumen yang tidak puas itu akan berusaha mengurangi ketidakpuasannya, karena dengan kodrat manusia “untuk menciptakan keserasian, konsistensi dan keselarasan diantara pendapatan, pengetahuan dan nilai-nilai yang terdapat dalam dirinya”, Ada dua tindakan yang mereka lakukan yaitu meninggalkan produk tersebut dan meninggalkan isu yang mengatakan produk yang mereka beli itu tidak baik.

3. Pengertian Bank Syariah

Seiring dengan perkembangan waktu bank syariah semakin jaya dan membuktikan eksistensinya di dunia perbankan. Namun masih ada saja pihak

yang menyatakan bahwa bank syariah itu adalah bank konvensional ;
ditambah dengan label syariah.

Menurut Dwi Suwikyo dalam Kamus Lengkap Ekonomi Islam Bank Syariah adalah suatu bank yang dalam operasi berdasarkan prinsip-prinsip hukum Islam. Tiap bank yang menawarkan keuangan secara Islam mempunyai suatu dewan yang disebut Dewan Syariah, yang pendapatnya dibutuhkan mengenai perjanjian keuangan dan instrumen moneter yang rumit. Peran dewan ini adalah kalau suatu masalah yang secara khusus tidak disebutkan dalam kitab suci Al-Qur'an atau dalam ajaran nabi Muhammad SAW., maka penafsiran-penafsirannya dibuat oleh dewan tersebut.¹⁹

Menurut Undang-Undang No. 21 Tahun 2008, perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri dari Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS), dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).²⁰

4. Perbedaan Bank Syariah dengan Bank Konvensional

Bank Syariah merupakan bank yang dalam sistem operasinya tidak menggunakan sistem bunga, akan tetapi menggunakan prinsip dasar sesuai dengan syariah Islam. Dalam menentukan imbalannya baik imbalan yang diberikan maupun imbalan yang diterima, bank syariah tidak menggunakan

¹⁹Dwi Suwikyo, *Kamus Lengkap Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Total Media, 2009), hlm. 39.

²⁰Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana, Cetakan Ke-1, 2011), hlm. 33.

32
sistem bunga, akan tetapi menggunakan konsep imbalan sesuai dengan akad yang diperjanjikan.

Beberapa perbedaan antara Bank Syariah dan Bank Konvensional antara lain dapat dilihat pada tabel di bawah ini.²¹

Tabel 2.1
Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional

No	Bank Syariah	Bank Konvensional
1	Investasi, hanya untuk proyek dan produk yang halal serta menguntungkan.	Investasi, tidak mempertimbangkan halal atau haram, asalkan proyek yang dibiayai menguntungkan.
2	Return yang dibayar dan/atau yang diterima berasal dari bagi hasil atau pendapatan lainnya berdasarkan prinsip syariah.	Return baik yang dibayar kepada nasabah penyimpan dana dan return yang diterima dari nasabah penggunaan dana berupa bunga.
3	Perjanjian dibuat dalam bentuk akad sesuai dengan syariah Islam.	Perjanjian menggunakan hukum positif.
4	Orientasi pembiayaan, tidak hanya untuk keuntungan akan tetapi fallah oriented, yaitu berorientasi pada kesejahteraan masyarakat.	Orientasi pembiayaan, untuk memperoleh keuntungan atas dana yang dipinjamkan.
5	Hubungan antara bank dan nasabah adalah mitra.	Hubungan antara bank dan nasabah adalah kreditor dan debitur.
6	Dewan pengawas terdiri dari BI, Bapepam, Komisaris, dan Dewan Pengawas Syariah (DPS).	Dewan pengawas terdiri dari BI, Bapepam, dan Komisaris.
7	Penyelesaian sengketa, diupayakan diselesaikan secara musyawarah antara bank dan nasabah, melalui peradilan agama.	Penyelesaian sengketa melalui pengadilan negeri setempat.

Sumber: Ismail, Perbankan Syariah, 2010.

²¹*Ibid.*, hlm. 38.

5. Prinsip Dasar Produk Bank Syariah

Prinsip-prinsip dasar produk bank syariah yang diaplikasikan dalam kegiatan menghimpun dana (produk pendanaan), menurut Syafi'i Antonio antara lain:

a. Wadi'ah

Titipan dari satu pihak kepada pihak lain, baik individu maupun badan hukum, yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat bila pemilik menghendaki. Titipan harus dijaga dan dipelihara oleh pihak yang menerima titipan, dan titipan ini dapat diambil sewaktu-waktu pada saat dibutuhkan oleh pihak yang menitipkan.²²

b. Muḍārabah Muṭ laqah

Kerjasama antara dua pihak dimana pihak pertama menyediakan modal dan memberikan kewenangan penuh kepada pihak kedua dalam menentukan jenis dan tempat investasi, sedangkan keuntungan dan kerugian dibagi menurut kesepakatan bersama.²³

c. Muḍārabah Muqayyadah

Kerjasama antara dua pihak dimana pihak pertama menyediakan modal dan memberikan kewenangan terbatas kepada pihak kedua dalam menentukan jenis dan tempat investasi, sedangkan keuntungan dan kerugian dibagi menurut kesepakatan dimuka.²⁴

²²*Ibid.*, hlm. 59.

²³Sunarto Zulkifli, *Panduan Praktis Transaksi Perbankan Syariah*, (Jakarta: Zikrul Hakim, 2003), hlm.55.

²⁴Ismail, *Op.Cit.*, hlm. 87.

Prinsip-prinsip dasar produk bank syariah yang diaplikasikan dalam program penyaluran dana atau pembiayaan, antara lain:

a. *Murābahah*

Murābahah merupakan salah satu bentuk jual beli ketika penjual secara eksplisit menyatakan biaya perolehan barang yang akan dijualnya dan menjual kepada orang lain dengan menambahkan tingkat keuntungan yang diinginkan.²⁵

b. *Muḍārabah*

Perjanjian kerja sama untuk mencari keuntungan antara pemilik modal dan pengusaha (pengelola dana). Perjanjian tersebut bisa saja terjadi antara deposan (*investment account*) sebagai penyedia dana dan bank syariah sebagai mudharib. Bank syariah menjelaskan keinginannya untuk menerima dana investasi dan sejumlah nasabah, pembagian keuntungan disetujui antara kedua belah pihak sedangkan kerugian ditanggung oleh penyedia dana, asalkan tidak terjadi kesalahan atau pelanggaran syariah yang telah ditetapkan, atau tidak terjadi kelalaian di pihak bank syariah. Kontrak mudharabah dapat juga diadakan antara bank syariah sebagai pembeli modal atas namanya sendiri atau khusus atas nama deposan, pengusaha, para pengrajin lainnya termasuk petani, pedagang dan sebagainya. Mudharabah berbeda dengan spekulasi yang berunsur perjudian (*gambling*) dalam pembelian dan transaksi penjualan.²⁶

c. *Musyārahah*

Transaksi *musyārahah* dilandasi adanya keinginan para pihak yang bekerja sama untuk meningkatkan nilai aset yang mereka miliki secara bersama-sama. Semua bentuk usaha yang melibatkan dua pihak atau lebih dimana mereka secara bersama-sama memadukan seluruh

²⁵Ascarya, *Akad & Produk Bank Syariah* (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2011), hlm. 83.

²⁶Dwi Suwikyo, *Op.Cit.*, hlm. 172.

bentuk sumber daya baik yang berwujud maupun yang tidak berwujud.²⁷

d. *Sālam*

Sālam adalah akad jual beli barang pesanan antara pembeli dan penjual dengan pembayaran dilakukan dimuka pada saat akad dan pengiriman barang dilakukan pada saat akhir kontrak. Barang pesanan harus jelas spesifikasinya.²⁸

e. *Istiṣna*

Pembiayaan jual beli yang dilakukan oleh bank dan nasabah dimana penjual (pihak bank) memuat barang yang dipesan oleh nasabah.

f. *Ijārah*

Ijārah merupakan kontrak antara bank syariah sebagai pihak yang menyewakan barang dan nasabah sebagai penyewa, dengan menentukan biaya sewa yang disepakati oleh pihak bank dan pihak penyewa. Barang-barang yang dapat disewakan pada umumnya yaitu aset tetap, seperti gedung, mesin dan peralatan, kendaraan dan aset tetap lainnya.²⁹

36

Adapun prinsip produk-produk syariah dalam penyelenggaraan jasa-jasa perbankan:

²⁷Adiwarman A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011), hlm. 102.

²⁸Ismail, *Op.Cit.*, hlm. 153.

²⁹*Ibid.*, hlm. 159.

a) Kafālah

Merupakan jaminan yang diberikan oleh pemberi jaminan (penanggung) kepada pihak lain untuk memenuhi kewajiban pihak yang ditanggung.³⁰

b) Hawālah

Merupakan kontrak penyerahan hak hutang.³¹

c) Wakālah

Wakālah atau biasa disebut perwakilan adalah pelimpahan kekuasaan oleh satu pihak (*muwakil*) kepada pihak lain (*wakil*) dalam hal-hal yang boleh diwakilkan. Atas jasanya maka penerima kekuasaan dapat meminta imbalan tertentu dari pemberi amanah.³²

d) Raḥn

Merupakan gadai, jaminan atau akad penyerahan barang nasabah kepada pihak tertentu sebagai jaminan atau gadai.³³

e) Qarḍh

Merupakan fasilitas pembiayaan yang diberikan oleh bank syariah dalam membantu pengusaha kecil. Pembiayaan *qarḍh* diberikan tanpa adanya imbalan.³⁴

37

B. Penelitian Terdahulu

³⁰*Ibid.*, hlm. 201.

³¹Dwi Suwikyo, *Op.cit.*, hlm. 96.

³²Ascarya, *Op.Cit.*, hlm. 104.

³³*Ibid.*, hlm. 220.

³⁴Ismail, *Op.Cit.*, hlm. 212.

Dari informasi penelitian yang diperoleh, penelitian yang sudah dilakukan di Indonesia khususnya di kota Padangsidimpuan yang berkaitan dengan persepsi masyarakat terhadap perbankan syariah adalah sebagai berikut:

Tabel 2.2
Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Sudirman Harahap (Skripsi IAIN Padangsidimpuan, 2014).	Pengetahuan Masyarakat Kelurahan Bunga Bondar Kecamatan Sipirok terhadap PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Sipirok.	Hasil penelitian mengatakan bahwa adanya faktor-faktor yang mendukung masyarakat untuk menjadi nasabah pada bank syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Sipirok yaitu pendidikan, ilmu agama dan kesadaran pribadi, selain itu ada juga faktor pengahalang yaitu kurangnya ilmu tentang bank tersebut, kurangnya sosialisasi pihak bank, faktor ekonomi, faktor kepribadian seseorang dan faktor pengaruh lingkungan sekitar.
2.	Masripah Daulay (Skripsi IAIN Padangsidimpuan, 2015).	Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Kelurahan Pijorkoling Kecamatan Padangsidimpuan Tenggara Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan masyarakat tentang perbankan syariah memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah.
3.	Irwansyah (Skripsi Universitas Sumatera Utara,	Analisis Pengetahuan Konsumen Terhadap Asuransi dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan	Berdasarkan hasil penelitian, pengujian menggunakan analisis kuantitatif dan regresi

	2009).	Menjadi Nasabah pada PT. Asuransi Bumi Putera Cabang Medan.	linier sederhana diperoleh kesimpulan bahwa pengetahuan konsumen berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah dengan nilai R Square sebesar 75,1%.
--	--------	---	--

Perbedaan dan persamaan dengan penelitian ini adalah:

1. Sudirman Harahap membahas tentang pengetahuan masyarakat Kelurahan Bunga Bondar Kecamatan Sipirok terhadap PT. Bank Syariah Mandiri Capem Sipirok, penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, dengan alat pengumpulan data yaitu observasi dan wawancara dan dilengkapi dengan rekaman dan data-data yang dianggap menguatkan. Sedangkan peneliti membahas tentang pengaruh pengetahuan konsumen mengenai perbankan syariah terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan dengan menggunakan metode penelitian survei dan menggunakan analisis regresi berganda sebagai teknik analisis data dan angket sebagai teknik pengumpulan data. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang pengetahuan konsumen tentang perbankan syariah.
2. Masripah Daulay membahas tentang pengaruh pengetahuan masyarakat Pijorkoling Kecamatan Padangsidempuan Tenggara tentang perbankan syariah terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah dengan menggunakan cara deskriptif, teknik pengambilan

sampel menggunakan metode teknik acak berlapis dan dengan menggunakan SPSS 17.0 *for windows*. Sedangkan penelitian ini membahas tentang pengaruh pengetahuan konsumen mengenai perbankan syariah terhadap keputusan menjadi nasabah dengan menggunakan metode penelitian survei dan menggunakan analisis regresi berganda sebagai teknik analisis data dan angket sebagai teknik pengumpulan data. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang pengetahuan konsumen tentang perbankan syariah.

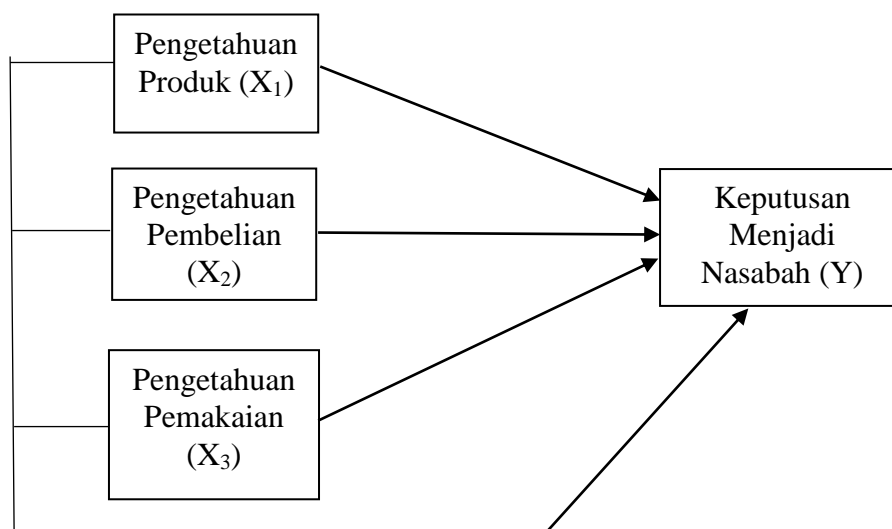
3. Irwansyah membahas tentang analisis pengetahuan konsumen tentang asuransi terhadap keputusan menjadi nasabah asuransi dengan menggunakan analisis data kuantitatif dan regresi linier sederhana. Sedangkan penelitian ini membahas tentang pengaruh pengetahuan konsumen mengenai perbankan syariah terhadap keputusan menjadi nasabah dengan menggunakan metode penelitian survei dan menggunakan analisis regresi berganda sebagai teknik analisis data dan angket sebagai teknik pengumpulan data. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang pengetahuan konsumen terkait dengan keputusannya menjadi nasabah.

C. Kerangka Pikir

Berdasarkan kajian teori di atas, peneliti mengkaji dan meneliti apakah pengetahuan konsumen tentang pengetahuan produk, pengetahuan pembelian dan pengetahuan pemakaian berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan.

Peneliti membuat sebuah kerangka pikir sebagai berikut:

Gambar 2.2
Kerangka Pikir



D. Hipotesis

Menurut Iqbal Hasan hipotesis adalah pernyataan atau dugaan yang bersifat sementara terhadap suatu masalah penelitian yang kebenarannya masih lemah sehingga harus diuji secara empiris (hipotesis berasal dari kata *hypo* yang berarti di bawah dan *thesa* yang berarti kebenaran). Pernyataan atau dugaan tersebut disebut *proposisi*.³⁵

Menurut Sugiyono hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga bisa

³⁵Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik Edisi Ke-2* (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), hlm. 34.

dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik.³⁶

Jadi hipotesis adalah jawaban atau gambaran sementara terhadap rumusan masalah yang sedang diteliti yang masih memerlukan proses pengumpulan data yang relevan.

Pengujian hipotesis adalah suatu prosedur yang akan menghasilkan suatu keputusan, yaitu keputusan menerimanya atau menolak hipotesis tersebut. Dalam pengujian hipotesis, keputusan yang dibuat mengandung ketidakpastian. Artinya, keputusan bisa benar atau salah, sehingga menimbulkan resiko.

Dalam suatu penelitian, hipotesis merupakan pedoman karena data yang dikumpulkan adalah data yang berhubungan dengan variabel-variabel yang dinyatakan dalam hipotesis tersebut.

Adapun hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah :

1. H_{a1} = Pengetahuan produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.
 H_{o1} = Pengetahuan produk tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.
2. H_{a2} = Pengetahuan Pembelian berpengaruh secara parsial terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.

³⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, Op.Cit.*, hlm. 64.

H_{02} = Pengetahuan Pembelian tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia,Tbk Cabang Padangsidimpuan.

3. H_{a3} = Pengetahuan Pemakaian berpengaruh secara parsial terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia,Tbk Cabang Padangsidimpuan.

H_{03} = Pengetahuan Pemakaian tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia,Tbk Cabang Padangsidimpuan.

4. H_{a4} = Pengetahuan produk, pengetahuan pembelian dan pengetahuan pemakaian berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia,Tbk Cabang Padangsidimpuan.

H_{04} = Pengetahuan produk, pengetahuan pembelian dan pengetahuan pemakaian tidak berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia,Tbk Cabang Padangsidimpuan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan tepatnya di Jalan Baginda Oloan No. 88 Padangsidempuan/22718, sedangkan waktu penelitian dimulai pada bulan Juli 2016 sampai September 2016.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian survei. Penelitian survei adalah salah satu jenis penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data pokok. Penelitian survei digunakan untuk tujuan penjajagan (*eksplorasi*), diskriptif, penjelasan (*eksplanatori*), evaluasi, prediksi dan pengembangan sosial.¹

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi amat populer digunakan untuk menyebutkan serumpun atau sekelompok objek yang menjadi sasaran penelitian. Menurut Sukardi populasi penelitian pada prinsipnya adalah semua anggota kelompok manusia, binatang, peristiwa atau benda yang tinggal bersama dalam suatu tempat dan secara terencana menjadi target kesimpulan dari akhir suatu penelitian.²

¹Masri Singarimbun, *Metode Penelitian Survey* (Jakarta:LP3ES, 2003), hlm. 3-4.

²Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2004), hlm. 53.

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah nasabah tabungan periode 2014-Juli 2016 di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan yang berjumlah 14410 nasabah.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.³ Diketahui jumlah total nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Padangsidempuan adalah 14410 nasabah. Dengan demikian dapat diketahui bahwa sampel merupakan bagian dari populasi dan dapat mewakili populasi secara keseluruhan. Pada penelitian ini pengambilan sampel yang peneliti gunakan adalah *random sampling*. Asnawi mengatakan bahwa *random sampling* itu sering juga disebut dengan teknik acak. Teknik acak ini secara teoritis semua anggota dalam populasi mempunyai probabilitas atau kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel.⁴

Banyak metode yang digunakan dalam menentukan besarnya ukuran sampel. Dalam penelitian ini peneliti menetapkan besarnya sampel berdasarkan jumlah item pernyataan.

Berdasarkan jumlah item pernyataan dalam kuesioner Hair, Arderson, Thatam, dan Black dalam bukunya *multivariaten Data Analysis* menyatakan bahwa para peneliti di Amerika Serikat setuju untuk menentukan jumlah sampel melalui alternatif lain, yaitu melalui item-item pernyataan pada kuesioner. Penetapannya adalah bahwa jumlah sampel minimal yang

³Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&B* (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 116.

⁴Nur Asnawi dan Masyhuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran* (Malang: UIN-Maliki Press, 2011), hlm. 123.

dibutuhkan dapat ditentukan dengan cara mengalikan jumlah pernyataan pada kuesioner dengan 5.

Dengan kata lain, jumlah sampel yang dibutuhkan adalah 5 kali jumlah item pernyataan.⁵ Dalam penelitian ini peneliti menggunakan instrument berupa angket (Pernyataan) sebanyak 25 butir pada variabel yang akan diteliti. Oleh karena itu jumlah sampel yang diperlukan adalah 125 responden ($25 \times 5 = 125$).

D. Sumber Data

Jenis dan sumber data yang dibutuhkan untuk menunjang penelitian ini adalah:⁶

1. Data Primer, adalah data yang diperoleh dan dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya. Data primer disebut juga data asli atau data baru. Dalam penelitian ini pengumpulan data primer dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner pada nasabah tabungan PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Padangsidempuan.
2. Data Sekunder, adalah data yang telah ada dan tersusun secara sistematis serta merupakan hasil penelitian atau rangkuman dari dokumen-dokumen perusahaan serta literatur lain seperti buku, majalah, surat kabar, makalah, situs web dan lain-lain.

⁵Husein Umar, *Desain penelitian MSDM dan Perilaku karyawan* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 68.

⁶Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta; Rajawali Pers, 2008), hlm.101-102.

E. Instrumen Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dimaksudkan untuk memperoleh data yang relevan dan akurat dengan masalah yang dibahas. Pengumpulan data tersebut adalah sebagai berikut:

1. Kuesioner

Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.⁷

2. Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari kata dokumen yang artinya barang-barang tertulis atau bisa disebut juga benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah, dokumen, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian dan sebagainya.⁸

F. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Validitas Instrumen

Validitas suatu instrumen penelitian adalah derajat yang menunjukkan dimana suatu tes mengukur apa yang hendak diukur.⁹ Dikatakan valid apabila instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam penelitian ini uji validitas dilakukan dengan bantuan aplikasi

⁷Iqbal Hasan, *Op.Cit.*, hlm. 17.

⁸Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: PT.Rineka Cipta, 2006), hlm. 158.

⁹Sukardi, *Op.Cit.*, hlm. 122.

software SPSS versi 22.0 untuk memperoleh hasil yang terarah, dengan taraf signifikan 0,05 berdasarkan kriteria sebagai berikut:

- a) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total pernyataan tersebut (dinyatakan valid).
- b) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total pernyataan tersebut (dinyatakan tidak valid).¹⁰

2. Reliabilitas Instrumen

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur. Suatu instrumen penelitian dikatakan mempunyai nilai reliabilitas yang tinggi apabila tes yang dibuat mempunyai hasil yang konsisten dalam mengukur apa yang hendak diukur. Uji reliabilitas dilakukan dengan bantuan aplikasi *software SPSS versi 22.0* untuk memperoleh hasil yang terarah. Uji signifikan dilakukan dengan taraf signifikan 0,05. Artinya instrumen dapat dikatakan reliabel bila nilai alpha lebih besar dari (r) kritis *Product Moment* atau kita menggunakan batasan tertentu seperti 0,6.¹¹

G. Teknik Analisis Data

Data yang telah dikumpulkan agar dapat dipergunakan dengan baik, maka data tersebut harus diolah dan dianalisis terlebih dahulu sehingga dapat dijadikan dasar guna mengetahui keputusan untuk menjadi nasabah. Adapun teknik analisis yang digunakan adalah sebagai berikut:

¹⁰Duwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS*, (Yogyakarta: Mediakom, 2008), hlm.23.

¹¹*Ibid.*, hlm. 26.

1. Analisis Data Kuantitatif

Analisis data kuantitatif adalah bentuk analisis yang menggunakan angka-angka dan perhitungan dengan metode statistik, data tersebut harus diklasifikasikan dalam kategori tertentu dengan menggunakan tabel-tabel tertentu. Untuk mempermudah dalam menganalisis, maka pengolahan data akan dilakukan dengan menggunakan alat bantu aplikasi *software SPSS 22.0 for windows*.

Sedangkan metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data secara ordinal, interval maupun rasio. Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan rumus *kolmogorov-Smirnov*, dengan menggunakan taraf signifikan 0,05. Data yang dinyatakan berdistribusi normal jika signifikan lebih besar dari 5% atau 0,05.¹²

2) Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *Test for Linearity* dengan taraf signifikan 0,05, dengan syarat dua variabel

¹²Duwi Priyatno, *Op.Cit.*, hlm. 28.

dikatakan memiliki hubungan yang linear bila signifikansi (*Linearity*) kurang dari 0,05.¹³

3) Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah adanya hubungan linier yang sempurna atau pasti diantara beberapa atau semua variabel penjelasan (bebas) dari model regresi berganda.¹⁴ Peneliti akan mengujinya melalui SPSS 22.

Suatu model regresi dinyatakan bebas dari multikolinearitas adalah: “ Jika nilai *Variance Inflation Factor* $VIF < 5$ dan nilai *tolerance* $> 0,1$.¹⁵

4) Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui apakah dalam persamaan regresi terdapat kondisi serial atau tidak antara variabel pengganggu.¹⁶ Ukuran dalam menentukan ada tidaknya masalah autokorelasi dengan uji *Durbin-Watson* (DW), dengan ketentuan nilai DW sebagai berikut:¹⁷

- a) Terjadi autokorelasi jika angka *Durbin Watson* (DW) di bawah -2 atau di atas +2.
- b) Tidak terjadi autokorelasi jika angka *Durbin Watson* (DW) diantara -2 dan +2.

¹³Dwi Priyatno., *Op.Cit*, hlm. 36.

¹⁴Setiawan dan Dwi Endah Kusri.,*Ekonometri* (Yogyakarta: CV Andi,2010), hlm. 82.

¹⁵Nur Asnawi dan Masyhur, *Op.Cit.*, hlm. 176.

¹⁶*Ibid.*, hlm. 177-178.

¹⁷*Ibid.*, hlm. 178.

4) Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak konstan pada regresi sehingga akurasi hasil prediksi menjadi meragukan. Heteroskedastisitas dapat diartikan sebagai ketidaksamaan variasi variabel pada semua pengamatan, dan kesalahan yang terjadi memperlihatkan hubungan yang sistematis sesuai dengan besarnya satu atau lebih variabel bebas sehingga kesalahan tersebut tidak random (acak). Suatu regresi dikatakan terdeteksi heteroskedastisitasnya apabila diagram pencar residual membentuk pola tertentu.¹⁸

b. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi atau peramalan adalah suatu proses memperkirakan secara sistematis tentang apa yang paling mungkin terjadi dimasa yang akan datang berdasarkan informasi masalah dan sekarang dimiliki agar kesalahannya dapat diperkecil. Analisis regresi digunakan untuk memprediksi bagaimana perubahan variabel dependen bila variabel independen diubah nilainya.¹⁹

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel

¹⁸Triton Prawira Budi, *SPSS 13.0 Terapan: Riset Statistik Parametrik* (Yogyakarta: CV. Andi Offse, 2006), hlm.154.

¹⁹Damodar N. Gujarati, *Ekonometrika Jilid Ketiga*, Diterjemahkan dari "Essentials of Econometrics" oleh Julius A. Mulyadi, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2006), hlm. 180.

independen mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio.²⁰

Persamaan regresi untuk tiga prediktor adalah;

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

atau

$$KMN = a + b_1PPro + b_2PPemb + b_3PPema + e$$

Keterangan:

KMN = Keputusan Menjadi Nasabah

a = Konstanta

b_1, b_2, b_3 = Koefisien regresi linier berganda

PPro = Pengetahuan Produk

PPemb = Pengetahuan Pembelian

PPema = Pengetahuan Pemakaian

e = *error*

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Duwi Priyatno koefisien determinasi adalah merupakan ukuran (besaran) untuk menyatakan tingkat kekuatan hubungan dalam bentuk persen.²¹ Besaran ini dinyatakan dalam notasi R. Jika koefisien determinasi (R^2) semakin besar (mendekati satu) maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel inde penden besar terhadap variabel dependen. Ini berarti instrumen yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan pengaruh variabel independen yang diteliti terhadap variabel dependen.

²⁰Duwi Priyanto, *Op.Cit.*, hlm. 73.

²¹Duwi Priyatno, *Op.Cit.*, hlm. 79.

Makin banyak variabel yang tercakup dalam model, makin menarik fungsi tersebut, artinya makin besar nilai R^2 tersebut. Jadi, setiap penambahan variabel bebas dalam model akan memperbesar nilai R^2 .²²

d. Uji Hipotesis

Untuk uji hipotesis pengujian dapat dilakukan dengan menggunakan:

1) Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. maka digunakan tingkat sigifikansi 0,05. Setelah t_{hitung} diperoleh, maka untuk menginterpretasikan hasilnya berlaku ketentuan sebagai berikut:

Jika $t_{hitung} >$ dari t_{tabel} , maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Jika $t_{hitung} <$ dari t_{tabel} , maka H_0 diterima atau H_a ditolak.²³

2) Uji Koefisien Regresi Secara Bersama-sama (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh dari variabel independen secara keseluruhan terhadap variabel dependen.

Jika $F_{hitung} >$ F_{tabel} , maka H_0 ditolak dan H_a diterima ($\alpha = 0,05$).

Jika $F_{hitung} <$ F_{tabel} , maka H_0 diterima dan H_a ditolak ($\alpha = 0,05$).²⁴

²²Muhammad Firdaus, *Ekonometrika: Suatu Pendekatan Aplikatif* (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), hlm. 131.

²³Duwi Priyatno, *Op.Cit.*, hlm. 85.

²⁴*Ibid.*, hlm. 81.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Sejarah dan Perkembangan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk

Cabang Padangsidimpuan

Bank Muamalat Indonesia merupakan bank syariah pertama di Indonesia, pendirian bank Muamalat Indonesia, Tbk merupakan prakarsa majelis ulama Indonesia (MUI) dan pemerintah, yang muncul dalam lokarya pada tanggal 19 – 22 Agustus 1990 di Cisarua, Bogor.

Bank Muamalat mulai beroperasi pada tanggal 1 Mei 1992 bertepatan dengan tanggal 27 Syawal 1412 H, berdasarkan SK Menteri Keuangan RI No. 1223/MK.013/1991 tanggal 5 November 1991. Ijin usaha Bank diperoleh berdasarkan keputusan Menteri Keuangan RI No. 430/KMK.013/1992 tanggal 24 April 1992. Sejak 27 Oktober 1994 telah berpredikat sebagai Bank Devisa.¹

PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk membuka cabang di kota Padangsidimpuan pada tanggal 03 Juli 2003. Untuk peresmian pada saat itu juga yang dibuka secara resmi oleh Dewan Komisaris dari kantor pusat Jakarta beserta rombongan bersama bapak Andi Bukhari kepala cabang Medan dan disaksikan oleh Muspida, MUI, Kementerian Agama, Pejabat setempat serta seluruh Karyawan yang pada saat itu berjumlah 16 orang.

PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, Cabang Padangsidimpuan yang terletak di Jalan Baginda Oloan No.88 Padangsidimpuan/ 22718 Kota Padangsidimpuan. Lokasi ini sangat mudah untuk dijangkau karena tempat

¹www.bankmuamalat.co.id, diakses, 26 Maret 2016, pukul 19.30 WIB.

kantornya berada pada pusat kota Padangsidimpuan, yang terletak pada Jl. Protokol disamping Horas Bakery dan dekat dengan lokasi perkantoran Polres, Pengadilan Negeri Kota Padangsidimpuan, serta perkantoran lainnya.

Jumlah karyawan pada Cabang Padangsidimpuan sebanyak 38 orang karyawan, sedangkan jumlah karyawan Kantor Cabang dan Kantor Cabang Pembantu (KCP) seluruhnya sebanyak 72 orang karyawan. Sedangkan jumlah ATM sebanyak 15 unit, diantaranya: 3 unit di cabang (1 unit di Goti, 1 unit di pesantren *Al-Azhar Bi' Ibadillah*, 1 unit di SPBU Padangmatinggi), 3 unit di Kantor Cabang Pembantu (Rantau Parapat), 2 unit di Panyabungan, 2 unit di Sibuhuan, dan 1 unit di Sibolga.²

2. Visi Misi PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan

Visi dari PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk adalah menjadi bank syariah utama di Indonesia, dominan di pasar spiritual, dikagumi di pasar rasional.

Misi dari PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk adalah menjadi *Role Model* Lembaga Keuangan Syariah di dunia dengan penekanan pada semangat kewirausahaan, keunggulan manajemen dan orientasi investasi yang inovatif untuk memaksimalkan nilai bagi *stakeholder*.

3. Struktur Organisasi

Struktur organisasi PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan senantiasa menyesuaikan diri dengan perkembangan bisnis,

³Rizky Fahlevi Dzulkarnain Deli, Karyawan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan, Jalan Baginda Oloan No. 88, Wawancara, 3 September 2016.

sekaligus juga mengantisipasi dinamika perubahan lingkungan bisnis. Manajemen Bank PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan melakukan restruksi. Tujuannya untuk menjadikan organisasi lebih fokus dan efisien.

Adapun struktur organisasi pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan sebagai berikut : Lihat pada lampiran.

B. Pembahasan Deskriptif Data Penelitian

1. Uji Validitas

a. Uji Validitas Pengetahuan Produk

Tabel 4.1
Uji Validitas Pengetahuan Produk

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PPro1	17.30	24.500	.755	.919
PPro2	17.34	25.660	.768	.917
PPro3	17.38	24.593	.833	.908
PPro4	17.43	24.328	.868	.903
PPro5	17.38	23.914	.852	.905
PPro6	16.78	27.320	.663	.929

Sumber: Hasil *Output* SPSS versi 22 (data diolah)

Dari hasil uji validitas bagi hasil dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-6 adalah valid. Berdasarkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dimana r_{tabel} untuk $n= 125$ adalah 0,176, sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation* (lihat pada tabel diatas).

Tabel 4.2
Hasil Uji Validitas Pengetahuan Produk

Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
PPro1	.755	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n=125$. Pada taraf signifikan 5% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,176$	Valid
PPro2	.768		Valid
PPro3	.833		Valid
PPro4	.868		Valid
PPro5	.852		Valid
PPro6	.663		Valid

Sumber: Data diolah, 2016.

b. Uji Validitas Pengetahuan Pembelian

Tabel 4.3
Uji Validitas Pengetahuan Pembelian

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PPemb1	20.36	10.668	.360	.763
PPemb2	21.00	9.435	.326	.771
PPemb3	20.98	8.346	.717	.678
PPemb4	20.90	7.513	.716	.663
PPemb5	20.58	9.003	.600	.709
PPemb6	21.82	7.001	.493	.758

Sumber: Hasil *Output* SPSS versi 22 (data diolah).

Dari hasil uji validitas bagi hasil dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-6 adalah valid. Berdasarkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dimana r_{tabel} untuk $n = 125$ adalah 0,176, sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation* (lihat pada tabel diatas).

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas Pengetahuan Pembelian

Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Pemb1	.360	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n=125$. Pada taraf signifikan 5% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,176$.	Valid
Pemb2	.326		Valid
Pemb3	.717		Valid
Pemb4	.716		Valid
Pemb5	.600		Valid
Pemb6	.493		Valid

Sumber: Data diolah, 2016.

c. Uji Validitas Pengetahuan Pemakaian

Tabel 4.5
Uji Validitas Pengetahuan Pemakaian

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PPema1	11.95	4.046	.494	.615
PPema2	12.14	4.183	.546	.599
PPema3	12.39	3.466	.591	.543
PPema4	12.94	3.431	.352	.745

Sumber: Hasil *Output* SPSS versi 22 (data diolah).

Dari hasil uji validitas bagi hasil dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-4 adalah valid. Berdasarkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dimana r_{tabel} untuk $n=125$ adalah 0,176, sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation* (lihat pada tabel diatas).

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Pengetahuan Pemakaian

Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Pema1	.494	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n=125$. Pada taraf signifikan 5% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,176$.	Valid
Pema2	.546		Valid
Pema3	.591		Valid
Pema4	.352		Valid

Sumber: Data diolah, 2016.

d. Uji Validitas Keputusan Menjadi Nasabah

Tabel 4.7
Uji Validitas Keputusan Menjadi Nasabah

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KMN1	31.92	24.203	.708	.855
KMN2	31.44	26.458	.591	.867
KMN3	31.74	26.551	.599	.866
KMN4	32.26	23.805	.645	.862
KMN5	31.70	23.484	.786	.848
KMN6	31.78	26.106	.613	.865
KMN7	32.28	24.671	.585	.868
KMN8	32.10	23.829	.709	.855
KMN9	31.57	27.876	.359	.884

Sumber: Hasil *Output* SPSS versi 22 (data diolah).

Dari hasil uji validitas bagi hasil dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-9 adalah valid. Berdasarkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dimana r_{tabel} untuk $n= 125$ adalah 0,176, sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation* (lihat pada tabel diatas).

Tabel 4.8
Hasil Validitas Keputusan Menjadi Nasabah

Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
KMN1	.708	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n=125$. Pada taraf signifikan 5% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,176$	Valid
KMN2	.591		Valid
KMN3	.599		Valid
KMN4	.645		Valid
KMN5	.786		Valid
KMN6	.613		Valid
KMN7	.585		Valid
KMN8	.709		Valid
KMN9	.359		Valid

2. Uji Reliabilitas

a. Uji Reliabilitas Pengetahuan Produk

Tabel 4.9
Uji Reliabilitas Pengetahuan Produk

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.927	6

Sumber: Hasil *Output* SPSS versi 22 (data diolah)

Dari hasil tabel *Reliability statistic* diatas menunjukkan bahwa *Cronbach's Alpha* untuk variabel pengetahuan produk adalah $0,927 > 0,60$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel pengetahuan produk (X_1) adalah reliabel.

b. Uji Reliabilitas Pengetahuan Pembelian

Tabel 4.10
Uji Reliabilitas Pengetahuan Pembelian

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.761	6

Sumber: Hasil *Output* SPSS versi 22 (data diolah)

Dari hasil tabel *Reliability statistic* diatas menunjukkan bahwa *Cronbach's Alpha* untuk variabel pengetahuan pembelian adalah $0,761 > 0,60$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel pengetahuan pembelian (X_2) adalah reliabel.

c. Uji Reliabilitas Pengetahuan Pemakaian

Tabel 4.11
Uji Reliabilitas Pengetahuan Pemakaian

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.688	4

Sumber: Hasil *Output* SPSS versi 22 (data diolah)

Dari hasil tabel *Reliability statistic* diatas menunjukkan bahwa *Cronbach's Alpha* untuk variabel pengetahuan pemakaian adalah $0,688 > 0,60$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel pengetahuan pemakaian (X_3) adalah reliabel.

d. Uji Reliabilitas Keputusan Menjadi Nasabah

Tabel 4.12
Uji Reliabilitas Keputusan Menjadi Nasabah

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.877	9

Sumber: Hasil *Output* SPSS versi 22 (data diolah)

Cronbach's Alpha untuk variabel keputusan menjadi nasabah adalah $0,877 > 0,60$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel keputusan menjadi nasabah (Y) adalah reliabel.

Tabel 4.13
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Tingkat Kepercayaan	Keterangan
Pengetahuan Produk (X_1)	0,927	0,60	Reliabel
Pengetahuan Pembelian (X_2)	0,761	0,60	Reliabel
Pengetahuan Pemakaian (X_3)	0,688	0,60	Reliabel
Keputusan Menjadi Nasabah (Y)	0,877	0,60	Reliabel

Sumber: Data diolah, 2016.

3. Teknik Analisis Data

a. Pengujian Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menyelidiki apakah data yang dikumpulkan mengikuti dugaan normal atau tidak. Untuk melakukan uji normalitas dapat dilakukan dengan pengujian SPSS 22 dengan menggunakan Kolmogrov Smirnov (KS) pada taraf signifikan 0,05.

Sig > 0,05 maka distribusi data bersifat normal.

Sig < 0,05 maka distribusi data tidak normal.

Tabel 4.14
Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardi zed Residual
N		125
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.42907861
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.059
	Positive	.041
	Negative	-.059
Test Statistic		.059
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

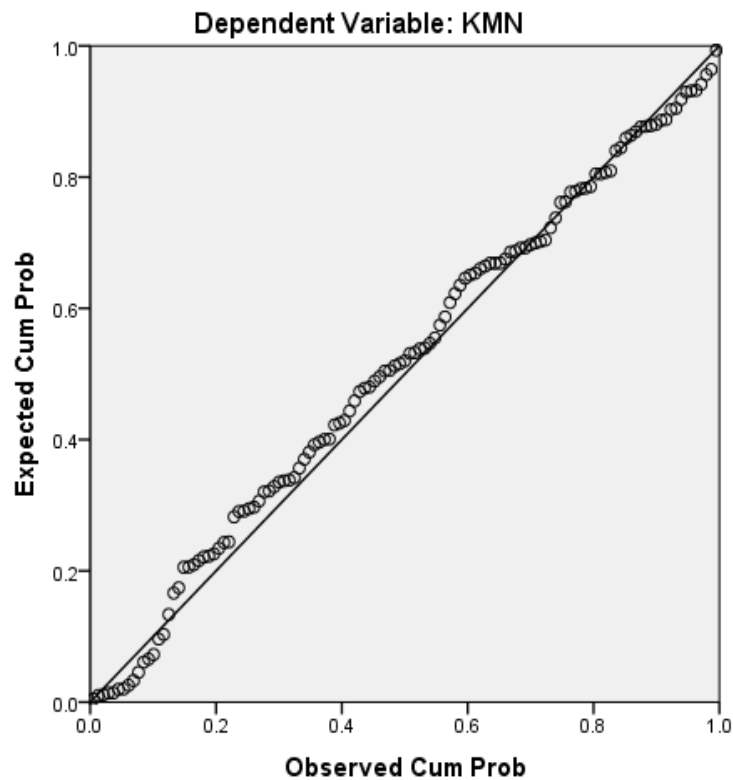
d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Hasil *Output* SPSS versi 22 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas terlihat nilai *Test Statistic* adalah 0,059 dan lebih besar dari nilai signifikan 0,05 ($0,059 > 0,05$). Jadi dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal dengan menggunakan uji Kolmogrov Smirnov. Selain itu data yang baik juga dapat dilihat melalui kurva. Data yang memiliki kurva dengan pola titik mengikuti garis diagonal dapat dikatakan normal. Seperti yang terlihat pada kurva dibawah ini:

Gambar 4.2
Model Grafik Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber: Hasil *Output* SPSS versi 22 (data diolah)

Dari gambar diatas dapat disimpulkan bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal maka data tersebut dapat dikatakan normal.

2. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *Test for Linearity* dengan taraf signifikan 0,05, dengan syarat dua variabel dikatakan memiliki hubungan yang linear bila signifikansi (*Linearity*) kurang dari 0,05.

Tabel 4.15
Uji Linearitas Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Menjadi Nasabah

ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Pengetahuan Produk * Keputusan Menjadi Nasabah	Between Groups	(Combined)	664.122	19	34.954	.980	.490
		Linearity	180.442	1	180.442	5.059	.027
		Deviation from Linearity	483.680	18	26.871	.753	.748
	Within Groups	3745.078	105	35.667			
Total			4409.200	124			

Sumber: Hasil *Output* SPSS versi 22 (data diolah)

Berdasarkan hasil output diperoleh bahwa nilai signifikansi pada *linearity* sebesar 0,027. Karena signifikansi kurang dari 0,05, maka dapat dinyatakan bahwa antara variabel Pengetahuan Produk (PPro) dan Keputusan Menjadi Nasabah (KMN) terdapat hubungan yang linier, artinya PPro dan KMN memiliki hubungan yang linear.

Tabel 4.16
Uji Linearitas Pengetahuan Pembelian terhadap Keputusan Menjadi Nasabah

ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Pengetahuan Pembelian * Keputusan Menjadi Nasabah	Between Groups	(Combined)	772.599	19	40.663	6.070	.000
		Linearity	530.054	1	530.054	79.129	.000
		Deviation from Linearity	242.545	18	13.475	2.012	.015
	Within Groups	703.353	105	6.699			
Total			1475.952	124			

Sumber: Hasil *Output* SPSS versi 22 (data diolah)

Berdasarkan hasil output diperoleh bahwa nilai signifikansi pada *linearity* sebesar 0,000. Karena signifikansi kurang dari 0,05, maka dapat dinyatakan bahwa antara variabel Pengetahuan Pembelian (PPemb) dan Keputusan Menjadi Nasabah (KMN) terdapat hubungan yang linear.

Tabel 4.17
Uji Linearitas Pengetahuan Pemakaian terhadap
Keputusan Menjadi Nasabah

ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Pengetahuan Pemakaian *	Between Groups	(Combined)	100.849	19	5.308	.852	.641
Keputusan Menjadi Nasabah		Linearity	10.883	1	10.883	1.746	.189
		Deviation from Linearity	89.966	18	4.998	.802	.694
		Within Groups	654.303	105	6.231		
Total			755.152	124			

Sumber: Hasil *Output* SPSS versi 22 (data diolah)

Berdasarkan hasil output diperoleh bahwa nilai signifikansi pada *linearity* sebesar 0,189. Karena signifikansi lebih dari 0,05, maka dapat dinyatakan bahwa antara variabel Pengetahuan Pemakaian (PPema) dan Keputusan Menjadi Nasabah (KMN) tidak terdapat hubungan yang linier.

Tabel 4.18
Hasil Uji Linearitas

Variabel	Linearity	Taraf Signifikan	Keterangan
Pengetahuan Produk (X ₁) terhadap Keputusan Menjadi Nasabah (Y)	0,027	0,05	Linear
Pengetahuan Pembelian (X ₂) terhadap Keputusan Menjadi Nasabah (Y)	0,000	0,05	Linear
Pengetahuan Pemakaian (X ₃) terhadap Keputusan Menjadi Nasabah (Y)	0,189	0,05	Tidak Linear

Sumber: Data diolah, 2016.

3. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah adanya hubungan linear yang sempurna atau pasti diantara beberapa variabel penjelasan (bebas) dari model regresi berganda. Peneliti akan mengujinya melalui SPSS 22.

Suatu model regresi dinyatakan bebas dari multikolinearitas adalah: “jika nilai *Variance Inflation Vector* VIF < 5 dan nilai tolerance > 0,1.”

Tabel 4.19
Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	10.370	3.697		2.805	.006		
PPro	.126	.070	.134	1.807	.073	.943	1.060
PPemb	.956	.120	.588	7.989	.000	.950	1.052
PPema	-.070	.170	-.031	-.413	.680	.918	1.089

a. Dependent Variable: KMN

Sumber: Hasil *Output* SPSS versi 22 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui nilai VIF dari variabel pengetahuan produk adalah $1,060 < 5$, Variabel pengetahuan pembelian adalah $1,052 < 5$ dan variabel pengetahuan pemakaian adalah $1,089 < 5$. Jadi dapat disimpulkan bahwa nilai VIF dari ketiga variabel diatas lebih kecil dari 5 ($VIF < 5$).

Sementara itu nilai *Tolerance* dari variabel pengetahuan produk adalah $0,943 > 0,1$, variabel pengetahuan pembelian adalah $0,940 > 0,1$ dan variabel pengetahuan pemakaian adalah $0,918 > 0,1$. Jadi dapat disimpulkan bahwa nilai *Tolerance* dari ketiga tabel diatas lebih besar dari 0,1 ($tolerance > 0,1$).

Berdasarkan penilaian dari tabel diatas maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas.

4. Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui apakah dalam persamaan regresi terdapat kondisi serial atau tidak antara variabel pengganggu dengan ketentuan nilai DW lebih besar dari -2 dan lebih kecil dari +2.

Tabel 4.20
Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Durbin-Watson
1	.613 ^a	.376	.361	1.541

a. Predictors: (Constant), PPema, PPemb, PPro

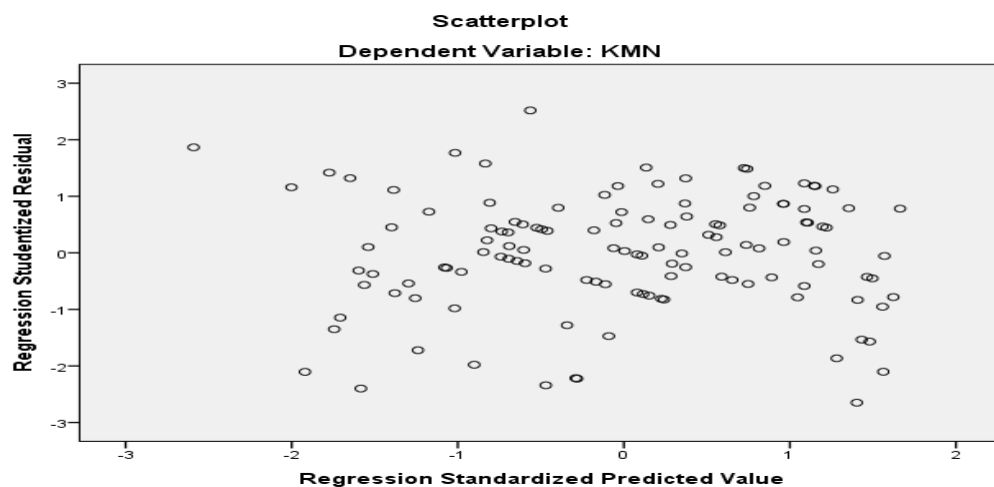
b. Dependent Variable: KMN

Sumber: Hasil *Output* SPSS versi 22 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas nilai *Durbin Watson* sebesar 1,541 artinya tidak terjadi autokorelasi karena lebih besar dari -2 dan lebih kecil dari +2. ($-2 < 1,541 < +2$).

5. Uji Heteroskedastisitas

Gambar 4.3
Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Hasil *Output* SPSS versi 22 (data diolah).

Suatu regresi dikatakan terdeteksi heteroskedastisitasnya apabila diagram pencar residual membentuk pola tertentu. Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa diagram pencar residual tidak membentuk suatu pola tertentu. Jadi dapat disimpulkan bahwa regresi terbebas dari kasus heteroskedastisitas.

b. Analisis Regresi Berganda

Tabel 4.21
Analisis Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	10.370	3.697		2.805	.006
PPro	.126	.070	.134	1.807	.073
PPemb	.956	.120	.588	7.989	.000
PPema	-.070	.170	-.031	-.413	.680

a. Dependent Variable: KMN

Sumber: Hasil *Output* SPSS versi 22 (data diolah).

Persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

$$KMN = a + b_1 PPro + b_2 PPemb + b_3 PPema$$

$$KMN = 10,370 + 0,126 PPro + 0,956 PPemb - 0,070 PPema$$

Keterangan:

KMN = Keputusan Menjadi Nasabah

a = Konstanta

b_1, b_2, b_3 = Koefisien regresi

PPro = Pengetahuan Produk

PPemb = Pengetahuan Pembelian

PPema = Pengetahuan Pemakaian

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 10,370, artinya apabila variabel pengetahuan produk, pengetahuan pembelian dan pengetahuan pemakaian dianggap konstan atau 0 maka keputusan nasabah dalam memilih Bank Muamalat Indonesia Tbk, Cabang Padangsidempuan adalah sebesar 10,370 satuan.
2. Koefisien regresi variabel pengetahuan produk sebesar 0,126, artinya apabila variabel pengetahuan produk ditambah 1 satuan maka keputusan nasabah dalam memilih Bank Muamalat Indonesia Tbk, Cabang Padangsidempuan akan bertambah sebesar 0,126 dengan catatan variabel yang lain bernilai tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan yang positif antara pengetahuan produk dengan keputusan menjadi nasabah, semakin naik pengetahuan produk maka semakin meningkat keputusan menjadi nasabah pada Bank Muamalat Indonesia Tbk, Cabang Padangsidempuan.
3. Koefisien regresi variabel pengetahuan pembelian sebesar 0,956, artinya apabila variabel pengetahuan pembelian ditambah 1 satuan maka keputusan nasabah dalam memilih Bank Muamalat Indonesia Tbk, Cabang Padangsidempuan akan bertambah sebesar 0,956 dengan catatan variabel yang lain bernilai tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan yang positif antara pengetahuan pembelian dengan keputusan menjadi nasabah, semakin naik pengetahuan pembelian maka semakin meningkat

keputusan menjadi nasabah pada Bank Muamalat Indonesia Tbk, Cabang Padangsidempuan.

4. Koefisien regresi variabel pengetahuan pemakaian sebesar -0,070, artinya apabila variabel pengetahuan pemakaian ditambah 1 satuan maka keputusan nasabah dalam memilih Bank Muamalat Indonesia Tbk, Cabang Padangsidempuan akan berkurang sebesar -0,070 dengan catatan variabel yang lain bernilai tetap. Koefisien bernilai negatif artinya tidak terjadi hubungan yang positif antara pengetahuan pemakaian dengan keputusan menjadi nasabah.

c. Uji Koefisien Determinansi (R^2)

Tabel 4.22
Koefisien Determinansi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.613 ^a	.376	.361	4.484

a. Predictors: (Constant), PPema, PPemb, PPro

b. Dependent Variable: KMN

Sumber: Hasil *Output* SPSS versi 22 (data diolah)

Berdasarkan output di atas diperoleh angka Adjusted R Square sebesar 0,361 atau 36,1%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent* sebesar 36,1% sedangkan sisanya sebesar 63,9% dipengaruhi variabel atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

d. Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah model regresi variabel *independent* (pengetahuan produk, pengetahuan pembelian, pengetahuan pemakaian) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel *dependent* (keputusan menjadi nasabah). Adapun hasil analisis regresi output sebagai berikut:

Tabel 4.23
Uji Hipotesis (Uji t)

Coefficients^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	10.370	3.697		2.805	.006
PPro	.126	.070	.134	1.807	.073
PPemb	.956	.120	.588	7.989	.000
PPema	-.070	.170	-.031	-.413	.680

a. Dependent Variable: KMN

Sumber: Hasil *Output* SPSS versi 22 (data diolah)

Dari hasil output di atas dapat dilihat bahwa t hitung untuk variabel pengetahuan produk sebesar 1,807 sedangkan t tabel diperoleh ini berarti $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($1,807 > 1,645$) maka H_a diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa secara parsial ada pengaruh antara pengetahuan produk dengan keputusan menjadi nasabah.

Sedangkan t hitung untuk variabel pengetahuan pembelian pada perhitungan di atas sebesar 7,989 dan untuk t tabel adalah 1,645, ini berarti $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($7,989 > 1,645$) maka H_a diterima. Jadi, dapat disimpulkan secara parsial ada pengaruh antara pengetahuan pembelian dengan keputusan menjadi nasabah.

Sedangkan t hitung untuk variabel pengetahuan pemakaian pada perhitungan di atas sebesar -0.413 dan untuk t tabel adalah $1,645$, ini berarti t hitung $<$ t tabel ($-0,413 < 1,645$) maka H_0 diterima. Jadi, dapat disimpulkan secara parsial tidak ada pengaruh antara pengetahuan pemakaian dengan keputusan menjadi nasabah.

e. Uji Koefisien Regresi Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh dari variabel independent secara keseluruhan terhadap variabel dependent.

Tabel 4.24
Uji Hipotesis (Uji F)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1465.637	3	488.546	24.302	.000 ^b
Residual	2432.475	121	20.103		
Total	3898.112	124			

a. Dependent Variable: KMN

b. Predictors: (Constant), PPema, PPemb, PPro

Sumber: Hasil *Output* SPSS versi 22 (data diolah)

Dari hasil output di atas dapat bahwa nilai F hitung adalah $24,302$ sedangkan F tabel untuk signifikansi $\alpha = 0,05$ dengan df 1 (jumlah variabel $- 1$) = 3 dan df 2 ($n-k-1$) atau $125-3-1 = 121$ (n adalah jumlah data dan k adalah jumlah variabel independent), hasil yang diperoleh untuk F tabel sebesar $2,68$. Karena F hitung $>$ F tabel ($24,302 > 2,68$) maka H_a diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa pengetahuan produk, pengetahuan pembelian, pengetahuan pemakaian secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah.

C. Pembahasan

Penelitian ini berjudul pengaruh pengetahuan konsumen mengenai perbankan syariah terhadap keputusan menjadi nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan. Setelah melalui berbagai analisis data terhadap model, maka dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi yang digunakan telah cukup baik karena telah memenuhi persyaratan *BLUE (Best Linear Unbiased Estimator)* yaitu data yang diuji berdistribusi normal, tidak terdapat multikolinearitas, tidak terdapat autokorelasi dan memiliki hubungan yang linier.

Besarnya R menyatakan korelasi antara variabel bebas terhadap variabel terikat sebesar 0,613 artinya korelasi antara variabel PPro, PPemb dan PPema terhadap KMN sebesar 0,613. Sedangkan R *Square* sebesar 0,376 artinya pengaruh variabel PPro, PPemb dan PPema terhadap KMN sebesar 37,6%. Sementara itu, kontribusi linier berganda menggunakan *Adjusted R Square* sebesar 0,361. Hal ini berarti 36,1% penambahan nasabah dapat dijelaskan oleh variabel bebas yaitu PPro, PPemb dan PPema terhadap KMN. Sedangkan sisanya sebesar 63,9% (100-36,1%) dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi.

Berdasarkan hasil uji t menunjukkan variabel PPro memiliki $t_{hitung} > t_{tabel} = 1,087 > 1,645$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh variabel PPro terhadap KMN. Sementara variabel PPemb memiliki $t_{hitung} > t_{tabel} = 7,989 > 1,645$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh variabel PPemb terhadap KMN. Untuk variabel PPema memiliki $t_{hitung} < t_{tabel} = -0,413 < 1,645$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh

variabel PPema terhadap KMN. Jadi, dapat disimpulkan bahwa PPro dan PPemb terdapat pengaruh yang signifikan terhadap KMN. Sedangkan, PPema tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap KMN. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa semakin baik pengetahuan pemakaian tentang suatu produk yang dimiliki oleh konsumen maka akan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan konsumen tersebut. Hal tersebut jelas berbeda antara teori dan praktek dilapangan, hal ini bisa terjadi karena konsumen itu dalam pengambilan suatu keputusan tidak terlalu mementingkan apakah ia bisa menggunakan suatu produk tersebut atau tidak, yang penting bagi seorang konsumen adalah mereka tahu dimana akan melakukan pembelian (transaksi) dan produk yang mereka gunakan (beli) berguna bagi kelangsungan hidup mereka.

Sedangkan jika pengetahuan konsumen mengenai pengetahuan produk dan pengetahuan pembelian semakin baik maka akan semakin banyak konsumen yang menabung pada Bank Muamalat. Artinya PPro dan PPemb berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan. Sehingga, dua variabel bebas dalam penelitian ini yakni PPro dan PPemb terhadap variabel terikat yaitu KMN, PPro dan PPemb terdapat pengaruh yang signifikan terhadap KMN.

Hasil uji F diperoleh $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($24,302 > 2,68$) yang menunjukkan bahwa hipotesis diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan PPro, PPemb dan PPema terdapat pengaruh yang signifikan terhadap KMN. Hal ini sama dengan penelitian saudara Masripah Daulay dan Irwansyah yang mengatakan bahwa pengetahuan konsumen itu berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah.

Hasil analisis regresi linier berganda diketahui nilai konstanta sebesar 10,370 menunjukkan bahwa jika PPro , PPemb dan PPema nilainya 0, maka nilai KMN-nya adalah 10,370. Koefisien PPro sebesar 0,126 menunjukkan bahwa apabila PPro meningkat 1 satuan, maka KMN akan mengalami peningkatan sebesar 0,126 dengan asumsi nilai PPemb dan PPema konstan. Koefisien PPemb sebesar 0,956 menunjukkan bahwa apabila PPemb meningkat 1 satuan, maka KMN akan mengalami peningkatan sebesar 0,956. Koefisien PPema sebesar -0,070 menunjukkan bahwa apabila PPema meningkat 1 satuan, maka KMN akan mengalami penurunan sebesar -0,070.

D. Keterbatasan Penelitian

Seluruh rangkaian kegiatan dalam penelitian ini telah dilaksanakan sesuai dengan langkah-langkah yang sudah ditetapkan dalam metodologi penelitian hal ini dimaksud agar hasil yang diperoleh benar-benar objektif dan sistematis. Namun untuk mendapatkan hasil yang sempurna dari suatu penelitian sangat sulit karena berbagai keterbatasan.

Adapun keterbatasan-keterbatasan yang dihadapi peneliti selama penelitian dan penyusunan skripsi ini adalah:

1. Keterbatasan ilmu pengetahuan dan wawasan peneliti yang masih kurang.
2. Keterbatasan waktu, tenaga, serta dana peneliti yang tidak mencukup untuk penelitian lebih lanjut.
3. Dalam menyebarkan angket peneliti tidak mengetahui kejujuran responden responden dalam menjawab setiap pertanyaan yang diberikan sehingga mempengaruhi validitas data yang diperoleh.

4. Keterbatasan kemampuan dalam menganalisis data yang sudah diperoleh.

Walaupun demikian, peneliti berusaha sekuat tenaga agar keterbatasan yang dihadapi tidak mengurangi makna penelitian ini. Akhirnya dengan segala upaya, kerja keras dan bantuan semua pihak skripsi ini dapat diselesaikan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dalam skripsi ini, maka peneliti mengambil beberapa kesimpulan :

1. Berdasarkan uji parsial (uji-t) pada pengetahuan produk dengan taraf signifikansi 5 % diperoleh t_{hitung} sebesar $1,807 > t_{tabel}$ 1,645. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial ada pengaruh pengetahuan produk terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.
2. Berdasarkan uji parsial (uji-t) pada pengetahuan pembelian dengan taraf signifikansi 5% diperoleh t_{hitung} sebesar $7,989 > t_{tabel}$ 1,645. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial ada pengaruh pengetahuan pembelian terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.
3. Berdasarkan uji parsial (uji-t) pada pengetahuan pemakaian dengan taraf signifikansi 5% diperoleh t_{hitung} sebesar $-0,413 > t_{tabel}$ 1,645. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial tidak ada pengaruh pengetahuan pemakaian terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.
4. Berdasarkan uji simultan (uji-F) dengan taraf signifikansi 5% maka yang diperoleh adalah F_{hitung} sebesar $24,302 > F_{tabel}$ 2,68 maka variabel pengetahuan produk, pengetahuan pembelian dan pengetahuan pemakaian secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan

menjadi nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.

B. Saran

Adapun saran yang bisa diberikan setelah melakukan penelitian ini adalah:

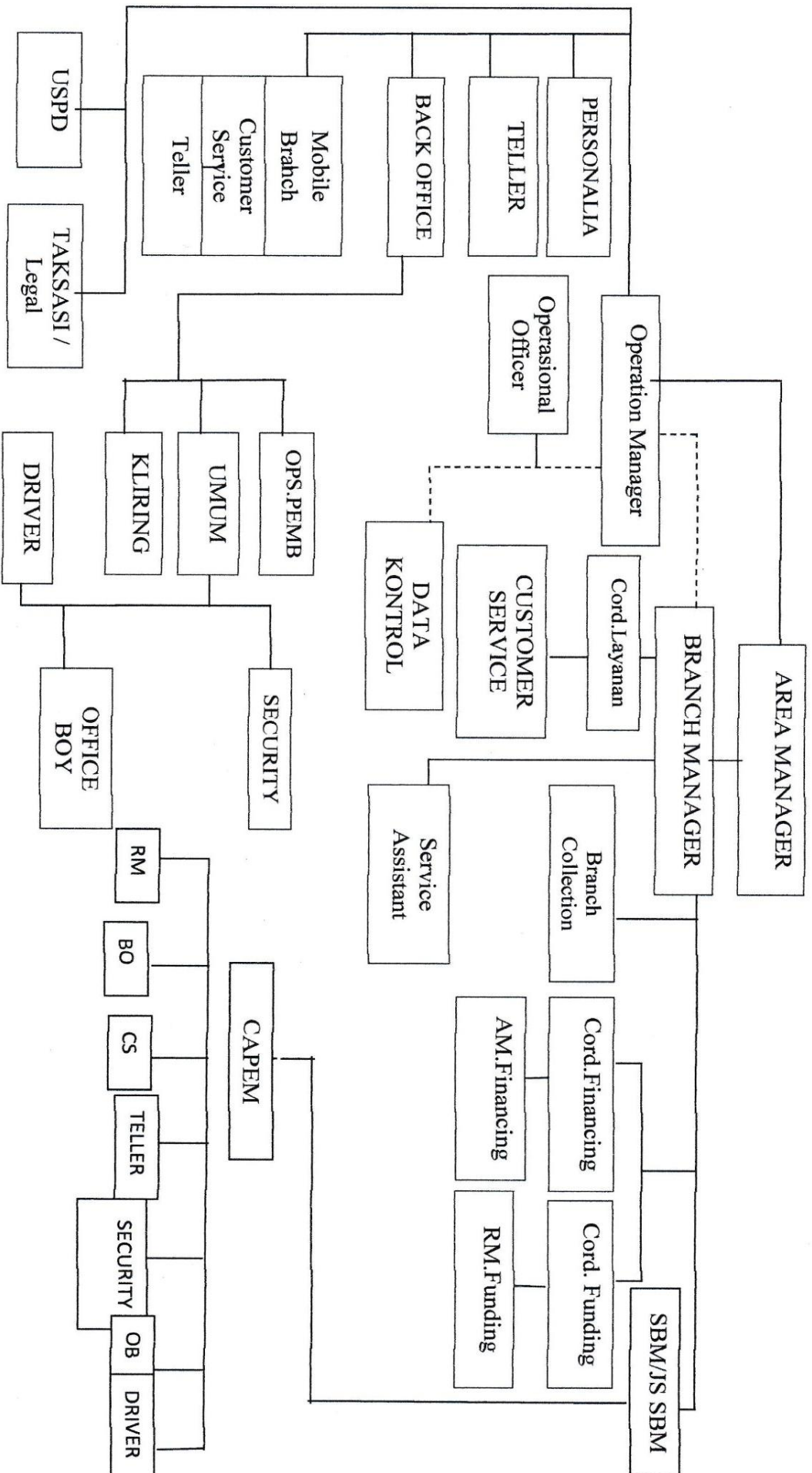
1. Untuk peneliti selanjutnya yang tertarik terhadap judul pengaruh pengetahuan konsumen mengenai perbankan syariah terhadap keputusan menjadi nasabah agar lebih menggali lagi pengetahuan-pengetahuan konsumen selain dari pengetahuan-pengetahuan konsumen yang sudah dimuat dalam penelitian ini.
2. Untuk pihak bank agar lebih meningkatkan sosialisasi mengenai pemakaian suatu produk terhadap nasabah bank Muamalat. Sosialisasi pengetahuan mengenai produk yang ditawarkan dan juga sosialisasi mengenai pengetahuan pembelian suatu produk agar lebih ditingkatkan supaya lebih banyak lagi nasabah yang memilih tabungan pada Bank Muamalat Indonesia Tbk, Cabang Padangsidempuan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwarman A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011.
- Al-Qur'an & Terjemahan Departemen Agama Republik Indonesia, Jakarta: Darus Sunnah, 2002.
- Amir & Rukmana, *Bank Syariah, Teori, Kebijakan dan Studi Empiris di Indonesia*, Jakarta: PT.Gelora Aksara Pratama, 2010.
- Ascarya, *Akad & Produk Bank Syariah*, Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2011.
- Damodar N. Gujarati, *Ekonometrika Jilid Ketiga*, Diterjemahkan dari "Essentials of Econometrics" oleh Julius A. Mulyadi, Jakarta: Penerbit Erlangga, 2006.
- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, Cetakan ke-3, 2001.
- Duwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS*, Yogyakarta: Mediakom, 2008.
- Dwi Suwikyo, *Kamus Lengkap Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Total Media, 2009.
- Edy Wibowo dan Untung Hendy Widodo, *Mengapa Memilih Bank Syariah?*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2005.
- Husein Umar, *Desain penelitian MSDM dan Perilaku karyawan*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008.
- Ismail, *Perbankan Syariah*, Jakarta: Kencana, Cetakan Ke-1, 2011.
- Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik Edisi Ke-2*, Jakarta: Bumi Aksara, 2013.
- Philip Kotler & Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 12*, Diterjemahkan dari "Marketing Management" oleh Benyamin Molan, Jakarta: Macanan Jaya Cemerlang, 2007.
- Masri Singarimbun, *Metode Penelitian Survey*, Jakarta: LP3ES, 2003.
- Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, Yogyakarta: Rajawali Pers, 2008.
- Muhammad Firdaus, *Ekonometrika: Suatu Pendekatan Aplikatif*, Jakarta: Bumi Aksara, 2011.

- Nugroho J.Setiadi, *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Kencana, 2010.
- Nur Asnawi & Masyhuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*, Malang: UIN-Maliki Press, 2011.
- Rizky Fahlevi Dzulkarnain Deli, Karyawan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan, Jalan Baginda Oloan No. 88, Wawancara, 3 September 2016.
- Schiffman dan Kanuk, *Perilaku Konsumen*, Diterjemahkan dari “Consumer Behaviour” oleh Zoelkipli Kasip, Jakarta: Macanan Jaya Cemerlang, 2004.
- Setiawan & Dwi Endah Kusriani, *Ekonometrika*, Yogya: CV Andi, 2010.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: CV Alfabeta, Cetakan ke-17, 2012.
- _____, metode penelitian bisnis: pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&B, Bandung: Alfabeta, 2012.
- _____, *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- Suharsimi Arikunto, *Evaluasi Pendidikan*, Jakarta: Rineka Cipta, 1994.
- _____, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: PT.Rineka Cipta, 2006.
- Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, Jakarta: Bumi Aksara, 2004.
- Sunarto Zulkifli, *Panduan Praktis Transaksi Perbankan Syariah*, Jakarta: Zikrul Hakim, 2003.
- Triton Prawira Budi, *SPSS 13.0 Terapan: Riset Statistik Parametrik*, Yogyakarta: CV. Andi Offse, 2006.
- www.bankindonesia.go.id, diakses 3 Agustus 2016, Pukul 12.00 WIB.
- www.bankmuamalat.co.id, diakses, 26 Maret 2016, pukul 19.30 WIB.

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Bank Muamalat, Tbk Cabang Padangsidimpuan



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTITAS PRIBADI

1. Nama : Ratna Sari
2. Tempat/Tgl. Lahir : Padangsidempuan/ 19 Januari 1994
3. Agama : Islam
4. Jenis Kelamin : Perempuan
5. Anak ke : 4 (Empat) dari 4 (Empat) bersaudara.
6. Kewarganegaraan : Indonesia
7. Alamat : Jl. Kolonel Hamzah Lubis, Gg.Swakarya II,
No.2A, Padangsidempuan.
8. No. Telepon/HP : 0821 6781 9123
9. Email : ratna.190194@gmail.com

II. PENDIDIKAN

1. Tahun 2000-2006 : SD Negeri 200220 Ujung Padang
2. Tahun 2006-2009 : SMP Negeri 2 Padangsidempuan
3. Tahun 2009-2012 : SMA Negeri 5 Padangsidempuan
4. Tahun 2012-2016 : Program Sarjana (S-1) Perbankan Syariah IAIN
Padangsidempuan

LAMPIRAN 1

ANGKET

Responden yang terhormat,

Nama saya Ratna Sari, saya adalah Mahasiswi S1 Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan yang sedang melakukan penelitian pada penggunaan jasa bank. Untuk itu mohon kesediaan Bapak/Ibu, dan Saudara/Saudari sekalian untuk berpartisipasi dalam pengisian angket ini dengan memberikan tanda silang (X). Tidak ada jawaban salah dalam pengisian angket ini dan identitas Bapak/Ibu dan Saudara/Saudari kami rahasiakan. Atas Bantuan Bapak/Ibu dan Saudara/Saudari kami ucapkan terima kasih.

Nama Responden :

No Telepon :

1. Jenis Kelamin

- a. Pria b. Wanita

2. Umur

- a. < 20 tahun d. 41-50 tahun
b. 21-30 tahun e. > 50 tahun
c. 31-40 tahun

3. Pekerjaan

- a. PNS d. Pengusaha
b. BUMN e. Pelajar/ Mahasiswa
c. Karyawan Swasta f. Lainnya. (Sebutkan).....

4. Dari manakan anda mengetahui informasi mengenai Bank Muamalat?

- a. Keluarga d. Brosur/Pamflet/Buku
b. Teman e. Lainnya. (Sebutkan).....
c. Media Elektronik

LAMPIRAN 1

5. Pendidikan Terakhir

- | | |
|--------|-------|
| a. SD | e. S1 |
| b. SMP | f. S2 |
| c. SMA | g. S3 |
| d. D3 | |

6. Sudah berapa lama anda menjadi nasabah Bank Muamalat?

- | | |
|--------------|--------------|
| a. < 1 tahun | c. 3-5 tahun |
| b. 1-3 tahun | d. > 5 tahun |

LAMPIRAN 1

ANGKET

Berikan jawaban terhadap semua pertanyaan yang ada dalam kuesioner ini dengan memberikan penilaian sejauh mana pernyataan ini sesuai dengan realita yang ada. Beri tanda centang (✓) pada pilihan yang tersedia untuk pilihan jawaban anda. Skor jawaban dibagi dalam 5 kriteria:

STM : Sangat Tidak Mengetahui

TM : Tidak Mengetahui

CM : Cukup Mengetahui

M : Mengetahui

SM : Sangat Mengetahui

Tanggapan Responden Terhadap Pengetahuan Produk (X₁)

No	Pernyataan	STM	TM	CM	M	SM
1	Saya mengetahui nisbah bagi hasil yang diberikan oleh Bank Muamalat Cabang Padangsidempuan.					
2	Saya mengetahui jenis/ragam produk yang ada di Bank Muamalat Cabang Padangsidempuan.					
3	Saya mengetahui prinsip <i>Mudharabah</i> yang ada di Bank Muamalat Cabang Padangsidempuan.					
4	Saya mengetahui prinsip <i>Musarakah</i> yang ada di Bank Muamalat Cabang Padangsidempuan.					
5	Saya mengetahui prinsip <i>Murabahah</i> yang ada di Bank Muamalat Cabang Padangsidempuan.					
6	Saya mengetahui produk Bank Muamalat Cabang Padangsidempuan yang saya gunakan berguna bagi saya.					

Tanggapan Responden Terhadap Pengetahuan Pembelian (X₂)

No	Pernyataan	STM	TM	CM	M	SM
1	Saya mengetahui lokasi kantor Bank Muamalat Cabang Padangsidempuan.					
2	Saya mengetahui lokasi jaringan ATM Bank Muamalat Cabang Padangsidempuan.					
3	Saya mengetahui proses pembukaan rekening/tabungan di Bank Muamalat Cabang Padangsidempuan.					

LAMPIRAN I

4	Saya mengetahui berapa biaya yang dikeluarkan untuk pembukaan rekening/tabungan.					
5	Saya mengetahui dimana letak <i>Teller</i> dan <i>Costumer Service</i> yang ada di Bank Muamalat Cabang Padangsidempuan.					
6	Saya mengetahui prosedur pengajuan pinjaman yang ada di Bank Muamalat Cabang Padangsidempuan.					

Tanggapan Responden Terhadap Pengetahuan Pemakaian (X₃)

No	Pernyataan	STM	TM	CM	M	SM
1	Saya mengetahui cara penggunaan ATM.					
2	Saya mengetahui cara menarik/menyimpan tunai secara manual (melalui <i>Teller</i>).					
3	Saya mengetahui cara menggunakan transfer sesama bank dan antar bank.					
4	Saya mengetahui cara menggunakan layanan <i>Mobile Banking</i> dan <i>Internet Banking</i>					

LAMPIRAN 1

Berikan jawaban terhadap semua pertanyaan yang ada dalam kuesioner ini dengan memberikan penilaian sejauh mana pernyataan ini sesuai dengan realita yang ada. Beri tanda centang (√) pada pilihan yang tersedia untuk pilihan jawaban anda. Skor jawaban dibagi dalam 5 kriteria:

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

CS : Cukup Setuju

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah (Y)

No	Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS
1	Saya memutuskan memilih Bank Muamalat karena mengetahui jenis/ ragam produk yang ditawarkan oleh Bank Muamalat.					
2	Saya memutuskan memilih Bank Muamalat karena saya mengetahui lokasi kantor Bank Muamalat Cabang Padangsidempuan.					
3	Saya memutuskan memilih Bank Muamalat karena saya mengetahui prosedur pembukaan rekening/tabungan.					
4	Saya memutuskan memilih Bank Muamalat karena mengetahui prosedur pengajuan pinjaman.					
5	Saya memutuskan memilih Bank Muamalat karena kemudahan menggunakan ATM Bank Muamalat.					
6	Saya memutuskan memilih Bank Muamalat karena kemudahan melakukan penarikan tunai melalui <i>Teller</i> .					
7	Saya memutuskan memilih Bank Muamalat karena kemudahan menggunakan layanan <i>Mobile Banking</i> .					
8	Saya memutuskan untuk memilih Bank Muamalat karena nisbah bagi hasil yang diberikan oleh Bank.					

LAMPIRAN I

9	Saya memutuskan memilih Bank Muamalat karena menggunakan prinsip syariah (<i>Mudharabah, Musyarakah, Murabahah</i>).					
---	--	--	--	--	--	--

LAMPIRAN 2

Hasil Tanggapan Responden Terhadap Pengetahaun Produk (X₁)

No.	Pengetahaun Produk (X ₁)						Total
	PPro1	PPro2	PPro3	PPro4	PPro5	PPro6	
1	3	3	4	4	4	4	22
2	3	3	4	4	3	4	21
3	4	4	3	3	3	4	21
4	3	3	3	3	3	4	19
5	2	3	2	2	2	3	14
6	3	3	2	2	2	4	16
7	4	4	3	3	3	4	21
8	5	3	2	2	2	5	19
9	2	3	2	2	2	4	15
10	4	3	3	3	3	4	20
11	2	3	3	3	3	4	18
12	3	3	2	2	2	4	16
13	4	4	4	3	4	5	24
14	3	3	2	2	2	4	16
15	4	4	3	3	3	4	21
16	1	3	2	2	2	4	14
17	2	3	2	2	2	4	15
18	3	3	2	2	2	4	16
19	5	4	4	4	4	5	26
20	5	5	5	5	5	5	30
21	3	3	3	3	3	5	20
22	4	4	4	4	4	4	24
23	5	5	5	5	5	5	30
24	5	5	5	5	5	5	30
25	5	5	5	5	5	5	30
26	5	5	5	5	5	5	30
27	5	5	5	5	5	5	30
28	4	4	3	3	3	5	22
29	5	5	5	5	5	5	30
30	5	3	5	5	5	5	28
31	5	4	4	4	4	5	26
32	5	4	4	4	4	5	26
33	5	4	4	4	4	5	26
34	4	3	4	4	4	5	24
35	4	4	4	4	4	5	25
36	5	4	4	4	5	4	26
37	3	1	3	3	3	4	17
38	2	2	3	3	4	5	19
39	4	4	3	3	4	5	23
40	5	5	5	5	5	5	30
41	3	2	2	2	2	3	14
42	5	5	5	5	5	5	30
43	4	4	4	4	4	4	24

44	5	5	5	5	5	5	30
45	5	5	5	5	5	5	30
46	5	5	5	5	5	5	30
47	5	5	3	3	3	5	24
48	5	5	2	2	2	4	20
49	5	5	5	5	5	5	30
50	5	5	5	5	5	5	30
51	4	4	3	3	3	5	22
52	5	5	4	4	4	5	27
53	4	4	3	3	3	5	22
54	5	4	4	4	4	5	26
55	5	4	4	4	4	4	25
56	5	4	4	4	4	4	25
57	4	4	3	4	3	4	22
58	4	3	3	3	3	3	19
59	4	4	4	4	4	4	24
60	4	4	4	4	4	5	25
61	4	3	4	4	4	4	23
62	4	3	3	3	4	4	21
63	4	4	3	4	4	4	23
64	4	4	3	3	3	4	21
65	3	3	2	2	2	4	16
66	1	2	2	2	2	5	14
67	2	2	2	2	2	2	12
68	2	4	2	2	2	3	15
69	2	2	1	1	1	3	10
70	2	2	2	2	2	2	12
71	2	2	2	2	2	2	12
72	3	3	3	2	2	4	17
73	2	2	3	3	2	4	16
74	2	2	2	2	2	3	13
75	2	2	2	3	2	3	14
76	4	4	4	4	4	4	24
77	2	2	2	2	2	4	14
78	2	3	4	3	3	3	18
79	1	1	1	1	1	3	8
80	2	2	2	2	1	2	11
81	3	3	2	2	2	3	15
82	3	3	4	3	3	4	20
83	3	3	4	3	4	4	21
84	2	3	2	3	2	4	16
85	3	2	3	3	3	2	16
86	3	2	2	2	2	2	13
87	4	3	4	4	4	4	23
88	2	2	4	2	2	2	14
89	1	1	1	1	1	1	6
90	2	2	2	2	2	2	12
91	3	2	2	3	2	3	15

92	4	4	5	5	5	3	26
93	2	3	3	3	3	3	17
94	1	1	1	1	1	3	8
95	4	2	4	4	4	4	22
96	1	1	1	1	1	1	6
97	4	2	3	2	2	4	17
98	2	2	2	2	2	2	12
99	3	3	3	2	2	2	15
100	4	4	4	4	4	4	24
101	2	4	2	2	2	2	14
102	2	2	2	2	2	3	13
103	4	4	4	4	4	4	24
104	5	4	5	4	3	5	26
105	5	5	3	3	3	3	22
106	3	3	4	5	5	5	25
107	5	5	5	5	5	5	30
108	4	5	5	4	4	4	26
109	2	3	5	4	4	4	22
110	3	3	3	5	5	5	24
111	4	4	4	5	4	5	26
112	4	4	4	4	4	4	24
113	3	2	5	4	4	2	20
114	1	3	4	2	5	5	20
115	5	5	4	4	4	3	25
116	3	3	3	2	5	4	20
117	4	4	4	3	5	4	24
118	3	2	4	5	3	2	19
119	3	3	3	3	3	3	18
120	2	4	4	4	5	5	24
121	3	3	4	4	5	5	24
122	5	5	5	5	5	5	30
123	3	2	1	4	5	5	20
124	1	4	3	2	4	4	18
125	1	5	5	4	3	3	21

LAMPIRAN 3

Hasil Tanggapan Responden Terhadap Pengetahuan Pembelian (X₂)

No.	Pengetahuan Pembelian (X ₂)						Total
	PPemb1	PPemb2	PPemb3	PPemb4	PPemb5	PPemb6	
1	5	3	4	5	5	5	27
2	5	3	3	5	5	4	25
3	5	4	5	5	5	4	28
4	5	3	4	5	5	4	26
5	5	3	4	5	5	4	26
6	5	3	4	5	5	4	26
7	5	3	4	5	5	4	26
8	5	5	5	5	5	4	29
9	5	3	4	5	5	5	27
10	5	4	5	5	5	4	28
11	5	5	5	5	5	2	27
12	5	5	5	5	5	5	30
13	5	5	5	5	5	2	27
14	5	5	5	5	5	5	30
15	5	5	5	5	5	5	30
16	5	5	5	5	5	5	30
17	5	5	5	5	5	5	30
18	5	5	5	5	5	2	27
19	5	5	5	5	5	3	28
20	5	5	5	5	5	3	28
21	4	4	5	5	5	5	28
22	5	5	5	5	5	5	30
23	4	5	4	5	5	5	28
24	5	5	5	5	5	5	30
25	4	4	3	3	3	3	20
26	5	5	5	5	5	3	28
27	5	5	5	5	5	3	28
28	5	5	5	4	5	4	28
29	5	5	5	5	5	5	30
30	5	5	5	5	5	5	30
31	5	5	5	5	5	5	30
32	5	5	5	5	5	5	30
33	5	5	5	5	5	3	28
34	5	5	5	5	5	5	30
35	5	5	5	5	5	5	30
36	5	5	5	5	5	2	27
37	5	5	5	5	5	5	30
38	4	3	4	4	4	4	23
39	5	4	3	4	5	3	24
40	5	3	3	4	5	2	22
41	5	3	4	5	5	4	26
42	5	2	3	3	5	3	21
43	5	3	4	5	5	4	26

44	5	3	4	5	5	4	26
45	5	3	4	4	5	3	24
46	5	4	4	5	5	4	27
47	5	3	4	5	5	4	26
48	5	3	4	5	5	4	26
49	5	3	4	5	5	4	26
50	5	3	5	5	5	4	27
51	5	2	3	4	5	3	22
52	5	3	3	4	5	4	24
53	5	5	5	5	5	2	27
54	5	3	4	4	5	4	25
55	5	3	4	4	5	3	24
56	5	5	5	5	5	5	30
57	5	5	5	5	5	5	30
58	5	5	5	5	5	5	30
59	4	4	5	4	4	4	25
60	4	4	4	5	5	4	26
61	5	5	5	5	5	5	30
62	5	4	5	5	5	4	28
63	5	3	4	5	5	5	27
64	5	4	3	2	5	1	20
65	5	5	4	4	4	1	23
66	4	4	4	2	4	1	19
67	5	5	5	5	5	5	30
68	4	3	3	3	3	4	20
69	4	4	4	4	4	4	24
70	4	4	4	4	4	4	24
71	3	2	2	4	4	2	17
72	4	4	4	4	4	4	24
73	5	5	4	4	5	1	24
74	5	4	4	4	4	3	24
75	4	4	4	4	4	3	23
76	5	4	3	3	3	2	20
77	5	4	4	2	2	2	19
78	4	4	4	2	4	1	19
79	5	5	4	5	5	3	27
80	5	5	5	4	4	3	26
81	4	4	4	4	4	4	24
82	4	4	4	3	4	4	23
83	4	2	4	4	5	2	21
84	5	4	4	4	4	2	23
85	5	4	4	4	5	4	26
86	5	4	4	3	4	3	23
87	5	5	4	4	4	2	24
88	5	4	4	2	4	1	20
89	5	4	4	3	4	2	22
90	4	4	3	4	4	2	21
91	5	5	5	5	5	5	30

92	5	5	4	4	4	2	24
93	5	3	3	3	3	3	20
94	4	4	3	4	4	2	21
95	4	4	3	3	4	3	21
96	5	5	4	5	5	2	26
97	5	5	4	5	5	2	26
98	5	4	3	4	5	2	23
99	5	5	5	5	5	5	30
100	4	4	4	4	4	2	22
101	5	5	5	3	5	4	27
102	5	4	3	4	3	1	20
103	5	4	3	3	3	2	20
104	5	4	4	2	2	2	19
105	4	4	4	2	4	1	19
106	5	5	4	5	5	3	27
107	5	5	5	4	4	3	26
108	4	4	4	4	4	4	24
109	4	4	4	3	4	4	23
110	4	2	4	4	5	2	21
111	5	4	4	4	4	2	23
112	5	4	4	4	5	4	26
113	5	4	4	3	4	3	23
114	5	5	4	4	4	2	24
115	5	4	4	2	4	1	20
116	5	4	4	3	4	2	22
117	4	4	3	4	4	2	21
118	5	5	5	5	5	5	30
119	5	5	4	4	4	2	24
120	5	3	3	3	3	3	20
121	4	4	3	4	4	2	21
122	4	4	3	3	4	3	21
123	5	5	4	5	5	2	26
124	5	5	4	5	5	2	26
125	5	4	3	4	5	2	23

LAMPIRAN 4

Hasil Tanggapan Responden Terhadap Pengetahuan Pemakaian (X₃)

No.	Pengetahuan Pemakaian (X ₃)				Total
	PPema1	PPema2	PPema3	PPema4	
1	5	4	3	4	16
2	5	4	4	4	17
3	5	5	5	5	20
4	5	3	3	4	15
5	5	4	4	4	17
6	5	4	3	4	16
7	5	4	4	4	17
8	5	5	5	4	19
9	5	4	4	5	18
10	5	4	4	5	18
11	5	5	5	5	20
12	5	5	5	3	18
13	5	5	5	4	19
14	5	4	5	3	17
15	5	5	5	2	17
16	5	5	5	2	17
17	5	5	5	1	16
18	5	4	3	3	15
19	5	5	5	3	18
20	5	5	5	4	19
21	4	5	5	2	16
22	5	4	4	4	17
23	5	5	5	4	19
24	5	5	5	3	18
25	4	3	3	3	13
26	5	5	4	4	18
27	5	5	5	4	19
28	5	5	5	3	18
29	5	5	5	5	20
30	5	5	5	4	19
31	5	5	5	4	19
32	4	4	4	4	16
33	5	5	5	3	18
34	5	5	5	5	20
35	5	5	5	3	18
36	5	5	3	3	16
37	5	5	5	5	20
38	3	3	2	4	12
39	5	3	2	4	14
40	5	5	5	5	20
41	3	4	2	2	11
42	5	4	3	4	16
43	5	5	5	5	20

44	5	5	5	5	20
45	5	5	5	5	20
46	5	3	3	4	15
47	5	4	3	4	16
48	5	5	5	2	17
49	5	3	3	4	15
50	5	4	4	4	17
51	5	4	4	4	17
52	5	4	4	5	18
53	5	4	4	4	17
54	5	4	4	4	17
55	5	4	4	4	17
56	4	3	3	4	14
57	5	4	3	3	15
58	5	5	3	4	17
59	4	3	3	4	14
60	5	4	4	5	18
61	5	5	5	3	18
62	5	5	4	5	19
63	5	5	4	5	19
64	5	3	3	4	15
65	4	4	4	3	15
66	5	5	5	4	19
67	4	4	4	4	16
68	5	5	5	5	20
69	4	5	3	2	14
70	5	5	5	2	17
71	5	5	5	2	17
72	5	4	5	3	17
73	4	4	3	1	12
74	3	5	3	2	13
75	5	4	4	2	15
76	5	5	5	5	20
77	5	4	4	2	15
78	4	4	4	3	15
79	5	5	5	4	19
80	4	4	4	2	14
81	5	5	5	5	20
82	4	5	4	3	16
83	4	4	3	2	13
84	4	4	3	2	13
85	4	4	4	4	16
86	4	4	4	2	14
87	5	5	5	4	19
88	5	5	5	5	20
89	4	4	4	4	16
90	5	5	5	5	20
91	4	4	4	2	14

92	4	4	4	3	15
93	4	4	4	2	14
94	5	5	2	2	14
95	5	5	5	5	20
96	1	4	4	4	13
97	4	4	4	4	16
98	4	4	4	4	16
99	3	3	3	2	11
100	4	4	4	4	16
101	4	4	4	4	16
102	3	3	3	2	11
103	4	4	4	2	14
104	5	5	5	5	20
105	4	5	4	3	16
106	4	4	3	2	13
107	4	4	3	2	13
108	4	4	4	4	16
109	4	4	4	2	14
110	5	5	5	4	19
111	5	5	5	5	20
112	4	4	4	4	16
113	5	5	5	5	20
114	4	4	4	2	14
115	4	4	4	3	15
116	4	4	4	2	14
117	5	5	2	2	14
118	5	5	5	5	20
119	1	4	4	4	13
120	4	4	4	4	16
121	4	4	4	4	16
122	3	3	3	2	11
123	4	4	4	4	16
124	4	4	4	4	16
125	3	3	3	2	11

LAMPIRAN 5

Hasil Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah (Y)

No	Keputusan Menjadi Nasabah (Y)									Total
	K M N 1	K M N 2	K M N 3	K M N 4	K M N 5	K M N 6	K M N 7	K M N 8	K M N 9	
1	4	5	5	5	5	5	3	4	4	40
2	4	5	5	4	5	4	4	5	5	41
3	4	5	4	4	5	4	4	4	5	39
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	37
5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	39
6	4	5	3	4	4	3	4	2	4	33
7	4	4	4	3	4	3	3	4	4	33
8	5	5	5	4	5	3	4	4	5	40
9	4	5	5	2	5	5	5	3	5	39
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
11	4	5	3	3	5	5	3	4	5	37
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
14	4	5	5	4	5	4	4	4	4	39
15	5	5	5	5	5	5	4	5	5	44
16	5	5	4	4	5	4	5	5	5	42
17	5	5	4	4	5	5	3	4	5	40
18	5	5	4	3	5	5	4	4	5	40
19	5	5	5	3	5	5	5	5	5	43
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
21	5	5	5	5	5	4	4	5	5	43
22	4	5	5	4	5	4	4	4	4	39
23	3	3	2	4	5	5	5	5	5	37
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
25	5	4	4	5	4	4	4	5	5	40
26	4	5	5	5	5	4	4	5	5	42
27	5	5	5	5	5	5	5	4	4	43
28	3	3	4	4	5	5	5	5	5	39
29	5	5	5	5	4	4	4	3	3	38
30	5	5	5	5	5	5	1	5	5	41
31	5	5	5	5	5	5	1	5	3	39
32	5	5	3	3	4	4	4	4	5	37
33	5	4	5	5	5	5	4	5	5	43
34	3	5	4	4	4	3	3	1	2	29
35	3	5	4	4	5	3	3	3	4	34
36	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
37	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
38	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
39	3	5	4	3	5	5	4	3	5	37
40	4	5	4	4	4	4	3	3	3	34

41	5	5	5	2	5	5	2	5	2	36
42	3	5	4	3	5	4	4	3	4	35
43	3	5	4	4	5	4	4	3	4	36
44	4	5	4	4	5	4	4	4	5	39
45	4	5	5	4	5	4	4	3	4	38
46	4	5	4	4	5	4	4	3	4	37
47	5	5	5	4	5	4	5	5	5	43
48	5	5	5	4	5	4	5	5	4	42
49	4	5	5	2	5	5	5	4	3	38
50	5	5	5	5	5	5	4	5	5	44
51	5	5	5	2	5	5	3	5	5	40
52	5	5	5	5	5	4	2	4	5	40
53	4	5	4	4	5	4	4	4	5	39
54	3	5	4	5	5	4	4	4	5	39
55	3	5	3	3	4	3	4	3	5	33
56	3	5	4	3	5	3	3	2	4	32
57	4	5	4	4	5	3	3	3	3	34
58	3	5	4	4	4	4	3	2	3	32
59	5	5	5	4	5	4	5	5	5	43
60	5	5	5	5	5	5	3	4	4	41
61	5	4	3	4	4	4	4	5	4	37
62	5	5	5	4	5	5	4	4	5	42
63	5	5	5	5	4	4	3	4	5	40
64	5	5	5	5	5	5	1	3	2	36
65	4	4	4	4	4	4	4	3	4	35
66	4	4	4	2	4	4	4	4	4	34
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
68	3	2	3	2	3	3	2	3	4	25
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
70	3	3	4	4	3	3	3	5	5	33
71	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
73	4	5	5	2	4	5	4	4	5	38
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
75	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37
76	3	4	3	2	3	4	2	3	4	28
77	2	2	4	2	2	2	2	2	2	20
78	4	4	4	3	4	4	4	4	5	36
79	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
81	4	4	4	3	3	4	3	4	4	33
82	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
83	3	4	4	3	3	3	3	3	5	31
84	4	4	4	2	4	4	3	4	4	33
85	4	5	4	3	4	5	4	3	4	36
86	4	4	4	3	4	4	4	3	4	34
87	4	3	3	3	2	3	1	1	5	25
88	1	4	4	1	1	4	2	2	5	24

89	4	4	4	3	4	3	3	3	5	33
90	3	4	4	3	3	3	3	4	4	31
91	5	4	4	5	4	5	5	5	5	42
92	3	3	3	3	3	3	3	3	5	29
93	3	4	3	2	4	4	3	3	3	29
94	3	4	3	2	3	3	3	3	4	28
95	4	4	4	4	4	4	3	4	4	35
96	3	5	3	3	4	5	3	3	4	33
97	3	5	3	3	4	5	3	3	4	33
98	3	3	3	2	2	3	2	3	3	24
99	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
100	1	4	4	4	4	4	4	4	4	33
101	3	5	5	4	4	3	4	3	4	35
102	3	4	4	2	3	3	3	3	4	29
103	3	4	3	2	3	4	2	3	4	28
104	2	2	4	2	2	2	2	2	2	20
105	4	4	4	3	4	4	4	4	5	36
106	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
107	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
108	4	4	4	3	3	4	3	4	4	33
109	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
110	3	4	4	3	3	3	3	3	5	31
111	4	4	4	2	4	4	3	4	4	33
112	4	5	4	3	4	5	4	3	4	36
113	4	4	4	3	4	4	4	3	4	34
114	4	3	3	3	2	3	1	1	5	25
115	1	4	4	1	1	4	2	2	5	24
116	4	4	4	3	4	3	3	3	5	33
117	3	4	4	3	3	3	3	4	4	31
118	5	4	4	5	4	5	5	5	5	42
119	3	3	3	3	3	3	3	3	5	29
120	3	4	3	2	4	4	3	3	3	29
121	3	4	3	2	3	3	3	3	4	28
122	4	4	4	4	4	4	3	4	4	35
123	3	5	3	3	4	5	3	3	4	33
124	3	5	3	3	4	5	3	3	4	33
125	3	3	3	2	2	3	2	3	3	24

Lampiran 6

Tabel Harga Kritik dari r Product-Moment

N	Interval	Kepercayaan	N	Interval	Kepercayaan	N	Interval	Kepercayaan
	95%	99%		95%	99%		95%	99%
3	0,997	0,999	26	0,388	0,4906	49	0,281	0,364
4	0,950	0,990	27	0,381	0,487	50	0,297	0,361
5	0,878	0,959	28	0,374	0,478	55	0,266	0,345
6	0,811	0,917	29	0,367	0,470	60	0,254	0,380
7	0,754	0,874	30	0,361	0,463	65	0,244	0,317
8	0,707	0,874	31	0,355	0,456	70	0,235	0,306
9	0,666	0,798	32	0,349	0,449	75	0,227	0,296
10	0,632	0,765	33	0,344	0,442	80	0,220	0,286
11	0,602	0,735	34	0,339	0,436	85	0,213	0,278
12	0,576	0,708	35	0,334	0,430	90	0,207	0,270
13	0,553	0,684	36	0,329	0,424	95	0,202	0,263
14	0,532	0,661	37	0,325	0,418	100	0,195	0,256
15	0,514	0,641	38	0,320	0,413	125	0,176	0,230
16	0,497	0,623	39	0,316	0,408	150	0,159	0,210
17	0,482	0,606	40	0,312	0,403	175	0,148	0,194
18	0,468	0,590	41	0,308	0,396	200	0,138	0,181
19	0,456	0,575	42	0,304	0,393	300	0,113	0,148
20	0,444	0,561	43	0,301	0,398	400	0,098	0,128
21	0,433	0,549	44	0,297	0,384	500	0,088	0,115
22	0,423	0,537	45	0,294	0,380	600	0,080	0,105
23	0,413	0,526	46	0,291	0,276	700	0,074	0,097
24	0,404	0,515	47	0,288	0,372	800	0,070	0,091
25	0,396	0,505	48	0,284	0,368	900	0,065	0,086

N= Jumlah pasangan yang digunakan untuk menghitung r.

```

DATASET ACTIVATE DataSet0.
RELIABILITY
/VARIABLES=Pro1 Pro2 Pro3 Pro4 Pro5 Pro6
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL.

```

Reliability

[DataSet0]

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	130	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	130	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.920	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Pro1	17.41	23.902	.735	.912
Pro2	17.43	24.945	.752	.908
Pro3	17.45	23.831	.829	.898
Pro4	17.48	23.523	.847	.895
Pro5	17.42	23.068	.830	.898
Pro6	16.85	26.503	.648	.921

```

DATASET ACTIVATE DataSet1.
RELIABILITY
/VARIABLES=Pemb1 Pemb2 Pemb3 Pemb4 Pemb5 Pemb6
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL.

```

Reliability

[DataSet1]

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	130	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	130	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.763	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Pemb1	20.36	10.729	.359	.765
Pemb2	20.98	9.473	.334	.771
Pemb3	20.98	8.379	.720	.679
Pemb4	20.91	7.712	.687	.675
Pemb5	20.59	8.988	.611	.709
Pemb6	21.83	6.917	.510	.755

```
DATASET ACTIVATE DataSet2.
```

```
RELIABILITY
```

```
  /VARIABLES=Pema1 Pema2 Pema3 Pema4
```

```
  /SCALE('ALL VARIABLES') ALL
```

```
  /MODEL=ALPHA
```

```
  /SUMMARY=TOTAL.
```

Reliability

[DataSet2]

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	130	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	130	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.684	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Pema1	11.95	3.998	.484	.613
Pema2	12.17	4.095	.538	.595
Pema3	12.42	3.393	.586	.538
Pema4	12.93	3.367	.352	.736

```
DATASET ACTIVATE DataSet3.
```

```
RELIABILITY
```

```
  /VARIABLES=Kmn1 Kmn2 Kmn3 Kmn4 Kmn5 Kmn6 Kmn7 Kmn8 Kmn9
```

```
  /SCALE('ALL VARIABLES') ALL
```

```
  /MODEL=ALPHA
```

```
  /SUMMARY=TOTAL.
```

Reliability

[DataSet3]

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	130	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	130	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.878	9

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Kmn1	31.99	24.426	.681	.859
Kmn2	31.48	26.717	.595	.868
Kmn3	31.77	26.892	.589	.868
Kmn4	32.28	23.911	.654	.863
Kmn5	31.75	23.726	.790	.849
Kmn6	31.83	26.235	.622	.865
Kmn7	32.30	24.832	.593	.868
Kmn8	32.13	24.022	.715	.856
Kmn9	31.61	28.054	.374	.884

MEANS TABLES=PPro BY KMN
 /CELLS=MEAN COUNT STDDEV
 /STATISTICS LINEARITY.

Means

[DataSet0]

Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Pengetahuan Produk * Keputusan Menjadi Nasabah	125	100.0%	0	0.0%	125	100.0%

Report

Pengetahuan Produk

Keputusan Menjadi Nasabah	Mean	N	Std. Deviation
20	20.00	2	8.485
24	18.00	4	6.055
25	19.33	3	4.041
28	20.00	4	8.000
29	20.33	6	5.086
31	20.25	4	5.679
32	22.00	2	4.243
33	17.87	15	6.390
34	20.67	6	6.501
35	20.67	6	7.967
36	18.39	18	6.127
37	22.88	8	5.718
38	26.50	4	7.000
39	21.60	10	5.254
40	21.75	8	5.120
41	24.67	3	3.512
42	19.83	6	5.707
43	25.00	6	3.286
44	25.50	2	6.364
45	21.63	8	6.163
Total	20.72	125	5.963

ANOVA Table

			Sum of Squares	df
Pengetahuan Produk * Keputusan Menjadi Nasabah	Between Groups	(Combined)	664.122	19
		Linearity	180.442	1
		Deviation from Linearity	483.680	18
	Within Groups	3745.078	105	
Total			4409.200	124

ANOVA Table

			Mean Square	F
Pengetahuan Produk * Keputusan Menjadi Nasabah	Between Groups	(Combined)	34.954	.980
		Linearity	180.442	5.059
		Deviation from Linearity	26.871	.753
	Within Groups	35.667		
Total				

ANOVA Table

			Sig.
Pengetahuan Produk * Keputusan Menjadi Nasabah	Between Groups	(Combined)	.490
		Linearity	.027
		Deviation from Linearity	.748
	Within Groups		
Total			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Pengetahuan Produk * Keputusan Menjadi Nasabah	.202	.041	.388	.151

```

NEW FILE.
DATASET NAME DataSet1 WINDOW=FRONT.
DATASET ACTIVATE DataSet0.
MEANS TABLES=PPemb BY KMN
  /CELLS=MEAN COUNT STDDEV
  /STATISTICS LINEARITY.

```

Means

[DataSet0]

Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Pengetahuan Pembelian * Keputusan Menjadi Nasabah	125	100.0%	0	0.0%	125	100.0%

Report

Pengetahuan Pembelian

Keputusan Menjadi Nasabah	Mean	N	Std. Deviation
20	19.00	2	.000
24	21.50	4	1.732
25	22.67	3	2.309
28	20.50	4	.577
29	23.00	6	3.950
31	21.00	4	.000
32	30.00	2	.000
33	24.27	15	1.624
34	24.50	6	4.506
35	21.67	6	3.266
36	24.61	18	2.953
37	26.88	8	2.532
38	26.00	4	2.828
39	27.70	10	1.829
40	25.75	8	3.454
41	27.00	3	2.646
42	28.67	6	1.633
43	27.17	6	1.329
44	28.50	2	2.121

Report

Pengetahuan Pembelian

Keputusan Menjadi Nasabah	Mean	N	Std. Deviation
45	28.25	8	2.435
Total	25.13	125	3.450

ANOVA Table

			Sum of Squares	df
Pengetahuan Pembelian * Keputusan Menjadi Nasabah	Between Groups	(Combined)	772.599	19
		Linearity	530.054	1
		Deviation from Linearity	242.545	18
Within Groups			703.353	105
Total			1475.952	124

ANOVA Table

			Mean Square	F
Pengetahuan Pembelian * Keputusan Menjadi Nasabah	Between Groups	(Combined)	40.663	6.070
		Linearity	530.054	79.129
		Deviation from Linearity	13.475	2.012
Within Groups			6.699	
Total				

ANOVA Table

			Sig.
Pengetahuan Pembelian * Keputusan Menjadi Nasabah	Between Groups	(Combined)	.000
		Linearity	.000
		Deviation from Linearity	.015
Within Groups			
Total			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Pengetahuan Pembelian * Keputusan Menjadi Nasabah	.599	.359	.724	.523

```

DATASET ACTIVATE DataSet1.
MEANS TABLES=PPema BY KMN
/CELLS=MEAN COUNT STDDEV
/STATISTICS LINEARITY.
    
```

Means

[DataSet1]

Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Pengetahuan Pemakaian * Keputusan Menjadi Nasabah	125	100.0%	0	0.0%	125	100.0%

Report

Pengetahuan Pemakaian

Keputusan Menjadi Nasabah	Mean	N	Std. Deviation
20	17.50	2	3.536
24	15.50	4	3.697
25	17.67	3	3.215
28	16.00	4	2.828
29	14.83	6	3.061
31	16.50	4	3.512
32	15.50	2	2.121
33	16.20	15	2.007
34	17.67	6	2.582
35	15.83	6	2.927
36	15.39	18	2.355
37	16.50	8	2.204
38	16.75	4	3.948
39	18.00	10	1.247
40	16.63	8	2.066
41	18.00	3	1.000
42	17.50	6	2.074
43	16.83	6	1.835
44	17.00	2	.000
45	16.50	8	3.295
Total	16.47	125	2.468

ANOVA Table

			Sum of Squares	df
Pengetahuan Pemakaian * Keputusan Menjadi Nasabah	Between Groups	(Combined)	100.849	19
		Linearity	10.883	1
		Deviation from Linearity	89.966	18
	Within Groups	654.303	105	
Total			755.152	124

ANOVA Table

			Mean Square	F
Pengetahuan Pemakaian * Keputusan Menjadi Nasabah	Between Groups	(Combined)	5.308	.852
		Linearity	10.883	1.746
		Deviation from Linearity	4.998	.802
	Within Groups	6.231		
Total				

ANOVA Table

			Sig.
Pengetahuan Pemakaian * Keputusan Menjadi Nasabah	Between Groups	(Combined)	.641
		Linearity	.189
		Deviation from Linearity	.694
	Within Groups		
Total			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Pengetahuan Pemakaian * Keputusan Menjadi Nasabah	.120	.014	.365	.134

```

REGRESSION
/MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA COLLIN TOL CHANGE
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT KMN
/METHOD=ENTER PPro PPemb PPema
/SCATTERPLOT=(*SRESID ,*ZPRED)
/RESIDUALS DURBIN HISTOGRAM(ZRESID) NORMPROB(ZRESID)
/SAVE RESID.

```

Regression

[DataSet0]

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	PPema, PPemb, PPro ^b		Enter

a. Dependent Variable: KMN

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics		
					R Square Change	F Change	df1
1	.613 ^a	.376	.361	4.484	.376	24.302	3

Model Summary^b

Model	Change Statistics		Durbin-Watson
	df2	Sig. F Change	
1	121	.000	1.541

a. Predictors: (Constant), PPema, PPemb, PPro

b. Dependent Variable: KMN

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	26.94	41.57	35.85	3.438	125
Std. Predicted Value	-2.591	1.663	.000	1.000	125
Standard Error of Predicted Value	.412	1.349	.776	.205	125
Adjusted Predicted Value	26.32	41.64	35.85	3.444	125
Residual	-11.672	11.089	.000	4.429	125
Std. Residual	-2.603	2.473	.000	.988	125
Stud. Residual	-2.650	2.518	.000	1.005	125
Deleted Residual	-12.097	11.493	-.004	4.588	125
Stud. Deleted Residual	-2.719	2.576	-.002	1.014	125
Mahal. Distance	.053	10.226	2.976	2.091	125
Cook's Distance	.000	.101	.009	.017	125
Centered Leverage Value	.000	.082	.024	.017	125

a. Dependent Variable: KMN

Charts

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1465.637	3	488.546	24.302	.000 ^b
	Residual	2432.475	121	20.103		
	Total	3898.112	124			

a. Dependent Variable: KMN

b. Predictors: (Constant), PPema, PPemb, PPro

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics
		B	Std. Error	Beta			Tolerance
1	(Constant)	10.370	3.697		2.805	.006	
	PPro	.126	.070	.134	1.807	.073	.943
	PPemb	.956	.120	.588	7.989	.000	.950
	PPema	-.070	.170	-.031	-.413	.680	.918

Coefficients^a

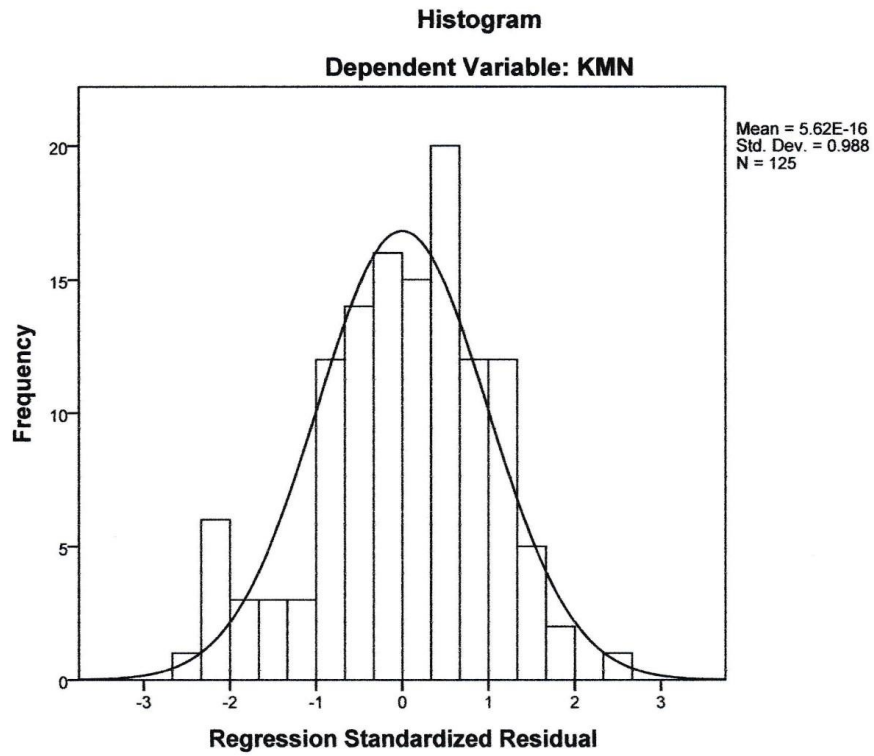
Model		Collinearity Statistics
		VIF
1	(Constant)	
	PPro	1.060
	PPemb	1.052
	PPema	1.089

a. Dependent Variable: KMN

Collinearity Diagnostics^a

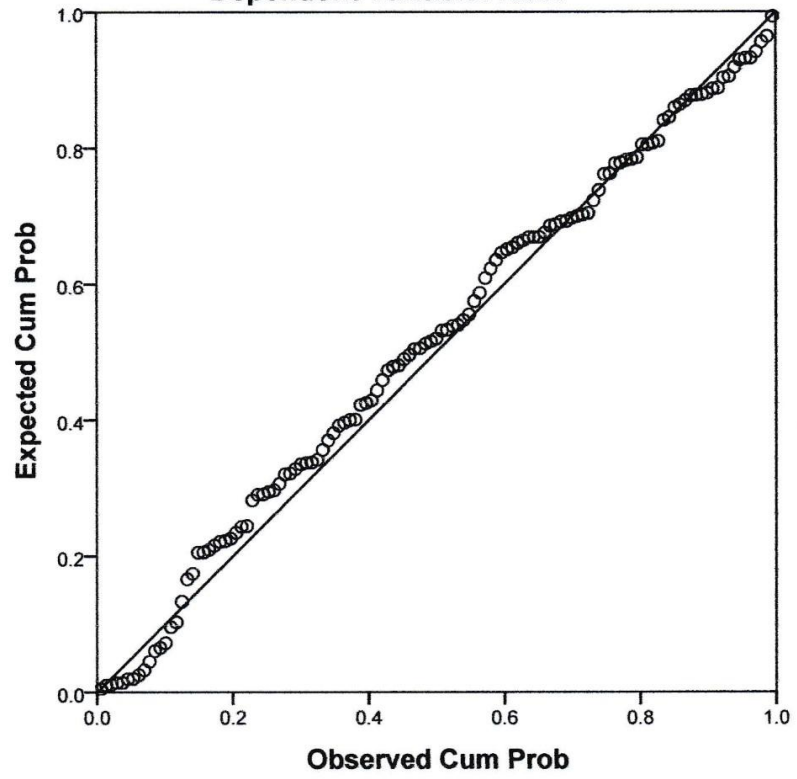
Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions			
				(Constant)	PPro	PPemb	PPema
1	1	3.921	1.000	.00	.00	.00	.00
	2	.055	8.462	.02	.99	.03	.02
	3	.016	15.661	.01	.01	.44	.74
	4	.008	22.158	.98	.00	.53	.24

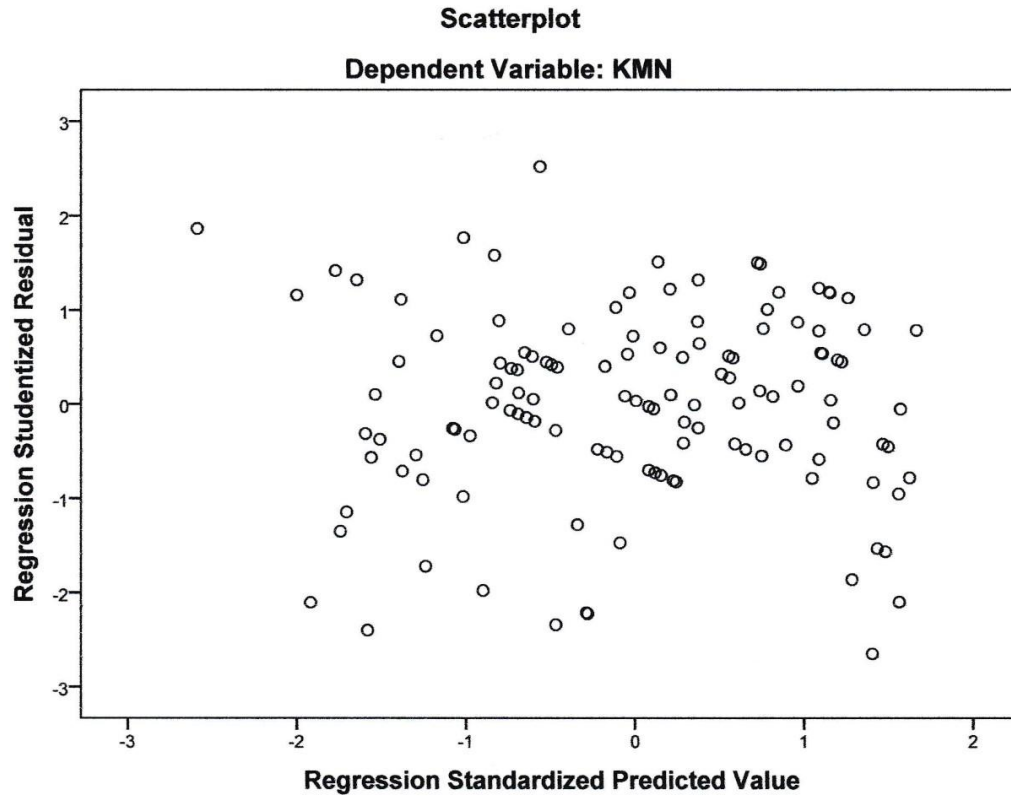
a. Dependent Variable: KMN



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: KMN





```
NPAR TESTS  
  /K-S(NORMAL)=RES_1  
  /MISSING ANALYSIS.
```

NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		125
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.42907861
Most Extreme Differences	Absolute	.059
	Positive	.041
	Negative	-.059
Test Statistic		.059
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

LAMPIRAN UJI T						
	0,50	0,20	0,10	0,05	0,02	0,01
α untuk uji satu pihak (<i>one tail test</i>)						
Dk	0,25	0,10	0,05	0,025	0,01	0,005
1	1,000	3,078	6,314	12,706	31,821	63,657
2	0,816	1,886	2,920	4,303	6,965	9,925
3	0,765	1,638	2,353	3,182	4,541	5,841
4	0,741	1,533	2,132	2,776	3,747	4,604
5	0,727	1,476	2,015	2,571	3,365	4,032
6	0,718	1,440	1,943	2,447	3,143	3,707
7	0,711	1,415	1,895	2,365	2,998	3,499
8	0,706	1,397	1,860	2,306	2,896	3,355
9	0,703	1,383	1,833	2,262	2,821	3,250
10	0,700	1,372	1,812	2,228	2,764	3,169
11	0,697	1,363	1,796	2,221	2,718	3,106
12	0,695	1,356	1,782	2,179	2,681	3,055
13	0,692	1,350	1,771	2,160	2,650	3,012
14	0,691	1,345	1,761	2,145	2,624	2,977
15	0,690	1,341	1,753	2,131	2,602	2,947
16	0,689	1,337	1,746	2,120	2,583	2,921
17	0,688	1,333	1,740	2,110	2,567	2,898
18	0,688	1,328	1,734	2,101	2,552	2,878
19	0,677	1,325	1,729	2,093	2,539	2,861
20	0,677	1,323	1,725	2,086	2,528	2,845
21	0,686	1,321	1,721	2,080	2,518	2,831
22	0,686	1,319	1,717	2,074	2,508	2,819
23	0,685	1,318	1,714	2,069	2,500	2,807
24	0,685	1,316	1,711	2,064	2,492	2,797
25	0,684	1,315	1,708	2,060	2,485	2,787
26	0,684	1,314	1,706	2,056	2,479	2,779
27	0,684	1,313	1,703	2,052	2,473	2,771
28	0,683	1,311	1,701	2,048	2,467	2,763
29	0,683	1,310	1,699	2,045	2,462	2,756
30	0,683	1,303	1,697	2,042	2,457	2,750
40	0,681	1,296	1,684	2,021	2,423	2,704
60	0,679	1,289	1,671	2,000	2,390	2,660
120	0,677	1,282	1,658	1,980	2,358	2,617
∞	0,674	1,282	1,645	1,960	2,326	2,576

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94

77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75

115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Padangsidempuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor : B-157/In.14/G.5a/PP.00.9/08/2016 Padangsidempuan, 18 Agustus 2016

Lampiran :-

Perihal : **Permohonan Kesediaan Menjadi Pembimbing**

Kepada Yth.

Bapak :

1. Muhammad Isa, ST., MM
2. Azwar Hamid, MA

Di

Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Dengan hormat, disampaikan kepada Bapak bahwa berdasarkan hasil sidang Tim Pengkajian Kelayakan Judul Skripsi, telah ditetapkan judul skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini sebagai berikut:

Nama : Ratna Sari
NIM : 12 220 0164
Fak/Jur : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah 4
Judul : Pengetahuan Konsumen (Consumer Knowledge) Mengenai Perbankan Syariah dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.
Judul Perbaikan : Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.

Seiring dengan hal tersebut, kami mengharapkan kesediaan Bapak menjadi Pembimbing I dan Pembimbing II penulisan penelitian skripsi mahasiswa yang dimaksud.

Demikian kami sampaikan, atas kesediaan dan kerjasama yang baik dari Bapak, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu 'alaikum Wr.Wb

Mengetahui:

Dekan



H. Fatahuddin Aziz Siregar, M. Ag
NIP. 19731128 200112 1 001

Ketua Jurusan



Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si
NIP. 19790525200604 1 004

PERNYATAAN KESEDIAAN SEBAGAI PEMBIMBING

~~BERSEDIA / TIDAK BERSEDIA~~

~~PEMBIMBING I~~



Muhammad Isa, ST., MM
NIP. 19800605 201101 1 003

~~BERSEDIA/TIDAK BERSEDIA~~

~~PEMBIMBING II~~



Azwar Hamid, MA
NIP. 19860311 201503 1 005



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan T.Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Padangsidimpuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor : B-1183 /In.14/G/G.4b/TL.00/08/2016
Lamp. : -
Hal : Mohon Izin Riset

22 Agustus 2016

th,
Pimpinan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk
Cabang Padangsidimpuan
Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan menerangkan bahwa:

Nama : Ratna Sari
NIM : 12 220 0164
Semester : IX (Sembilan)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah

adalah benar Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul "**Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan**".

Sehubungan dengan itu, dimohon bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan izin riset dan data sesuai dengan maksud judul di atas.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas kerja sama yang baik diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.



Dekan,

H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag
NIP.19731128 200112 1 001

No.226/BMI-PSP/X/2016

Padangsidimpuan, 11 Oktober 2016 M

10 Muharram 1438 H

Kepada Yth:

Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan
Di,

Tempat

Perihal: **balasan dan keterangan penelitian**

Assalamu'alaikum warohmatullah wabarokatuh

Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-NYA kepada kita semua dalam menjalankan aktivitas sehari-hari, aamiin.

Sesuai dengan surat permohonan yang telah kami terima dengan nomor B-1183/In.14/G/G.4b/TL.00/08/2016 dengan tanggal 22 Agustus 2016 perihal izin riset, maka dengan ini dapat kami sampaikan bahwa:

Nama : Ratna Sari
Nim : 12 220 0164
Semester : IX (Sembilan)
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

adalah benar telah kami berikan izin mengadakan penelitian di Bank Muamalat Indonesia Cabang Padangsidimpuan sejak tanggal 1 September 2016 dan telah selesai pada 30 September 2016 dengan judul penelitian "Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan."


Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum warohamtullahi wabarokatuh,

PT. BANK MUAMALAT INDONESIA, Tbk.
CABANG PADANGSIDIMPUAN


Arifin Perhyangan
Operation Manager


Bank Muamalat
KANTOR CABANG PADANGSIDIMPUAN


Zakia Khoiriyah
Personalia