



**PENGARUH MOTIVASI MENGHINDARI RIBA DAN PENGETAHUAN
PRODUK PERBANKAN SYARIAH TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI
NASABAH DI PT. BANK MUAMALAT INDONESIA TBK, KC
PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (SE) Program
Studi Perbankan Syariah*

Oleh

**HENI MUTIARA
NIM 16 401 00082**

PRODI PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN**

2020



**PENGARUH MOTIVASI MENGHINDARI RIBA DAN PENGETAHUAN
PRODUK PERBANKAN SYARIAH TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI
NASABAH DI PT. BANK MUAMALAT INDONESIA TBK, KC
PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (SE) Program
Studi Perbankan Syariah*

Oleh

**HENI MUTIARA
NIM 16 401 00082**

PRODI PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN**

2020



**PENGARUH MOTIVASI MENGHINDARI RIBA DAN PENGETAHUAN
PRODUK PERBANKAN SYARIAH TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI
NASABAH DI PT. BANK MUAMALAT INDONESIA TBK, KC
PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (SE) Program
Studi Perbankan Syariah*

Oleh

**HENI MUTIARA
NIM 16 401 00082**

PEMBIMBING I

**Dr. Darwis Harahap, S. HI., M. Si
NIP. 19780818 200901 1 015**

PEMBIMBING II

**Nurul Izzah, M. Si.
NIP. 19900122 201801 2 003**

**PRODI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
2020**



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

Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan 22733
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **Heni Mutiara**
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidimpuan, Juli 2020
Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Padangsidimpuan
Di-
Padangsidimpuan

Assalamu 'alaikumWr. Wb.

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n **Heni Mutiara** yang berjudul **"Pengaruh Motivasi Menghindari Riba dan Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KC Padangsidimpuan"**. Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang ilmu 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.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya dari Bapak/Ibu kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu 'alaikumWr. Wb.

PEMBIMBING I

Dr. Darwis Harahap, S.HL., M. Si
NIP. 19780818 200901 1 015

PEMBIMBING II

Nurul Uzzah, M. Si.
NIP. 19900122 201801 2 003

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : **HENI MUTIARA**
NIM : 16 401 00082
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
JudulSkripsi : **Pengaruh Motivasi Menghindari Riba dan Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di PT. Bannk Muamalat Indonesia Tbk KC Padangsidimpuan**

Dengan ini menyatakan bahwa saya 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 Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan 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 Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan, yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidimpuan, 10 Juni 2020
Pembuat Pernyataan,



HENI MUTIARA
NIM. 16 401 00082

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

Sebagai civitas akademik Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan,
saya yang bertandatangan di bawahini:

Nama : HENI MUTIARA
Nim : 16 401 00082
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **“Pengaruh Motivasi Menghindari Riba dan Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di PT. Bannk Muamalat Indonesia Tbk KC Padangsidempuan”**. Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikann tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan
Pada tanggal : 30 Juni 2020
Yang Menyatakan,



HENI MUTIARA
NIM. 16 401 00244



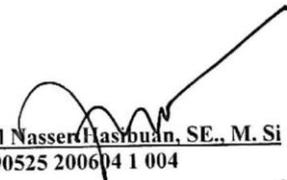
KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUNAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan. H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidempuan 22733
Telp.(0634) 22080 Fax.(0634) 24022

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Nama : HENI MUTIARA
Nim : 16 401 00082
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Motivasi Menghindari Riba Dan Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KC Padangsidempuan

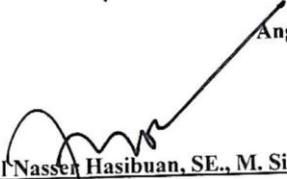
Ketua

Sekretaris


Dr. Abdul Nasser Hasibuan, SE., M. Si
NIP. 19790525 200604 1 004


Dr. Budi Gautama Siregar, S.Pd., MM
NIP. 19790720 201101 1 005

Anggota


Dr. Abdul Nasser Hasibuan, SE., M. Si
NIP. 19790525 200604 1 004


Dr. Budi Gautama Siregar, S.Pd., MM
NIP. 19790720 201101 1 005


Windari, MA
NIP: 19830510 201503 2 003


Nuru-Uzzah, M. Si
NIP. 19900122 201801 2 003

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah :

Di : Padangsidempuan
Hari/Tanggal : Selasa/28 Juli 2020
Pukul : 09.00 WIB
Hasil/Nilai : LULUS/73 (B)
Predikat : Cumlaude
IPK : 3,73



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

PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Motivasi Menghindari Riba dan Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KC Padangsidimpuan

NAMA : HENI MUTIARA

NIM : 16 402 00082

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas
dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar

Sarjana Ekonomi (S.E)

dalam Bidang Perbankan Syariah

Padangsidimpuan, 30 Agustus 2020
Dekan,

Dr. Darwis Harahap, S.HI, M.Si
NIP. 19780818 200901 1 015

ABSTRAK

Nama :Heni Mutiara
NIM :16 401 00082
Judul Skripsi :Pengaruh Motivasi Menghindari Riba Dan Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KC Padangsidempuan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh yang signifikan antara motivasi menghindari riba dan pengetahuan produk perbankan syariah terhadap keputusan menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KC Padangsidempuan

Teori-teori yang mendukung penelitian ini terdiri dari perilaku konsumen, faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, pengambilan keputusan, motivasi menghindari riba, motivasi, riba, pengetahuan produk perbankan syariah, perbankan syariah, pengetahuan produk.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner dan dokumentasi. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *random sampling* dengan jumlah sampel 99 orang. Untuk mempermudah proses analisis data penelitian ini maka dibantu dengan program SPSS versi 23.

Hasil uji t menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara motivasi menghindari riba dan pengetahuan produk perbankan syariah terhadap keputusan menjadi nasabah. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R^2) diperoleh nilai sebesar 0,342 atau (34,2%). Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel motivasi menghindari riba dan pengetahuan produk perbankan syariah terhadap variabel keputusan menjadi nasabah sebesar 0,342 atau (34,2%). Sedangkan sisa sebesar 0,658 atau (65,8%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

Kata Kunci :Motivasi Menghindari Riba, Pengetahuan Produk Perbankan Syariah, Keputusan Menjadi Nasabah.

KATA PENGANTAR



Assalaamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillah, puji syukur kita sampaikan 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, pencerah dunia dari kegelapan beserta keluarga dan para sahabatnya.

Skripsi ini berjudul: **“Pengaruh Motivasi Menghindari Riba dan Pengatahuan Produk Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KC Padangsidempuan”**, ditulis untuk melengkapi 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 terbatas dan 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 mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL., selaku Rektor IAIN Padangsidimpuan, Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar M.A., selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. H. Sumper Mulia Harahap M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Bapak Drs. Kamaluddin M.Ag., selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. H. Arbanur Rasyid, M.A selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Nofinawati, S.EI., M.A., selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah dan Ibu Hamni Fadlilah, M.Pd selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidimpuan.
4. Bapak Dr. Darwis Harahap, S. HI., M. Si., selaku pembimbing I dan Ibu Nurul Izzah, M. Si., selaku pembimbing II, yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan, dan petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas setiap kebaikan kedua beliau.

5. Bapak Yusri Fahmi M.Hum., selaku 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 Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuandandorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.
7. Teristimewa kepada Ibunda tercinta Hj. Ida Hairani yang selama ini telah membimbing, mendukung dan tiada henti-hentinya memberikan semangat kepada peneliti dalam pengerjaan skripsi ini. Beliau selalu mendoakan agar penulisan skripsi ini berjalan dengan lancar sesuai yang diharapkan. Dan untuk Alm Ayah tercinta H. Sarmin Nasution yang telah berpulang ke rahmatullah, semogadiampuni segala dosanya dan ditempatkan di tempat orang-orang yang beriman. Kedua beliau merupakan semangat peneliti hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Muhammad Arpin, Zul Padli, Ari Yulita, Qudriansyah, selaku abang dan kakak peneliti yang turut menyemangati peneliti dalam mengerjakan skripsi ini, dan kepada saudara-saudari serta keluarga lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang turut mendo'akan selama proses perkuliahan dan penulisan skripsi ini.
9. Sahabat-sahabat peneliti yaitu Rahmita Nasution, Ira Widya Putri, anggota dari kos kopi coklat yaitu, Sinta Nuriah, Mila Dani, Fitriyah Nur Lubis, Rafidah Nur Lubis, Ardina Hasibuan, Aida Safitri Hasibuan, Rima Lubis

yang selalu membantu, memberikan dukungan serta semangat kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

10. Teman-teman Perbankan Syariah angkatan 2016 yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada peneliti selama proses perkuliahan dan penyusunan penulisan skripsi ini.
11. 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.

Wassalaamu'alaikum Wr. Wb

Padangsidempuan, 28 Juli 2020
Peneliti,

HENI MUTIARA
NIM. 16 401 00082

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

A. 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 di lambangkan	Tidak di lambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	esdan ye
ص	šad	š	s (dengantitikdibawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	žā	ž	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Komaterbalik 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
---	----	---	----

B. Vokal

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

1. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
— /	fathah	A	A
— /	Kasrah	I	I
— و	ḍommah	U	U

2. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
ي.....	fathah danya	Ai	a dan i
و.....	fathah dan wau	Au	a dan u

3. Maddah adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ي..... ا.....	fathah dan alif atau ya	ā	a dangaris atas
ي.....	Kasrah dan ya	ī	I dangaris di bawah
و.....	ḍommah dan wau	ū	u dangaris di atas

C. Ta Marbutah

Transliterasi untuk Ta Marbutah ada dua:

1. *Ta Marbutah* hidup yaitu *Ta Marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dommah, transliterasinya adalah /t/.
2. *Ta Marbutah* mati yaitu *Ta Marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhirkatanya *Ta Marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *Ta Marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

D. 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 diberitanda *syaddah* itu.

E. 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*.

1. 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.

2. 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.

F. 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.

G. 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.

H. Huruf Kapital

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

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain

sehingga ada huruf atau harkat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

I. 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 Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. Jakarta: Proyek Pengkajiandan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama, 2003.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL/SAMPUL	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	vi
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	
.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Batasan Masalah	9
D. Definisi Operasional Variabel	9
E. Rumusan Masalah	11
F. Tujuan Penelitian	11
G. Manfaat Penelitian	12
H. Sistematika Pembahasan	12
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Kerangka Teori	15
1. Perilaku Konsumen	15
a. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen	17
b. Pengambilan Keputusan	21
3. Motivasi Menghindari Riba	25
a. Motivasi	25
b. Riba	26
c. Motivasi Menghindari Riba	32
4. Pengetahuan Produk Perbankan Syariah	35
a. Perbankan Syariah	35
b. Pengetahuan Produk	44
B. Penelitian Terdahulu	45
C. Kerangka Pikir	47
D. Hipotesis	48
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	50
B. Jenis Penelitian	50
C. Populasi dan Sampel	51
a. Populasi	51
b. Sampel	51

D. Sumber Data	53
1. Data Primer	53
2. Data Sekunder	53
E. Teknik Pengumpulan Data	54
1. Angket	54
2. Dokumentasi	55
F. Uji Instrumen	55
1. Uji Validitas	55
2. Uji Reliabilitas	55
G. Teknik Analisis Data	56
1. Uji Asumsi Klasik	56
a. Uji Normalitas	56
b. Uji Multikolinearitas	56
c. Uji Heteroskedastisitas	57
2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	57
3. Analisis Regresi Linear Berganda	58
4. Uji Hipotesis	58
a. Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t)	58
b. Uji Koefisien Regresi Simultan (Uji F)	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Deskripsi Umum Objek Penelitian	60
1. Gambaran Umum Objek Penelitian	60
2. Gambaran Umum Responden	65
B. Analisis Hasil Penelitian	66
1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	66
a. Uji Validitas	66
b. Uji Reliabilitas	67
2. Uji Asumsi Klasik	69
a. Uji Normalitas	69
b. Uji Multikolinearitas	69
c. Uji Heteroskedastisitas	71
3. Uji Determinasi (R^2)	72
4. Analisis Regresi Linear Berganda	73
5. Uji Hipotesis	74
a. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)	74
b. Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji f)	76
C. Pembahasan Hasil Penelitian	77
D. Keterbatasan Penelitian	79
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	80
B. Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Jumlah Nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Kc Padangsidempuan	6
Tabel 1.2 Definisi Operasional Variabel	10
Tabel 2.1 Isu-isu Perilaku Konsumen	16
Tabel 2.2 Perbedaan Bagi Hasil Dengan Sistem Bunga	31
Tabel 2.3 Perbedaan Antara Bank Syariah Dengan Bank Konvensional	37
Tabel 2.4 Penelitian Terdahulu	45
Tabel 3.1 Penetapan Skor Alternative Atas Jawaban Kusiner	54
Tabel 3.2 Tingkat Koefisien Determinasi dan Kekuatan Pengaruh	65
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Usia	65
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	65
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	66
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel Motivasi Menghindari Riba (X1)	66
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel Pengetahuan Perbankan Syariah (X2)	67
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Menjadi Nasabah (Y)	67
Tabel 4.4 Hasil Uji Realiabilitas	68
Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas	69
Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinearitas	70
Tabel 4.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas	71
Tabel 4.8 Hasil Uji Determinasi	72
Tabel 4.9 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	73
Tabel 4.10 Hasil Uji koefisien secara parsial (Uji t)	75
Tabel 4.11 Hasil Signifikan Simultan (Uji f)	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Pembelian	22
Gambar 2.2 Kerangka Pikir	48

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Struktur Organisasi BMI KC Padangsidempuan
- Lampiran 2 : Surat Validasi Angket Oleh Ibu Hamni Padlilah, M.Pd
- Lampiran 3 : Lembar Validasi Angket Motivasi Menghindari Riba Oleh Ibu Hamni Padlilah, M.Pd
- Lampiran 4 : Lembar Validasi Angket Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Oleh Ibu Hamni Padlilah, M.Pd
- Lampiran 5 : Lembar Validasi Angket Keputusan Menjadi Nasabah Oleh Ibu Hamni Padlilah, M.Pd
- Lampiran 6 : Kusioner Penelitian
- Lampiran 7 : Rekapitulasi Data Motivasi Menghindari Riba
- Lampiran 8 : Rekapitulasi Data Pengetahuan Produk Perbankan Syariah
- Lampiran 9 : Rekapitulasi Data Keputusan Menjadi Nasabah
- Lampiran 10 : Hasil Output Uji Validitas Motivasi Menghindari Riba
- Lampiran 11 : Hasil Output Uji Validitas Pengetahuan Produk Perbankan Syariah
- Lampiran 12 : Hasil Output Uji Validitas Keputusan Menjadi Nasabah
- Lampiran 13 : Hasil Output Uji Reliabilitas Variabel Motivasi Menghindari Riba, Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Dan Keputusan Menjadi Nasabah
- Lampiran 14 : Hasil Output Uji Normalitas
- Lampiran 15 : Hasil Output Uji Multikolinearitas
- Lampiran 16 : Hasil Output Uji Heteroskedastisitas
- Lampiran 17 : Hasil Output Uji Determinasi
- Lampiran 18 : Hasil Output Uji Analisis Regresi Linear Berganda
- Lampiran 19 : Hasil Output Uji Koefisien Secara Parsial (Uji t)
- Lampiran 20 : Hasil Output Uji Signifikan Simultan (Uji F)
- Lampiran 21 : Lampiran Dokumentasi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dunia perbankan di Indonesia, yang berlandaskan syariah muncul sebagai dinamika perkembangan bank konvensional. Di Indonesia hadir sebagai gebrakan awal, yaitu Bank Muamalat Indonesia bank yang berlandaskan syariah. Memang di Indonesia landasan hukum syariah masih lemah. Hal tersebut jelas terpapar dalam UU No. 7 Tahun 1992, tetapi bukan sebagai halangan perkembangan bank syariah, namun tetap merupakan tonggak penting bagi keberadaan bank syariah di Indonesia.

UU No. 7 Tahun 1992 akan tergerus akan kemajuan bank syariah yang semakin pesat. Oleh karena itu pemerintah merevisinya sehingga menjadi UU No. 10 Tahun 1998. Dalam UU tersebut tertulis kedudukan bank syariah di Indonesia secara hukum mulai menjadi kuat. Bahkan bukan hanya itu saja, disitu tertulis bahwa bank konvensional membuka unit yang berbasis syariah. Sejak saat itu mulailah bermunculan bank konvensional yang membuka unit-unit bank syariah.

Harus diakui pertumbuhan bank syariah di Indonesia merupakan fenomena yang sangat menarik. Jumlah penduduk di Indonesia telah mencapai 200 juta jiwa yang merupakan peluang pasar yang sangat potensial menggiurkan dari posisi profitabilitasnya. Dari sisi lain di tiap-tiap negara, terutama yang masyarakatnya mayoritas muslim, tidak mempunyai infrastruktur pendukung dalam operasional perbankan syariah secara merata.

Konsekuensi perkembangan di tiap-tiap Negara tentunya akan berdampak, baik langsung maupun tidak langsung terhadap perkembangan perbankan syariah di dunia. Apalagi saat ini ketika produk-produk keuangan semakin cepat berkembangnya.¹

Bila dilihat ke belakang pada tahun 1997 terjadi krisis ekonomi yang melanda negara-negara di Asia, termasuk Negara Indonesia. Peristiwa ini membuktikan betapa besar efek negatif yang ditimbulkan oleh sistem bunga yang terap pada bank konvensional terhadap inflasi, investasi, produksi, pengangguran dan kemiskinan hingga memporandakan hamper semua aspek sendi kehidupan ekonomi dan sosial politik Negara kita.² Perkembangan perbankan syariah di Indonesia tidak terlepas dari sistem perbankan secara umum. Ada alasan utama berdirinya perbankan syariah di Indonesia yaitu adanya pandangan bahwa bunga pada bank konvensional hukumnya haram dan dari segi ekonomi dimana penyerahan risiko dibebankan pada salah satu pihak dinilai melanggar norma keadilan.

Penilaian tersebut diperkuat dengan munculnya fatwa yang dikeluarkan Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang menyatakan bahwa bunga bank sama dengan riba dan hukumnya haram dalam syariah Islam. Sebagaimana firman Allah SWT dalam Al-Qur'an banyak sekali yang menyebutkan diharamkannya riba, salah satu di antaranya surat Al-Baqarah ayat 275 sebagai berikut:

¹Khaerul Umum, *Manajemen Perbankan Syariah*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2013), hlm. 21-22.

²A.mir Machmud dan H. Rukmana, *Bank Syariah Teori, Kebijakan, dan Studi Empiris di Indonesia*, (Jakarta: Erlangga, 2010), hlm. 6-20.

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

Artinya: “Orang-orang yang Makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.”³

Berdasarkan ayat tersebut dijelaskan bahwa Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Adanya larangan riba dalam melakukan kegiatan di lembaga perbankan syariah yang diatur oleh agama Islam sangat mempengaruhi kegiatan umat Islam dalam kehidupan sehari-hari, khususnya dalam memutuskan untuk menjadi nasabah di sebuah bank yang mampu

³ Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah*, (Ciputat: Penerbit Lentera Hati, 2000), hlm. 549.

menunjang aktivitas ekonomi. Oleh karena itu, bank syariah hadir di Indonesia sebagai alternatif terhadap persoalan pertentangan antara bunga bank dan riba. Riba berarti menetapkan bunga atau melebihkan jumlah pinjaman pokok secara bathil, dan menurut jumbuh ulama riba hukumnya haram.

Pengembangan suatu produk sangat didasari oleh kepercayaan para konsumen (nasabah) bila mana dalam pembayaran cicilan angsuran meningkat tajam, hal ini secara tidak langsung rasa ketakutan konsumen telah menghantui pada besarnya angsuran yang dibayarkan perbulan. Konsumen atau nasabah akan memperhatikan kualitas dari suatu perbankan seperti pelayanan serta produk yang ditawarkan sehingga nasabah termotivasi untuk menggunakannya dengan mempertimbangkan hal itu untuk mencari kepuasan.⁴

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah dalam memilih produk perbankan syariah adalah *process*, *brand awareness* dan *perceived quality*, *physical evidence*, *perceived value* dan faktor social, *pricing*, *promotion*, *people* dan faktor sosial, produk dan faktor pribadi, *pleace*, *physical evidence* dan faktor budaya, dan yang paling dominan berpengaruh adalah *process*.⁵

⁴Zulkifli Zainuddin, dkk, "Analisis Faktor Dalam Pengambilan Keputusan Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Perbankan Syariah", *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, Vol.1, No.1, Juni 2016: 1-12 ISSN 2527 – 7502, hlm. 2.

⁵Ela Patriana dan Nurismalatri, "Analisis Faktor Penentu Keputusan Konsumen Muslim Dalam Memilih Jasa Perbankan Bank Syariah Vc Bank Konvensional", *Junal Lembaga Keuangan dan Perbankan*, Vol 3, No. 1, Januari-Juni 2018, hlm.3.

Pengetahuan produk diperlukan sebagai dasar suksesnya suatu produk biasanya melalui penggunaan keterlibatan pada suatu produk. Pengetahuan konsumen tentang suatu produk yang diharapkan dapat mempengaruhi kepuasan secara positif, sebab suatu pengetahuan akan membuat tentang produk akan realistis. Efek pengetahuan positif apabila penggunaan pengetahuan diperlukan sebagai dasar suksesnya suatu produk, biasanya melalui penggunaan/ keterlibatan pada suatu produk dan pengetahuan produk menyiratkan suatu struktur memori di dalam benak konsumen.

Pengetahuan produk mencakup kesadaran akan kategori dan jenis produk, terminologi produk, atribut atau ciri produk, dan kepercayaan tentang jenis produk secara umum. Informasi ini diperoleh melalui analisis kesadaran konsumen dan jenis produk yang tersedia. Salah satu aspek pengetahuan produk adalah harga, sesuatu yang dapat digunakan untuk mendapatkan informasi baru dan membuat pilihan. Tingkat pengetahuan dibentuk ketika seseorang mengkombinasikan beberapa konsep kedalam arti pengetahuan yang lebih jelas.⁶

Pada umumnya, nasabah yang akan melakukan pembelian sebuah produk selalu mencari pengenalan produk yang tujuannya untuk melakukan perbandingan dan menambah pengetahuan yang dimiliki oleh nasabah terhadap suatu produk serta melakukan tinjauan langsung sesuai dengan

⁶Sri Kussujaniatun dan Winaimawati, “ Pengaruh Pengetahuan Produk, Nilai, dan Kualitas Yang di Persepsikan Terhadap Kepuasan Pelanggan Mobil Toyota”, *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol. 5, No. 1 April 2011, hlm.31.

kebutuhannya dan akan mempengaruhi kecenderungannya dalam pengambilan sebuah keputusan.

Pengetahuan produk akan menimbulkan motivasi nasabah untuk melakukan pembelian sebuah produk sehingga dapat meningkatkan jumlah nasabah setiap tahunnya seperti di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, Kc Padangsidempuan setiap tahunnya jumlah nasabah selalu bertambah.

Berikut adalah perkembangan jumlah nasabah pada produk-produk di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, KC Padangsidempuan dari tahun 2014-2018:

Tabel 1.1
Data Jumlah Nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, KC
Padangsidempuan dari Tahun 2014-2018:

No	Tahun	Tabungan	%	Deposito	%	Giro	%
1	2014	5.798	97,3	15	0,25	143	2,40
2	2015	6.274	97,4	18	0,27	145	2,25
3	2016	7.024	97,6	27	0,37	145	2,01
4	2017	7.706	97,6	41	0,51	147	1,86
5	2018	8.948	97,5	79	0,86	149	1,62

Sumber: PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, KC Padangsidempuan

Berdasarkan tabel tersebut perkembangan jumlah nasabah meningkat tiap tahunnya dikarenakan pada masa sekarang ini sudah banyak masyarakat yang mengetahui tentang produk-produk perbankan syariah pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, KC Padangsidempuan yang tentunya baik pihak nasabah atau bank tidak ada yang merasa terdzolimi karena hubungan nasabah dengan bank adalah mitra.

Sebelumnya telah terdapat beberapa penelitian pengetahuan produk yang mempengaruhi keputusan menjadi nasabah menurut penelitian yang

dilakukan oleh Anton Bawono dan Milatunnikmah Finisia Rahajeng Oktaviani tentang Analisis Pemahaman, Produk, dan Analisis Pemahaman, Produk, dan Tingkat Religiusitas terhadap Keputusan Mahasiswa IAIN Menjadi Nasabah Bank Syariah Cabang Salatiga, menyatakan bahwa yang berpengaruh positif dan signifikan hanya variabel produk saja, karena produk-produk yang ditawarkan bank syariah sangat inovatif sehingga membuat mahasiswa tertarik untuk membuka rekening pada BSM cab. Salatiga. Sedangkan variabel pemahaman bank syariah dan tingkat religiusitas mahasiswa berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan mahasiswa IAIN Salatiga menjadi nasabah pada BSM cab. Salatiga.⁷

Penelitian yang dilakukan oleh Nurmala Dewi, tentang Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan dan Nisbah Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di BTM MENTARI Ngunut Tulungagung, menyatakan bahwa pengetahuan produk tabungan terhadap keputusan menjadi nasabah, Pengaruh pengetahuan produk tabungan berpengaruh positif dan signifikan pada BTM Mentari Ngunut Tulungagung, oleh karena itu agar dapat meningkatkan nasabah, BTM Mentari harus menjelaskan jenis produk-produk tabungan yang ada.⁸

⁷Anton bawono dan Milatunnikmah Finisia Rahajeng Oktaviani, ” Analisis Pemahaman, Produk, dan Analisis Pemahaman, Produk, dan Tingkat Religiusitas terhadap Keputusan Mahasiswa IAIN Menjadi Nasabah Bank Syariah Cabang Salatiga”, Vol 7 No. 1, Juni 2016

⁸Nurmala dewi, “Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan Dan Nisbah Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di BTM MENTARI Ngunut Tulungagung”, Fakultas Ekonomi Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Eko Yuliawan tentang Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah pada PT. Bank Syariah Cabang Bandung, menyatakan bahwa ternyata pengetahuan konsumen memberikan pengaruh kepada keputusan konsumen sedangkan sisanya 55.2 % dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel X (Pengetahuan Konsumen) yang tidak diteliti.⁹

Berdasarkan beberapa penelitian di atas, dapat dilihat bahwa pengetahuan produk yang mempengaruhi keputusan menjadi nasabah menunjukkan hasil yang berbeda. Perbedaan ini dapat disebabkan karena adanya perbedaan objek penelitian, tahun penelitian, maupun sampel yang digunakan. Dari perbedaan penelitian terdahulu, peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian di Bank Muamalat Indonesia Tbk, KC Padangsidimpuan karena Bank Muamalat merupakan bank syariah yang pertama di Indonesia yang identik dengan nasabah yang beragama Islam serta paham akan riba dengan menambahkan satu variabel tentang motivasi menghindari riba.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Motivasi Menghindari Riba dan Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, KC Padangsidimpuan”**.

⁹Eko yuliawan, “Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah pada PT. Bank Syariah Cabang Bandung”, *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, Vol. 1, No. 01, April 2011.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang di atas, maka yang menjadi identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pemahaman nasabah tentang riba masih sangat kurang sehingga tidak ada timbul motivasi menghindari riba pada diri nasabah.
2. Masih banyaknya nasabah yang tidak mengetahui apa-apa saja produk perbankan syariah yang ada di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, Kc Padangsidempuan.
3. Kurangnya promosi produk-produk perbankan syariah yang dilakukan oleh PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, Kc Padangsidempuan.
4. Nasabah masih mengira bahwa bank syariah sama dengan bank konvensional yang mengandung riba didalamnya.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah pada penelitian ini, maka perlu dilakukan pembatasan masalah agar pembahasan ini lebih terarah dan terfokus pada permasalahan yang di kaji. Adapun permasalahan yang diteliti yaitu membahas apakah ada pengaruh motivasi menghindari riba dan pengetahuan produk perbankan syariah terhadap keputusan menjadi nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, KC Padangsidempuan.

D. Definisi Operasional Variabel

Untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman terhadap istilah yang dipakai dalam judul penelitian maka disini dibuat definisi operasional variabel, guna

menjelaskan istilah yang dipakai dalam penelitian ini. Definisi yang terdapat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1.2
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
1	Motivasi menghindari riba	Merupakan sebagai setiap kekuatan yang muncul dari dalam diri seseorang, ¹⁰ untuk menghindari bahaya riba atau bunga bank yang telah diharamkan oleh Allah dengan tujuan memulai transaksi yang lebih halal dan tidak bertentangan dengan prinsip ekonomi islam.	1. Adanya keinginan untuk menghindari bahaya riba 2. Adanya keinginan untuk bertransaksi sesuai dengan syariat islam 3. Perbedaan bunga dan bagi hasil.	Ordinal
2	Pengetahuan produk perbankan syariah	Segala informasi yang berhubungan dengan suatu produk yang diinginkan oleh seorang konsumen dalam dunia perbankan syariah.	1. Jenis produk yang dikeluarkan bank syariah 2. Manfaat produk bank syariah 3. Perbedaan perbankan syariah dengan bank konvensional	Ordinal
3	Keputusan menjadi nasabah	Merupakan sesuatu hal yang diputuskan konsumen untuk memutuskan pilihan atas tindakan pembelian barang atau jasa. ¹¹	1. Pengenalan masalah. 2. Pencarian informasi. 3. Evaluasi alternatif. 4. Keputusan pembelian.	Ordinal

¹⁰Sudarwan Denim, *Motivasi, Kepemimpinan dan Efektivitas Kelompok*, (Jakarta: Rineka Cipt, 2012), hlm. 15.

¹¹Sutisana, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran* (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2003), hlm. 15.

			5. Perilaku pasca pembelian.	
--	--	--	------------------------------------	--

E. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh motivasi menghindari riba terhadap keputusan menjadi nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, KC Padangsidempuan ?
2. Apakah terdapat pengaruh pengetahuan produk perbankan syariah terhadap keputusan menjadi nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, KC Padangsidempuan ?
3. Apakah terdapat pengaruh motivasi menghindari riba dan pengetahuan produk perbankan syariah terhadap keputusan menjadi nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, KC Padangsidempuan ?

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat dilihat yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh motivasi menghindari riba terhadap keputusan menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, KC Padangsidempuan.
2. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan produk perbankan syariah terhadap keputusan menjadi nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, KC Padangsidempuan.

3. Untuk mengetahui pengaruh motivasi menghindari riba dan pengetahuan produk perbankan syariah terhadap keputusan menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, KC Padangsidempuan.

G. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Dengan melakukan penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi peneliti tentang PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, KC Padangsidempuan.

2. Bagi Lembaga Tempat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi mengenai pengaruh motivasi menghindari riba dan pengetahuan produk perbankan syariah terhadap keputusan menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, KC Padangsidempuan.

3. Bagi Lembaga Perguruan Tinggi

Penelitian ini diharapkan bisa menambah perbendaharaan perpustakaan IAIN Padangsidempuan.

H. Sistematika Pembahasan

Adapun sistematika pembahasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bab I dalam kajian pendahuluan terdapat latar belakang masalah, dilanjutkan pada bagian identifikasi masalah, dalam bagian identifikasi masalah membahas masalah atau merangkum masalah yang sudah dipaparkan pada latar belakang. Sesudah dibuat identifikasi masalah dilanjutkan

pembatasan masalah dari masalah yang ada diidentifikasi masalah dibatasi untuk menjadi fokus penelitian. Kemudian dibuat definisi operasional variabel guna menjelaskan tentang variabel yang ada. Lanjut pada pembuatan rumusan masalah yang diambil dari batasan masalah dijadikan sebuah pertanyaan. Kemudian diberi jawaban pada tujuan penelitian. Kemudian dicantumkan pada siapa saja kegunaan penelitian.

Bab II dalam landasan teori terdapat bagian-bagian yaitu, kerangka teori. Dalam kerangka teori terdapat penjelasan-penjelasan dari sub bab yang akan dibahas dari judul diangkat untuk penelitian. Kemudian dicantumkan penelitian-penelitian yang berkaitan pada penelitian yang akan dilaksanakan sebagai acuan pada peneliti sebagai pembeda. Dilanjutkan pada bagian hipotesis sebagai jawaban sementara dari kerangka pikir tersebut.

Bab III dalam metodologi penelitian mencakup adanya lokasi penelitian dimana penelitian akan dilaksanakan, sesudah ada tempat maka diperlukan juga waktu yang menjadi patokan peneliti untuk menyelesaikan penelitian. Selanjutnya ditentukan populasi sebagai jumlah responden yang akan diteliti dan dibatasi dalam bentuk sampel sebagian dari populasi. Kemudian dicantumkan apa-apa saja alat dalam pengumpulan data yang dilakukan peneliti, sehingga jelas arah penelitian yang dilakukan, kemudian dilanjutkan pada pengujian datanya.

Bab IV berisi hasil penelitian dan pembahasan yang tersusun atas hasil-hasil penelitian yang merupakan kumpulan data-data yang diperoleh dan

pembahasan yang merupakan hasil analisis peneliti terhadap permasalahan yang telah dirumuskan.

Bab V merupakan penutup yang memuat kesimpulan saran-saran yang di anggap perlu.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Perilaku Konsumen

Istilah perilaku erat hubungannya dengan objek yang studinya diarahkan pada permasalahan manusia. Di bidang studi pemasaran, konsep perilaku konsumen secara terus-menerus dikembangkan dengan berbagai pendekatan. Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengonsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusui tindakan ini.

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 serta dimana (kejadian di sekitar) yang mempengaruhi serta dipengaruhi oleh apa yang dipikirkan, dirasa, dan dilakukan konsumen.

The American Marketing Association mendefinisikan perilaku konsumen sebagai berikut:

“Perilaku konsumen merupakan interaksi dinamis antara afeksi dan kognisi, perilaku, dan lingkungan dimana manusia melakukan kegiatan pertukaran dalam hidup mereka”.¹²

Dari definisi tersebut di atas terdapat tiga ide penting, yaitu:

- a. Perilaku konsumen adalah dinamis

¹²Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), hlm.2-3.

- b. Hal tersebut melibatkan interaksi antara afeksi dan kognisi, perilaku dan kejadian di sekitar
- c. Hal tersebut melibatkan pertukaran.

Tabel 2.1
Isu-Isu perilaku konsumen

Elemen strategi	Isu konsumen
Segmentasi	<ul style="list-style-type: none"> a. Konsumen mana yang paling tepat untuk produk kita ? b. Produk mana yang harus digunakan untuk mensegmentasi pasar produk kita ?
Produk	<ul style="list-style-type: none"> a. Produk mana yang digunakan oleh konsumen saat ini ? b. Keuntungan apa yang diharapkan konsumen dari produk tersebut ?
Promosi	<ul style="list-style-type: none"> a. Promosi yang bagaimana yang dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli dan menggunakan produk kita ? b. Iklan yang bagaimana yang paling efektif untuk produk kita ?
Harga	<ul style="list-style-type: none"> a. Seberapa penting harga bagi konsumen untuk setiap pasar sasaran ? b. Apa dampak dari perubahan harga terhadap perilaku pembelian ?
Distribusi	<ul style="list-style-type: none"> a. Dimana konsumen membeli produk ini ? b. Apakah sistem distribusi yang berbeda akan mengubah perilaku pembelian ?

Tabel 2.1 menyajikan beberapa isu perilaku konsumen yang dilibatkan dalam mengembangkan berbagai aspek strategi pemasaran. Isu tersebut didapat melalui riset pemasaran formal, diskusi informal dengan konsumen, atau intuisi tentang pemikiran dan hubungan antara perilaku konsumen dan strategi pemasaran.¹³

¹³ *Ibid*, hlm.9.

a. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Keputusan pembelian dari pembeli sangat dipengaruhi oleh factor kebudayaan, social, pribadi, dan psikologi dari pembeli sebagian besar adalah faktor-faktor yang tidak dapat dikendalikan oleh pemasar, tetapi harus benar-benar diperhitungkan, karenanya kita akan membahas pengaruh tiap faktor terhadap perilaku pembelian.

1) Faktor-faktor kebudayaan

a) Kebudayaan

Kebudayaan merupakan faktor penentu yang paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Bila makhluk lain bertindak berdasarkan naluri, maka perilaku manusia umumnya dipelajari.

b) Subbudaya

Setiap kebudayaan terdiri dari subbudaya-subbudaya yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk para anggotanya. Subbudaya dapat dibedakan menjadi empat jenis: kelompok nasionalisme, kelompok keagamaan, kelompok ras, dan area geografis.

c) Kelas sosial

Kelas-kelas sosial adalah kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam suatu masyarakat, yang tersusun secara hirarki dan yang keanggotaannya mempunyai nilai, minat, dan perilaku yang serupa.

2) Faktor-faktor sosial

a) Kelompok referensi

Kelompok referensi seseorang terdiri dari seluruh kelompok yang mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Beberapa diantaranya kelompok primer, yang dengan adanya interaksi yang cukup berkesinambungan, seperti keluarga, teman, tetangga, dan teman sejawat. Kelompok sekunder, yang cenderung lebih resmi dan yang mana interaksi yang terjadi kurang berkesinambungan. Kelompok yang seseorang ingin menjadi anggota disebut kelompok aspirasi. Sebuah kelompok diasosiatif (memisahkan diri) adalah sebuah kelompok yang nilai atau perilakunya tidak disukai oleh individu.

b) Keluarga

Kita dapat membedakan dua keluarga dalam kehidupan pembeli, yang pertama ialah: keluarga orientasi, yang merupakan orangtua seseorang. Dari orangtua seseorang mendapatkan pandangan tentang agama, politik, ekonomi, dan merasakan ambisi pribadi nilai atau harga diri dan cinta. Keluarga prokreasi, yaitu pasangan hidup anak-anak seseorang keluarga merupakan organisasi pembeli yang konsumen yang paling penting dalam suatu masyarakat dan telah diteliti secara intensif.

c) Peran dan status

Seseorang umumnya berpartisipasi dalam kelompok selama hidupnya-keluarga, klub, organisasi. Posisi seseorang dalam setiap kelompok setiap kelompok dapat diidentifikasi dalam peran dan status.

3) Faktor pribadi

a) Umur dan tahapan dalam siklus hidup

Konsumsi seseorang juga dibentuk oleh tahapan siklus hidup keluarga. Orang-orang dewasa biasanya mengalami perubahan dan transformasi tertentu tertentu pada saat mereka menjalani hidupnya.

b) Pekerjaan

Para pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok-kelompok pekerja yang memiliki minat di atas rata-rata terhadap produk dan jasa tertentu.

c) Keadaan ekonomi

Yang dimaksud dengan keadaan ekonomi seseorang adalah terdiri dari pendapatan yang dapat dibelanjakan (tingkatnya, stabilitasnya, dan polanya), tabungan dan hartanya (termasuk persentase yang mudah dijadikan uang), kemampuan untuk meminjam dan sikap terhadap mengeluarkan lawan menabung.

d) Gaya hidup

Gaya hidup seseorang adalah pola hidup di dunia yang diekspresikan oleh kegiatan, minat, dan pendapat seseorang.

Gaya hidup menggambarkan “seseorang secara keseluruhan” yang berinteraksi dengan lingkungan. Gaya hidup juga mencerminkan sesuatu dibalik kelas social seseorang.

e) Kepribadian dan konsep diri

Yang dimaksud dengan kepribadian adalah karakteristik psikologis yang berbeda dari setiap orang yang memandang responnya terhadap lingkungan yang relatif konsisten. Kepribadian merupakan suatu variabel yang sangat berguna dalam menganalisis perilaku konsumen. Bila jenis-jenis kepribadian dapat di klasifikasikan dan memiliki korelasi yang kuat antara jenis-jenis kepribadian tersebut dan berbagai pilihan produk atau merek.

4) Faktor-faktor psikologi

a) Motivasi

Beberapa kebutuhan bersifat biogenic, kebutuhan ini timbul dari suatu keadaan fisiologis tertentu, seperti rasa lapar, haus, resah tidak nyaman.

b) Persepsi

Persepsi didefinikan sebagai proses dimana seseorang memilih, mengorganisasikan, mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti dari dunia ini. Orang dapat memiliki persepsi yang berbeda dari objek yang sama karena adanya tiga proses persepsi: perhatian yang

selektif, gangguan yang selektif, mengikat kembali yang selektif.

c) Proses belajar

Proses belajar menjelaskan perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman.

d) Kepercayaan dan sikap

Kepercayaan adalah suatu gagasan deskriptif yang dimiliki seseorang terhadap sesuatu.

b. Pengambilan Keputusan

Menurut Nugroho J Setiadi menjelaskan : “Keputusan pembelian konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya:

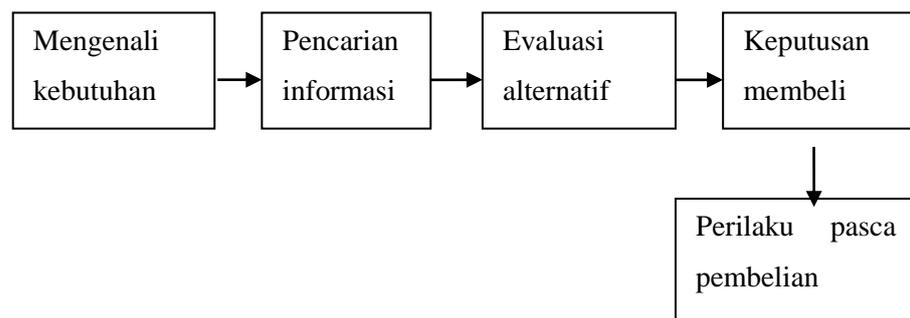
- 1) Pengenalan Masalah. Konsumen merasakan adanya kebutuhan dan keinginan yang belum terpenuhi dan terpuaskan.
- 2) Pencarian Informasi. Konsumen mencari informasi yang disimpan di dalam ingatan atau mendapatkan informasi yang relevan dengan kepuasan dari lingkungannya.
- 3) Evaluasi Alternatif. Konsumen mengevaluasi pilihan berkenaan dengan manfaat yang diharapkan dengan menyempitkan pilihan hingga alternatif yang dipilih.
- 4) Keputusan pembelian. Konsumen memilih alternatif yang dipilih dan memutuskan pembelian.

- 5) Perilaku Pasca Pembelian. Konsumen mengevaluasi apakah alternatif yang dipilih telah memenuhi kebutuhan dan harapan setelah digunakan.¹⁴

Setiap hari, kita masing-masing mengambil berbagai keputusan mengenai setiap aspek kehidupan kita sehari-hari. Tetapi biasanya kita mengambil keputusan ini tanpa memikirkan bagaimana kita mengambil keputusan dan apa yang terlibat dalam proses pengambilan keputusan ini. Menurut pemahaman yang paling umum sebuah keputusan adalah seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih, dengan perkataan lain seseorang mempunyai pilihan antara melakukan pembelian dan tidak melakukan pembelian.¹⁵

Proses pengambilan keputusan terdiri dari urutan kejadian berikut: pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian.

Gambar 2.1
Proses Pembelian



¹⁴Eko Yuliawan, "Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT. Bank Syariah Cabang Bandung", *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskill*, Vol. 1 No. 01 April 2011.

¹⁵Leon Sciffman dan Leslie Lazar Kanuk, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Prentice Hall, 2007), hlm. 485.

Secara terperinci tahap-tahap tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Pengenalan masalah

Proses pembelian diawali saat pembeli menyewa dari adanya masalah kebutuhan. Pembeli menyadari terdapat perbedaan antara kondisi sesungguhnya dan kondisi yang diinginkannya.

b. Pencarian informasi

Seorang konsumen yang mulai timbul minatnya akan terdorong untuk mencari informasi lebih banyak. Sumber-sumber informasi konsumen dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok:

- 1) Sumber pribadi: keluarga, teman, tetangga, dan kenalan.
- 2) Sumber komersial: iklan, tenaga penjualan, penyalur, kemasan dan pameran.
- 3) Sumber umum: media massa dan organisasi konsumen.
- 4) Sumber pengalaman: pernah menangani, menguji, menggunakan produk.

c. Evaluasi alternatif

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 sadar dan rasional.

d. Keputusan membeli

Pada tahap evaluasi, konsumen membentuk preferensi terhadap merek-merek yang terdapat pada perangkat pilihan.

Konsumen juga membentuk tujuan membeli untuk produk yang paling disukai. Walaupun demikian, dua faktor yang dapat mempengaruhi tujuan membeli dan keputusan membeli. Faktor pertama adalah sikap orang lain, sejauh mana sikap orang lain akan mengurangi alternatif pilihan seorang akan tergantung pada dua hal:

- 1) Intensitas sikap orang lain tersebut terhadap alternatif pilihan konsumen
- 2) Motivasi konsumen untuk menuruti keinginan orang lain tersebut.

Tujuan pembelian juga akan dipengaruhi faktor-faktor keadaan yang tidak terduga. Konsumen membentuk tujuan pembelian berdasarkan faktor-faktor seperti:

- 1) Pendapatan keluarga yang diharapkan
- 2) Harga yang diharapkan
- 3) Manfaat produk yang diharapkan.

e. Perilaku sesudah pembelian

Sesudah pembelian terhadap suatu produk yang dilakukan konsumen akan mengalami beberapa tingkat 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.

Jadi keputusan adalah akhir dari suatu proses masalah untuk menjawab apa yang harus dilakukan guna mengatasi masalah tersebut, dengan menjatuhkan pilihan pada suatu alternatif. Berarti definisi pengambilan keputusan konsumen adalah suatu proses yang mana konsumen melakukan penilaian terhadap berbagai alternatif pilihan dan memilih salah satu atau lebih alternatif yang dibutuhkan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu.¹⁶

2. Motivasi Menghindai Riba

a. Motivasi

Istilah motivasi (*motivation*) berasal dari bahasa latin, yakni *movere* yang berarti “menggerakkan” (*to move*).

Ada macam-macam rumusan untuk istilah motivasi, seperti:

Menurut Mitchell “...motivasi mewakili proses-proses psikologikal, yang menyebabkan timbulnya, diarahakan, dan terjadi persistensi kegiatan-kegiatan sukarela (*volunter*) yang diarahkan ke arah tujuan tertentu”.

Menurut Robbins, “kesediaan untuk melaksanakan upaya tinggi untuk mencapai tujuan-tujuan keorganisasian, yang dikonsikan oleh kemampuan upaya, untuk memenuhi kebutuhan individual tertentu”.

Menurut Gray, “Motivasi merupakan hasil sejumlah proses yang bersifat internal atau eksternal bagi seorang individu, yang

¹⁶Karlana Aprianti “Pengaruh Sosial Budaya dan Pemahaman Hukum Riba terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah (studi pada Bank Muamalat Cabang Yogyakarta)”, (skripsi--Uin Suka Yogyakarta, 2017), hlm. 25.

menyebabkan timbulnya sikap entusiasme dan persistensi dalam hal melaksanakan kegiatan-kegiatan tertentu”.

Schiffman dan Kanuk dalam Pandutomo menyatakan motivasi digambarkan sebagai dorongan dari dalam diri individu seseorang dan memaksa dia untuk berbuat. Dorongan ini dihasilkan oleh tekanan yang timbul akibat dari satu kebutuhan yang tidak terpenuhi. Nitisusastro mengungkapkan ternyata terdapat korelasi antara motivasi dan kebutuhan. Jadi dapat disimpulkan bahwa motivasi menimbulkan dorongan agar kebutuhan seseorang terpenuhi.¹⁷

Jadi dari beberapa teori di atas dapat disimpulkan bahwa motivasi adalah suatu kekuatan potensial yang ada di dalam diri manusia, yang dapat dikembangkan sendiri atau dikembangkan sejumlah kekuatan luar yang pada intinya berkisar sekita imbalan moneter dan imbalan nonmoneter, yang dapat mempengaruhi hasil kinerja secara positif atau secara negatif, hal mana tergantung pada situasi dan kondisi yang dihadapi orang yang bersangkutan.¹⁸

b. Riba

Menurut bahasa riba memiliki beberapa pengertian, yaitu:

- 1) Bertambah (*ziyaadah*), karena salah satu perbuatan riba adalah meminta tambahan sesuatu yang dihutangkan.

¹⁷Anggita Novita Gampu, Dkk, “Analisis Motivasi, Persepsi, Dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Pt. Bank Sulutgo Cabang Utama Manado”, *Jurnal Emba*, Vol.3 No.3 Sept. 2015, Hal.1330-1340.

¹⁸Winardi, Mitivasi Pemoativasian Dalam Manajemen, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), hlm.1-6.

- 2) Berkembang, berbunga, karena salah satu perbuatan riba adalah membungakan harta uang atau yang lainnya yang dipinjamkan kepada orang lain.
- 3) Berlebihan atau menggelembung

Sedangkan menurut istilah, yang dimaksud dengan riba menurut Al-Mali adalah akad yang terjadi atas penukaran barang tertentu yang tidak diketahui perimbangannya menurut ukuran syara', ketika berakad atau dengan mengakhirkan tukaran kedua belah pihak atau salah satu keduanya.

Menurut Abdurahman Al-Jaiziri, yang dimaksud dengan riba ialah akad yang terjadi dengan penukaran tertentu, tidak diketahui sama atau tidak menurut aturan syara' atau terlambat salah satunya.

Syaikh Muhammad Abduh berpendapat bahwa riba adalah penambahan-penambahan yang diisyaratkan oleh orang yang memiliki harta kepada orang yang meminjam hartanya (uangnya), karena pengunduran janji pembayaran oleh peminjam dari waktu yang telah ditentukan.¹⁹

1) Riba Dalam Pandangan Islam

Peraturan dasar ekonomi melarang di praktikannya riba bahkan haru di perangi karna di anggap dosa besar, sumber kekacauan, tidak ada berkat dan membawa akibat yang buruk, baik

¹⁹Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), hlm.57-58.

di dunia maupun di akhirat. Karena itu, di antara fenomena keadilan yang paling menonjol dalam prinsip ekonomi islam adalah pengharaman terhadap riba dan sekaligus memeranginya. Hal ini sebagaimana firman Allah:

“Hai orang-orang yang beriman bertaqwalah kepada Allah dan tinggalkanlah sisa riba (yang belum dipungut), jika kamu termasuk orang-orang yang beriman. Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba) maka ketahuilah, bahwa Allah dan rasul-Nya akan memerangimu. Dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba) maka bagimu pokok hartamu, kamu tidak akan menganiaya dan tidak pula dianiaya.” (QS. Al-Baqarah: 278-279).²⁰

Nash Al-Qur'an menunjukkan bahwa dasar pengharaman riba adalah melarang perbuatan dzalim bagi masing-masing dari kedua belah pihak, maka tidak boleh menzalimi dan tidak boleh didzalimi. Perbuatan riba merupakan salah satu perbuatan yang “mengundang” azab Allah di suatu negeri, sebagaimana yang telah disampaikan Nabi SAW:

“Jika telah tampak di suatu negeri perbuatan riba dan zina, maka mereka telah menghalalkan datangnya azab Allah kepada mereka” (H.R At-Thabrani dan Al-Hakim dari Ibnu Abbas).

Bahkan secara tegas dalam Al-Qur'an diterangkan bahwa berdirinya orang yang memakan riba seperti orang yang kemasukan syaitan, sehingga firman Allah:

”orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan berdiri seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu adalah disebabkan mereka berkata

²⁰ Departemen Agama, *Al-Quran dan Terjemahannya* (Jakarta: J-Art, 2004), hlm. 47.

(berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”(QS. Al-Baqarah: 275).²¹

Semua agama telah mencela riba sampai orang Yahudi pun mengharamkannya antar mereka, meskipun membolehkan dengan bangsa selain Yahudi, sebagaimana ungkapan mereka yang terekam dalam surat Al-Imran ayat 75:

“Tidak ada dosa bagi kami terhadap orang-orang ummi (orang arab)”

Sedangkan agama Kristen telah mengharamkannya secara tegas dalam kitab-kitabnya yang asli. Demikian pula para pembuat undang-undang dan filosof terdahulu seperti Solon, perancang undang-undang Athena lama dan Plato. Pandangan serupa juga telah diungkapkan Aristoteles yang memandang bunga apapun sumbernya adalah suatu penghasilan yang tidak wajar karena diambil dari jerih payah orang lain. Lebih lanjut ia berpendapat bahwa “uang tidak melahirkan uang (dengan sendirinya) dan barang siapa mengembangbiakannya dengan kerjan maka ia lebih berhak mendapatkan hasilnya”.

Begitu pula halnya dijelaskan oleh para pemikir umat Islam seperti Ustadz Al-Maududi, Darraz, Isa Abduh, Al-‘Arabi, Abi-As-Su’ud, Abu Zarhah, As-Shiddqi dan lainnya. Di kalangan para ulama semua sepakat bahwa riba diharamkan dalam Islam. Namun

²¹ *Ibid.*, hlm. 47.

yang menjadi persoalan sekarang adalah apakah bunga bank konvensional yang berkembang dalam perekonomian sekarang ini (bahkan sebagai urat nadi perekonomian” termasuk riba atau bukan. Kajian kontekstual atas riba dan bunga bank ulama tafsir berbeda pendapat. Sebagian berpendapat bahwa bunga bank adalah riba dan haram, dan sebagian berpendapat bahwa bunga bank bukan riba dan halal. Dalam hal ini Muhammadiyah (salah satu organisasi Islam di Indonesia) menyadari bahwa sistem perbankan belum pernah ada di zaman awal Islam. Karena itu masalah bunga bank dianggap masalah “*ijtihadiah*” yang erat kaitannya dengan riba. Muhammadiyah memiliki pandangan bahwa hakikat riba yang dilarang Al-Qur’an adalah riba yang mengarah pada pemerasan (*dlulm*) terhadap debitur. Hal ini terlihat dalam konsideran putusan Majelis Tarjih tentang bunga bank sebagai berikut:

“...bahwa nash-nash Al-Qur’an dan sunnah tentang haramnya riba terkesan adanya ‘illat (sebab) terjadinya penghisapan (*dlulm*) oleh pihak yang kuat oleh pihak yang lemah.”²²

Jadi dari penjelasan di atas, , diketahui bahwa Allah dengan tegas melarang praktik riba dan hukumnya haram. Hal ini termasuk dalam kategori mengambil atau memperoleh harta dengan cara tidak benar.

²²Jamal Lulail Yunus, *Manajemen Bank Syariah Mikro*, (Malang: UIN-Malang Press, 2009), hlm.16-19.

2) Perbedaan Bunga dan Bagi Hasil

Bagi hasil tentu saja berbeda dengan bunga. Pada sistem bunga, nasabah akan mendapatkan hasil yang sudah pasti berupa presentase tertentu dari saldo yang disimpannya di bank tersebut. Sedangkan pada sistem bagi hasil, tidak seperti itu. Bagi hasil dihitung dari hasil usaha pihak bank dalam mengelola uang nasabah. Bank dan nasabah membuat perjanjian bagi hasil berupa presentase tertentu untuk nasabah dan untuk bank, perbandingan ini disebut nisbah.²³

Tabel 2.2
Perbedaan Bagi Hasil Dengan Sistem Bunga

Bagi Hasil	Bunga
Penentuan bagi hasil dibuat sewaktu perjanjian dengan berdasarkan kepada untung/rugi.	Penentuan bunga di buat sewaktu perjanjian tanpa berdasarkan kepada untung/rugi.
Jumlah nisbah bagi hasil berdasarkan jumlah keuntungan yang telah dicapai.	Jumlah persen bunga berdasarkan jumlah modal yang ada.
Bagi hasil tergantung pada proyek. Jika proyek tidak mendapat keuntungan atau mengalami kerugian, risikonya ditanggung kedua belah pihak.	Pembayaran bunga tetap seperti perjanjian tanpa diambil pertimbangan apakah proyek yang dilaksanakan pihak kedua untung atau rugi.
Jumlah pemberian hasil keuntungan meningkat sesuai dengan peningkatan keuntungan yang didapat.	Jumlah pembayaran bunga tidak meningkat walaupun jumlah keuntungan berlipat ganda.

²³Siti kholilah, "Pengaruh Motivasi Menghindari Riba Dan Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Muamalata Kc Surabaya – Mas Mansyur", (Skripsi UIN-Sunan Ampel Surabaya, 2018), 26.

Penerimaan/pembagian keuntungan adalah halal.	Pengambilan/pembayaran bunga adalah haram.
---	--

c. Motivasi Menghindari Riba

Motivasi berasal dari kata latin “*movere*” yang berarti “dorongan” atau daya penggerak. Motivasi adalah daya pendorong yang mengakibatkan seseorang anggota organisasi mau dan rela untuk mengerahkan kemampuan dalam bentuk keahlian atau ketrampilan tenaga dan waktunya untuk menyelenggarakan berbagai kegiatan yang menjadi tanggung jawabnya dan melaksanakan kewajibannya, dalam rangka pencapaian tujuan dan berbagai sasaran organisasi yang telah ditentukan sebelumnya.

Dari paparan teori ini disebutkan bahwa motivasi adalah suatu dorongan yang membuat seorang karyawan itu mampu dan rela untuk mengerahkan kemampuannya untuk organisasi dalam mencapai tujuan. Motivasi merupakan hasrat di dalam seseorang yang menyebabkan orang tersebut melakukan tindakan.²⁴

Menurut Maslow, menjelaskan bahwa motivasi kerja karyawan dipengaruhi oleh kebutuhan fisik, kebutuhan akan keamanan dan keselamatan, kebutuhan sosial, kebutuhan akan penghargaan diri, dan kebutuhan aktualisasi diri. Kemudian dari faktor kebutuhan tersebut diturunkan menjadi indikator-indikator untuk mengetahui motivasi kerja karyawan yaitu:

²⁴Nur Abib Asriyanto, “Pengaruh Motivasi Kerja dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Cv. Kalika Intergraha di Semarang”, (Skripsi: Universitas Negeri Semarang, 2013), 21.

- 1) Fisiologis atau kebutuhan fisik ditunjukkan dengan pemberian gaji yang layak kepada pegawai, pemberian bonus, uang makan, uang transportasi, fasilitas perumahan dan lain sebagainya.
- 2) Keamanan, ditunjukkan dengan fasilitas keamanan dan keselamatan kerja yang diantaranya seperti adanya jaminan sosial tenaga kerja, dana pension, tunjangan kesehatan, asuransi kesehatan, dan perlengkapan keselamatan kerja.
- 3) Sosial, ditunjukkan dengan melakukan interaksi dengan orang lain yang diantaranya dengan menjalin hubungan kerja yang harmonis, kebutuhan untuk diterima dalam kelompok dan kebutuhan untuk mencintai dan dicintai.
- 4) Penghargaan, ditunjukkan dengan pengakuan dan penghargaan berdasarkan kemampuan, yaitu kebutuhan untuk dihormati dan dihargai oleh karyawan lain dan pimpinan terhadap prestasi kerjanya.
- 5) Aktualisasi diri, ditunjukkan dengan sifat pekerjaan yang menarik dan menantang, dimana karyawan tersebut akan mengerahkan kecakapannya, kemampuan, keterlampilan, dan potensinya. Dalam pemenuhan kebutuhan ini dapat dilakukan oleh perusahaan dengan menyelenggarakan pendidikan dan pelatihan.²⁵

²⁵Faizal Herdinawan “Pengaruh Disiplin Kerja, Motivasi Kerja Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Pada Rumah Sakit Umum Daerah Dr. Sayidiman Magetan)”, (Skripsi: IAIN Surakarta, 2018), 18.

Menurut terminology fiqih, riba tambahan khusus yang dimiliki oleh salah satu pihak yang bertransaksi tanpa ada imbalan tertentu. Riba adalah tambahan-tambahan dalam perkara tertentu. Riba adalah kelebihan yang tidak disertai dengan imbalan yang disyaratkan dalam jual beli. Riba menurut Abdurrahman al-Jaiziri adalah akad yang terjadi dengan penukaran tertentu, tidak diketahui sama atau tidak sama menurut aturan syara' atau terlambat salah satunya. Menurut Muhammad Abduh, riba adalah penambahan-penambahan yang disyaratkan oleh orang yang memiliki harta kepada orang yang meminjam hartanya (uang) karena pengunduran janji pembayaran oleh peminjam dari waktu yang telah ditentukan.

Badruddin al-Ayni mengatakan bahwa prinsip utama riba adalah penambahan, menurut syara' riba adalah penambahan atas harta pokok tanpa adanya transaksi bisnis riil. Menurut Imam Sarakhsi, riba adalah tambahan yang diisyaratkan dalam transaksi bisnis. Menurut Abu Sura'i Abdul Hadi, yang dinamakan riba adalah tambahan yang diberikan oleh debitor kepada kreditor atas pinjaman pokok, sebagai imbalan tempo pembayaran yang tidak disyaratkan. Riba pada dasarnya adalah bunga atas tambahan bagi pinjaman pokok. Dalam doktrin klasik meluas meliputi banyak

keuntungan tambahan yang diperoleh sebagai hasil transaksi dan tidak ditentukan secara persis ketika melakukan transaksi.²⁶

Dengan demikian pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa motivasi menghindari riba yaitu dorongan internal dan eksternal dalam diri seseorang untuk menghindari bahaya riba atau bunga bank yang telah diharamkan oleh Allah dengan tujuan memulai transaksi yang lebih halal dan tidak bertentangan dengan prinsip ekonomi Islam.

3. Pengetahuan Produk Perbankan Syariah

a. Perbankan Syariah

Bank syariah merupakan bank yang secara operasional berbeda dengan bank konvensional. Salah satu ciri khas bank syariah yaitu tidak menerima atau membebani bunga kepada nasabah, akan tetapi menerima atau membebani bagi hasil serta imbalan lain sesuai dengan akad-akad yang diperjanjikan. Konsep dasar bank syariah didasarkan pada Al-Qur'an dan hadist. Semua produk dan jasa ditawarkan tidak boleh bertentangan dengan isi Al-Qur'an dan hadist Rasulullah SAW.

Bank dapat menghimpun dana masyarakat secara langsung dari nasabah. Bank merupakan lembaga yang dipercaya oleh masyarakat dari berbagai macam kalangan dalam menempatan dananya secara aman.

²⁶Fatkhul Wahab, "Riba Transaksi Kotor Dalam Ekonomi", *Jurnal Ekonomi Syariah* (2017) Vol.02 No.02 : 26-41 ISSN 2503-118X | eISSN 2580-4669, hlm.28.

Di sisi lain bank berperan menyalurkan dana kepada masyarakat. Bank dapat memberikan pinjaman kepada masyarakat yang membutuhkan dana. Masyarakat dapat secara langsung mendapatkan pinjaman dari bank, sepanjang peminjam dapat memenuhi persyaratan yang diberikannya oleh bank. Pada dasarnya bank mempunyai peran dalam dua sisi yaitu menghimpun dana secara langsung yang berasal dari masyarakat yang sedang kelebihan dana (surplus unit), dan menyalurkan dana secara langsung kepada masyarakat yang membutuhkan dana (deposit unit) untuk memenuhi kebutuhannya sehingga bank disebut dengan *Financial Depository Institution*.

Menurut UU Perbankan No. 10 tahun 1998 yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan ke masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Dua fungsi pokok bank yaitu menghimpun dana masyarakat dan menyalurkan dana kepada masyarakat, oleh karena itu disebut *Financial Intermediary*.

UU Perbankan Syariah No. 21 tahun 2008 menyatakan bahwa perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit-unit syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah

(BUS), Unit Usaha Syariah (UUS), dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).²⁷

1) Perbedaan Perbankan Syariah dan Perbankan Konvensional

Tabel 2.3
Perbedaan Antara Bank Syari'ah 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	<i>Return</i> yang dibayar atau diterima berasal dari bagi hasil atau pendapatan lainnya berdasarkan prinsip syariah.	<i>Return</i> baik yang di bayar kepada nasabah penyimpan dana dan <i>return</i> yang diterima dari nasabah pengguna dana berupa bunga.
3	Perjanjian dibuat dalam bentuk akad sesuai dengan syariat islam.	Perjanjian menggunakan hukum positif.
4	Orientasi pembiayaan tidak hanya untuk keuntungan akan tetapi juga falah <i>oriented</i> , 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 kreditur 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 nasabah, melalui peradilan agama.	Penyelesaian sengketa melalui pengadilan negeri setempat.

²⁷Ismail, *Perbankam Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), hlm. 29-38.

2) Produk Perbankan Syariah

Pada dasarnya, produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah dapat dibagi menjadi tiga bagian besar, yaitu:

- a) Produk penyaluran dana (*financing*)
- b) Produk penghimpun dana (*funding*)
- c) Produk jasa (*service*)²⁸

a) Penyaluran dana

Dalam penyaluran dananya pada nasabah, secara garis besar produk pembiayaan syariah terbagi dalam empat kategori yang dibedakan berdasarkan tujuannya, yaitu:

- (1) Pembiayaan dengan prinsip jual beli
- (2) Pembiayaan dengan prinsip sewa
- (3) Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil
- (4) Pembiayaan dengan akad pelengkap

(1) Pembiayaan dengan prinsip jual beli

Prinsip jual beli dilaksanakan sehubungan dengan adanya perpindahan kepemilikan barang atau benda (*transfer of property*). Tingkat keuntungan bank ditentukan di depan dan menjadi bagian harga atas barang yang dijual.

²⁸Adiwarman A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2011), hlm. 97.

Transaksi jual beli dibedakan berdasarkan bentuk pembayarannya dan waktu penyerahan barangnya yakni sebagai berikut:

Murabahah (al-bai' bi tsaman ajil) lebih dikenal sebagai *murabahah* saja, yang berasal dari kata *ribhu* (keuntungan), adalah transaksi jual beli dimana bank menyebut jumlah keuntungannya. Bank bertindak sebagai penjual, sementara nasabah sebagai pembeli. Harga jual adalah harga beli bank dari pemasok ditambah keuntungan (*margin*). Kedua belah pihak harus menyepakati harga jual dan jangka waktu pembayaran dan pembayaran biasanya dilakukan dengan cara cicilan (*bi tsaman ajil, atau muajjal*).

Salam adalah transaksi jual beli dimana barang yang diperjual belikan belum ada. Oleh karena itu barang diserahkan secara tangguh sementara pembayaran dilakukan tunai.

Istishna' menyerupai produk *salam*, tapi dalam *istishna'* pembayaran dapat dilakukan oleh bank dalam beberapa kali (termin) pembayaran. Skim *istishna'* dalam bank syariah umumnya diaplikasikan pada pembiayaan manufaktur dan konstruksi. Ketentuan umum pembayaran

istishna' adalah spesifikasi barang pesanan harus jelas seperti jenis, macam ukuran, mutu dan jumlah.

(2) Prinsip Sewa (*Ijarah*)

Transaksi *ijarah* dilandasi adanya perpindahan manfaat. Jadi pada dasarnya prinsip *ijarah* sama saja dengan prinsip jual beli, tapu perbedaannya terletak pada objek transaksinya. Bila pada jual beli objek transaksinya adalah barang, pada *ijarah* objek transaksinya adalah jasa.

Pada akhir masa sewa, bank dapat saja menjual barang yang disewakannya kepada nasabah. Karena itu dalam perbankan syariah dikenal *ijarah muntahhiyah bittamlik* (sewa yang diikuti perpindahan kepemilikan). Harga sewa dan harga jual disepakati pada awal perjanjian.

(3) Prinsip Bagi Hasil (*Syirkah*)

Musyarakah dilandasi adanya keinginan para pihak yang bekerja sama untuk meningkatkan nilai asset yang mereka miliki secara bersama-sama. Semua bentuk usaha yang melibatkan dua pihak atau lebih dimana mereka secara bersama-sama memadukan seluruh bentuk sumber daya baik yang berwujud maupun tidak berwujud.

Mudharabah adalah bentuk kerjasama antara dua atau lebih pihak dimana pemilik modal (*shahib al-maal*) mempercayakan sejumlah modal kepada pengelola

(*mudharib*) dengan suatu perjanjian pembagian keuntungan. Bentuk ini menegaskan kerja sama dalam paduan kontribusi 100% modal kas dari *shahib al-maal* dan keahlian dari *mudharib*.

(4) Akad Pelengkap

Hiwalah (alih utang piutang) adalah untuk membantu supplier mendapat modal tunai agar dapat melanjutkan produksinya.

Rahn (gadai) untuk memberikan jaminan pembayaran kembali kepada bank dalam memberikan pembiayaan.

Qardh adalah pinjaman uang, sebagai pinjaman talangan haji, pinjaman tunai dari produk kartu kredit syariah, pinjaman kepada pengusaha kecil, dan pinjaman kepada pengurus bank.

Wakalah (perwakilan) dalam aplikasi perbankan terjadi apabila nasabah memberikan kuasa kepada bank untuk mewakili dirinya melakukan pekerjaan jasa tertentu.

Kafalah (garansi bank) dapat diberikan dengan tujuan untuk menjamin pembayaran suatu kewajiban pembayaran.

b) Produk Penghimpun Dana

Penghimpun dana di bank syariah dapat berbentuk giro, tabungan dan deposito. Prinsip operasional syariah yang diterapkan dalam penghimpun dana masyarakat adalah prinsip *wadi'ah* dan *mudharabah*.

(1) Prinsip *wadi'ah*

Prinsip *wadi'ah* yang diterapkan adalah *wadi'ahyad dhamanah* yang diterapkan pada produk rekening giro. *Wadi'ah dhamanah* berbeda dengan *wadi'ah amanah*. Dalam *wadi'ah amanah* pada prinsipnya harta titipan tidak boleh dimanfaatkan oleh yang dititipi. Sementara itu dalam *wadi'ah dhamanah*, pihak yang dititipi atau bank bertanggung jawab atas kebutuhan harta titipan sehingga ia boleh memanfaatkan harta titipan tersebut.

Karena *wadi'ah* yang diterapkan dalam produk giro perbankan ini juga disifati dengan *yad dhamanah*, implikasi hukumnya sama dengan *qard*, yang mana nasabah bertindak sebagai yang meminjamkan uang, dan bank bertindak sebagai yang dipinjami.

(2) Prinsip *Mudharabah*

Dalam mengamplikasikan prinsip *mudharabah*, penyimpan atau deposan bertindak sebagai *shahibul maal* (pemilik modal) dan bank sebagai *mudharib* atau pengelola.

Dana tersebut digunakan bank untuk melakukan *murabahah* atau *ijarah* seperti yang telah dijelaskan terdahulu.

Berdasarkan kewenangan oleh pihak penyimpan dana, prinsip *mudharabah* terbagi dua yaitu: *mudharabah mutlaqah* atau *URIA (Unrestricted investment account)* dan *mudharabah muqayyadah* atau *RIA (restricted investment account)*.

Mudharabah mutlaqah tidak ada batasan bagi bank dalam menggunakan dana yang dihimpun sedangkan *mudharabah muqayyadah* merupakan simpanan khusus dimana pemilik dana dapat menetapkan syarat-syarat tertentu yang harus dipatuhi oleh bank.

c) Jasa Perbankan

Selain menjalankan fungsinya sebagai *intermediaries* (penghubung) antara pihak yang membutuhkan dana (*deficit unit*) dengan pihak kelebihan dana (*surplus unit*), bank syariah dapat pula melakukan berbagai pelayanan jasa perbankan kepada nasabah dengan mendapat imbalan berupa sewa atau keuntungan. Jasa perbankan tersebut antara lain dapat berupa:

- (1) *Sharf* (jual beli valuta asing)
- (2) *Ijarah* (sewa)²⁹

²⁹*Ibid.*, hlm. 97-112.

b. Pengetahuan Produk

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.

Menurut Damos Sihombing membagi pengetahuan menjadi 3 jenis pengetahuan produk yaitu :

- 1) Pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk/jasa.
- 2) Pengetahuan tentang manfaat produk/jasa.
- 3) Pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan oleh produk/jasa bagi konsumen.

Lembaga keuangan syariah mendorong untuk lebih berorientasi kepada konsumen atau nasabah. Untuk mendukung upaya tersebut diperlukan pengetahuan mengenai konsumen terutama perilakunya. Setidaknya ada dua alasan mengapa perilaku konsumen perlu dipahami. Pertama, dengan memahami konsumen akan menuntun pemasar kepada kebijakan pemasaran yang tepat dan efisien. Kedua, diharapkan dengan berorientasi kepada konsumen, pemasar dapat melakukan strategi yang baik dalam mensiasati kelebihan penawaran dari pada permintaan di dunia bisnis.

Menurut Lina Salim menjelaskan : “Perilaku konsumen adalah studi tentang unit pembelian dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi, dan pembuangan barang/jasa, pengalaman serta ide-ide”. Dalam mengkonsumsi suatu produk, konsumen cenderung memilih produk yang memberikan nilai atau manfaat yang lebih dibandingkan dengan produk lainnya.³⁰

B. Penelitian Terdahulu

Untuk menguatkan penelitian ini, maka peneliti mengambil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan Pengaruh Motivasi Menghindari Riba dan Produk Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Nasabah. Yaitu dapat dilihat dari tabel di bawah ini:

Tabel 2.4
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti/ Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Afrian Rachmawati dan Gusti Oka Widana (Jurnal Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Jakarta, “Liquidity” Vol. 8, No. 2) 2019.	Pengaruh Consumer Knowledge, Brand Image, Religiusitas, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah	Consumer knowledge dengan indikator jenis produk, manfaat produk dan benefit produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah.

³⁰Wawan Kurniawan, “Pengaruh Pengetahuan Konsumen, Kualitas Layanan Mengenai Lembaga Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Di Bmt An Naafi Kabupaten Boyolali”, (Skripsi: IAIN Surakarta, 2017), hlm. 10-11.

2	Ida Nurlaeli (Jurnal Universitas Islam Negeri Semarang, “Pemikiran Islam”, Vol. 18, No. 2) 2017.	Pengaruh Faktor Budaya, Psikologi, Pelayanan, Promosi dan Pengetahuan Tentang Produk Terhadap Keputusan Nasabah Memilih BPRS di Banyumas	Pengetahuan tentang produk dengan tingkat signifikansi $0,012 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa ditolak diterima, bahwa variabel pengetahuan secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah.
3	Arif Jalaluddin (Jurnal Universitas Galuh, “Ilmu Manajemen” Vol. 2, No. 1) 2015.	Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Wadiah	Hasil penelitian diperoleh tingkat korelasi pengetahuan konsumen dengan keputusan menjadi nasabah memiliki hubungan yang sangat kuat dan mempunyai arah positif dengan nilai $r_{xy} = 0,82$. Besarnya pengaruh pengetahuan konsumen terhadap keputusan menjadi nasabah adalah sebesar 67,24%
4	Siti Kholila (Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya) 2018.	Pengaruh Motivasi Menghindari Riba dan Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Muamalat Kc Surabaya – Mas Mansyur	Pengaruh Motivasi Menghindari Riba (Variabel X_1), Pengetahuan Produk Perbankan Syariah (Variabel X_2), Dan Keputusan Menjadi Nasabah (Variabel Y), Hasil Penelitiannya Menunjukkan Bahwa Variabel Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Muamalat KC Surabaya – Mas Manyur. Dengan Demikian Hipotesis Yang Berbunyi “Pengetahuan Produk Perbankan Syariah (X_2) Secara Parsial Ada Pengaruh terhadap Keputusan menjadi Nasabah di Bank Muamalat KC Surabaya – Mas Mansyur” Diterima.
5	Wawan Kuriawan (Skripsi Institut Agama Islam	Pengaruh Pengetahuan Konsumen, Kualitas Layanan Mengenai Lembaga	Pengaruh Pengetahuan Konsumen (Variabel X_1), Kualitas Layanan Mengenai Lembaga Keuangan Syariah (Variabel X_2), dan Keputusan Menjadi Nasabah (Variabel Y), Hasil Penelitiannya Menunjukkan Bahwa

	Negeri Surakarta) 2017.	Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Anggota di Bmt An Naafi Kabupaten Boyolali	Berdasarkan Uji Determinasi (Kontribusi) Parsial Untuk Variabel Pengetahuan Konsumen Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Konsumen Berdasarkan Uji Determinasi (Kontribusi) Parsial Untuk Variabel Kualitas Layanan Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Konsumen.
--	-------------------------	--	--

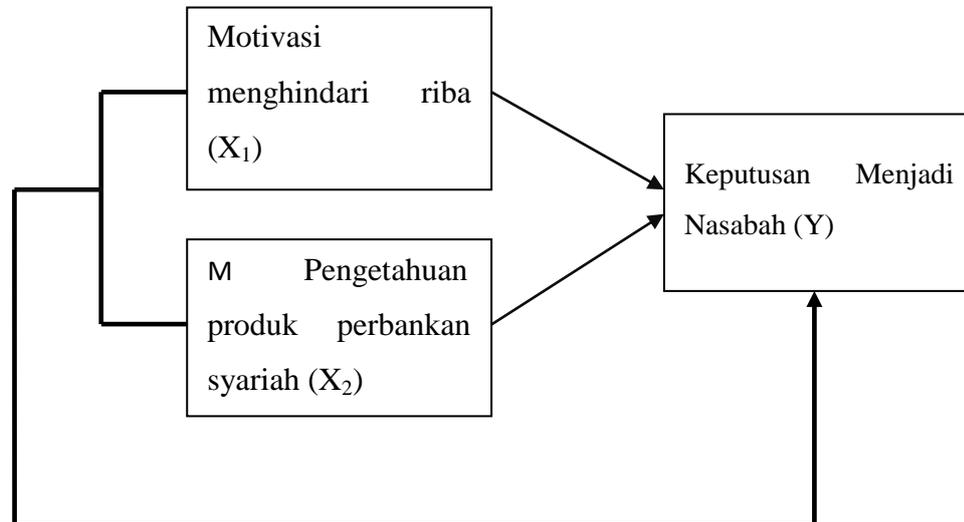
C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir adalah gambaran hubungan antara variabel dalam suatu penelitian. Kerangka pikir diuraikan oleh jalan pikiran menurut kerangka pikir yang logis.³¹ Sejalan dengan tujuan penelitian dan kajian teori yang sudah di bahas, selanjutnya akan diuraikan kerangka pikir mengenai hubungan antara variabel dependen dan independen.

Dalam penelitian ini akan dijelaskan mengenai pengaruh motivasi menghindari riba dan pengetahuan produk perbankan syariah di PT Bank Muamalat Indonesia Tbk, Kc Padangsidempuan serta menjelaskan seberapa besar variabel bebas mampu mempengaruhi variabel terikat:

³¹Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), hlm. 75.

Gambar 2.2
Kerangka Pikir



Keterangan:

—→ : Pengaruh secara parsial

—→ : Pengaruh secara simultan

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan dugaan sementara. Pada penelitian hipotesis merupakan arahan penelitian (yang ingin diuji).³² Berdasarkan landasan teori dan kerangka pikir di atas dapat di rumuskan beberapa hipotesis dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini hipotesis yang diajukan peneliti adalah sebagai berikut:

1. H₀₁: “Tidak terdapat pengaruh yang signifikan motivasi menghindari riba terhadap keputusan menjadi nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KC Padangsidempuan”.

³²Said Kelana Asnawi dan Candra Wijaya, *Metodologi Penelitian Keuangan Prosedur, Ide, dan Kontrol* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), hlm. 2-3.

H_{a1} : “Terdapat pengaruh yang signifikan motivasi menghindari riba terhadap keputusan menjadi nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KC Padangsidempuan”.

2. H₀₂: “Tidak terdapat pengaruh yang signifikan pengetahuan produk perbankan syariah terhadap keputusan menjadi nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KC Padangsidempuan”.

H_{a2}: “Terdapat pengaruh yang signifikan pengetahuan produk perbankan syariah terhadap keputusan menjadi nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KC Padangsidempuan”.

3. H₀₃: “Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara motivasi menghindari riba dan pengetahuan produk perbankan syariah terhadap keputusan menjadi nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KC Padangsidempuan”.

H_{a3}: “Terdapat pengaruh yang signifikan antara motivasi menghindari riba dan pengetahuan produk perbankan syariah terhadap keputusan menjadi nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KC Padangsidempuan”.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian adalah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, KC Padangsidempuan. Penelitian ini mulai dilaksanakan pada bulan Oktober 2019 sampai Juni 2020.

B. Jenis Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif yaitu penelitian yang menggambarkan atau menguraikan suatu keadaan atau kejadian sejelas mungkin dengan cara menggunakan kuesioner sebagai alat untuk mengumpulkan keterangan dan informasi yang diolah dengan menggunakan statistik, yaitu analisis regresi linier berganda untuk mengetahui hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan pengukuran dengan angka dan dianalisis dengan menggunakan statistik.³³

Sedangkan menurut Sugiono penelitian kuantitatif merupakan jenis penelitian yang berdasarkan *filasaf positivisme*, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument

³³Tim Penyusun, *Panduan Penulisan Skripsi*, (Padangsidempuan: STAIN Padangsidempuan, 2012), hlm.45.

penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah diterapkan.³⁴

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi. Studi atau penelitiannya juga disebut populasi atau studi sensus. Di dalam *Encyclopedia Of Education Evaluation* tertulis: “ a population is a set (or collection) of all elements possessing one or more attributes of interest. ”³⁵ Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, KC Padangsidimpuan dengan total 9.176 nasabah.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti. Dinamakan penelitian sampel apabila kita bermaksud untuk menggeneralisasikan hasil penelitian sampel.³⁶ Sampel merupakan suatu prosedur pengambilan data, dimana hanya sebagian populasi saja yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat dan ciri yang dikehendaki dari suatu populasi. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, KC Padangsidimpuan melalui pengaruh motivasi menghindari riba dan pengetahuan produk

³⁴Sugyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm.13.

³⁵Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2002), hlm. 108.

³⁶*Ibid.*, hlm.109.

perbankan syariah. Penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus slovin yaitu:³⁷

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana:

n : jumlah sampel

N : jumlah populasi

e : presisi (persen kelonggaran ketidak telitian/batas kesalahan)

penarikan sampel 10% = 0,1

jadi sampel dalam penelitian ini:

$$\begin{aligned} n &= \frac{9.176}{1+9.176 (0,1)^2} \\ &= \frac{9.176}{1+91,79} \\ &= \frac{9.176}{92,76} \\ &= 98,92 \end{aligned}$$

Karena nilai $n= 98,92$ tidak mungkin diambil sampel sebanyak 98,92 sehingga harus digenapkan menjadi 99 sampel. Oleh karena itu, jumlah sampel pada penelitian ini ialah sebanyak 99 sampel.

³⁷Nur Aswani dan Masyuri, *Metodologi Riset dan Manajemen Pemasaran*, (Malang: UIN Maliki Pers, 2011), hlm. 142.

Dalam teknik pengumpulan sampel peneliti menggunakan metode pengumpulan sampel yang dapat mewakili populasi maka digunakan metode pengambilan sampel *random sampling*. Asnawi mengatakan *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.³⁸

D. Sumber Data

Sumber data penelitian ini terdiri dari dua sumber yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung dilapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya. Data primer ini disebut juga data asli atau data baru. Untuk penelitian ini data primer bersumber dari nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, KC Padangsidempuan.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah data. Data ini biasanya diperoleh dari perpustakaan atau dari laporan-laporan penelitian terdahulu.³⁹ Untuk penelitian ini data sekunder diperoleh dari PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, KC Padangsidempuan.

³⁸Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, Cetakan Sembilan, 2006), hlm. 57-58.

³⁹Iqbal Ahsan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006), hlm.19.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dalam penelitian adalah mendapatkan data. adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu:

1. Angket atau Kusioner

Kusioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya atau hal-hal yang ia ketahui.⁴⁰ Menurut sugiono “kusioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.”⁴¹

Dengan demikian angket merupakan pertanyaan-pertanyaan yang disusun secara sistematis dengan tujuan agar mudah memperoleh data atau informasi yang dibutuhkan oleh penelitian. Kuesioner yang dipakai dalam penelitian ini adalah dengan model tertutup karena jawaban telah tertera dalam angket dan pengukurannya menggunakan skala likert, yaitu skala yang berisi lima tingkat prefensi jawaban, sebagai berikut:

Tabel 3.1
Penetapan Skor Alternatif Atas Jawaban Kusioner

Simbol	Alternatif Jawaban	Nilai
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
RG	Ragu-ragu	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

⁴⁰Suharsimi Arikunto, *Op.Cit.*, hlm. 128.

⁴¹Sugiyono, *Op.Cit.*, hlm 134-135.

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari dan mengumpulkan data mengenai hal-hal yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, notulen, rapot, agenda dan sebagainya.

F. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Validitas atau kesahihan adalah menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur (*valid measure if it successfully measure the phenomenon*).⁴² Uji validitas adalah untuk melihat apakah variabel atau pertanyaan yang diajukan mewakili segala informasi yang seharusnya diukur atau validitas menyangkut kemampuan suatu pernyataan dalam mengukur apa yang seharusnya diukur. Dasar pengambilan keputusan yaitu sebagai berikut:

- 1) Jika r hitung positif, serta $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka hal ini berarti bahwa butir atau item pertanyaan tersebut valid.
- 2) Jika r hitung negative, dan $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka hal ini berarti bahwa butir pertanyaan tersebut tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Suatu kusioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan dan pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu konstruk atau variabel dapat dikatakan *reliable* jika memberikan nilai cronbach alpha $> 0,60$. Jika nilai cronbach alpha $< 0,60$

⁴²Syofian Siregar, *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), hlm. 162.

maka pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk variabel tersebut tidak *reliable*.⁴³

G. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses menyusun data agar dapat ditafsirkan, artinya memberikan makna, menjelaskan pola, dan mencari hubungan antar berbagai konsep. Metode yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Penerapan metode ini akan menghasilkan tingkat hubungan antara variabel-variabel yang diteliti. Dengan demikian dapat ditunjukkan seberapa besar kontribusi variabel-variabel bebas (independen) terhadap variabel terikatnya (dependen) serta arah hubungan yang terjadi (hubungan negatif atau positif).

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval atau rasio. Dalam penelitian ini digunakan *uji one sample kolmogrov-smirnov* dengan menggunakan taraf signifikan lebih besar dari 10 persen atau 0,1.⁴⁴

1) Apabila $\text{sig} > 0,1$ maka distribusi data bersifat normal.

2) Apabila $\text{sig} < 0,1$ maka distribusi data tidak normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model

⁴³Toha Anggoro, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Universitas Terbuka, 2007), hlm. 36-38.

⁴⁴Dwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS*, (Yogyakarta: Mediaksara, 2008), hlm. 28.

regresi linear berganda. Jika nilai *tolerance* lebih kecil dari 0,1 artinya terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji. Multikolinearitas dapat dilihat dari VIF (*Variance Inflation Factor*). Jika nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) lebih besar dari 10,00 maka artinya terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.⁴⁵

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidak samaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Ada beberapa metode yang bisa digunakan diantaranya yaitu uji park, uji glesjer, melihat pada pola grafik regresi dan metode korelasi spearman's rho, pengujian menggunakan tingkat signifikan 0,1 dengan uji 2 sisi. Jika korelasi antara variabel independen dengan residual terdapat sigfikansi lebih dari 0,1 maka dapat dikatakan bahwa tidak ditemukan masalah heterokedastisitas.⁴⁶

2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) dapat digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan atau kontribusi dari seluruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y), sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel bebas yang tidak dimasukkan kedalam penelitian.

⁴⁵Duwi Priyanto, *SPSS 22: Pengelola Data Terpadu*, (Yogyakarta: ANDI, 2014), hlm. 36.

⁴⁶*Ibid.*, hlm.108.

Tabel 3.2
Tingkat Koefisien Determinasi dan Kekuatan Pengaruh

Nilai Korelasi	Tingkat Pengaruh
0% - 19,99%	Sangat lemah
20% - 39,99%	Lemah
40% - 59,99%	Sedang
60% - 79,99%	Kuat
80% - 100%	Sangat kuat

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan oleh peneliti, pengaruh satu atau lebih variabel bebas. Analisis regresi linear berganda akan dilakukan apabila jumlah variabel independennya minimal dua. Persamaan regresi rumus ini sebagai berikut⁴⁷:

$$\text{Keputusan} = a + b_1 \text{ Motivasi} + b_2 \text{ Pengetahuan} + e$$

Keterangan:

Keputusan : Keputusan menjadi nasabah

a : Nilai konstanta

Motivasi : Motivasi menghindari riba

Pengetahuan : Pengetahuan produk perbankan syariah

$b_1 b_2$: Koefisien regresi

e : Standar eror

4. Uji Hipotesis

a. Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Maka digunakan tingkat signifikansi 0,1. Setelah t_{hitung} diperoleh, maka untuk

⁴⁷Sugyono, *Op.Cit.*, hlm.277.

menginterpretasikan hasilnya maka berlaku ketentuan sebagai berikut:

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

Artinya masing-masing variabel bebas berpengaruh terhadap perubahan nilai variabel terikat.

- 2) Jika $t_{hitung} <$ dari t_{tabel} maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Artinya masing-masing variabel bebas tidak berpengaruh terhadap perubahan nilai variabel terikat.⁴⁸

b. Uji Koefisien Regresi Secara Bersama-Sama (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh dari variabel bebas secara keseluruhan terhadap variabel terikat.

- 1) Jika $F_{hitung} >$ dari F_{tabel} maka H_0 ditolak dan H_a diterima ($\alpha=0,1$)

Artinya terdapat pengaruh antara motivasi menghindari riba dan pengetahuan produk perbankan syariah terhadap keputusan nasabah.

- 2) Jika $F_{hitung} <$ dari F_{tabel} maka H_0 diterima dan H_a ditolak ($\alpha=0,1$)

Artinya tidak terdapat pengaruh antara motivasi menghindari riba dan pengetahuan produk perbankan syariah terhadap keputusan nasabah.

⁴⁸Mudrajat Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi*, (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 144.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Umum Objek Penelitian

1. Gambaran Umum Objek Penelitian

a. Sejarah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, KC Padangsidimpuan

Bank syariah adalah suatu system perbankan yang pelaksanaannya berdasarkan hukum Islam (syariah). Pembentukan system ini berdasarkan adanya larangan dalam agama Islam untuk meminjamkan atau memungut pinjaman dengan mengenakan bunga pinjaman atau riba, serta larangan untuk berinvestasi pada usaha-usaha berkategori terlarang atau haram.

Gagasan pendirian Bank Muamalat berawal dari lokarya bunga bank dan perbankan yang diselenggarakan Majelis Ulama Indonesia pada 18-20 Agustus 1990 di Cisarua, Bogor. Ide ini berlanjut dalam musyawarah nasional IV Majelis Ulama Indonesia di Hotel Sahid Jaya, Jakarta, pada 22-25 Agustus 1990 yang diteruskan dengan pembentukan kelompok kerja untuk mendirikan Bank murni Syariah di Indonesia.

Realisasinya dilakukan pada 1 November 1991 yang ditandai dengan penandatanganan akta pendirian PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk di Hotel Sahid Jaya berdasarkan Akte Notaris Nomor 1 tanggal 1 November 1991 yang dibuat Notaris Yudo Paripurn, S.H dengan ijin Menteri Kehakiman Nomor C2.2413. T.01.01 tanggal 21

Maret 1992 / berita Negara republic Indonesia tanggal 28 April 1992 Nomor 34.

Beberapa tahun yang lalu Indonesia dan beberapa Negara di Asia Tenggara pra mengalami krisis moneter yang berpendapat terhadap perbankan nasional yang menyebabkan timbulnya kredit macet pada segmen koperasi. Bank Muamalat pun ikut terimbas dampak tersebut. Tahun 1998, angka *non performing financing* (NPF) bank Muamalat sempat mencapai lebih dari 60%. Perseroan mencatat kerugian sebesar Rp 105 miliar dan ekuitas mencapai titik terendah hingga Rp 39,3 miliar kurang dari 1/3 modal awal.

Kondisi tersebut telah mengantarkan Bank Muamalat memasuki era baru dengan keikutsertaan *Islamic Development bank* (IBD), yang berkedudukan di Jeddah Saudi Arabia, sebagai salah satu luar negeri yang resmi diputuskan melalui Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) pada 21 Juni 1999.

Dalam kurun waktu 1999-2002 Bank Muamalat terus berupaya dan berhasil membalikkan keadaan rugi menjadi laba. Hasil tersebut tidak lepas dari upaya dan dedikasi segenap karyawan dengan dukungan kepemimpinan yang kuat, strategi yang tepat, serta kepatuhan terhadap pelaksanaan perbankan syariah dengan murni.

b. Visi dan Misi PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, Kc Padangsidempuan

1) Visi

“The Best Islamic Bank and Top 10 Bank in Indonesia with Strong Regional Presence”.

2) Misi

Membangun lembaga keuangan syariah yang unggul dan berkesinambungan dengan penekanan pada semangat kewirausahaan berdasarkan prinsip kehati-hatian, keunggulan sumber daya manusia yang islami dan professional serta orientasi investasi yang inovatif, untuk memaksimalkan nilai kepada seluruh pemangku kepentingan.

c. Tujuan Bank Muamalat Indonesia

Adapun tujuan Bank Muamalat Indonesia yaitu:

- 1) Meningkatkan kualitas kehidupan sosial ekonomi masyarakat Indonesia, sehingga semakin berkurang kesenjangan sosial ekonomi, dan dengan demikian akan melestarikan pembangunan nasional.
- 2) Meningkatkan partisipasi masyarakat dalam proses pembangunan terutama dalam bidang ekonomi keuangan, yang selama ini masih cukup banyak masyarakat yang enggan berhubungan dengan bank karena masih menganggap bahwa bunga bank itu riba.
- 3) Mengembangkan lembaga bank dan sistem perbankan yang sehat berdasarkan efisiensi dan keadilan, mampu meningkatkan partisipasi masyarakat sehingga menggalakkan usaha-usaha

ekonomi rakyat antara lain memperluas jaringan perbankan ke daerah-daerah terpencil.

- 4) Mendidik dan membimbing masyarakat untuk berpikir secara ekonomi, berperilaku bisnis dan meningkatkan kualitas hidup mereka.

d. Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan suatu kerangka yang memperlihatkan sejumlah tugas dan wewenang masing-masing entitas untuk bersama-sama mencapai tujuan organisasi. Pada dasarnya bertujuan untuk mengkoordinir suatu kelompok yang terdiri dari berbagai staf serta mendayagunakan kemampuan yang ada secara keseluruhan untuk diarahkan kepada tujuan tertentu. (Struktur Organisasi Terlampir).

e. Tugas dan Tanggungjawab

- 1) *Branch Manager* tugasnya mengawasi dan memotivasi agar setiap marketing bekerja semaksimal mungkin.
- 2) *Branch Sales Support* tugasnya Membantu kinerja *Branch Manager dan Relationship Manager Funding & Financing* dalam hal administrasi surat-surat baik intern maupun ekstern.
- 3) *Manager Operasi* tugasnya mensuervisi, mengkoordinir dan memonitor serta mengarahkan seluruh kegiatan operasional cabang dalam rangka memastikan pelaksanaan operasional Branch telah berjalan dengan baik sesuai dengan peraturan dan

prosedur yang telah digariskan oleh perusahaan maupun Bank Indonesia

- 4) BOC tugasnya melaksanakan fungsi kontrol di cabang dan kantor dibawah supervise cabang sesuai dengan kebijakan dan peraturan berlaku.
- 5) *Back Office* tugasnya melaksanakan pembukuan pembiayaan yang meliputi dropping, angsuran dan pelunasan pembiayaan nasabah untuk memastikan hak dan kewajiban nasabah telah dijalankan tepat waktu dan tepat jumlah.
- 6) *Customer Service* tugasnya menawarkan, memberikan layanan dan mengupayakan cross selling terhadap produk dan jasa BMI kepada nasabah dan calon nasabah, baik yang datang secara langsung maupun tidak langsung untuk memastikan agar nasabah/calon nasabah merasa puas, cepat dan aman terhadap pelayanan yang diberikan pemangku jabatan.
- 7) *Relationship Manager Financing* tugasnya melakukan *marketing liability* dan asset serta proses pembiayaan dengan berorientasi kepada *cross selling*, profit dan kualitas pembiayaan, serta Pembina portofolio dan hubungan dengan nasabah untuk mencapai target pembiayaan serta kualitas portofolio sesuai dengan yang telah ditetapkan oleh perusahaan.
- 8) *Relationship manager funding* tugasnya melakukan marketing produk BMI dengan berorientasi kepada *cross selling*, baik

kepada nasabah perorangan, yayasan, perusahaan, dan sebagainya.

- 9) Teller tugasnya Menerima transaksi tunai (penyetoran dan penarikan) dan non tunai (kliring dan pemindah bukuan) dari nasabah untuk selanjutnya diperiksa jumlah uang yang diterima/diserahkan dan diteliti keabsahan warkat atau slip yang diterima, sehingga setiap transaksi dapat dijalankan dengan baik dan lancar sesuai dengan prosedur dan peraturan yang berlaku.

2. Gambaran Umum Responden

Dalam penelitian ini, jumlah responden adalah 99 responden, yaitu nasabah di bank Muamalat KC Surabaya Mas Mansyur. Perhitungan jumlah responden didasarkan pada ketentuan sampel eror10% dari populasi yang ada. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan melalui penyebaran kuesioner, berikut ini gambaran umum karakteristik responden:

Tabel 4.1
Data Responden Berdasarkan Usia

Kategori	Responden	Persentase
20 – 25	97	97,97%
25 – 30	1	1,01%
>30	2	2,02%
Total	99	100%

Sumber: Data primer yang sudah diolah.

Tabel 4.2
Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Kategori	Responden	Persentase
Laki-laki	11	11,11%
Perempuan	88	88,88%
Total	99	100%

Sumber: Data primer yang sudah diolah.

Tael 4.3
Data Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Pekerjaan	Responden	Persentase
Pegawai/karyawan	3	3,03%
Pelajar/mahasiswa	94	94,94%
Wiraswasta	2	2,02%
total	99	100%

Sumber: Data primer yang sudah diolah.

B. Analisis Hasil Penelitian

1. Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui tingkat kesahihan instrument dalam pengumpulan data. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} . Hasil dari uji validitas penelitian sebagai berikut.

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas Variabel Motivasi Menghindari Riba (X1)

Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,505	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = n-2 = 99-2 = 97$ pada taraf signifikan 5% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,1663$	Valid
2	0,614		Valid
3	0,504		Valid
4	0,652		Valid
5	0,590		Valid
6	0,617		Valid

Sumber: Data penelitian diolah, 2020.

Hasil uji validitas berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa dari seluruh item pernyataan semuanya valid.

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Variabel Pengetahuan Produk Perbankan Syariah (X2)

Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,631	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = n-2 = 99-2 = 97$ pada taraf signifikan 5% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,1663$	Valid
2	0,635		Valid
3	0,680		Valid
4	0,688		Valid
5	0,700		Valid
6	0,658		Valid

Sumber: Data penelitian diolah, 2020.

Hasil uji validitas berdasarkan tabel di atas bahwa dari seluruh item pernyataan semuanya dinyatakan valid.

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Menjadi Nasabah (Y)

Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,426	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = n-2 = 99-2 = 97$ pada taraf signifikan 5% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,1663$	Valid
2	0,463		Valid
3	0,632		Valid
4	0,628		Valid
5	0,604		Valid
6	0,635		Valid
7	0,587		Valid
8	0,536		Valid
9	0,668		Valid
10	0,518		Valid

Sumber: Data penelitian diolah, 2020.

Hasil uji validitas berdasarkan tabel di atas bahwa dari seluruh item pernyataan semuanya dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh sebuah alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan, dengan menggunakan metode *cronbach alpha*. Jika *cronbach alpha* $> 0,6$ maka dapat

dikatakan reliabel. Adapun hasil uji reliabilitas pada penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 4.7
Hasil Uji Reliabilitas
Reliability Statistics

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Item
Motivasi Menghindari Riba (X1)	.735	7
Pengetahuan Produk Perbankan Syariah (X2)	.762	7
Keputusan Menjadi Nasabah (Y)	.737	11

Sumber: Data penelitian diolah, 2020.

Hasil uji realibilitas di atas pada motivasi menghindari riba diperoleh nilai *cronbach's alpha* 0,735. Nilai *cronbach's alpha* 0,735 > 0,6 sehingga variabel motivasi menghindari riba dinyatakan reliabel dan dapat diterima. Hasil uji reliabitas pada variabel pengetahuan produk perbankan syariah diperoleh nilai *cronbach's alpha* 0,762. Nilai *cronbach's alpha* 0,762 > 0,6 sehingga variabel pengetahuan perbankan syariah dinyatakan reliabel dan dapat dieterima. Hasil uji reabilitas pada variabel keputusan menjadi nasabah diperoleh nilai *cronbach's alpha* 0,737. Nilai *cronbach's alpha* 0,737 > 0,6 sehinggann variabel keputusan menjadi nasabah dinyatakan reliabel dan dapat diterima.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah nilai residual yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Pada penelitian ini uji normalitas dilakukan berdasarkan pada metode uji *one sample kolmogorov smirnov*.

Tabel 4.8
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		99
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.84927133
	Most Extreme Differences	Absolute
	Positive	.054
	Negative	-.048
Test Statistic		.054
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: Data penelitian diolah, 2020.

Berdasarkan tabel di atas dilihat dari hasil uji normalitas bahwa nilai signifikan (*asympt. Sig 2-tailed*) sebesar 0,200. Nilai tersebut lebih besar dari nilai signifikan 0,10 ($0,200 > 0,10$). Jadi dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model ditemukan adanya korelasi antara *independent variable*.

Apabila nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) kurang dari 10 dan nilai *tolerance* lebih dari 0,1 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 4.9
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	11.358	4.786		2.373	.020		
Motivasi menghindari riba	.531	.192	.262	2.770	.007	.768	1.302
Pengetahuan produk perbankan syariah	.611	.140	.412	4.367	.000	.768	1.302

a. Dependent Variable: Keputusan
Sumber: Data penelitian diolah, 2020.

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai VIF dari variabel motivasi menghindari riba sebesar $1,302 < 10$ dan variabel pengetahuan produk perbankan syariah sebesar $1,302 < 10$. Maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas antara variabel *independent*. Sementara nilai *tolerance* dari motivasi menghindari riba sebesar $0,768 > 0,1$ dan variabel pengetahuan produk perbankan syariah sebesar $0,768 > 0,1$. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai *tolerance* dari kedua variabel *independent* lebih besar dari 0,1 dari penelitian tersebut bahwa tidak terjadi multikolinearitas antara *independent variable*.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini melihat adanya ketidaksamaan varian dan residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Metode yang diambil untuk melihat ketidaksamaan varian dari residual ialah uji *spearman's rho*. Jika nilai signifikan $> 0,10$ maka dapat dinyatakan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Tabel 4.10
Hasil Uji Heteroskedastisitas
Correlations

		motivasi menghindari riba	pengetahuan produk	keputusan menjadi nasabah	Unstandardiz ed Residual
motiva si menghi ndari riba	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	1 99	.482** .000 99	.460** .000 99	.000 1.000 99
penget ahuan produk	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.482** .000 99	1 99	.538** .000 99	.000 1.000 99
keputu san menjad i nasaba h	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.460** .000 99	.538** .000 99	1 99	.811** .000 99
Unstan dardize d Residu al	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.000 1.000 99	.000 1.000 99	.811** .000 99	1 99

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Data penelitian diolah, 2020.

Berdasarkan tabel di atas hasil uji heteroskedastisitas dapat diketahui bahwa nilai signifikan dari variabel motivasi menghindari riba sebesar $1,000 > 0,10$ dan variabel pengetahuan produk perbankan syariah sebesar $1,000 > 0,10$. Jadi dari kedua variabel *independent* tersebut dapat dinyatakan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

3. Uji Determinasi (R^2)

Uji determinasi digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan variabel independen terhadap variabel dependen yang menunjukkan keragaman nilai variabel independen yang bisa dijelaskan oleh variabel dependen.

Tabel 4.11
Hasil Uji Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.585 ^a	.342	.329	2.879

a. Predictors: (Constant), pengetahuan produk , motivasi menghindari riba

b. Dependent Variable: keputusan menjadi nasabah

Sumber: Data penelitian diolah, 2020.

Berdasarkan hasil diatas diperoleh nilai R^2 (R Square) sebesar 0,342 atau 34,2%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase pengaruh variabel motivasi menghindari riba dan pengetahuan produk perbankan syariah sebesar 34,2%. Sedangkan sisanya sebesar 65,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel dependen. Selain itu juga analisis regresi linear berganda digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang diajukan dalam penelitian.

Tabel 4.12
Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	11.358	4.786		2.373	.020		
Motivasi menghindari riba	.531	.192	.262	2.770	.007	.768	1.302
Pengetahuan produk perbankan syariah	.611	.140	.412	4.367	.000	.768	1.302

b. Dependent Variable: Keputusan

Sumber: Data penelitian diolah, 2020.

$$\text{Keputusan} = a + b_1 \text{ Motivasi} + b_2 \text{ Pengetahuan} + e$$

$$\text{Keputusan} = 11,358 + 0,531 \text{ Motivasi} + 0,611 \text{ Pengetahuan} + e$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Konstanta sebesar 11,358 artinya apabila variabel motivasi menghindari riba dan keputusan nasabah dianggap konstanta atau nilainya 0, maka kinerja karyawan adalah keputusan menjadi nasabah adalah sebesar 11,358 satuan.
- b. Koefisien regresi variabel motivasi menghindari riba sebesar 0,531 satuan. Apabila koefisien bernilai positif dinaikkan sebesar 1 satuan artinya terjadi hubungan positif antara motivasi menghindari riba dan

keputusan menjadi nasabah, semakin tinggi motivasi menghindari riba maka semakin meningkat keputusan menjadi nasabah.

- c. Koefisien regresi variabel pengetahuan produk perbankan syariah sebesar 0,611 satuan. Apabila koefisien bernilai positif maka dinaikkan 1 satuan artinya terjadi hubungan positif antara pengetahuan produk perbankan syariah dengan dengan keputusan menjadi nasabah, semakin tinggi pengetahuan produk perbankan syariah maka semakin meningkat keputusan menjadi nasabah.

5. Uji Hipotesis

a. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)

Uji t atau parsial dilakukan untuk melihat secara parsial pengaruh signifikan antara variabel motivasi menghindari riba, pengetahuan produk perbankan syariah terhadap variabel terikat yaitu keputusan menjadi nasabah. Adapun dari hasil uji signifikan parsial adalah sebagai berikut:

Tabel 4.13
Uji Koefisien Secara Parsial (Uji t)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	11.358	4.786		2.373	.020		
Motivasi menghindari riba	.531	.192	.262	2.770	.007	.768	1.302
Pengetahuan produk perbankan syariah	.611	.140	.412	4.367	.000	.768	1.302

c. Dependent Variable: Keputusan

Sumber: Data penelitian diolah, 2020.

Berdasarkan tabel di atas untuk t_{tabel} diperoleh dari rumus $df = n - k - 1$ atau $99 - 2 - 1 = 96$ dengan menggunakan signifikan $10\% : 2 = 5\%$ (0,05). Hasil yang diperoleh untuk t_{tabel} sebesar 1,660 jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka H_a diterima.

- 1) Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa variabel motivasi menghindari riba sebesar $2,270 > 1,660$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara motivasi menghindari riba terhadap keputusan menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KC Padangsidimpuan secara parsial.
- 2) Pada variabel pengetahuan produk perbankan syariah sebesar $4,367 > 1,660$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara pengetahuan produk perbankan syariah terhadap keputusan

menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KC Padangsidempuan secara parsial.

b. Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk melihat secara bersama-sama pengaruh signifikan semua variabel bebas antara motivasi menghindari riba dan pengetahuan produk perbankan syariah secara simultan mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat keputusan menjadi nasabah.

Tabel 4.14
Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	414.362	2	207.181	24.999	.000 ^b
	Residual	795.598	96	8.287		
	Total	1209.960	98			

a. Dependent Variable: keputusan menjadi nasabah

b. Predictors: (Constant), pengetahuan produk , motivasi menghindari riba

Sumber: Data penelitian diolah, 2020.

Berdasarkan hasil tabel di atas dapat diketahui nilai F_{hitung} sebesar 24,999 dengan signifikan 0,05 dengan $df\ 99-2-1 = 96$. Hasil F_{tabel} sebesar 3,09. Sehingga dapat disimpulkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($24,999 > 3,09$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya terdapat pengaruh antara motivasi menghindari riba dan pengetahuan produk perbankan syariah secara bersama-sama (simultan) terhadap keputusan menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KC Padangsidempuan.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Setelah penelitian ini melakukan penelitian secara langsung dengan melakukan penyebaran angket yang ditujukan nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KC Padangsidempuan dan mengolah hasil dari jawaban para responden dari angket yang telah peneliti sebarakan melalui aplikasi *SPSS 23* adalah sebagai berikut:

Berdasarkan hasil perhitungan *R Square* yaitu sebesar 0,342 atau (34,2%). Hal ini menunjukkan bahwa variabel motivasi menghindari riba dan pengetahuan produk perbankan syariah terhadap variabel keputusan menjadi nasabah 34,2% sedangkan sisanya sebesar 65,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini seperti pendapatan, lokasi, pelayanan, produk dan lain sebagainya.

1. Pengaruh Motivasi Menghindari Riba Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah.

Berdasarkan hasil penelitian dari hasil uji t bahwa t_{hitung} untuk variabel motivasi menghindari riba sebesar 2,770 dan untuk t_{tabel} diperoleh dari rumus $df = (n-k-1)$, $df = (99-2-1) = 96$ diperoleh sebesar 1,66088 yang artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,770 > 1.66088$), begitupun dengan nilai signifikansi $0,007 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh motivasi menghindari riba berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KC Padangsidempuan.

2. Pengaruh Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah.

Berdasarkan hasil uji t di atas nilai t_{hitung} untuk variabel pengetahuan produk perbankan syariah adalah 4,367 sedangkan nilai dari t_{tabel} 1,66088 yang artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,367 > 1,66088$). Begitupun dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Jadi dapat disimpulkan bahwa pengetahuan produk perbankan syariah berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KC Padangsidempuan.

Penelitian ini didukung oleh hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ida Nurlaeli yang berjudul Pengaruh Faktor Budaya, Psikologis, Pelayanan, Promosi dan Pengetahuan Tentang Produk Terhadap Keputusan Nasabah Memilih BPRS di Banyumas dengan menyatakan dalam penelitiannya bahwa variabel pengetahuan tentang produk secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah.

3. Pengaruh Motivasi Menghindari Riba dan Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah.

Berdasarkan hasil uji signifikan simultan (Uji F) di atas dapat dijelaskan bahwa nilai f_{hitung} sebesar 24,999 dan f_{tabel} dapat dilihat pada tabel statistic dengan derajat kebebasan $df = n-k-1$ atau $99-2-1 = 96$ yang diperoleh nilainya sebesar 3,09 sehingga dapat disimpulkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($24,999 > 3,09$) artinya hipotesis diterima. Hal ini berarti bahwa

secara bersama-sama motivasi menghindari riba dan pengetahuan produk perbankan syariah mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KC Padangsidempuan.

D. Keterbatasan Penelitian

Diantara keterbatasan yang dihadapi peneliti selama melaksanakan penelitian dan penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Dalam penyebaran angket (kuesioner) peneliti tidak mengetahui apakah responden mengisi kuesioner dengan jujur dalam menjawab setiap pernyataan yang diberikan yang dapat mempengaruhi validitas data yang diperoleh.
2. Keterbatasan dalam penggunaan variabel independen. Dimana masih banyak faktor yang mempengaruhi keputusan menjadi nasabah. Namun peneliti hanya menggunakan 2 variabel independen saja.

BAB V

PENUTUPAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data pada bab sebelumnya mengenai pengaruh motivasi “Menghindari Riba Dan Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KC Padangsidempuan”. Maka, kesimpulan dari penelitian adalah sebagai berikut:

1. Motivasi menghindari riba berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KC Padangsidempuan.
2. Pengetahuan produk perbankan syariah berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KC Padangsidempuan.
3. Motivasi menghindari riba dan pengetahuan produk perbankan syariah secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KC Padangsidempuan.

B. Saran

Ada saran yang dapat peneliti simpulkan berdasarkan hasil penelitian di atas adalah:

1. PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KC Padangsidempuan sebaiknya dapat mengupayakan untuk meningkatkan pengetahuan nasabah tentang produk Bank Muamalat yang menerapkan prinsip syariah. Seperti halnya melalui

sosialisasi yang bersifat informatif dan edukatif kepada masyarakat umum mengenai produk-produk yang dimilikinya dan mengupayakan untuk meningkatkan pengetahuan produk kepada nasabah mengenai nisbah/bagi hasil, manfaat produk, dan jenis/ragam produk lainnya yang ditawarkan sehingga dapat meningkatkan pemakaian produk dan layanan yang diberikan oleh Bank Muamalat.

2. Untuk pihak Institut, peneliti menyarankan agar dapat menambahkan ilmu dan wawasan dalam penelitian yang berhubungan dengan motivasi menghindari riba dan pengetahuan produk perbankan syariah terhadap keputusan menjadi nasabah.
3. Bagi peneliti selanjutnya disarankan agar dapat melakukan penelitian dengan menambah variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan menjadi nasabah dan penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi mengenai motivasi menghindari riba dan pengetahuan produk perbankan syariah terhadap keputusan menjadi nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Karim, Adiwarmarman. *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada. 2011.
- Abib Asriyanto, Nur. “Pengaruh Motivasi Kerja dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Cv. Kalika Intergraha di Semarang”, (Skripsi: Universitas Negeri Semarang, 2013).
- Ahsan, Iqbal. *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Jakarta: PT Bumi Aksara. 2006.
- Aprianti, Karlana “Pengaruh Sosialis Budaya dan Pemahaman Hukum Riba terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah (studi pada Bank Muamalat Cabang Yogyakarta)”, (skripsi--Uin Suka Yogyakarta, 2017).
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta. 2002.
- Aswani, Nur dan Masyuri. *Metodologi Riset dan Manajemen Pemasaran*. Malang: UIN Maliki Pers. 2011.
- Bawono, Anton dan Milatunnikmah Finisia Rahajeng Oktaviani. ” Analisis Pemahaman, Produk, dan Analisis Pemahaman, Produk, dan Tingkat Religiusitas terhadap Keputusan Mahasiswa IAIN Menjadi Nasabah Bank Syariah Cabang Salatiga”. Vol 7 No. 1, Juni 2016
- Denim, Denim. *Motivasi, Kepemimpinan dan Efektivitas Kelompok*, Jakarta: Rineka Cipt. 2012.
- Denim, Sudarwan. *Motivasi, Kepemimpinan dan Efektivitas Kelompok*. Jakarta: Rineka Cipt, 2012.
- Dewi, Nurmala. “Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan Dan Nisbah Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di BTM MENTARI Ngunt Tulungagung”. Fakultas Ekonomi Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.
- Gautama Siregar, Budi. “Pengaruh Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Marhamah Pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan”. *Jurnal Penelitian Ilmu-ilmu Sosial dan Keislaman*. Vol. 04 No. 1 Juni 2018.

Gampu, Anggita Novita Dkk. "Analisis Motivasi, Persepsi, Dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Nasabah Memilih PT. Bank Sulutgo Cabang Utama Manado". *Jurnal Emba*, Vol.3 No.3 Sept. 2015, Hal.1330-1340.

Herdinawan, Faizal. "Pengaruh Disiplin Kerja, Motivasi Kerja Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Pada Rumah Sakit Umum Daerah Dr. Sayidiman Magetan)", (Skripsi: IAIN Surakarta, 2018).

Ismail. *Perbankam Syariah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 2013.

J. Setiadi, Nugroho. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 2010.

Kelana, Said Asnawi dan Candra Wijaya. *Metodologi Penelitian Keuangan Prosedur, Ide, dan Kontrol*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2006.

Kholilah, Siti. "Pengaruh Motivasi Menghindari Riba Dan Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Muamalata Kc Surabaya – Mas Mansyur", (Skripsi UIN-Sunan Ampel Surabaya, 2018).

Kuncoro, Mudrajat. *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi*,. Jakarta: Erlangga. 2009.

Kussujaniatun, Sri dan Winaimawati, " Pengaruh Pengetahuan Produk, Nilai, dan Kualitas Yang di Persepsikan Terhadap Kepuasan Pelanggan Mobil Toyota", *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol. 5, No. 1 April 2011.

Lulail Yunus, Jamal. *Manajemen Bank Syariah Mikro*. Malang: UIN-Malang Press. 2009.

Machmud, Amir dan H. Rukmana. *Bank Syariah Teori, Kebijakan, dan Studi Empiris di Indonesia*. Jakarta: Erlangga. 2010

Muhammad. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*. Jakarta: Rajawali Pers. 2009.

Nur Faidah, Nur dan samsul anam. " Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Perilaku Memilih Lembaga Keuangan Syariah Dengan Sikap Terhadap Produk Sebagai Variabel Intervening(Studi Pada Masyarakat Muslim Desa Gambiran Kecamatan Mojoagung Kabupaten Jombang)". Vol. 08, No. 01, April 2018 ISSN 2252-7907.

Patriana, Ela dan Nurismalatri. "Analisis Factor Penentu Keputusan Konsumen Muslim Dalam Memilih Jasa Perbankan Bank Syariah Vc Bank

Konvensional”, *Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*, Vol 3, No. 1, Januari-Juni 2018.

Priyanto, Duwi. *SPSS 22: Pengelola Data Terpadu*. Yogyakarta: ANDI. 2014.

Priyatno, Dwi. *Mandiri Belajar SPSS*. Yogyakarta: Mediaksara. 2008.

Sciffman, Leondan Leslie Lazar Kanuk. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Prentice Hall. 2007.

Shihab, Quraish. *Tafsir Al-Misbah*. Ciputat: Penerbit Lentera Hati. 2000.

Siddiq, Akmal. “Pengaruh Pengetahuan Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Samsung (Survey pada Konsumen Itklik Jakarta) “.

Sugyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta. 2012.

Suhendi, Hendi. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2011.

Sutisana. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya. 2003.

Sutisana. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya. 2003.

Tim Penyusun. *Panduan Penulisan Skripsi*. Padangsidempuan: STAIN Padangsidempuan. 2012.

Umar, Husein. *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bsinis*. Jakarta: Rajawali Pers.

Umam, Khaerul. *Manajemen Perbankan Syariah*. Bandung: CV Pustaka Setia. 2013

Wahab, Fatkhul. “Riba Transaksi Kotor Dalam Ekonomi”, *Jurnal Ekonomi Syariah* (2017) Vol.02 No.02 : 26-41 ISSN 2503-118X | eISSN 2580-4669.

Winardi. *Motivasi Pemotivasian Dalam Manajemen*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2016.

Yuliawan, Eko. “Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah pada PT. Bank Syariah Cabang Bandung”. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*. Vol. 1. No. 01. April 2011.

CURU CULUM VITAE
(Daftar Riwayat Hidup)

DATA PRIBADI

Nama : HENI MUTIARA
Nim : 16 401 00082
Tempat/ tanggalahir : Simpanggambir, 26 Juli 1998
JenisKelamin : Perempuan
AnakKe : 5 dari 5 bersaudara
Alamat : Kelurahan Simpanggambir, Kecamatan Linggabayu,
Kabupaten Mandailing Natal
Agama : Islam

DATA ORANG TUA/WALI

Nama Ayah : Alm. H. Sarmin Nasution
Pekerjaan : -
NamaIbu : Hj. Ida Hairani
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Alamat : Kelurahan Simpanggambir, Kecamatan Linggabayu,
Kabupaten Mandailing Natal

LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

Tahun 2004-2010 : SDN 285 Simpanggambir
Tahun 2010-2013 : MTsN Simpanggambir
Tahun 2013-2016 : MAN Simpanggambir
Tahun 2016-2020 : Program Sarjana (Strata-1) Perbankan Syariah IAIN
Padangsidempuan



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

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

Nomor : 91 /In.14/G.1/G.4b/TL.00/01/2020
Hal : **Mohon Izin Riset**

14 Januari 2020

Yth; **Bank Muamalat Indonesia KC Padangsidimpuan.**

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

Nama : Heni Mutiara
NIM : 1640100082
Semester : VIII (Delapan)
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

adalah benar Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul: " Pengaruh Motivasi Menghindari Riba dan Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KC Padangsidimpuan ".

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

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

a.n Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik


Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan



Bank Muamalat

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

No: 069 /B/KC PSP-SRT/II/2020

Padangsidimpuan, 6 Februari 2020 M
12 Jumadil Tsaniyah 1441 H

Kepada Yth:
Rekan **FEBI IAIN Padangsidimpuan**
Di Tempat

Perihal : **Keterangan izin riset**

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,
Semoga ALLAH SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan karunia-NYA kepada kita semua dalam menjalankan aktivitas sehari-hari, Aamiin YRA.

Sehubungan dengan surat dari Dekan FEBI IAIN Padangsidimpuan nomor 81/In.14/G.1/G.4b/TL.00/01/2020 tanggal 14 Januari 2020 perihal izin riset yang menerangkan:

Nama : Heni Mutiara
NIM : 1640100082
Semester : VIII (Delapan)
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan judul skripsi "**Pengaruh Motivasi Menghindari Riba dan Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk KC Padangsidimpuan**" dengan ini kami sampaikan telah kami terima dan berikan izin untuk melakukan **riset** serta pengambilan data pendukung yang diperlukan untuk selesainya judul skripsi tersebut diatas dengan ketentuan tidak melanggar kode etik dan kerahasiaan nasabah dan Bank.

Demikianlah surat ini dikeluarkan untuk dapat dipergunakan seperlunya oleh yang bersangkutan. Atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.
Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk
KCU PADANGSIDIMPUAN


Bank Muamalat
EFRIDA YANTI SIREGAR
BRANCH MANAGER

RFA



Bank Muamalat



No. : 160 /B/KC PSP-SRT/VII/2020

Padangsidimpuan, 21 Juli 2020 M
29 Dzulqa'dah 1441 H

Kepada Yth:
Dekan FEBI IAIN Padangsidimpuan
Di Tempat

Perihal : Keterangan izin riset

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,
Semoga ALLAH SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan karunia-NYA kepada kita semua dalam menjalankan aktivitas sehari-hari, Aamiin YRA.

Sehubungan dengan surat dari Dekan FEBI IAIN Padangsidimpuan nomor
SI/In.14/G.1/G.4b/TL.00/01/2020 tanggal 14 Januari 2020 perihal izin riset yang menerangkan:

Nama : Heni Mutiara
NIM : 1640100082
Semester : VIII (Delapan)
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan judul skripsi "**Pengaruh Motivasi Menghindari Riba dan Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk KC Padangsidimpuan**" dengan ini kami sampaikan telah selesai melakukan riset serta pengambilan data pendukung yang diperlukan untuk selesainya judul skripsi tersebut diatas dengan ketentuan tidak melanggar kode etik dan kerahasiaan nasabah dan Bank.

Beriklanlah surat ini dikeluarkan untuk dapat dipergunakan seperlunya oleh yang bersangkutan. Atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.
Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

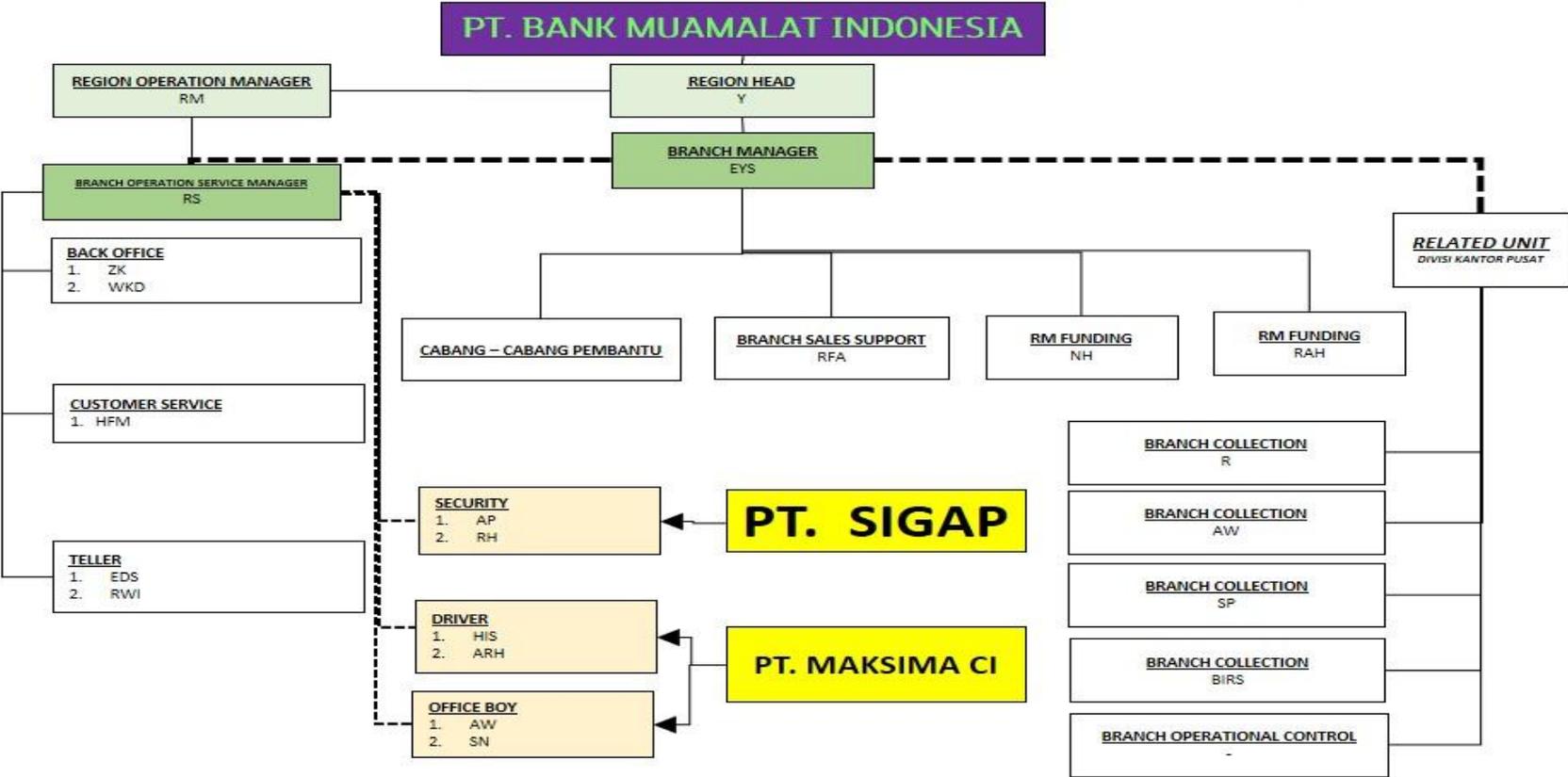
PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk
KC PADANGSIDIMPUAN



EFRIDA YANTI SIREGAR
BRANCH MANAGER

RFA

STRUKTUR ORGANISASI BMI KC PADANGSIDIMPUAN



Lampiran 2

SURAT VALIDASI ANGKET

Menerangkan bahwa yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Hamni Fadlilah, M.Pd

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket untuk kelengkapan penelitian yang berjudul:

Pengaruh Motivasi Menghindari Riba dan Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di PT. Bank Muamakat Indonesia Tbk KC Padangsidimpuan

Yang disusun oleh:

Nama : Heni Mutiara

NIM : 16 401 00082

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Perbankan Syariah

Adapun masukan saya adalah sebagai berikut:

- 1.
- 2.
- 3.

Dengan harapan masukan dan penilaian yang saya berikan dapat dipergunakan untuk menyempurnakan dan memperoleh kualitas angket yang baik

Padangsidimpuan, 2020
Validator

Hamni Fadlilah, M.Pd
NIP. 19830317 201801 2001

Lampiran 3

**LEMBAR VALIDASI
ANGKET MOTIVASI MENGHINDARI RIBA**

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Berilah tanda *checklist* (√) pada kolom V (valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi, Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

Indikator	No. Soal	V	VR	TV
Adanya keinginan untuk menghindari bahaya riba	1, 2			
Adanya keinginan untuk bertransaksi sesuai dengan syariat Islam	3, 4			
Perbedaan bunga dan bagi hasil	5, 6			

Catatan:

.....
.....
.....

Padangsidempuan,
Validator

2020

Hamni Fadlilah, M.Pd
NIP. 19830317 201801 2001

Lampiran 4

**LEMBAR VALIDASI
ANGKET PENGETAHUAN PRODUK PERBANKAN SYARIAH**

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Berilah tanda *checklist* (√) pada kolom V (valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi, Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

Indikator	No. Soal	V	VR	TV
Jenis produk yang dikeluarkan bank syariah	1, 2,			
Manfaat produk bank syariah	3, 4			
Perbedaan perbankan syariah dengan bank konvensional	5, 6			

Catatan:

.....
.....
.....

Padangsidempuan,
Validator

2020

Hamni Fadlilah, M.Pd
NIP. 19830317 201801 2001

Lampiran 5

**LEMBAR VALIDASI
ANGKET KEPUTUSAN MENJADI NASABAH**

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Berilah tanda *checklist* (√) pada kolom V (valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi, Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

Indikator	No. Soal	V	VR	TV
Pengenalan masalah	1, 2			
Pencarian informasi	3, 4			
Evaluasi alternative	5, 6			
Keputusan pembelian	7, 8			
Perilaku pasca pembelian	9, 10			

Catatan:

.....

.....

.....

Padangsidempuan,
Validator

2020

Hamni Fadlilah, M.Pd
NIP. 19830317 201801 2001

Lampiran 6

KUSIONER PENELITIAN

Hal : Kusioner Penelitian

Yth. Bapak/Ibu/Saudara/i

Nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KC Padangsidimpuan

Dengan Hormat,

Bersama ini saya,

Nama : Heni Mutiara

Nim : 1640100082

Program Studi: Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi & Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan

Memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk menjawab pertanyaan maupun pernyataan pada lembar kusioner mengenai **“Pengaruh Motivasi Menghindari Riba dan Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KC Padangsidimpuan”**. Peneliti sangat mengharap kankejujuran responden dalam memberikan jawaban sehingga penelitian kami lebih akurat.

Atas waktu dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i dalam mengisikusioner, saya mengucapkan banyak terimakasih.

Padangsidimpuan,
Hormat saya

2020

Heni Mutiara
NIM. 16 401 00082

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama :
Usia :
Jenis Kelamin : () Laki-laki () Perempuan
Alamat :
Pekerjaan : () Pegawai/ Karyawan
() Pelajar/ Mahasiswa
() Wiraswata
() Lain-lain

II. PETUNJUK PENGISIAN

Jawablah pernyataan berikut dengan member tanda check list (\checkmark) pada kolom yang sudah disediakan. Setiap butir pernyataan berikut terdiri dari 5 pilihan jawaban. Adapun makna dari jawaban tersebut adalah:

Pernyataan Positif

No.	Tanggapan Responden	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Pernyataan Negatif

No.	Tanggapan Responden	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	1
2	Setuju (S)	2
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	4
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	5

III. DAFTAR PERNYATAAN

A. Angket Motivasi Menghindari Riba (X_1)

No.	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Saya menjadi nasabah di PT. Bank					

	Muamalat Indonesia Tbk KC Padangsidimpuan karena keinginan menghindari bahaya riba					
2	Bunga bank hukumnya haram dalam Al-Qur'an					
3	Prinsip bank syariah sesuai dengan syariat Islam membuat saya tertarik untuk bertransaksi di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KC Padangsidimpuan					
4	Saya mengetahui bertransaksi di bank konvensional mengandung riba					
5	Riba atau bunga bank diharamkan oleh agama					
6	Saya mengetahui perbedaan bunga dan bagi hasil					

B. Angket Pengetahuan Produk Perbankan Syariah (X₂)

No.	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Saya mengetahui produk yang dikeluarkan bank syariah					
2	Saya tertarik menggunakan produk dan jasa bank syariah					
3	Menabung di bank syariah kurang menguntungkan sehingga saya tidak menggunakan jasa bank syariah					
4	Bank syariah menyalurkan dana pada usaha yang halal sehingga saya tertarik untuk menggunakan produk bank syariah					
5	Pembagian keuntungan bank syariah berdasarkan bagi hasil					
6	Produk dan jasa yang ditawarkan bank syariah tidak bertentangan dengan isi Al-Qur'an dan hadist					

C. Angket Keputusan Menjadi Nasabah (Y)

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Saya butuh produk perbankan yang sesuai syariah					
2	Saya membutuhkan produk bank syariah karena ingin terhindar riba					
3	Saya mencari informasi tentang bank syariah sebelum menjadi nasabah					
4	Sebelum menjadi nasabah saya mencari tahu tentang kelebihan dan kekurangan produk bank syariah					
5	Saya mempertimbangkannya sebelum saya menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KC Padangsidempuan					
6	Saya menilai beberapa produk bank lain sebelum saya memilih produk bank syariah					
7	Saya akan menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KC Padangsidempuan					
8	Saya menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KC Padangsidempuan karena motivasi dari orang lain					
9	Saya merasa puas dengan pelayanan PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KC Padangsidempuan					
10	Saya tidak tertarik untuk merekomendasikan PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KC Padangsidempuan					

Padangsidempuan,
Responden

2020

()

Lampiran 7

Rekapitulasi Data Motivasi Menghindari Riba

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Jlh
1	5	5	4	5	5	4	28
2	4	5	4	5	5	3	26
3	5	4	4	4	5	4	26
4	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	4	29
6	5	5	5	5	5	5	30
7	4	5	4	5	5	4	27
8	4	5	5	5	5	5	29
9	4	5	4	5	5	5	28
10	4	5	5	5	5	5	29
11	5	5	4	5	5	4	28
12	5	5	5	4	5	4	28
13	5	5	4	5	5	5	29
14	4	4	4	5	5	3	25
15	4	5	5	5	5	5	29
16	5	5	4	5	5	4	28
17	4	5	4	5	5	5	28
18	4	5	5	5	5	5	29
19	4	5	4	5	5	4	27
20	5	5	4	4	5	4	27
21	4	5	4	5	5	5	28
22	4	4	5	2	4	4	23
23	5	5	5	5	5	4	29
24	5	5	4	5	5	5	29
25	5	5	4	5	5	4	28
26	5	4	4	4	4	4	25
27	5	5	4	5	5	5	29
28	5	5	5	4	5	4	28
29	5	5	4	5	5	4	28
30	4	5	4	5	5	4	27
31	4	5	5	5	5	4	28
32	4	4	4	4	4	4	24
33	4	4	4	4	4	4	24
34	5	5	5	5	5	4	29
35	5	5	4	5	5	5	29
36	4	4	4	4	4	4	24
37	5	5	5	4	5	4	28
38	5	5	5	4	5	4	28

39	5	5	4	5	5	4	28
40	5	5	5	5	5	5	30
41	4	5	4	5	5	4	27
42	4	5	4	5	5	4	27
43	4	5	4	5	5	4	27
44	5	5	4	4	5	5	28
45	4	5	4	4	5	4	26
46	5	5	4	4	5	4	27
47	5	5	4	5	5	4	28
48	5	5	5		5	5	25
49	5	5	5	5	5	4	29
50	5	5	4	5	5	4	28
51	4	3	4	4	5	4	24
52	4	5	4	4	5	5	27
53	5	5	4	4	5	5	28
54	4	5	4	5	5	4	27
55	5	5	5	5	5	5	30
56	5	4	4	4	4	4	25
57	4	5	4	5	5	5	28
58	5	5	5	5	5	4	29
59	4	5	4	4	4	4	25
60	4	5	4	5	5	5	28
61	5	5	5	5	5	5	30
62	5	5	4	4	4	4	26
63	5	5	4	4	4	4	26
64	4	5	5	4	4	4	26
65	4	5	3	5	5	5	27
66	4	5	5	5	5	5	29
67	4	5	3	5	5	5	27
68	5	5	5	5	5	5	30
69	4	5	4	5	5	5	28
70	4	5	4	4	4	4	25
71	5	5	5	5	5	5	30
72	5	5	4	4	5	4	27
73	5	5	5	5	5	5	30
74	5	5	5	5	5	5	30
75	5	5	5	5	5	5	30
76	4	4	5	5	5	5	28
77	4	5	4	5	5	5	28
78	4	5	5	5	5	5	29
79	4	5	4	5	5	5	28

80	5	5	5	5	5	5	30
81	5	5	5	5	5	5	30
82	5	5	5	5	5	5	30
83	5	5	5	5	5	5	30
84	4	5	4	3	5	4	25
85	5	5	5	4	5	4	28
86	5	5	5	5	5	4	29
87	4	4	4	5	5	4	26
88	4	4	5	4	5	4	26
89	4	4	5	4	5	4	26
90	4	5	4	5	5	4	27
91	5	5	5	5	5	5	30
92	5	5	5	5	5	5	30
93	5	5	5	5	5	5	30
94	5	5	5	5	5	5	30
95	5	5	4	4	5	5	28
96	4	4	4	5	5	5	27
97	5	5	5	4	4	5	28
98	5	5	5	5	5	5	30
99	4	4	5	5	4	4	26

Lampiran 8

Rekapitulasi Data Pengetahuan Produk Perbankan Syariah

No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	jlh
1	5	4	4	4	4	4	25
2	3	4	3	4	4	5	23
3	4	4	3	5	5	5	26
4	5	5	5	5	5	5	30
5	4	5	5	4	4	5	27
6	4	4	5	4	4	5	26
7	3	4	4	4	5	5	25
8	4	5	5	5	5	4	28
9	4	4	5	5	5	5	28
10	5	5	3	4	5	4	26
11	4	4	4	5	5	4	26
12	4	4	4	4	4	4	24
13	4	5	3	4	5	5	26
14	3	4	4	4	4	4	23
15	5	5	5	5	5	5	30
16	4	4	4	4	4	4	24

17	4	5	3	4	5	5	26
18	4	4	3	5	5	5	26
19	4	4	4	5	5	5	27
20	4	4	4	4	4	4	24
21	4	4	3	3	4	3	21
22	4	5	3	5	4	4	25
23	3	4	3	4	4	5	23
24	4	4	4	4	4	5	25
25	4	4	4	4	4	4	24
26	4	5	4	5	4	4	26
27	4	4	3	4	4	5	24
28	3	4	3	4	4	5	23
29	4	4	5	4	4	4	25
30	4	4	4	5	4	4	25
31	4	4	5	4	4	4	25
32	4	4	4	5	4	4	25
33	4	4	4	4	4	4	24
34	4	4	3	4	4	4	23
35	4	5	4	5	5	5	28
36	4	4	4	4	4	4	24
37	4	4	3	5	5	5	26
38	5	5	5	5	5	5	30
39	4	5	3	4	5	4	25
40	4	4	3	5	5	5	26
41	5	5	3	5	5	5	28
42	4	4	4	4	4	5	25
43	2	5	2	5	5	5	24
44	4	4	4	4	4	4	24
45	4	4	3	4	5	4	24
46	4	4	3	4	4	4	23
47	4	4	3	4	4	3	22
48	5	4	4	4	4	4	25
49	4	4	5	5	4	5	27
50	4	4	4	4	5	4	25
51	2	3	4	4	4	4	21
52	4	4	3	4	4	4	23
53	4	4	3	4	4	3	22
54	4	5	3	4	4	4	24
55	5	5	4	5	5	5	29
56	4	5	4	5	4	4	26
57	4	4	4	3	4	5	24

58	4	5	3	5	5	4	26
59	4	4	3	4	4	4	23
60	4	5	3	5	5	4	26
61	4	4	5	5	5	5	28
62	4	4	4	4	4	4	24
63	4	4	3	4	4	4	23
64	5	4	4	5	5	4	27
65	3	4	3	5	5	4	24
66	4	4	3	4	4	3	22
67	4	4	3	5	5	4	25
68	4	4	4	5	5	5	27
69	4	5	4	4	5	4	26
70	4	4	3	4	4	3	22
71	4	4	5	5	5	5	28
72	4	4	3	4	4	4	23
73	5	5	5	5	5	5	30
74	4	5	4	5	5	5	28
75	5	4	5	5	5	5	29
76	5	5	3	4	4	4	25
77	5	5	5	5	5	5	30
78	5	5	3	5	5	4	27
79	5	4	4	5	5	4	27
80	5	5	5	5	5	5	30
81	4	4	4	4	4	4	24
82	4	4	4	4	4	4	24
83	4	5	4	5	5	5	28
84	3	4	3	4	4	4	22
85	4	4	4	5	4	4	25
86	4	5	5	5	5	5	29
87	4	5	4	4	5	5	27
88	5	4	4	5	4	4	26
89	5	4	4	5	4	4	26
90	4	4	3	5	4	3	23
91	5	5	5	5	5	5	30
92	5	5	5	5	5	5	30
93	5	5	5	5	5	5	30
94	5	5	5	5	5	5	30
95	5	5	5	4	4	4	27
96	5	5	5	4	4	4	27
97	4	4	4	4	4	4	24
98	4	4	5	5	5	5	28

Lampiran 9

Rekapitulasi Data Keputusan Menjadi Nasabah

No	y1	y2	y3	y4	y5	y6	y7	y8	y9	y10	jlh
1	5	5	4	4	4	5	4	3	4	5	43
2	5	4	3	4	4	4	5	5	4	4	42
3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
4	5	5	4	4	5	4	4	3	5	4	43
5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	44
6	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	43
7	5	4	2	3	3	4	4	3	4	4	36
8	5	5	4	4	5	4	5	2	4	4	42
9	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	40
10	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	46
11	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	43
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
13	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	45
14	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	35
15	4	5	4	4	5	4	5	2	3	4	40
16	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
17	5	5	4	5	4	4	4	4	4	3	42
18	4	5	3	3	4	3	5	3	4	5	39
19	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
20	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41
21	5	4	4	4	4	4	5	3	3	3	39
22	5	4	4	4	3	3	4	4	4	3	38
23	5	5	5	5	3	3	4	3	4	4	41
24	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	40
25	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	44
26	5	5	4	3	4	4	4	3	5	3	40
27	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	43
28	5	5	4	4	4	3	4	3	4	5	41
29	4	4	4	4	5	4	4	2	5	4	40
30	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
31	4	5	4	4	4	4	4	3	4	3	39
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
34	5	5	5	4	5	4	4	4	5	3	44
35	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	48

36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
38	5	5	4	4	4	4	5	3	4	5	43
39	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	43
40	4	5	4	4	4	4	4	3	4	3	39
41	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	41
42	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	44
43	4	4	5	4	4	4	4	3	5	3	40
44	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	37
45	4	5	4	4	5	4	4	4	3	2	39
46	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	34
47	5	5	4	3	3	3	4	2	3	5	37
48	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	46
49	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	42
50	4	4	4	4	4	4	5	4	5	3	41
51	4	4	4	5	4	3	3	4	3	4	38
52	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	43
53	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	43
54	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	44
55	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	46
56	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
57	4	5	4	4	4	4	4	5	4	3	41
58	5	4	5	5	4	5	4	4	4	3	43
59	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	37
60	5	5	4	4	4	4	4	3	4	3	40
61	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	46
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
64	4	4	4	2	5	4	4	4	5	5	41
65	5	4	3	4	3	3	4	3	3	3	35
66	5	5	4	4	3	3	5	4	4	3	40
67	5	5	5	4	4	4	4	3	3	3	40
68	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	45
69	5	5	4	4	4	4	4	2	4	4	40
70	5	4	4	4	4	3	4	2	4	4	38
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
72	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	38
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
74	5	5	5	5	4	4	4	2	4	3	41
75	5	5	4	4	1	4	4	4	4	5	40
76	5	4	4	4	4	4	4	3	4	3	39

77	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	41
78	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	46
79	5	5	5	5	4	5	4	3	4	3	43
80	5	5	5	4	4	5	5	3	4	4	44
81	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	45
82	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
83	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
84	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	34
85	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
86	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
87	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	43
88	4	4	5	3	3	3	5	4	4	5	40
89	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	43
90	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	46
91	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
92	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
93	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
94	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
95	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	48
96	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	46
97	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
98	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	46
99	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	44

Lampiran 10

Hasil Uji Validitas Variabel Motivasi Menghindari Riba (X1)

		Correlations						
		x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	x1.6	total_x1
x1.1	Pearson Correlation	1	.303**	.308**	.044	.134	.114	.505**
	Sig. (2-tailed)		.002	.002	.667	.187	.263	.000
	N	99	99	99	98	99	99	99
x1.2	Pearson Correlation	.303**	1	.093	.355**	.371**	.299**	.614**
	Sig. (2-tailed)	.002		.358	.000	.000	.003	.000
	N	99	99	99	98	99	99	99
x1.3	Pearson Correlation	.308**	.093	1	.074	.092	.227*	.504**
	Sig. (2-tailed)	.002	.358		.469	.365	.024	.000
	N	99	99	99	98	99	99	99
x1.4	Pearson Correlation	.044	.355**	.074	1	.524**	.338**	.652**
	Sig. (2-tailed)	.667	.000	.469		.000	.001	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98
x1.5	Pearson Correlation	.134	.371**	.092	.524**	1	.273**	.590**
	Sig. (2-tailed)	.187	.000	.365	.000		.006	.000
	N	99	99	99	98	99	99	99
x1.6	Pearson Correlation	.114	.299**	.227*	.338**	.273**	1	.617**
	Sig. (2-tailed)	.263	.003	.024	.001	.006		.000
	N	99	99	99	98	99	99	99

total_x1	Pearson Correlation	.505**	.614**	.504**	.652**	.590**	.617**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	99	99	99	98	99	99	99

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 11

Hasil Uji Validitas Variabel Pengetahuan Produk Perbankan Syariah (X2)

		Correlations						
		x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	x2.6	total_x2
x2.1	Pearson Correlation	1	.427**	.424**	.288**	.240*	.076	.631**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.004	.017	.457	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
x2.2	Pearson Correlation	.427**	1	.185	.329**	.462**	.303**	.635**
	Sig. (2-tailed)	.000		.067	.001	.000	.002	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
x2.3	Pearson Correlation	.424**	.185	1	.274**	.170	.373**	.680**
	Sig. (2-tailed)	.000	.067		.006	.092	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
x2.4	Pearson Correlation	.288**	.329**	.274**	1	.608**	.372**	.688**
	Sig. (2-tailed)	.004	.001	.006		.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99

y2	Pearson Correlation	.535**	1	.253*	.331**	.238*	.214*	.152	-.043	.200*	.092	.463**
	Sig. (2-tailed)	.000		.012	.001	.017	.033	.132	.674	.047	.365	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
y3	Pearson Correlation	.197	.253*	1	.560**	.359**	.435**	.276**	.165	.303**	.169	.632**
	Sig. (2-tailed)	.051	.012		.000	.000	.000	.006	.103	.002	.094	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
y4	Pearson Correlation	.342**	.331**	.560**	1	.335**	.430**	.212*	.257*	.193	.056	.628**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.000		.001	.000	.035	.010	.055	.583	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
y5	Pearson Correlation	.067	.238*	.359**	.335**	1	.483**	.340**	.171	.373**	.133	.604**
	Sig. (2-tailed)	.510	.017	.000	.001		.000	.001	.091	.000	.190	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
y6	Pearson Correlation	.097	.214*	.435**	.430**	.483**	1	.297**	.246*	.351**	.145	.635**
	Sig. (2-tailed)	.341	.033	.000	.000	.000		.003	.014	.000	.151	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
y7	Pearson Correlation	.198*	.152	.276**	.212*	.340**	.297**	1	.256*	.293**	.385**	.587**
	Sig. (2-tailed)	.049	.132	.006	.035	.001	.003		.010	.003	.000	.000

	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
y8	Pearson Correlation	-.030	-.043	.165	.257*	.171	.246*	.256*	1	.367**	.240*	.536**
	Sig. (2-tailed)	.771	.674	.103	.010	.091	.014	.010		.000	.017	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
y9	Pearson Correlation	.247*	.200*	.303**	.193	.373**	.351**	.293**	.367**	1	.405**	.668**
	Sig. (2-tailed)	.014	.047	.002	.055	.000	.000	.003	.000		.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
y10	Pearson Correlation	.090	.092	.169	.056	.133	.145	.385**	.240*	.405**	1	.518**
	Sig. (2-tailed)	.375	.365	.094	.583	.190	.151	.000	.017	.000		.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
total_y	Pearson Correlation	.426**	.463**	.632**	.628**	.604**	.635**	.587**	.536**	.668**	.518**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 13

Hasil Uji Reliabilitas Motivasi Menghindari Riba

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.735	7

Hasil Uji Reliabilitas Pengetahuan Produk Perbankan Syariah

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.762	7

Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Menjadi Nasabah

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.737	11

Lampiran 14

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		99
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.84927133
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.054
	Positive	.054
	Negative	-.048
Test Statistic		.054
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: Data penelitian diolah, 2020.

Lampiran 15

Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	11.358	4.786		2.373	.020		
Motivasi menghindari riba	.531	.192	.262	2.770	.007	.768	1.302
Pengetahuan produk perbankan syariah	.611	.140	.412	4.367	.000	.768	1.302

d. Dependent Variable: Keputusan
 Sumber: Data penelitian diolah, 2020.

Lampiran 16

Hasil Uji Heteroskedastisitas
Correlations

		motivasi menghindari riba	pengetahuan produk	keputusan menjadi nasabah	Unstandardi zed Residual
motiva si mengh indari riba	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	1 99	.482** .000 99	.460** .000 99	.000 1.000 99
penget ahuan produk	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.482** .000 99	1 99	.538** .000 99	.000 1.000 99
keputu san menja di nasaba h	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.460** .000 99	.538** .000 99	1 99	.811** .000 99
Unstan dardiz ed Residu al	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.000 1.000 99	.000 1.000 99	.811** .000 99	1 99

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
Sumber: Data penelitian diolah, 2020.

Lampiran 17

Hasil Uji Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.585 ^a	.342	.329	2.879

c. Predictors: (Constant), pengetahuan produk , motivasi menghindari riba

d. Dependent Variable: keputusan menjadi nasabah

Sumber: Data penelitian diolah, 2020.

Lampiran 18

**Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	11.358	4.786		2.373	.020		
Motivasi menghindari riba	.531	.192	.262	2.770	.007	.768	1.302
Pengetahuan produk perbankan syariah	.611	.140	.412	4.367	.000	.768	1.302

e. Dependent Variable: Keputusan

Sumber: Data penelitian diolah, 2020.

Lampiran 19

**Uji Koefisien Secara Parsial (Uji t)
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	11.358	4.786		2.373	.020		
Motivasi menghindari riba	.531	.192	.262	2.770	.007	.768	1.302
Pengetahuan produk perbankan syariah	.611	.140	.412	4.367	.000	.768	1.302

f. Dependent Variable: Keputusan

Sumber: Data penelitian diolah, 2020.

Lampiran 20

Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji f)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	414.362	2	207.181	24.999	.000 ^b
	Residual	795.598	96	8.287		
	Total	1209.960	98			

a. Dependent Variable: keputusan menjadi nasabah

b. Predictors: (Constant), pengetahuan produk , motivasi menghindari riba

Sumber: Data penelitian diolah, 2020.

LAMPIRAN DOKUMENTASI





Tabel r untuk df = 51 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

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