

**PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK TERHADAP MINAT
MASYARAKAT KELURAHAN DANGERAKKO
UNTUK MENJADI NASABAH BANK
SYARIAH INDONESIA**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



Oleh
RAHMA DANI ASIS N.
18 0402 0110

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO**

2022

**PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK TERHADAP MINAT
MASYARAKAT KELURAHAN DANGERAKKO
UNTUK MENJADI NASABAH BANK
SYARIAH INDONESIA**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



Oleh

RAHMA DANI ASIS N.

18 0402 0110

Pembimbing:

Akbar Sabani, S.E.I., M.E.

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO**

2022

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Rahma Dani Asis N.

NIM : 18 0402 0110

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Perbankan Syariah

menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan dan atau kesalahan yang ada di dalamnya adalah tanggungjawab saya.

Bilamana di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.



Palopo, 22 September 2022
Yang membuat pernyataan,

Rahma Dani Asis N.
NIM 18 0402 0110

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul Pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Minat Masyarakat Kelurahan Dangerakko untuk Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia yang ditulis oleh Rahma Dani Asis N Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 18 0402 0110, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Rabu, Tanggal 16 November 2022 Miladiyah bertepatan dengan 21 Rabi'ul Akhir 1433 Hijriah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Palopo, 21 November 2022

TIM PENGUJI

- | | |
|--|---------------------------|
| 1. Dr. Takdir, S.H., M.H | Ketua Sidang (.....) |
| 2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A. | Sekretaris Sidang (.....) |
| 3. Zainuddin S, SE., M.Ak. | Penguji I (.....) |
| 4. Megasari, S.Pd., M.Sc | Penguji II (.....) |
| 5. Akbar Sabani, S.EI., M.E. | Pembimbing (.....) |

Mengetahui:

Rektor IAIN Palopo
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Takdir, S.H., M.H
NIP. 19790724 200312 1 002

Ketua Program Studi
Perbankan Syariah

Hendra Safri, S.E., M.M
NIP. 19861020 201503 1 001

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَأَصْحَابِهِ أَجْمَعِينَ أَمَا بَعْدُ

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah swt atas segala Rahmat, Hidayah serta kekuatan lahir dan batin, kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Minat Masyarakat Kelurahan Dangerakko untuk Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia”** sehingga dapat diselesaikan tepat waktu dan sesuai dengan harapan.

Salawat dan salam dihanturkan kepada Nabi Muhammad Saw. kepada para keluarga, sahabat dan pengikut-pengikutnya. Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan, serta dorongan dari banyak pihak walaupun penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan, kepada kedua orang tua peneliti yang tercinta dan terkasih Bapak Asis Nawawi dan Ibu Hamliana yang telah mengasuh dan mendidik peneliti dengan penuh kasih sayang sejak kecil hingga saat ini, dan tidak henti-hentinya selalu memberikan doa, dukungan, dan menyemangati peneliti, baik secara moril maupun secara materil, sehingga Alhamdulillah skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu

penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan, kepada :

1. Dr. Abdul Pirol, M.Ag. selaku Rektor IAIN Palopo, Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan, Dr. H. Muammar Arafat, S.H., MH., Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Dr. Ahmad Syarief Iskandar, S.E., M.M. dan Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama, Dr. Muhaemin, M.A.,
2. Dr. Takdir, S.H., M.H selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, terutama (Alm.) Dr. Hj. Ramlah Makkulasse, M.M., beserta Bapak Wakil Dekan Bidang Akademik, Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.E.I., M.A. dan Tadjuddin, S.E., M.Si., Ak., CA., CSRS., CAPM., CAPF., CSRA. Selaku Wakil Dekan Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Ilham, S. Ag., M.A. Selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Beserta Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Hendra Safri, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah dan sekretaris Prodi Ibu Nur Ariani Aqidah, S.E., M.Sc beserta staf yang telah membantu dan mengarahkan dalam penyelesaian skripsi.
4. Akbar Sabani, S.E.I., M.E. selaku pembimbing yang telah memberikan bimbingan, masukan dan mengarahkan dalam rangka penyelesaian skripsi.
5. Zainuddin S,SE., M.Ak. dan Megasari, S.Pd., M.Sc selaku penguji I dan penguji II yang telah banyak memberi arahan untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Zainuddin S,SE., M.Ak. selaku Dosen Penasehat Akademik

7. Seluruh Dosen beserta staf pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo yang telah mendidik penulis selama berada di IAIN Palopo dan memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.
8. Madehang, S.Ag., M.Pd., selaku Kepala Unit Perpustakaan beserta Karyawan dan karyawan dalam ruang lingkup IAIN Palopo, yang telah banyak membantu, khususnya dalam mengumpulkan literature yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini.
9. Adhy Dewantara, S.E. selaku Lurah kelurahan Dangerakko Kota Palopo beserta seluruh jajarannya, serta masyarakat Kelurahan Dangerakko yang telah meluangkan waktu dan banyak membantu peneliti dalam mengumpulkan informasi serta memberikan arahan selama proses penelitian berlangsung.
10. Kepada saudaraku Delsi Tifani dan Bambang Afryanto yang telah banyak membantu dan senantiasa memberikan dorongan, masukan, serta motivasi selama proses penyusunan skripsi.
11. Kepada seluruh teman-teman seperjuangan program studi Perbankan Syariah terkhusus kepada teman-teman kelas PBS/C angkatan 18, yang telah banyak memberikan dukungan, motivasi, dan inspirasi dalam penyusunan skripsi.

Mudah-mudahan bernilai ibadah dan mendapatkan pahala dari Allah SWT.

Peneliti



Rahma Dani Asis N.
NIM. 18 0402 0110

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

A. *Transliterasi Arab-Latin*

Daftar huruf Bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	zal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	apostrof terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El

م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

2. Vokal

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

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	<i>fathah</i>	A	A
إ	<i>Kasrah</i>	I	I
أ	<i>dammah</i>	U	U

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أِي	<i>fathah dan yā'</i>	Ai	a dan i
أُو	<i>fathah dan wau</i>	Au	a dan u

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ اِ اِي ...	<i>fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>yā'</i>	Ā	a dan garis di atas
يِ	<i>kasrah</i> dan <i>yā'</i>	Ī	i dan garis di atas
وِ	<i>ḍammah</i> dan <i>wau</i>	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

مَاتَ : *māta*
رَمَى : *ramā*
قِيلَ : *qīla*
يَمُوتُ : *yamūtu*

4. Tā' marbūṭah

Transliterasi untuk *tā' marbūṭah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *ḍammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *tā' marbūṭah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *tā' marbūṭah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-*serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā' marbūṭah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *rauḍatul atfāl*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madīnah al-fāḍilah*

الْحِكْمَةُ : *al-ḥikmah*

5. Syaddah (Tasydīd)

Syaddah atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydīd*, dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا : *rabbānā*

نَجَّيْنَا : *najjainā*

الْحَقُّ : *al-ḥaqq*

نُعْمٌ : *nu'ima*

عُدُوْ : *'aduwwun*

Jika huruf *ber-tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah*, maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadai.

Contoh:

عَلِيٌّ : 'Ali (bukan 'Aliyy atau 'Aly)

عَرَبِيٌّ : 'Arabi (bukan 'Arabiyy atau 'Araby)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf *alif lam ma'rifah* (ال) (*alif lam ma'rifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang di transliterasi seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsi yah*

maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ :*al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ :*al-zalzalah* (*az-zalzalah*)

الْفَلْسَفَةُ :*al-falsafah*

الْبِلَادُ :*al-bilādu*

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta'murūna*

النَّوْعُ : *al-nau'*

شَيْءٌ : *syai'un*

أُمِرْتُ : *umirtu*

8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia,

atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata al-Qur'an (dari *al-Qur'ān*), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian darisatu rangkaian teks Arab, maka wajib ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

Syarḥ al-Arba'īn al-Nawāwī

Risālah fī Ri'āyah al-maṣlahah

9. Lafz al-Jalālah (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jarr dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *muḍāf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

بِالله *billāh* دِينُ اللهِ *dinullāh*

Adapun *tā' marbuṭah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُمْ فِي رَحْمَةِ اللهِ : *hum fi raḥmatillāh*

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menulis huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka

yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR). Contoh:

Wa mā Muḥammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wuḍi ‘a linnāsi lallaḏī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramaḏān al-laḏūnzila fihi al-Qur’ān

Naṣīr al-Dīn al-Ṭūsī

Naṣr Ḥāmid Abū Zayd

Al-Ṭūfi

Al-Maṣlahah fi al-Tasyrī’ al-Islāmī

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh:

Abū al-Walīd Muḥammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muḥammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd Muḥammad Ibnu)

Naṣr Ḥāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaīd, Naṣr Ḥāmid (bukan: Zaīd, Nasr Ḥāmid Abū)

B. *Daftar Singkatan*

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt.	= <i>subhānahūwa ta 'ālā</i>
saw.	= <i>ṣallallāhu 'alaihi wa sallam</i>
as	= <i>'alaihi al-salām</i>
H	= Hijrah
M	= Masehai
SM	= Sebelum Masehi
l	= Lahir tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
w	= wafat tahun
QS.../...	= QS al-Baqarah/2; 4 atau QS Ali Imran/3; 4
HR	= Hadis Riwayat

DAFTAR ISI

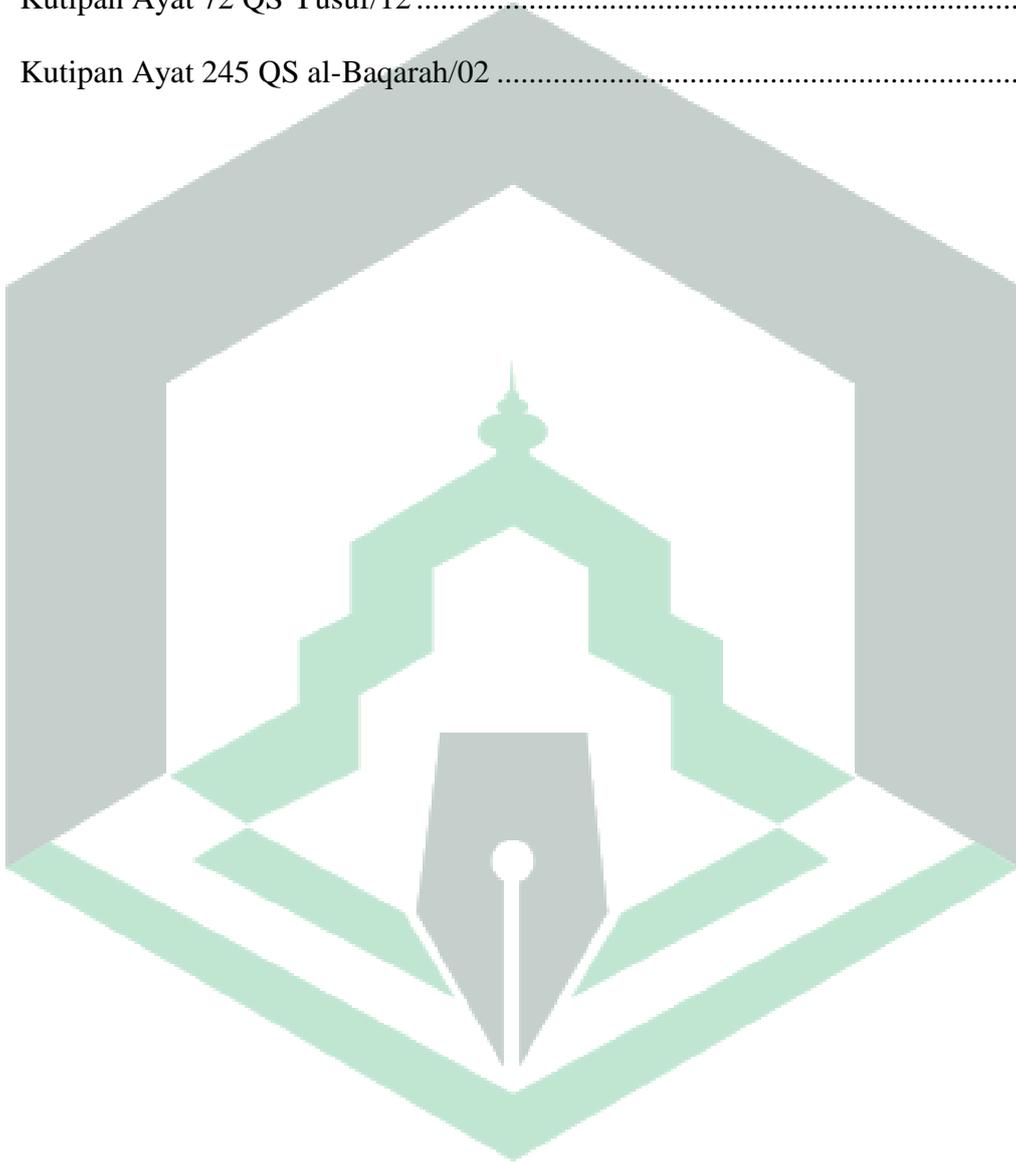
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PRAKATA	v
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN	vii
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR AYAT	xviii
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR/BAGAN	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
DAFTAR ISTILAH	xxii
ABSTRAK	xxiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN TEORI	8
A. Penelitian Terdahulu yang Relevan	8
B. Landasan Teori	11
C. Kerangka Pikir	33
D. Hipotesis Penelitian	34
BAB III METODE PENELITIAN	35
A. Jenis Penelitian	35
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	35
C. Definisi Operasional Variabel	35

D. Populasi dan Sampel	36
E. Instrument Penelitian	38
F. Teknik Pengumpulan Data	39
G. Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen	40
H. Teknik Analisis Data	44
BAB IV ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN	49
A. Hasil Penelitian.....	49
B. Pembahasan	58
BAB V PENUTUP	61
A. Kesimpulan	61
B. Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN-LAMPIRAN	67



DAFTAR AYAT

Kutipan Ayat 19 QS al-Kahfi/18.....	22
Kutipan Ayat 72 QS Yusuf/12	23
Kutipan Ayat 245 QS al-Baqarah/02	24

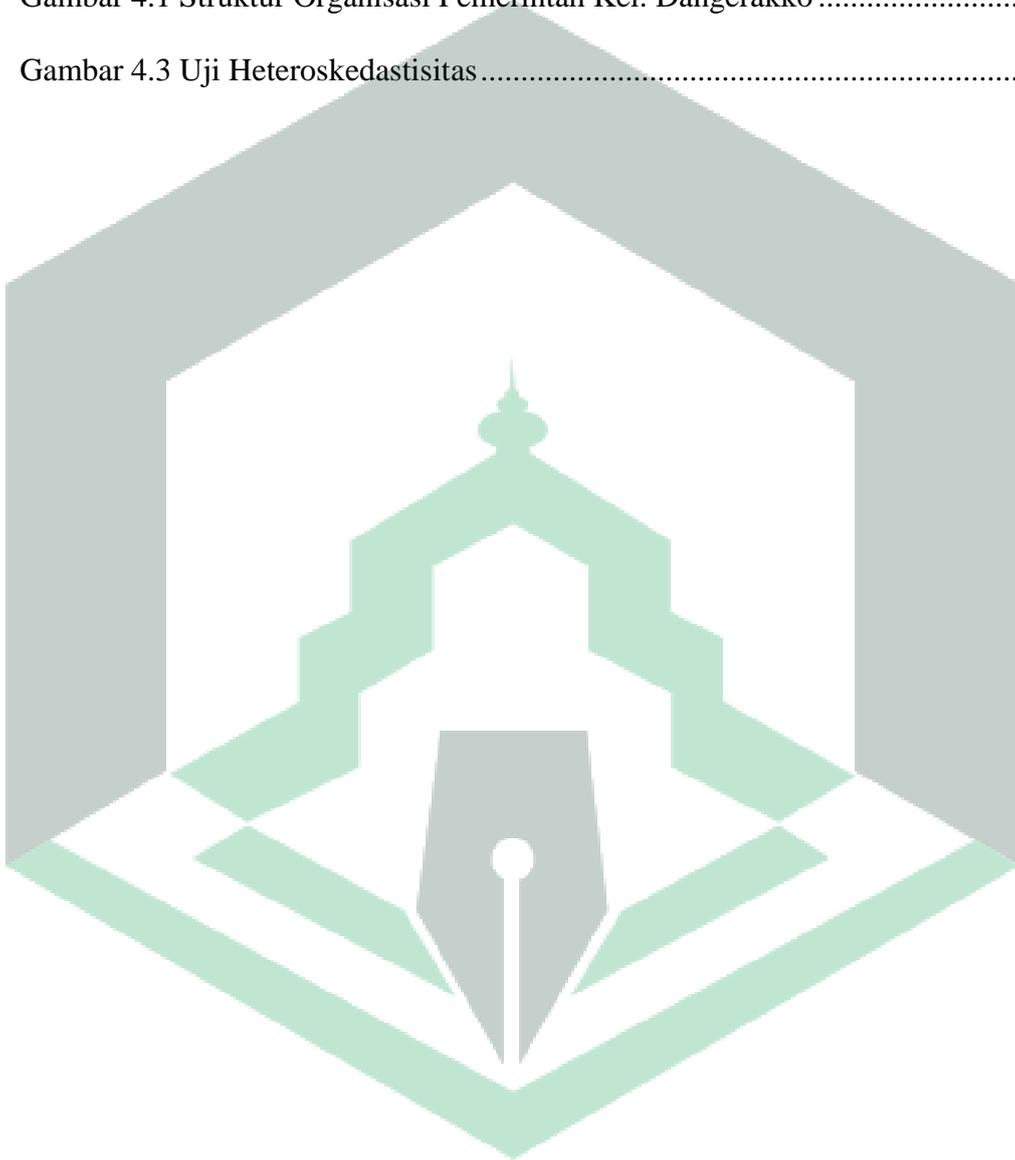


DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Rangkuman Produk dan Jasa Perbankan Syariah	27
Tabel 2.2 Perbedaan Perbankan Syariah dan Konvensional	28
Tabel 3.1 Defenisi Operasional Variabel	37
Tabel 3.2 Keadaan Penduduk Kel. Dangerakko	38
Tabel 3.3 Skala Likert	40
Tabel 3.4 Uji Validitas	52
Tabel 3.5 Uji Reliabilitas	53
Tabel 4.1 Responden Menurut Jenis Kelamin	50
Tabel 4.2 Responden Menurut Usia	50
Tabel 4.3 Responden Menurut Pendidikan Terakhir	51
Tabel 4.4 Uji Normalitas	54
Tabel 4.5 Uji Linieritas	55
Tabel 4.6 Uji T	57
Tabel 4.7 Uji Analisis Regresi Sederhana	58
Tabel 4.8 Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2	59

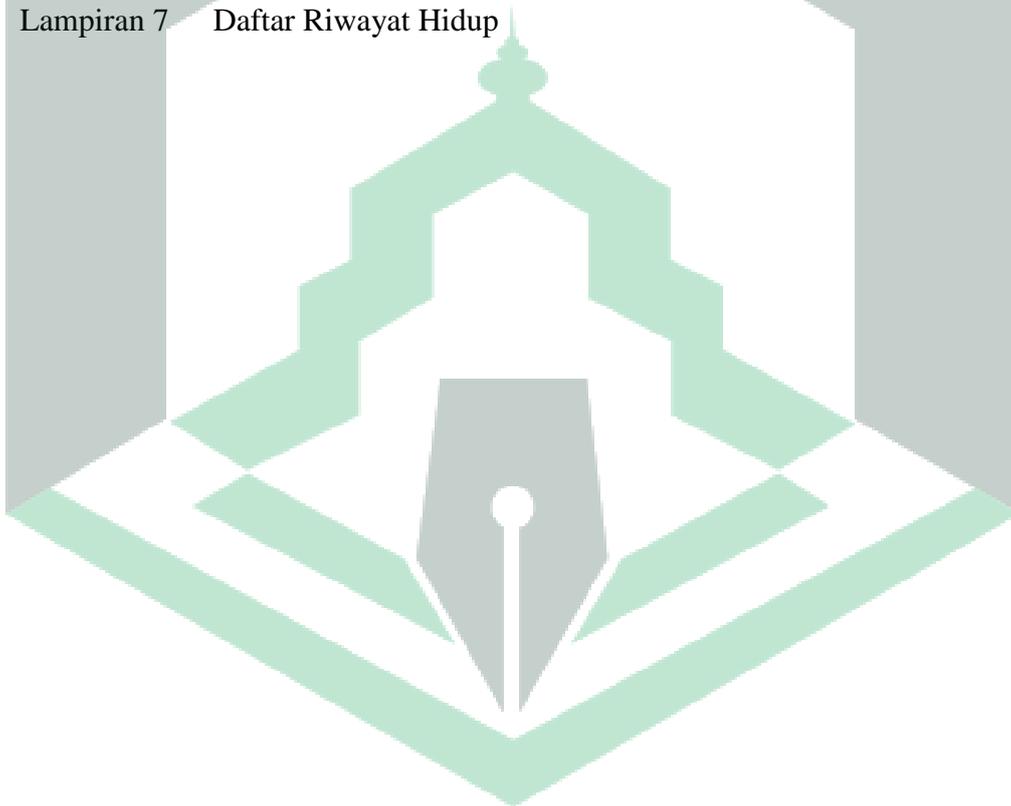
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Fikir.....	34
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Pemerintah Kel. Dangerakko	49
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas	56



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Rekapitulasi Kuesioner
- Lampiran 3 Uji Validitas Dan Reabilitas
- Lampiran 4 R Tabel & T Tabel
- Lampiran 5 Dokumentasi Penelitian
- Lampiran 6 Surat Keterangan Penelitian
- Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup



DAFTAR SINGKATAN

SPSS	: <i>Statistic Product and Service Solution</i>
BAZNAS	: Badan Amil Zakat Nasional
L/C	: <i>Letter of Credit</i>
BSI	: Bank Syariah Indonesia
ZPRED	: <i>Standardized Predicted Values</i>
SRESID	: <i>Studentized Residuals</i>
OJK	: Otoritas Jasa Keuangan
OTC	: <i>Over The Counter</i>



ABSTRAK

Rahma Dani Asis N. 2022 *“Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Minat Masyarakat Kelurahan Dangerakko Untuk Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia”*. Skripsi Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Akbar Sabani.

Kurangnya pengetahuan produk masyarakat tentang perbankan syariah membuat masyarakat lebih memilih Bank Konvensional. Tidak adanya sosialisasi tentang produk sehingga masyarakat kurang tertarik dengan Bank Syariah. Skripsi ini membahas tentang pengaruh pengetahuan produk terhadap minat masyarakat Kelurahan Dangerakko untuk menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia. Penelitian ini bertujuan: untuk mengetahui apakah pengetahuan produk berpengaruh terhadap minat masyarakat Kelurahan Dangerakko untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh masyarakat Kelurahan Dangerakko yang berjumlah 4.351 penduduk dengan pengambilan sampel sebanyak 98 responden menggunakan rumus slovin, serta pengumpulan data dengan membagikan kuesioner. Pengolahan data menggunakan SPSS versi 25. Analisis data menggunakan uji normalitas, uji linieritas, uji heteroskedastisitas, uji regresi linier sederhana dan uji hipotesis. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa variabel pengetahuan produk memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat Kelurahan Dangerakko untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,313 > 1,984$) atau dapat dilihat dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$.

Kata kunci: Pengetahuan Produk, Minat Masyarakat

ABSTRACT

Rahma Dani Asis N. 2022 *"The Effect of Product Knowledge on the Interest of the People of Dangerakko Village to Become Customers of Bank Syariah Indonesia"*. Thesis of sharia banking study program, Faculty of Economics and Islamic Business, Palopo State Islamic Institute. Guided by Akbar Sabani.

The lack of knowledge of public products about sharia regulation makes people prefer Conventional Banks. There is no socialization about products so that people are less interested in Islamic banks. This thesis discusses the influence of product knowledge on the interest of the people of Dangerakko Village to become customers at Bank Syariah Indonesia. This study aims to: to find out whether product knowledge affects the interest of the people of Dangerakko Village to become customers of Bank Syariah Indonesia. In this study, researchers used a quantitative type of research. The population in this study was the entire community of Dangerakko Village which amounted to 4,351 residents with a sampling of 98 respondents using the slovin formula, as well as data collection by distributing questionnaires. Data processing using SPSS version 25. Data analysis uses normality test, linearity test, heteroskedasticity test, simple linear regression test and hypothesis test. Based on the results of partial testing, it shows that product knowledge variables have an influence on the interest of the people of Dangerakko Village to become customers of Bank Syariah Indonesia. This can be proved by the value of $t\text{-count} > t\text{-table}$ ($5.313 > 1.984$) or can be seen with a significant value of $0.000 < 0.05$.

Keywords: Product Knowledge, Community Interest

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dunia perbankan saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat, sehingga keadaan ini menimbulkan bisnis perbankan yang kompetitif dan ketat. Kenyataan seperti ini tidak dapat dipungkiri lagi sehingga setiap Bank dituntut untuk menggunakan berbagai cara dalam menarik minat masyarakat. Bank sebagai lembaga keuangan yang usaha utamanya memberikan jasa penyimpanan dan menyalurkannya kembali dalam berbagai alternatif pinjaman kepada masyarakat juga perlu memfokuskan pada kinerja pelayanan untuk memuaskan pelanggannya.¹

Perekonomian Indonesia, sejak tahun 1997-1998 dilanda krisis, Sejak krisis ekonomi ini, pemerintah *melikuidasi* 16 Bank pada tanggal 1 November 1997, sebagian nasabah mengalami kesulitan mengambil uang tabungan di Bank tersebut. Semenjak itu kepercayaan masyarakat terhadap perbankan nasional menurun drastis. Atas kejadian ini mengakibatkan perubahan perilaku nasabah, seperti memindah rekening ke Bank lain, khususnya pada Bank pemerintah, alasannya Bank pemerintah dianggap dapat memberikan jaminan keamanan yang lebih baik. Adanya permasalahan inilah banyak masyarakat menjadi enggan menginvestasikan dananya, karena Bank bukan tempat yang aman lagi untuk

¹Budiarti Isniar, "Penerapan Prinsip-Prinsip Good Corporate Governance (GCG) Pada Dunia Perbankan," *Majalah Ilmiah UNIKOM* 8, no. 2 (2011): 66, <https://doi.org/10.18326/muqtasid.v7i2.1-21>.

berinvestasi. Bank tidak lagi memberikan keuntungan bagi masyarakat dan sebaliknya, Bank menambah beban masyarakat dengan segala permasalahannya. Sejak krisis ekonomi 1998 menimpa industri perbankan Indonesia, sepanjang 2005 laba perbankan per Desember 2005 mengalami penurunan 23,5%.²

Menurut Ikatan Bankir Indonesia sejarah awal perbankan syariah di Indonesia berawal pada tahun 1990 dari hasil lokakarya antara “Bunga Bank dengan Perbankan” yang akhirnya didirikan Bank Muamalat Indonesia (BMI) yang resmi beroperasi pada tahun 1991, namun berjalan dengan sangat lambat bahkan hampir stagnan atau jalan di tempat, namun pada tahun 1998 terjadi krisis ekonomi dan moneter di Indonesia dan pada saat itu semua bank yang ada di Indonesia mengalami krisis dan hanya Bank Muamalat Indonesia yang berhasil bertahan. Perbankan Syariah mengalami perkembangan yang pesat setelah lahirnya Undang-undang No. 10 tahun 1998, tentang perubahan atas Undang-undang No. 7 Tahun 1992 tentang perbankan. Dalam UU ini terdapat perubahan yang memberikan peluang yang besar dan landasan hukum yang lebih kuat bagi pengembangan Perbankan Syariah serta memberikan kesempatan yang luas untuk mengembangkan jaringan Perbankan Syariah antara lain melalui izin pembukaan Kantor Cabang Syariah (KCS) oleh Bank Konvensional.

Perkembangan perbankan syariah semakin kuat di tengah pandemic virus Corona pada tahun 2020 dimana pertumbuhan pembiayaan Bank Syariah pada tahun 2020 sebesar 9,5 persen yang berarti pertumbuhan pembiayaan Bank Syariah jauh dari pertumbuhan pembiayaan perbankan Konvensional yang sebesar

²Kasmir, *Pemasaran Bank*, Edisi Pert. (Jakarta: Prenadamedia Group, 2004). 78.

2,41 persen. Namun pertumbuhan ini tidak sesuai dengan pertumbuhan nasabah Perbankan Syariah, berdasarkan data statistik keuangan syariah yang dikeluarkan oleh Otoritas Jasa Keuangan pada tahun 2020 pertumbuhan jumlah nasabah perbankan Syariah berada pada level 12%³. Pertumbuhan jumlah nasabah di Kota Palopo sendiri selama 3 tahun terakhir dimulai pada tahun 2019 diperkirakan ±1560 nasabah menabung menggunakan produk tabungan wadiah, kemudian pada tahun 2020 diperkirakan ±1.680, sedangkan pada Tahun 2021 nasabah yang menabung menggunakan produk tabungan akad wadiah diperkirakan ±2.400 nasabah.⁴

Pada umumnya Bank Syariah sudah diketahui di Indonesia, hanya sedikit orang-orang yang beragama Islam yang mengetahui macam-macam produk yang ditawarkan oleh perbankan Syariah, apa keuntungan produk-produk tersebut dibandingkan dengan Bank Konvensional. Tidak demikian halnya dengan dengan produk-produk perbankan konvensional dimana mereka telah lama memahami dengan baik produk-produk Bank Konvensional. Produk Perbankan Syariah memiliki potensi dipasarkan keberbagai segmen konsumen baik individual maupun korporasi, akan tetapi dalam realitanya seringkali muncul masalah klasik yang dijumpai dikalangan masyarakat yaitu minimnya pengetahuan mereka mengenai produk Perbankan Syariah.⁵

³Otoritas Jasa Keuangan, “Statistik Perbankan Syariah”, September 2020, <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/default.aspx>. Diakses Pada Tanggal 09 Maret 2022.

⁴Sarah Muhammad, “Hasil Wawancara Pangsa Jumlah Nasabah 3 Tahun Terakhir”, (Customer Service BSI KCP Palopo Ratulangi)

⁵Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Syariah: Produk-Produk Dan Aspek-Aspek Hukumnya*. (Jakarta: Kencana 2014), 44.

Perbankan Syariah bukan hanya dapat menawarkan semua produk yang ditawarkan oleh perbankan konvensional, tetapi juga dapat menawarkan produk-produk perusahaan *multifinance* dan produk-produk perusahaan sekuritas. Beragamnya produk yang ditawarkan oleh perbankan Syariah yaitu lebih beragam dari pada yang dapat ditawarkan oleh perbankan konvensional, dapat meningkatkan penggunaan jasa perbankan Syariah, akan tetapi pengetahuan produk pada perbankan syariah menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam mengevaluasi produk yang ditawarkan. Karena dengan memiliki pengetahuan produk pada perbankan syariah seseorang memiliki kemampuan dalam membedakan produk mana yang baik atau buruk yang akan membentuk sikap positif atau negatif terhadap produk.⁶

Banyak masyarakat dari berbagai golongan, tingkat usia, suku, ras, dan agama menjalankan berbagai macam aktivitas sehari-hari pasti tidak terlepas dari penggunaan layanan perbankan. Setiap masyarakat memiliki penilaian tersendiri mengenai pengetahuan dan minat dalam dirinya. Minat merupakan suatu bentuk dari kesukaan, kesenangan, perhatian maupun ketertarikan hati yang tinggi (kecocokan) tentang keinginan mengenai sesuatu. Menurut Philip Khotler salah satu faktor yang mempengaruhi minat seseorang yaitu pengetahuan, gaya hidup dan kepribadian⁷, sedangkan menurut Widayani Wahab pembelian seseorang

⁶Niken Nastiti Dkk, "Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Perbankan, Pengetahuan Produk Perbankan, Pengetahuan Pelayanan Perbankan, dan Pengetahuan Bagi Hasil Serta Prefensi Menggunakan Jasa Perbankan", *Asset: Jurnal Ilmiah Bidang Manajemen Dan Bisnis 1*, No. 1 (2018): 19.

⁷Philip Khotler dan Kevin Lanner Keller, *Manajemen Pemasaran Jili 1 Edisi Ke-13*, (Jakarta: Erlanga, 2008), 172-175.

dipengaruhi oleh empat faktor yaitu motivasi, persepsi, pengetahuan dan kepercayaan.⁸

Salah satu faktor yang mempengaruhi minat menabung di Bank Syariah adalah pengetahuan mengenai produk dan jasa bank syariah. Semakin baik pengetahuan masyarakat terhadap produk dan jasa maka minat menabung semakin tinggi. Pengetahuan adalah informasi yang diperoleh dari berbagai media masa, seperti iklan, pada majalah, televisi, koran, radio, pamflet bahkan bisa juga melalui pengalaman seseorang. Pengetahuan merupakan pengalaman yang terekam dalam kesadaran seseorang. Menurut Vinna Sri Yuniarti pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk, serta pengetahuan lainnya yang berkaitan dengan fungsinya sebagai konsumen.

Masyarakat Kelurahan Dangerakko dengan jumlah 4.351 jiwa dan masyarakatnya mayoritas beragama islam. Penduduk di Kelurahan Dangerakko seharusnya sudah mengenal lembaga keuangan syariah, karena semua kegiatan di lembaga keuangan syariah menggunakan prinsip syariat Islam. Masih kurangnya sosialisasi mengenai Bank Syariah di masyarakat Kelurahan Dangerakko membuat mereka kurang berminat untuk menggunakan jasa Bank Syariah. Jika dilihat letak geografis Kelurahan Dangerakko berada di tengah Kota Palopo dan berjarak 1,2 Km dari KC BSI.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terkait pengetahuan masyarakat Kelurahan Dangerakko tentang Bank Syariah sebagian besar

⁸Wirdayani Wahab, "Pengaruh Tingkat Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah", *Jurnal: Ekonomi Dan Bisnis Islam Volume 1*, No 2, (2016), 175.

responden sudah tahu apa itu Bank Syariah dan mengetahui kelebihan Bank Syariah yaitu menggunakan sistem bagi hasil serta Bank Syariah juga terjamin bebas riba. Namun, tidak semua masyarakat menggunakan jasa perbankan Syariah dikarenakan belum yakin tentang prinsi-prinsip bank syariah, informasi tentang produk-produk bank syariah dinilai masih kurang. Masyarakat di Kelurahan Dangerakko masih menganggap Bank Syariah dan Bank Konvensional sama saja, hanya istilah yang digunakan saja berbeda.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk meneliti **“Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Minat Masyarakat Kelurahan Dangerakko Untuk Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka permasalahan yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah: Apakah pengetahuan produk memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat kelurahan Dangerakko untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan penelitian dari rumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini yaitu: untuk mengetahui apakah produk memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat kelurahan Dangerakko untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia.

D. Manfaat Penelitian

1. Teoritis

Secara teoritis manfaat yang diperoleh dari hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk mengetahui tingkat pengetahuan produk terhadap minat masyarakat Kelurahan Dangerakko untuk menjadi nasabah Bank Syariah.

2. Praktisi

- a. Untuk Bank Syariah Indonesia (BSI) ini diharapkan dapat menambah pemikiran yang memberikan manfaat sebagai bahan penilaian, sekaligus sebagai bahan revisi seberapa besar pengaruh pengetahuan produk syariah terhadap minat masyarakat untuk menjadi nasabah BSI.
- b. Untuk peneliti mampu memperluas pemahaman, pengalaman tentang pengaruh pengetahuan produk terhadap minat masyarakat untuk menjadi nasabah BSI dan menjadikan ini salah satu hal penting untuk menyelesaikan kuliah
- c. Untuk masyarakat diyakini bahwa hasil dari penelitian ini diterima dan memiliki opsi untuk meningkatkan pengetahuan produk bank syariah sehingga masyarakat tertarik untuk melibatkan bank syariah dalam setiap transaksi yang dilakukan.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan

Adapun peneliti jadikan pedoman dan acuan dalam pembuatan skripsi ini diantaranya adalah hasil penelitian dari beberapa skripsi dan jurnal diantaranya:

1. Satriani, Institut Agama Islam Negeri Palopo, Tahun 2017. Judul Penelitian “Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Walendrang Utara Mengenai Bank Syariah Terhadap Minat Menjadi Nasabah”. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa variabel pengetahuan masyarakat (X) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel minat menjadi nasabah (Y). hal ini dilihat dari hasil analisis parsial (uji t) dan analisis simultan (uji F). variabel pengetahuan masyarakat dengan nilai t_{hitung} sebesar $16,408 > t_{tabel}$ sebesar 1.984 dan nilai signifikansi (sig) $0,000 < 0,05$, artinya variabel X mempunyai pengaruh yang dominan untuk variabel Y.⁹

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan yaitu sama-sama menggunakan variabel pengetahuan dan minat menjadi nasabah dalam penelitian. Adapun perbedaannya terletak pada lokasi penelitian, penelitian Satriani berlokasi di daerah walendrang utara dimana masyarakatnya jauh dari lokasi bank syariah dan kurangnya informasi seperti sosialisasi serta promosi yang dilakukan bank syariah didaerah Walendrang Selatan. Sedangkan penelitian ini dilakukan di Kelurahan

⁹Satriani, “Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Walendran Utara Mengenai Bank Syariah Terhadap Minat Menjadi Nasabah”, *Palopo: Institut Agama Islam Negeri Palopo*, (2017).

Dangerakko dimana masyarakat dekat dengan KC BSI serta mudahnya mengakses informasi mengenai Bank Syariah.

2. Wahyuddin, Institut Agama Islam Negeri Palopo, Tahun 2021, Judul Penelitian “Pengaruh Pengetahuan, Lokasi, Promosi, Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah”. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan hasil analisis uji hipotesis uji T variabel pengetahuan (X1) menunjukkan bahwa bahwa nilai t_{hitung} sebesar 3,912 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,967 atau $3,912 > 1,967$, untuk variabel lokasi (X2) menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} 7,872 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,967 atau $7,872 > 1,967$ dan untuk variabel promosi (X3) menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} sebesar 6,907 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,967 atau $6,907 > 1,967$. Sedangkan hasil analisis uji F menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} lebih besar dari nilai F_{tabel} atau $53,880 > 2,631$. Jadi dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Implikasi dalam penelitian ini yakni kegiatan ini dapat menambah pengetahuan dan sumber informasi tentang adanya Pengaruh pengetahuan, lokasi, dan promosi terhadap minat masyarakat menjadi nasabah.¹⁰

Persamaan penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan variabel pengetahuan. Sedangkan perbedaan penelitian ini dimana penelitian Wahyuddin menggunakan variabel lokasi dan promosi. Sedangkan penelitian ini hanya berfokus pada pengetahuan masyarakat akan produk-produk yang ditawarkan oleh perbankan.

¹⁰Wahyuddin, “Pengaruh Pengetahuan, Lokasi , Proosi, Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah”, *Palopo: Institut Agama Islam Negeri Palopo*, (2021).

3. Afriani Nur Hasnah, Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin, Tahun 2021. Judul penelitian “Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Desa Pagar Puding Kecamatan Tebo Ulu)”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Pengetahuan masyarakat tentang perbankan syariah berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah. Untuk masyarakat yang pernah menabung: semakin tinggi pengetahuan masyarakat tentang perbankan syariah maka semakin bertambah minat transaksional dan minat referensial menabung masyarakat di bank syariah terutama di Wilayah Desa Pagar Puding dan sebaliknya, dengan kontribusi 12,8%. Untuk masyarakat yang tidak pernah menabung: semakin bertambahnya pengetahuan masyarakat maka semakin bertambah pula minat preferensial dan minat eksploratif menabung masyarakat di bank syariah terutama di Wilayah Desa Pagar Puding dan sebaliknya dengan kontribusi 56,6%.

Persamaan penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan metode kuantitatif. Sedangkan perbedaan penelitian ini terletak pada objek penelitiannya dimana objek penelitian Afriani Nur Hasanah yaitu masyarakat Desa Pagar Puding Kecamatan Tebo Ulu dan penelitian ini berobjek di Kelurahan Dangerakko Kota Palopo.

4. Indah Qumalasari, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Tahun 2021, judul penelitian “Pengaruh Persepsi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menabung di Bank BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto dengan Pendekatan *Partial Least Square* (PLS)”. Hasil penelitian konstruk Persepsi (X1)

terhadap konstruk Minat Menabung (Y) terbukti signifikan secara parsial. Nilai koefisien variabel laten X1 pada *output path coefficient* sebesar 0,526 yang berarti pengaruh persepsi terhadap minat menabung adalah pengaruh yang positif. Konstruk pengetahuan (X2) terhadap konstruk Minat Menabung (Y) memiliki nilai t-hitung sebesar 8,672 lebih dari 1,96 sehingga H02 ditolak yang artinya pengaruh yang diberikan konstruk Pengetahuan (X2) terhadap konstruk Minat Menabung (Y) terbukti signifikan secara parsial.¹¹

Persamaan penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan variabel pengetahuan dan metode kuantitatif. Sedangkan perbedaan penelitian ini yaitu Indah Qumalasari menggunakan *Partial Least Square* untuk teknik pengolahan data dan analisis data, sedangkan penelitian ini menggunakan analisis regresi sederhana untuk analisis data.

B. Landasan Teori

1. Pengetahuan

a. Pengertian pengetahuan

Pengetahuan adalah hasil penginderaan manusia, atau hasil tahu seseorang terhadap objek melalui indera yang dimilikinya (telinga, hidung, mata, dan lain-lain). Pada waktu penginderaan sampai menghasilkan pengetahuan tersebut sangat dipengaruhi intensitas perhatian dan persepsi terhadap objek. Sebagian besar

¹¹Indah Qumalasari, "Pengaruh Persepsi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menabung di BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto Dengan Pendekatan *Partial Least Square*", Ponorogo: IAIN Diponorogo (2021)

pengetahuan seseorang diperoleh melalui indera pendengaran, dan indera penglihatan.¹²

Pengetahuan adalah sesuatu informasi yang diketahui dan dipahami oleh konsumen tentang suatu produk atau jasa yang dipasarkan dan memberi manfaat dan mampu mempengaruhi perilaku konsumen untuk menggunkannya produk tersebut. Maka dari itu melalui informasi yang tersedia mengenai produk tersebut akan mampu mendorong orang lainnya untuk menggunkan produk tersebut.

Memahami pengetahuan konsumen penting bagi pemasar karena apa yang dibeli, berapa banyak yang dibeli, dimana membeli, dan kapan membeli akan tergantung kepada pengetahuan konsumen mengenai hal-hal tersebut. Pengetahuan konsumen akan mempengaruhi keputusan pembelian. Pemahaman dan pengetahuan masyarakat tentang bank syariah juga akan mempengaruhi pandangan masyarakat mengenai bank syariah itu sendiri. secara mudahnya, pandangan masyarakat terhadap bank syariah tergantung dengan apa yang mereka ketahui. Jika pengetahuan tentang bank syariah rendah maka memandang bank syariah akan rendah pula.

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi pengetahuan

Adapun faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pengetahuan seseorang nasabah untuk memahami dan menangkap suatu informasi yang selanjutnya dapat diapresiasi dengan tindakan, faktor tersebut diantaranya:

¹²Notoatmodjo. S, *Metodologi Penelitian Kesehatan Edisi Revisi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2005), 12.

1) Pendidikan

Pendidikan seseorang sangat erat dengan pengetahuan karena seseorang yang berpendidikan tinggi diharapkan semakin luas juga pengetahuannya. Namun seseorang yang berpendidikan rendah tidak mutlak pengetahuannya rendah pula sebab peningkatan pengetahuan tidak hanya diperoleh di pendidikan formal tetapi dapat diperoleh pada pendidikan Nonformal.

2) Usia

Usia seseorang dapat mempengaruhi daya tangkap dan pola pikir. Semakin bertambah usia maka semakin berkembang pula daya tangka dan pola pikir sehingga pengetahuan akan meningkat.

3) Pengalaman

Seseorang yang bekerja akan mendapatkan pengalaman belajar yang dikembangkan dapat memberikan pengetahuan keterampilan social, dan mengembangkan kemampuan dalam mengambil keputusan.

4) Lingkungan

Lingkungan merupakan segala sesuatu yang ada disekitar individu baik itu lingkungan fisik, biologis maupun sosial. Lingkungan berpengaruh pada pengetahuan individu karena adanya interaksi timbal balik ataupun tidak yang akan direspon pengetahuan oleh setiap individu ¹³

¹³Wilson Eduan, "Influence of Study Abroad Factors on International Research Collaboration: Evidence from Higher Education Academics in Sub-Saharan Africa," *Studies in Higher Education* 44, no. 4 (2019): 70–71.

2. Pengetahuan Produk

a. Pengertian pengetahuan produk (*product knowledge*)

Menurut teori yang dikemukakan oleh Ujang Suwarman mengatakan bahwa pengetahuan produk yang dimiliki oleh seorang konsumen semakin luas maka akan semakin memberikan kepastian serta jaminan yang akan mereka dapatkan dari keputusan pembelian produk tersebut. Bruck dalam Rezvani menyatakan pengetahuan produk sebagai memori dan pengetahuan yang ada di benak konsumen. Pengetahuan produk ini meliputi kategori produk, terminologi produk, atribut atau ciri produk, serta kepercayaan tentang kategori produk secara umum dan merek secara spesifik.¹⁴

b. Jenis-jenis pengetahuan produk (*product knowledge*)

Menurut Peter dan Olson terdapat tiga jenis pengetahuan produk yaitu diantaranya:

1) Pengetahuan tentang atribut produk (*product as bundles of attributes*)

Atribut produk suatu produk dibagi menjadi atribut fisik dan atribut abstrak. Atribut fisik menggambarkan ciri-ciri fisik suatu produk, sedangkan atribut abstrak menggambarkan karakteristik subjektif dari suatu produk berdasarkan persepsi konsumen.

2) Pengetahuan tentang manfaat produk (*product as bundles of benefits*)

Konsumen sering berfikir tentang manfaat yang didupatkannya setelah membeli atau menggunakan suatu produk. Konsumen akan mendapatkan dua manfaat setelah menggunakan suatu produk, yaitu manfaat fungsional

¹⁴Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*, (Bogor: Khalia Indonesia, 2011). 186.

dan manfaat psikososial (yang menyangkut perasaan, emosi, dan suasana hati). Pengetahuan mengenai manfaat suatu produk penting bagi konsumen karena akan mempengaruhi keputusan pembelian.

- 3) Pengetahuan tentang kepuasan produk atau jasa (*product as values satisfier*). Untuk mengetahui suatu kepuasan yang diberikan produk kepada konsumen adalah jika produk tersebut telah di gunakan atau dikonsumsi oleh konsumen. Agar produk tersebut bisa memberikan kepuasan yang maksimal dan kepuasan yang tinggi kepada konsumen, maka konsumen harus bisa menggunakan atau mengonsumsi produk tersebut dengan benar. Kesalahan yang dilakukan oleh konsumen dalam menggunakan suatu produk akan menyebabkan kekecewaan pada konsumen. Tentu Produsen atau pemasar tidak menginginkan konsumen menghadapi hal tersebut karena itu produsen atau pemasar sangat berkepentingan untuk memberitahu konsumen bagaimana cara menggunakan produknya dengan benar, sehingga dapat memberikan kepuasan yang lebih optimal kepada konsumen.¹⁵

c. Indikator pengetahuan produk (*product knowledge*)

Konsumen memiliki pengetahuan yang berbeda-beda, ada yang mencari tahu informasi dengan datang ke sumber secara langsung dan ada pula yang mencari informasi dari sekitarnya. Menurut Alba dan Hutchinson ada 2 cara dalam mengukur pengetahuan produk yaitu :

¹⁵Dony Herdianto, *Creative Selling Everyday*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2016), 88.

- 1) *Subjective product* merupakan tingkat pengertian responden terhadap suatu produk biasanya lebih dikenal dengan menilai pengetahuan sendiri (*self assessed knowledge*).
- 2) *Objective product* merupakan tingkat dan jenis pengetahuan produk yang benar-benar tersimpan dalam memori konsumen, dikenal dengan pengetahuan actual (*actual knowledge*).

Konsumen atau nasabah biasanya memiliki pengetahuan mengenai produk yang akan dibelinya dari pengetahuan konsumen terhadap suatu produk dapat mempengaruhi keputusan dalam membeli. Hal ini terjadi karena konsumen mencari informasi-informasi mengenai produk yang akan dibeli dari berbagai macam sumber.¹⁶

3. Bank Syariah

a. Pengertian bank syariah

Bank Syariah merupakan Bank yang beroperasi dengan prinsip-prinsip Syariah Islam. Didalam operasinya Bank Syariah mengikuti aturan Al-Quran-Hadist dan regulasi dari pemerintah. Sesuai dengan perintah dan larangan Syariah, maka praktik-praktik yang mengandung unsur riba dihindari, sedangkan yang diikuti adalah praktik-praktik bisnis yang dilakukan di zaman Rasulullah. Perbedaan pokok antara Bank Syariah dengan Bank Konvensional adalah adanya riba (bunga) bagi Bank Syariah riba dilarang sedangkan jual beli dihalalkan. Ini berarti membayar dan menerima bunga atas uang yang dipinjam/dipinjamkan adalah dilarang. Dalam operasionalnya, baik dalam kegiatan penghimpunan dana

¹⁶Irma Dwi Kusuma and Nindria Untarini, "Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Niat Beli Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening," *Jurnal Ilmu Manajemen* 2, no. 4 (2014): 1577.

dari masyarakat maupun dalam penyaluran dana kepada masyarakat, Bank Syariah tidak memperhitungkan bunga tetapi berdasarkan prinsip jual beli dan bagi hasil

b. Prinsip dasar bank syariah

Dilihat dari segi syariah islam ada aturan yang terkandung dalam standar fundamental perbankan syariah. Pertama kesinambungan antara hambanya dengan Allah SWT (*hablun minallah*) inilah yang diatur oleh ibadat (menyembah). Dan yang kedua adalah Mu'amalat (*mutual transaksi*) yang mengatur hubungan antar manusia (*Hablum Mina Nas*). Adapun dasar hukumnya berasal dari kebolehan (*ibahah*), yaitu segala sesuatu diperbolehkan kecuali yang jelas-jelas diharamkan oleh syariah.

Aktivitas keuangan dan perbankan harus terlihat sebagai wahana untuk budaya saat ini yang membawa mereka, bagaimanapun, pelaksanaan dua pelajaran Al-Qur'an, secara spesifik:¹⁷

- 1) Ta'awun, yang khususnya tolong-menolong dan bekerja sama antar masyarakat setempat untuk kebaikan.
- 2) Bank syariah harus menghindari *Al-iktinaz* sebab prinsip ini berfokus pada penahanan asset yang tunai, serta mendiamkannya sehingga asset tersebut tidak memberikan keuntungan kepada khalayak yang membutuhkan.¹⁸

¹⁷Hendri Hermawan, *Perbankan Syariah: Fenomena Terkini Dan Praktiknya Di Indonesia*, (Jawa Tengah: PT Nasya Expanding Management, 2020). 2-3

¹⁸M. Syafii Antonio Dan Riawan, *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*, (Jakarta: Alvabet, 2002). 11-12.

Ada beberapa komponen yang terkandung dalam setiap aktivitas usaha yang berdasarkan prinsip syariah. Aktivitas ini telah disebutkan dalam peraturan perundang-undangan Nomor 21 tahun 2008 pasal 2. Adapun komponen atau unsur yang dimaksudkan:

- 1) Riba, khususnya merupakan suatu penggantian pembayaran (batil) illegal yang diselesaikan dalam perdagangan produk-produk peminjaman yang tidak sama kadar, harga, dan waktu penyerahan, yakni mengembalikan dana melampaui angsuran dalam berjalannya tenor yang telah ditentukan.
- 2) Maisir, khususnya perdagangan yang bergantung pada keadaan yang meragukan dan bersifat kebetulan.
- 3) Gharar, khususnya pertukaran yang barangnya kacau, tidak diklaim, yang tidak jelas keberadaannya, atau tidak dapat diserahkan pada saat penukaran.
- 4) Haram, khususnya bursa yang pasalnya diingkari oleh syariah.
- 5) Zalim, khususnya transaksi yang terdapat ketidakadilan salah satu pihak¹⁹

c. Produk-produk Bank Syariah

Ada beberapa jenis produk dan jasa terdapat di Bank Syariah dan diklasifikasikan ke dalam 4 jenis yang dikenal dalam Islam. Setiap produk yang diberikan oleh perbankan syariah tergantung pada standar simpanan, jual beli, sewa, bagi hasil dan tabarru (kesepakatan bersama). Keempat golongan ini adalah akad yang jika dilaksanakan sesuai kesepakatan, akan menghasilkan pertukaran yang terbebas dari riba, Maisir dan Gharar. Produk dan jasa ini tidak setara dengan bank biasa (konvensional), khususnya pembatasan penggunaan sistem

¹⁹Nur Wahid, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2021). 18-19.

pendapatan bunga bank. Seperti yang ditunjukkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Bank syariah berdasarkan pelaksanaan fungsionalnya ada tiga klasifikasi yaitu:

1) Kegiatan Penghimpunan Dana (*Funding*).

Pada dasarnya Bank Syariah dan konvensional hampir memiliki komponen yang sama. Tetapi jika ditelaah lebih baik maka didapatkan perbedaannya, bahwasanya dimana dana investasi dan tabungan Bank Syariah yaitu tabungan dan giro dipisahkan menjadi 2 macam dengan masing-masing akad tersendiri, akad wadiah yang terdapat pada tabungan serta giro, dan tabungan dan giro dengan akad mudharabah. Sementara itu, deposito yang merupakan tabungan berjangka memiliki akad mudharabah saja, karena deposito bertujuan hanya untuk investasi.²⁰

a) Bank syariah menerapkan prinsip wadi'ah (Titipan). Dimana terdapat dua macam wadiah yaitu

(1) wadiah ad-dhamanah yang diterapkan pada item-item pencatatan terkini yaitu produk rekening giro, dimana wadiah yad-dhamanah pihak yang bergantung padanya (Bank) akan menanggung keabsahan harta yang disimpan sehingga ia dapat memanfaatkan harta yang disimpan.

(2) Lain halnya dengan wadia'ah amanah yang berarti jika terjadi kerusakan yang tidak disebabkan sipenyimpan berarti sipenyimpan tidak berhak bertanggungjawab. Pada Bank Syariah berkenan untuk mengambil biaya

²⁰Abdul Ghofur Anshori An, *Perbankan Syariah di Indonesia*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2018). 65.

atas penyimpanan barang dan tingkat dasar harta yang disimpan tidak boleh digunakan oleh individu yang diwakafkan.²¹

- b) Bank syariah menerapkan prinsip mudharabah yang artinya seorang penyumbang (investor) berjalan sebagai shahibul maal (pemilik modal) serta Bank sebagai mudharib (kepala). Kegiatan murabahah, dan ijarah dilakukan dengan cara memanfaatkan asset seperti yang digambarkan belakangan ini dengan konsekuensi dari bisnis akan dihitung berdasarkan proporsi yang disepakati. Jika Kegiatan mudharabah kedua dilakukan oleh bank maka bank sepenuhnya bertanggung jawab atas kerugian yang ditimbulkan. Adapun yang harus dipenuhi dalam rukun mudharabah yaitu ²²

- (1) pemilik harta
- (2) usaha yang dibagi
- (3) proporsi, serta
- (4) ijab Kabul

Prinsip ini berlaku untuk produk-produk yang berjangka dengan kata lain deposito.

- 2) Kegiatan Penyaluran Dana (*Lending*)

Secara umum bank syariah menyalurkan dana nasabah dengan produk pembiayaan syariah dan terdapat empat klasifikasi yang diakui berdasarkan motivasi penggunaannya, yaitu: mendukung dengan prinsip jual-beli,

²¹Edison Sutan Kayo, "Prinsip Wadi'ah Bank Syariah," 20 Agustus 2017. <https://www.sahamok.net/bank/bank-syariah/prinsip-wadiah-bank-syariah/>, Diakses Pada Tanggal 01 Februari 2022.

²²Otoritas Jasa Keuangan, "Konsep Operasional Perbankan Syariah." 2017, <https://www.ojk.go.id/kanal/syariah/tentang-syariah/pages/konsep-operasional-PBS>, Diakses Pada Tanggal 01 Februari 2022.

mendukung dengan prinsip sewa, mendanai dengan prinsip bagi hasil, pembiayaan dengan perjanjian yang bersifat korelatif.

- a) Dalam produk pembiayaan, bank syariah menerapkan prinsip jual Beli (*Ba'i*). Prinsip ini ialah jual beli yang dilakukan berkenaan dengan pertukaran tanggung jawab atau benda (*transfer of property*). Dimana laba yang diperoleh bank tidak sepenuhnya ditentukan sebelumnya sebagai komponen harga pokok penjualan. Transaksi jual beli dapat dikenali dari jenis angsuran dan jam pengiriman barang, khususnya: pembiayaan murabahah dimana jual beli adalah Bank mengacu pada berapa banyak keuntungan, Bank adalah penjual dan nasabah adalah pembeli. Jika barang yang diperjualbelikan belum ada maka akan berakibat produk akan ditindaklanjuti secara ekastrim dan pembayaran dilakukan dengan tunai, pembiayaan ini yakni disebut pembiayaan salam.
- b) Dalam produk pembiayaannya, bank syariah menerapkan prinsip Sewa (*Ijarah*). Prinsip ini ialah perpindahan hak pakai hasil barang atau jasa dengan sewa tanpa diikuti oleh pertukaran tanggung jawab untuk barang dagangan yang disewa. Dalam perbankan ijarah, ini disebut operational lease yaitu menyiratkan kontrak sewa antara pihak leasing dan penyewa yang harus dibayar dengan pemahaman, asset yang disewa wajib dikembalikan kepada pihak leasing sesuai dengan perjanjian serta jatuh tempo.²³

²³Email Journal, Mawar Jannati, and Al Fasiri, "Ecopreneur : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam Penerapan Al Ijarah Dalam Bermuamalah" 2 (2021): 244.

- c) Dalam produk pembiayaannya, bank syariah menerapkan prinsip Bagi Hasil (*Syirkah*). Produk ini merupakan produk pendukung yang berdasarkan prinsip bagi hasil yaitu produk ini dinamakan Musyarakah dan Mudharabah.²⁴ Dinamakan *Syirkah* sebab merupakan akad kerjasama atau percampuran antara minimal dua pertemuan untuk menyelesaikan suatu usaha yang halal dan bermanfaat. Tiap- tiap pihak membagikan donasi modal dengan penjelasan jika keuntungan serta kerugian hendak ditanggung berdasarkan cocok tingkatan kerjasama. Bagaimanapun, jika modal gabungan itu tidak serupa, maka itu adalah *syirkah inan*, jika modalnya belum kekayaan atau kemampuan maka itu disebut *syirkah abdan*, dan Jika modalnya bukan hanya tenaga tetapi kepercayaan bisnis, itu termasuk sebagai *syirkah wujuh*.²⁵
- 3) Jasa Bank
- Produk jasa perbankan lainnya adalah layanan perbankan di mana bank-bank Islam memperoleh bayaran guna jasa perbankan di luar kapasitas fundamental mereka selaku lembaga intermediasi keuangan.
- a) *Wakalah* (perwakilan) dalam aplikasi keuangan terjalin kala nasabah menyetujui bank guna mewakili dirinya sendiri untuk melaksanakan jasa tertentu, misalnya, akuntansi letter of credit, inkaso serta pemindahan uang

²⁴Santoso dan Ulfah Rahmawati, "Produk Kegiatan Usaha Perbankan Syariah Dalam Mengembangkan Umkm Di Era Masyarakat Ekonomi Asean (Mea)," *Jurnal Penelitian* 10, no. 2 (2016). 334.

²⁵Maratun Shalihah, "Konsep *Syirkah* Dalam Waralaba," *Tahkim* 12, no. 2 (2016): 152-153.

(transfer). Penyebabnya sah untuk al wakalah ditemukan dalam Q.S Al-Kahfi ayat 19.

وَكَذَلِكَ بَعَثْنَاهُمْ لِيَتَسَاءَلُوا بَيْنَهُمْ قَالَ قَائِلٌ مِّنْهُمْ كَمْ لَبِئْتُمْ قَالُوا لَبِئْنَا يَوْمًا أَوْ بَعْضَ يَوْمٍ

قَالُوا رَبُّكُمْ أَعْلَمُ بِمَا لَبِئْتُمْ فَلْبَعَثُوا أَحَدَكُمْ بِوَرِقِكُمْ هَذِهِ إِلَى الْمَدِينَةِ فَلْيَنْظُرْ لَهَا أَزْكَىٰ طَعَامًا

فَلْيَأْتِكُمْ بِرِزْقٍ مِّنْهُ وَلِيَتَلَطَّفَ وَلَا يُشْعِرَنَّ بِكُمْ أَحَدًا (١٩)

Terjemahnya :

Dan demikianlah Kami bangunkan mereka agar mereka saling bertanya di antara mereka sendiri. Berkatalah salah seorang di antara mereka: Sudah berapa lamakah kamu berada (disini?). Mereka menjawab: "Kita berada (disini) sehari atau setengah hari". Berkata (yang lain lagi): "Tuhan kamu lebih mengetahui berapa lamanya kamu berada (di sini). Maka suruhlah salah seorang di antara kamu untuk pergi ke kota dengan membawa uang perakmu ini, dan hendaklah dia lihat manakah makanan yang lebih baik, maka hendaklah ia membawa makanan itu untukmu, dan hendaklah ia berlaku lemah-lembut dan janganlah sekali-kali menceritakan halmu kepada seorangpun.²⁶

Ada pula sebagian dari kondisi al- wakalah, spesialnya untuk orang yang dituju merupakan owner barang ataupun terletak di dasar pengaruhnya serta sanggup menindaklanjuti benda tersebut, bila yang diwakilkan bukan owner. ataupun penjaga, hingga al- wakalah itu batal. Bagi yang mewakili (wakil) adalah orang yang berakal, jika seorang wakil adalah orang bodoh, gila, atau di bawah umur, perwakilan tersebut batal.²⁷

²⁶Departemen Agama RI. "Al-Quran dan Terjemahannya", (Jakarta: PT. Suara Agung, 2018). 295.

²⁷Hendi Suhendi, "Fiqh Muamalah", Ad. 1 Cet.1. (Jakarta: Rajawali Pers, 2016). 233.

- b) *Kafalah* (garansi bank) dalam bank syariah ialah suatu jaminan yang disediakan oleh penyedia jaring pengaman yang nantinya akan diberikan kepada pihak lainnya untuk memenuhi komitmen pihak kedua atau yang ditanggung. Selain sebagai jaminan, Kafalah juga dapat diartikan sebagai pemindahan kewajiban seseorang yang dijamin dengan tanggungjawab kewajiban orang lain sebagai penanggung dalam Q.S Yusuf ayat 72

قَالُوا لَنْ نَقْدُ صَوَاعَ الْمَلِكِ وَلَمَنْ جَاءَ بِهِ حِمْلُ بَعِيرٍ وَأَبْهَ رَعِيمٍ (٧٢)

Terjemahnya :

Penyeru-penyeru itu berkata: "Kami kehilangan piala raja, dan siapa yang dapat mengembalikannya akan memperoleh bahan makanan (seberat) beban unta, dan aku menjamin terhadapnya".²⁸

Dalam perbankan, kafalah ialah nasabah yang menjamin jasa dimana bank bekerja sebagai penanggung (kafil) serta pihak yang dapat dipercaya disebut klien (makfullah). Prinsip inilah yang menjadi alasan bank memastikan jasa, khususnya jaminan angsuran untuk komitmen angsuran.²⁹

- c) *Qardh* merupakan bentuk pertolongan kemanusiaan dan sosial bagi peminjam dan bukan merupakan sarana untuk mencari keuntungan sebab didalam *qardh* tidak terdapat unsur imbalan dan kelebihan pengembalian. Dalam QS al-Baqarah Ayat 245

²⁸Departemen Agama RI, "Al-Qur'an dan Terjemahannya", (Jakarta : PT. Suara Agung, 2018, 244.

²⁹Tukma Wanita Siregar, "Analisis Minat Masyarakat Terhadap Produk Perbankan Syariah", Padang Sidempuan : IAIN Padangsidempuan (2021). 21.

مَنْ ذَا الَّذِي يُقْرِضُ اسْقَرَضًا حَسَنًا فَيُضَاعِفُهُ لَهُ أَضْعَافًا كَثِيرَةً وَاسْتَيْقِضُ وَيَبْسُطُ وَإِلَيْهِ

تُرْجَعُونَ (٢٤٥)

Terjemahnya :

Siapakah yang mau memberi pinjaman kepada Allah, pinjaman yang baik (menafkahkan hartanya di jalan Allah), maka Allah akan melipat gandakan pembayaran kepadanya dengan lipat ganda yang banyak. Dan Allah menyempitkan dan melapangkan (rezeki) dan kepada-Nya-lah kamu dikembalikan.³⁰

Secara praktis, Qardh umumnya dilakukan di perbankan syariah. Untuk produk-produk Perbankan Syariah, misalnya produk kerjasama dalam sosialisasi Zakat bermanfaat dengan BAZNAS, dana talangan haji, pendanaan bisnis, impor dan ekspor syariah dan produk *letter of credit* (L/C), dan lain-lain.³¹

d) *Rahn* atau biasa di kenal dengan gadai yaitu dalam Bank Syariah artinya memegang salah satu harta peminjam sebagai jaminan atas kredit yang diperolehnya. Perjanjian *Rahn* di perbankan sebagai produk korelatif dan sebagai produk yang berbeda untuk melayani kebutuhan nasabah untuk tujuan jasa dan destruktif seperti sekolah, kesejahteraan, dll. Bank atau lembaga keuangan sendiri tidak mengambil keuntungan selain dari biaya pemeliharaan dan keamanan barang yang digadaikan.³²

³⁰Departemen Agama RI, "Al-Qur'an dan Terjemahannya, (Jakarta : PT. Suara Agung, 2018), 39.

³¹Febri Annisa Sukma et al., "Konsep Dan Implementasi Akad Qardhul Hasan Pada Perbankan Syariah Dan Manfaatnya," *Amwaluna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah* 3, no. 2 (2019).

³²Zainul Arifin, *Dasar - Dasar Manajemen Bank Syariah*, Cetakan-7. (Tangerang: Azkia Publiser, 2009). 33.

- e) *Hawalah* adalah transaksi pertukaran untuk memindahkan kewajiban dari seseorang yang berutang kepada orang lain yang berkewajiban untuk menanggungnya. Dalam perjanjian keuangan, biasanya diterapkan pada hal-hal melalui dari anjak piutang (*factoring*), bank bertindak sebagai pengumpul tagihan (*post-dated check*), dan bill *discounting*.³³
- f) *Sharf* (jual beli Valuta asing) ialah transaksi bergantung kepada kurs mata uang suatu negara yang dapat berubah-ubah suatu waktu tsesuai dengan kondisi perekonomian suatu negara. Adapun pihak-pihak yang tertarik dengan jasa ini biasanya seorang investor, exporter, importir dan bahkan spekulan. Jual beli valuta asing yang terdapat dipasar valas dibagi menjadi beberapa macam diantaranya:³⁴
- (1) Transaksi *spot* menurut pandangan Veithzal Rizal dia mengatakan bahwasanya transaksi valuta asing waktu yang efisien untuk pelimpahannya yaitu sesudah dua hari masa kerja serta sebelumnya telah menyepakati nilai tukar.
 - (2) Transaksi *forward* menurut pandangan Veithzal Rizal dia mengatakan bahwasanya transaksi ini waktu yang efisien untuk pelimpahannya yaitu lebih daripada dua hari masa kerja.
 - (3) Transaksi *swap* menurut pandangan Veithzal Rizal dia mengatakan transaksi ini dilakukan dengan menggabungkan transaksi spot serta forward

³³Muhammad Syafii Antonio, *Bank Syariah*, (Jakarta: Tazkia Cendekia, 2001). 126-130.

³⁴ Foreign Currency, "Transaksi Valuta Asing (s } Arf) Dalam Konsepsi Fikih Muamalah" (n.d.): 264–266.

atau sebaliknya secara bersama-sama demi dapat menangani empat valuta asing.

- (4) Transaksi *option* ialah transaksi pembelian serta penjualan nilai uang rupiah yang berdasarkan perjanjian dengan hak kepada sipembeli guna dapat menjual atau membeli kembali option dengan waktu dan tanggal yang telah ditetapkan.

Setiap transaksi ini yang diperbolehkan hanya transaksi spot sebab penjualan serta pembelian valuta asing untuk penyerahan pada saat itu (*over the counter*) dan paling lambat waktu penyelesaiannya dua hari. Selain dari transaksi spot tidak diperbolehkan sebab mengandung unsur maysir serta tidak dilaksanakan secara tunai.

- g) *Ju'alah* ialah salah satu perjanjian dimana pihak utama (ja'il) yang menjamin kompensasi atas terlaksananya tugas atau jasa yang dilakukan secara terus-menerus oleh pihak berikutnya (maj'ul lah). Bank Syariah menrapkan prinsip ini untuk menawarkan jasa yang berbeda dengan mengambil biaya dari nasabah, misalnya, referensi bank, data bisnis, dll.³⁵

Tabel 2.1 Rangkuman Produk dan Jasa Bank Syariah

Produk dan Jas	Prinsip Syariah
Giro	Wadiah yadhamanah
Tabungan	Wadiah yadhamanah mudharabah
Deposito/rekening investasi bebas	Mudharabah
Rekening investasi tidak bebas penggunaan	Mudharabah muqayyadah
Piutang mudharabah	Murabahah tidak tunai
Investasi mudharabah	Mudharabah
Investasi musyarakah	Musyarakah
Investasi asset untuk disewakan	Ijarah

³⁵Andri Soemitra, "Hukum Ekonomi Syariah Dan Fiqh Muamalah", ke-1. (jakarta: Prenadamedia Group, 2019). 159.

Pengadaan barang untuk dijual atau dipakai sendiri	Salam atau ishtisna
Bank garansi	Kafalah
Transfer, inkaso, L/C, dll	Wakalah
Safe deposite box	Wadiah amanah
Surat berharga	Mudharabah
Jual beli valas (non speculative motive)	Sharf

d. Perbedaan antara Bank Syariah dengan Bank Konvensional

Adapun yang dapat membedakan Bank Syariah dengan konvensional dari beberapa aspek menurut Bank Muamalat Indonesia.

Tabel 2.2 Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional

No.		Bank syariah	Bank konvensional
1.	Pengertian	Bank yang menyediakan jasa keuangan dalam pandangan moral dan syariah Islam. Dalam pelaksanaan fungsionalnya tidak memanfaatkan sistem dengan kepentingan (riba), spekulasi (maysir), dan kerawanan atau ketidakjelasan (gharar). ³⁶	Bank yang melaksanakan aktivitas bisnis biasa diaman menawarkan jenis bantuan dengan lalu lintas porsi mengingat teknik yang ditata dan tindakan.
2.	Asas	Sistem aturan mayoritas moneter dengan menggunakan pedoman kehati-hatian. Meskipun demikian, di bank syariah ada aturan syariah yang tidak ada di bank konvensional.	Prinsip yang digunakan yaitu prinsip kehati-hatian. Asasnya berupa demokrasi ekonomi.
3.	Regulasi	Dewan Pengawas Syariah (DSN)	Bank Indonesia (BI) dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK)
4.	Sumber Pendapatan	Non-Riba 1) Pendapatan jual-beli (Margin) 2) Pendapatan bagi hasil 3) Pendapatan sewa (Ijarah)	Pendapatan berasal dari Bunga Bank
5.	Jenis usaha yang disalurkan dana	Usaha atau bisnis yang halal, legal serta bernilai	Usaha atau bisnis yang halal atau haram. ³⁷

³⁶Diana Yumiati, "Bank Syariah : Gambaran Umum", (Jakarta: Pusat Pendidikan Dan Studi Kebangsentralan, 2005). 04.

³⁷Gita Danupranata, *Manajemen Perbankan Syariah*, (Jakarta: Selemba Empat, 2013). 38.

4. Minat Menjadi Nasabah

a. Pengertian minat

Minat ialah rasa ingin yang muncul tanpa paksaan dari orang lain dan tanpa bias dicegah demi mencapai suatu tujuan. Dengan kata lain suatu sensasi menyukai, ceria serta terinspirasi oleh suatu barang bahkan tanpa nasehat dari orang lain, atau adanya kecenderungan untuk mencari barang tersebut. Biasanya minat juga disebut pilihan untuk menggunakan atau membeli layanan/barang tertentu.³⁸

b. Macam-macam minat

1) Berdasarkan timbulnya minat dapat dibedakan menjadi:

a) Minat primitif adalah minat yang timbul karena kebutuhan biologis atau jaringan-jaringan tubuh, misalnya kebutuhan akan makanan, perasaan enak atau nyaman, kebebasan beraktifitas.

b) Minat kultural (sosial) adalah minat yang timbulnya karena proses belajar, minat ini tidak secara langsung berhubungan dengan diri kita. Sebagai contoh keinginan untuk memiliki mobil, kekayaan, pakaian mewah, dengan memiliki hal-hal tersebut secara tidak langsung akan menganggap kedudukan atau harga diri bagi orang yang agak istimewa pada orang-orang yang punya mobil, kaya, dan lainnya

2) Berdasarkan arahnya, minat dapat dibedakan menjadi:

a) Minat Instrinsik adalah minat yang langsung berhubungan dengan aktivitas itu sendiri, ini merupakan minat yang lebih mendasar atau minat asli.

³⁸Winkel. Ws, *Psikologi Dan Evaluasi Belajar*, (Jakarta: Gramedia, 2008). 42.

Contohnya seseorang belajar karena memang pada ilmu pengetahuan atau karena memang senang membaca.

- b) Minat Ekstrinsik adalah minat yang berhubungan dengan tujuan akhir dari kegiatan tersebut, apabila tujuannya sudah tercapai ada kemungkinan minat tersebut hilang. Contohnya seseorang yang belajar dengan tujuan agar menjadi juara kelas, setelah menjadi juara kelas minat belajarnya menjadi turun.
- 3) Berdasarkan cara mengungkapkan, minat dapat dibedakan menjadi:
 - a) *Expressed interest*, adalah minat yang diungkapkan dengan cara meminta kepada objek untuk menyatakan atau menuliskan kegiatan-kegiatan baik yang berupa tugas maupun bukan tugas yang di senangi dan paling tidak disenangi.
 - b) *Manifest interest*, adalah minat yang di ungkapkan dengan cara mengobservasi atau melakukan pengamatan secara langsung terhadap aktivitas-aktivitas yang dilakukan obyek atau dengan mengetahui hobinya.
 - c) *Tested interes*, adalah minat yang di ungkapkan dengan cara menyimpulkan dari hasil jawaban tes objektif yang diberikan.
 - d) *Inventoried interest*, adalah minat yang di ungkapkan dengan menggunakan alat-alat yang sudah distandarisasikan, dimana biasanya berisi pertanyaan-pertanyaan yang ditujukan kepada objek apakah ia senang atau tidak terhadap jumlah aktivitas atau sesuatu objek yang ditanyakan.

- c. Faktor-faktor yang dapat menumbuhkan dan mempengaruhi minat
- 1) Dorongan dari dalam individu, misalnya dorongan untuk makan. Dorongan untuk makan akan membangkitkan minat untuk bekerja atau mencari penghasilan, minat terhadap produksi makanan lain- lain.
 - 2) Motif sosial, dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan aktifitas tertentu, misalnya minat terhadap pakaian timbul karena keinginan mendapatkan persetujuan atau penerimaan perhatian dari orang lain.
 - 3) Faktor emosional, minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi, apabila seseorang mendapatkan kesuksesan pada aktivitas akan menimbulkan perasaan senang, dan hal tersebut akan memperkuat minat terhadap aktivitas tersebut.³⁹

Adapun faktor-faktor yang dapat mempengaruhi timbulnya minat seseorang secara garis besar dikelompokkan menjadi dua yaitu sebagai berikut:

1) Faktor internal

Faktor internal adalah, faktor yang bersumber dari dalam diri individu yang bersangkutan, sebagai contoh: motivasi, umur, jenis kelamin, pengalaman, perasaan mampu, kepribadian.

2) Faktor eksternal

Faktor eksternal adalah yang berasal dari luar seperti lingkungan keluarga, lingkungan sekolah, dan lingkungan masyarakat. Faktor lingkungan justru

³⁹Shaleh, *Psikolog Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Prenada Media 2004), 44.

mempunyai pengaruh lebih besar terhadap timbul dan berkembangnya minat seseorang.

d. Minat menjadi nasabah

Minat menjadi nasabah dalam hal ini diasumsikan sebagai minat beli, minat beli (*willingness to buy*) merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi. Menurut Kotler Minat beli konsumen adalah sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, dari sana timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut sampai akhirnya timbul keinginan untuk membeli agar dapat memilikinya. Minat menjadi nasabah dalam penelitian ini diartikan sebagai kecenderungan individu untuk bertindak sebelum keputusan untuk menjadi nasabah di perbankan Syariah benar-benar dilaksanakan⁴⁰. Adapun indikator-indikator dalam minat menjadi nasabah Lucas dan Britt yaitu diantaranya:

1) Ketertarikan

Setelah adanya perhatian maka akan timbul rasa ketertarikan pada konsumen. Ketertarikan konsumen terhadap produk muncul ketika konsumen sudah mengetahui kualitas produk tersebut. Semakin bagus kualitas maka semakin tertarik konsumen untuk memilikinya.

2) Keinginan

Perasaan ingin mengingini atau memiliki produk tersebut. Keinginan konsumen akan muncul ketika konsumen sudah mulai tertarik dengan

⁴⁰Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Managemen Pemasaran*, (Jakarta: Selemba Empat, 2000), 181

produk tersebut selain dari kualitas tetapi juga manfaat produk tersebut ketika digunakan.

3) Keyakinan

Setelah ada rasa keinginan untuk membeli suatu produk, konsumen akan memunculkan sebuah keyakinan pada dirinya terhadap produk tersebut sehingga menimbulkan keputusan (proses akhir) untuk memperolehnya dengan tindakan yang disebut membeli.

4) Keputusan

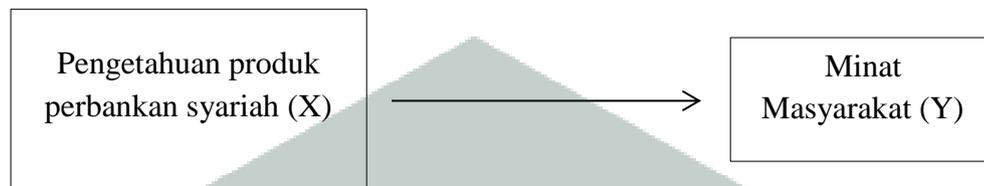
Keputusan merupakan suatu penentuan perilaku konsumen dalam mengambil keputusan membeli mempertimbangkan barang dan jasa apa yang akan dibeli, dimana, kapan, bagaimana, berapa jumlah, dan mengapa membeli produk tersebut.⁴¹

C. Kerangka Fikir

Variabel dalam penelitian ini yaitu pengetahuan (X) dan minat masyarakat (Y), setiap pengetahuan yang diketahui nasabah nantinya akan mereka konsumsi. Bagi nasabah yang memiliki pengetahuan tentang produk-produk perbankan syariah akan mempengaruhi pilihan yang akan diambil, ketika nasabah memiliki lebih banyak pengetahuan tentang produk mereka akan lebih efektif dan tepat dalam mengambil pilihan untuk menjadi nasabah, Jika pengetahuan tentang produk perbankan syariah rendah, pandangan dan keinginan untuk menjadi

⁴¹Mariia Fitriah Dalam Penelitian Andi Maulana, "Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah Dengan Persepsi Generasi Milenial Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah Di Bandar Lampung)", *Lampung: UIN Raden Intan Lampung* (2021), 39.

nasabah juga akan rendah. Semakin banyak pengetahuan yang dimiliki nasabah, semakin cepat mereka akan memilih untuk membeli suatu barang.



Gambar 2.1 Kerangka Fikir

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah kenyataan (tidak dijamin keabsahannya) dan mungkin disebut sebagai kenyataan jika disertai dengan bukti. Dalam arti lain, hipotesis adalah solusi sementara untuk berbagai masalah eksplorasi yang realitasnya harus dicoba secara eksperimental. Dimana hipotesis mengungkapkan hubungan yang harus dilihat dan direnungkan.⁴² Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, dan kerangka pikir yang telah dikemukakan maka peneliti merumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

Ho : pengetahuan produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat kelurahan Dangerakko untuk menjadi nasabah bank syariah Indonesia.

Ha : pengetahuan berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat kelurahan Dangerakko untuk menjadi nasabah bank syariah Indonesia.

⁴²Dodiet Aditya Setiawan, "Hipotesis Dan Variabel Penelitian", (Surakarta: Tahta Media Group, 2021).

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif yang mendahulukan variabel sebagai objek penelitian atas variabel yang patut menggambarkan atau mencirikan susunan operasional pada tiap-tiap variabel. Metode ini digunakan untuk dapat mencapai hasil akhir yang diinginkan, yaitu menguji hipotesis, mengungkap korelasi antar variabel, menetapkan fakta, menggambarkan deskripsi statistic, dan memperkirakan serta mengantisipasi dari hasil yang diperoleh.⁴³

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Peneliti memilih salah satu kelurahan yang ada di kota Palopo yaitu Kelurahan Dangerakko. Dimana lokasi ini ialah wilayah yang terletak di provinsi Sulawesi selatan dimana mayoritas penduduknya beragama islam. Adapun kegiatan dan waktu pelaksanaan dalam penelitian ini yakni mulai dari Mei – Juli 2022.

C. Definisi Operasional Variable

Defenisi operasional variable sangat penting untuk menghindari penyimpangan atau kesalahpahaman selama pengumpulan informasi. Dalam tinjauan ini, variabel bebas serta variabel terikat harus dipertimbangkan. Adapun judul penelitian ini yaitu “pengaruh pengetahuan terhadap minat masyarakat untuk

⁴³Sofiyon Siregar, *Statistika Deskriptif untuk Penelitian*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada. 2010), 37.

menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia”. Terdapat beberapa variable yang perlu dipaparkan yaitu:

Tabel 3.1 Defenisi Operasional Variabel

Variable Penelitian	Definisi	Indikator
Pengetahuan produk (X)	<i>Product knowledge</i> merujuk pada pemahaman tentang kumpulan berbagai informasi mengenai produk Bank Syariah. ⁴⁴	1. Subjective product 2. Objective product ⁴⁵ (Alba & Huchinson)
Minat masyarakat (Y)	Minat diartikan sebagai kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah, keinginan untuk menjadi nasabah Bank Syariah. ⁴⁶	1. Ketertarikan 2. Keinginan 3. Keyakinan 4. Keputusan ⁴⁷ (Lucas & Britt)

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Pada penelitian ini populasinya

⁴⁴Fajar Rezky Maulana, Nevi Hasnita, and Perbankan Syariah, “Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Word of Mouth,” *JIHBIZ:Global Journal of Islamic Banking and Finance* 2, no. 2 (2020): 124–137.

⁴⁵Irma Dwi Kusuma and Nindria Untarini, “Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Niat Beli Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening,” *Jurnal Ilmu Manajemen* 2, no. 4 (2014): 1577.

⁴⁶Meity Takdir Qadratillah Dkk, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Untuk Pelajar*, (Jakarta: Badan Pengembangan Dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan Dan Kebudayaan, 2011), 322.

⁴⁷Mariia fitriah dalam penelitian Andi Maulana, "Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah Dengan Persepsi Generasi Milenial Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah Di Bandar Lampung)", *Lampung: UIN Raden Intan Lampung* (2021), 39.

merupakan warga Kelurahan Dangerakko Kota Palopo yang terdiri dari 1.170 KK dengan jumlah penduduk mencapai 4.351 penduduk.⁴⁸

Tabel 3.2 Keadaan penduduk Kel. Dangerakko
Kec. Wara Kota Palopo Februari 2022

No	RW	Jumlah KK	Penduduk Akhir Bulan Ini		
			L	P	Jumlah
1	RW I	303	380	887	1267
2	RW II	362	362	375	737
3	RW III	101	369	269	638
4	RW IV	145	206	240	446
5	RW V	136	239	487	726
6	RW VI	123	233	304	537
		1170	1789	2562	4351

2. Sampel

Sampel dalam sebuah kajian ialah sebagian kuantitas serta kualitas yang diperoleh dari penduduk. Incidental atau sampling insidental ialah cara pengambilan sampel dalam penelitian ini sebab metode pengujian ini dilakukan dengan melihat kemungkinan, artinya dimana dan kapan saja peneliti bertemu dengan individu dapat dijadikan sebagai contoh, dengan asumsi bahwa dilihat oleh individu adalah wajar. sebagai sumber data.⁴⁹

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

⁴⁸Ersih, *Hasil Wawancara Jumlah Penduduk Kelurahan Dangerakko Bulan Februari 2022*, (Kasih Pelayanan Umum).

⁴⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2010).
85.

Keterangan:

n : jumlah populasi

N : ukuran populasi

e : persen kelonggaran 10% atau 0,01

Kelurahan Dangerakko Kota palopo memiliki 4.351 penduduk. Jumlah ini di dapatkan dari staff kasih pelayanan umum kelurahan Dangerakko.

$$n = \frac{4351}{1 + 4351(0,1)^2} = \frac{4351}{1 + 4351(0,01)}$$

$$n = \frac{4351}{1 + 43,51} = \frac{4351}{44,51} = 97,75$$

Dapat disimpulkan bahwa jumlah responden pada penelitian ini sebesar 97,75 dan dibulatkan menjadi 98 responden.

E. Instrument Penelitian

Instrumen penelitian berupa pedoman yang tersusun tentang pengamatan persepsi dan pertanyaan yang siap untuk mendapatkan data.⁵⁰ Galeo menyatakan bahwa instrumen tersebut disebut sebagai pedoman persepsi, wawancara, kuesioner atau pembantu naratif sesuai dengan strategi yang digunakan. Skala likert diperlukan guna mengukur perspektif individu, kesimpulan, penegasan tentang efek samping atau masalah yang ada di mata public. Ada beberapa jenis jawaban atas pertanyaan atau penjelasan yang masuk ke dalam kelas skala Likert, adapun untuk lebih spesifik.

⁵⁰Ovan Dan Andika Saputra, CAMI : Aplikasi Uji Validitas Dan Reabilitas Instrument Penelitian Berbasis Web (Makassar: Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia, 2020). 01.

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

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Data

Pengumpulan data bertujuan untuk mempelajari serta mengetahui suatu masalah atau variabel penelitian serta jumlah atau banyaknya elemen dan ciri khas yang terdapat dari elemen tersebut. Data primer ialah sumber data yang dipakai dalam kajian ini yang dikumpulkan langsung oleh peneliti melalui observasi dan angket atau kuesioner.⁵¹

2. Teknik Pengumpulan Data

a. Angket atau kuesioner merupakan sebagian persoalan ataupun catatan pertanyaan tertulis disusun dengan sistematis yang setelah itu diisi oleh responden yang digunakan buat mendapatkan data. Baik perihal individu ataupun perihal yang diketahuinya. Aktivitas penyebaran angket ataupun kuesioner ini dicoba dengan memakai skala likert yang ialah tipe skala yang bisa memandang ataupun mengukur sesuatu variabel riset.⁵²

⁵¹ Hikmayanti Huwaida, *Statistika Deskriptif*, Ed. Adi Pratomo, Cet.1. (Banjarmasin: Poliban Press, 2019). 11.

⁵²Arikunto Suharsimi, "Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik", (Jakarta: Rineka Cipta, 2006). 78.

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan mempelajari catatan-catatan data pribadi responden, seperti yang dilakukan oleh seorang psikolog terhadap klien melalui catatan pribadinya.⁵³ Pada penelitian ini peneliti melakukan pengumpulan data melalui dokumentasi dari data-data pribadi responden

G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji validitas

Uji validitas merupakan uji yang berfungsi untuk melihat apakah suatu alat ukur tersebut valid atau tidak valid. Alat ukur yang dimaksud disini merupakan pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan tersebut pada kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner.⁵⁴ Menurut arikunto untuk menguji validitas instrument rumus yang diguanakn yaitu rumus *pearson product moment* yaitu:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X) \cdot (\sum Y)}{N \sum X^2 - (\sum X)^2} \cdot \frac{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2}{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2}$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien Korelasi Product Momen

N = Jumlah Responden

⁵³Abdurrahman Fathoni, "Metodologi Penelitian Dan Teknik Penyusunan Skripsi", (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), 112.

⁵⁴Nilda Miftahul Janna dan Herianto, "Konsep Uji Validitas dan Realibitas Dengan Menggunakan SPSS," No. 18210047 (2021).

X = Nilai Item

Y = Nilai Total

$\sum X$ = Jumlah Nilai Item

$\sum Y$ = Jumlah Nilai Total⁵⁵

Uji validitas dikatakan valid apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan sebaliknya apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka pernyataan tidak valid. Dalam taraf signifikansi 5% serta $n = 98$ ($n = 98 - 2$) didapat $r_{tabel} = 0,198$ sehingga dapat diketahui r_{hitung} setiap komponen $> 0,198$. Tabel dibawah ini menunjukkan hasil pengujian penentuan validitas pengetahuan produk terhadap minat masyarakat untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia dinataranya sebagai berikut:

⁵⁵ Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hadmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*, (Yogyakarta: Penerbit Deepublish, 2020), 64.

Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	Corrected Item R Hitung	R Tabel	Keterangan
Pengetahuan produk (X)	X.1	0,632	0,198	Valid
	X.2	0,621	0,198	Valid
	X.3	0,625	0,198	Valid
	X.4	0,488	0,198	Valid
	X.5	0,617	0,198	Valid
	X.6	0,629	0,198	Valid
	X.7	0,629	0,198	Valid
	X.8	0,709	0,198	Valid
	X.9	0,699	0,198	Valid
	X.10	0,665	0,198	Valid
	X.11	0,640	0,198	Valid
	X.12	0,650	0,198	Valid
	X.13	0,695	0,198	Valid
	X.14	0,747	0,198	Valid
Minat masyarakat (Y)	Y.1	0,630	0,198	Valid
	Y.2	0,703	0,198	Valid
	Y.3	0,692	0,198	Valid
	Y.4	0,647	0,198	Valid
	Y.5	0,664	0,198	Valid
	Y.6	0,511	0,198	Valid

Sumber : data diolah menggunakan SPSS 25 (2022)

Berdasarkan tabel 3.3 setelah dilakukan perhitungan dengan menggunakan SPSS 25, maka dapat diketahui bahwa seluruh indikator variabel pengetahuan produk (X) dan variabel minat masyarakat (Y) dikatakan valid, karena memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan tersebut dapat dipergunakan ketahap pengolahan data lebih lanjut.

2. Reliabilitas

Konsep dalam reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran yang digunakan bersifat tetap terpercaya serta terbebas dari galat pengukuran (*measurement error*), sedangkan uji reliabilitas instrument untuk mengetahui apakah data yang dihasilkan dapat diandalkan atau bersifat tangguh.⁵⁶ Uji

⁵⁶Budi Darma, Statistika Penelitian Menggunakan Spss, (Jawa Barat: Guepedia, 2021), 17.

reliabilitas yang digunakan yaitu *consistency internal* yang diukur dengan pendekatan *split half* yang kemudian dievaluasi menggunakan rumus spearman brown. Adapun bentuk rumusnya:

$$r_i = \frac{2r_b}{1 + r_b}$$

Keterangan:

- r_i = reliabilitas internal semua instrumen
- r_b = korelasi *product moment* antara belahan ganjil dengan belahan genap

Uji reliabilitas dilakukan dengan membandingkan cronbach's alpha dengan tingkat/taraf signifikan yang digunakan. Menurut Ghozali Suatu instrumen penelitian dikatakan dapat diandalkan (*reliable*) apabila nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60. Adapun kriteria pengujian reliabilitas yaitu:

- Apabila nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60, maka item pertanyaan dalam kuesioner dapat diandalkan (*reliable*).
- Apabila nilai *Cronbach's Alpha* < 0,60, maka item pertanyaan dalam kuesioner tidak dapat diandalkan (*not reliable*)⁵⁷

Adapun pada uji reliabilitas peneliti memakai program SPSS versi 25, hasil uji reliabilitas ini menunjukkan bahwa pengukurannya akurat atau dapat dipercaya. Adapun dari tabel berikut merupakan hasil pengujian dalam penelitian ini.

⁵⁷Meiryani, "Memahami Composite Reliability Dalam Penelitian Ilmiah", 12 Agustus 2021, <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-composite-reliability-dalam-penelitian-ilmiah/>, (Diakses Pada Tanggal 17 Agustus 2022).

Tabel 4.5 Uji reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Nilai Ketentuan Cronbach's Alpha	Keterangan
Pengetahuan produk (X)	0,891	14	0,60	Reliabel
Minat Masyarakat (Y)	0,714	6	0,60	Reliabel

Sumber : data diolah menggunakan SPSS 25 (2022)

Berdasarkan tabel 4.5 setelah dilakukan perhitungan dengan menggunakan SPSS 25, maka dapat diketahui bahwa seluruh indikator variabel pengetahuan produk (X) dan minat masyarakat (Y) dikatakan reliabel, karena nilai cronbach's Alpha $> 0,60$ Jadi dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan variabel baik.

H. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi pada dasarnya adalah salah satu uji yang digunakan sebagai syarat statistik. Tujuan pengujian asumsi klasik adalah untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias dan konsisten. Asumsi klasik adalah syarat-syarat yang harus dipenuhi pada model regresi model tersebut menjadi valid sebagai alat penduga.

a. Uji Normalitas.

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah pada suatu model regresi, suatu variabel independen dan variabel dependen ataupun keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak normal. Apabila suatu variabel tidak berdistribusi secara normal, maka hasil uji statistik akan mengalami penurunan. Pada uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan uji *One Sample Kolmogorov Smirnov* yaitu dengan ketentuan apabila nilai signifikansi diatas 5%

atau 0,05 maka data memiliki distribusi normal. Sedangkan jika hasil uji *One Sample Kolmogorov Smirnov* menghasilkan nilai signifikan dibawah 5% atau 0,05 maka data tidak memiliki distribusi normal.⁵⁸

b. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *deviation from linearity* dengan pada taraf signifikansi 0,05. Jika nilai *deviation from linearity* lebih besar dari 0,05, maka ada hubungan yang linear secara signifikan antara variabel independent dengan variabel dependent dan sebaliknya jika nilai *deviation from linearity* lebih kecil dari 0,05 maka dikatakan tidak ada hubungan yang linear secara signifikan antara variabel independent dengan variabel dependent.⁵⁹

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah uji yang menilai apakah ada ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi linear. Tujuan dilakukannya uji heterokedastisitas nuntuk mengetahui adanya penyimpangan dari syarat-syarat asumsi klasik pada regresi linear, di mana dalam model regresi harus dipenuhi syarat tidak adanya heteroskedastisitas.⁶⁰ Untuk mengetahui ada

⁵⁸R Risaldi, "Pengaruh Diklat Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Perbankan Syariah Iain Palopo Di Bank Syariah" (2019), http://repository.iainpalopo.ac.id/id/eprint/3403/1/skripsi_risaldi.pdf. 40.

⁵⁹Agus Tri Basuki dan Nano Prawoto, *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2016), 63.

⁶⁰Muhammad Yusuf dan Lukman Daris, *Analisis Data Penelitian Teori & Aplikasi Dalam Bidang Perikanan*, (Bogor: PT Penerbit IPB Press, 2018), 76.

tidaknya heterokedastisitas dalam sebuah data dapat dilihat dari grafik *scatterplot* antara nilai prediksi variabel independen yaitu ZPRED dengan residunya SRESID. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji heterokedastisitas dengan grafik *scatterplot* yaitu:

- 1) Jika terdapat pola tertentu pada grafik *scatterplot*, seperti titik-titik yang membentuk polayang teratur (bergelombang, menyebar kemudian menyempit), maka dapat disimpulkan bahwa telah terjadi heterokedastisitas.
- 2) Sebaliknya, jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar, maka indikasinya adalah tidak terjadi heterokedastisitas.⁶¹

2. Analisis Regresi sederhana

Persamaan regresi linier sederhana merupakan suatu model persamaan yang menggambarkan hubungan satu variabel bebas/ predictor (X) dengan satu variabel tak bebas/response (Y), yang biasanya digambarkan dengan garis lurus. Adapun persamaan regresi linier sederhana secara matematik diekspresikan oleh

$$Y = a + bX$$

yang mana :

Y = Variabel terikat

a = Nilai intercept (konstanta)

b = Koefisien regresi

X = Variabel bebas

Konstanta a dan b dapat ditemukan dengan rumus sebagai berikut:

⁶¹Sahid Raharjo, Uji Heterokedastisitas dengan Grafik Scatterplot SPSS, 06 Mei 2015, <https://www.konsistensi.com/2015/01/uji-heterokedastisitas-dengan-grafik.html>. (Diakses Pada Tanggal 15 Agustus 2022).

$$a = \frac{(\sum Y_i)(\sum X_i^2) - (\sum X_i)(\sum X_i Y_i)}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$

$$b = \frac{n(\sum X_i Y_i) - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$

n = jumlah data

3. Uji T

Menurut Ghozali uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Dengan tingkat signifikansi (α) 5% dari $df = n - K - 1$ diperoleh nilai t_{tabel} , kemudian nilai t_{tabel} dibandingkan dengan nilai t_{hitung} yang diperoleh. Dengan membandingkan kedua nilai t tersebut, maka akan diketahui pengaruhnya, yaitu dapat diterima atau ditolaknya hipotesis. Adapun kriteria pengujian:⁶²

- a. Bila $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka $H_0 =$ di terima dan H_a ditolak, sehingga tidak ada pengaruh signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat.
- b. Bila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka $H_0 =$ ditolak dan H_a diterima, sehingga ada pengaruh signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

$$\text{Rumus } t_{hitung} = \frac{\beta}{se(\beta)}$$

Keterangan:

β = Nilai masing-masing koefisien regresi

$se(\beta)$ = Standar error untuk masing-masing koefisien regresi

⁶²Meiryani, "Memahami Uji T Dalam Regresi Linier", 12 Agustus 2021, <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-uji-t-dalam-regresi-linear/>. (Diakses Pada Tanggal 15 Agustus 2022).

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) mencerminkan kemampuan variabel dependen. Tujuan analisis ini adalah untuk menghitung besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai (R^2) menunjukkan seberapa besar proporsi dari total variasi variabel independen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen. Semakin tinggi nilai (R^2) maka semakin besar proporsi dari total variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen. Untuk nilai koefisien determinasi menggunakan rumus sebagai berikut:⁶³

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD = nilai koefisien determinasi

R = nilai koefisien korelasi

Menurut Ghozali nilai koefisien determinasi yang kecil memiliki arti bahwa kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas, Sebaliknya jika nilai mendekati 1 (satu) dan menjauhi 0 (nol) memiliki arti bahwa variabel-variabel independen memiliki kemampuan memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

⁶³Sujarweni Wiratna, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015). 228.

BAB IV

ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil penelitian

1. Gambaran umum objek penelitian

Kota Palopo adalah sebuah kota di provinsi Sulawesi Selatan, Indonesia. Kota Palopo sebelumnya berstatus kota administratif sejak 1986 dan merupakan bagian dari Kabupaten Luwu yang kemudian berubah menjadi kota pada tahun 2002 sesuai dengan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2002 tanggal 10 April 2002. Kota palopo memiliki kecamatan 9 serta kelurahan 48 salah satunya yaitu Kelurahan Dangerakko. Kelurahan dangerakko ialah kelurahan yang berada dikota Palopo Sulawesi Selatan, luas wilayah $1,97 \text{ km}^2$ dengan jumlah penduduk 4351 jiwa, 1170 KK dan terdapat 6 RW.

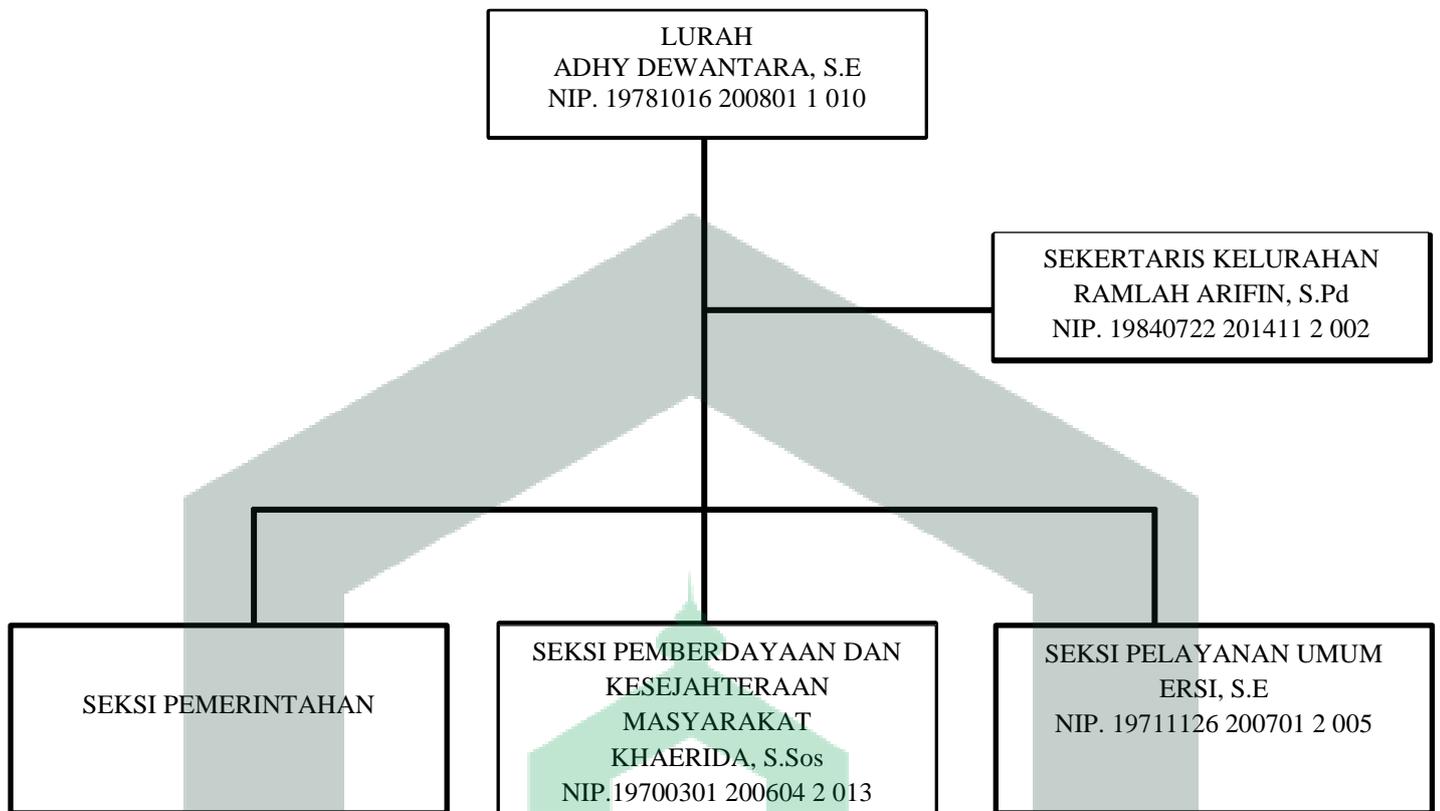
2. Visi, Misi serta Struktur Organisasi Kelurahan Dangerakko

a. Visi

Terdepan dalam melayani masyarakat dan responsif terhadap penyelesaian masalah yang ada di tengah masyarakat.

b. Misi

- 1) Meningkatnya pelayanan public yang adil, terukur, dan akuntabel.
- 2) Pemberdayaan masyarakat melalui kegiatan sosialisasi dan pelatihan.



Gambar 4.1 Struktur Organisasi Pemerintah Kelurahan Dangerakko Kecamatan Wara Kota Palopo

3. Deskripsi Karakteristik Responden

Penelitian dilaksanakan dengan menyebarkan kuesioner kepada 98 responden kepada masyarakat kelurahan Dangerakko kota Palopo. Dengan mengambil beberapa karakteristik responden yang hendak untuk diteliti, dengan cara ini dapat mempermudah peneliti dalam mengidentifikasi responden dalam penelitian ini

a. Responden menurut jenis kelamin

Tabel 4.1 Responden menurut jenis kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Orang	Presentase %
1	Perempuan	68	69%
2	Laki-laki	30	31%
	Total	98	100%

Berdasarkan tabel 4.1, terlihat bahwa responden terbanyak berjenis kelamin perempuan berjumlah 68 responden atau sebesar 69% sedangkan responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 30 responden atau sebesar 31%. Jadi dapat disimpulkan dalam penelitian ini responden berjenis kelamin perempuan lebih banyak dibandingkan dengan responden berjenis kelamin laki-laki.

b. Responden menurut usia

Tabel 4.2 Responden menurut usia

No	Usia	Jumlah Orang	Presentase %
1	20-30	44	45%
2	31-40	24	24%
3	41-55	30	31%
	Total	98	100%

Pada tabel 4.2, terlihat bahwa responden yang berusia 20-30 tahun berjumlah 44 responden atau sebesar 45%, responden berusia 31-40 tahun berjumlah 24 responden atau sebesar 24%, sedangkan responden yang berusia 41-55 tahun berjumlah 30 responden atau sebesar 31%. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa responden terbanyak adalah yang berusia 20-30 Tahun.

c. Responden menurut pendidikan terakhir

Tabel 4.3 Responden menurut pendidikan terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah Orang	Presentase %
1	SMP	6	6%
2	SMA	49	50%
3	D3	5	6%
4	S1	33	34%
5	S2	5	4%
	Total	98	100%

Dari tabel 4.3 terlihat bahwasanya responden yang paling dominan dalam tinjauan ini adalah individu dengan pendidikan Sekolah Menengah Atas, yaitu 50% atau sebanyak 49 responden. Adapun yang SMP dan D3 sebanyak 6 dan 5 orang responden atau 6%, S1 atau strata 1 sebanyak 33 orang responden atau 34% dan S2 sebanyak 5 orang responden atau 4%.

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah pengujian untuk mengetahui kenormalan sebuah data. Dalam penelitian ini penulis menggunakan uji normalitas dengan uji One Sample Kolmogorov-smirnow. Sebuah data dikatakan normal jika nilai signifikan > 0.05 . berikut hasil olahan data uji normalitas sebagai berikut:

Tabel 4.4 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
Unstandardized Residual		
N		98
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	4,82052880
Most Extreme Differences	Absolute	0,084
	Positive	0,063
	Negative	-0,084
Test Statistic		0,084
Asymp. Sig. (2-tailed)		.087 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: data diolah menggunakan SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.4 dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal karena $0.087 > 0.05$.

b. Uji Linieritas

Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui apakah variable independen mempunyai hubungan linear atau secara signifikan. Sebuah data dikatakan bersifat linear apabila nilai signifikan *deviation from linearity* lebih besar dari 0.05. berikut hasil SPSS 25 uji linearitas sebagai berikut:

Tabel 4.5 Uji linieritas

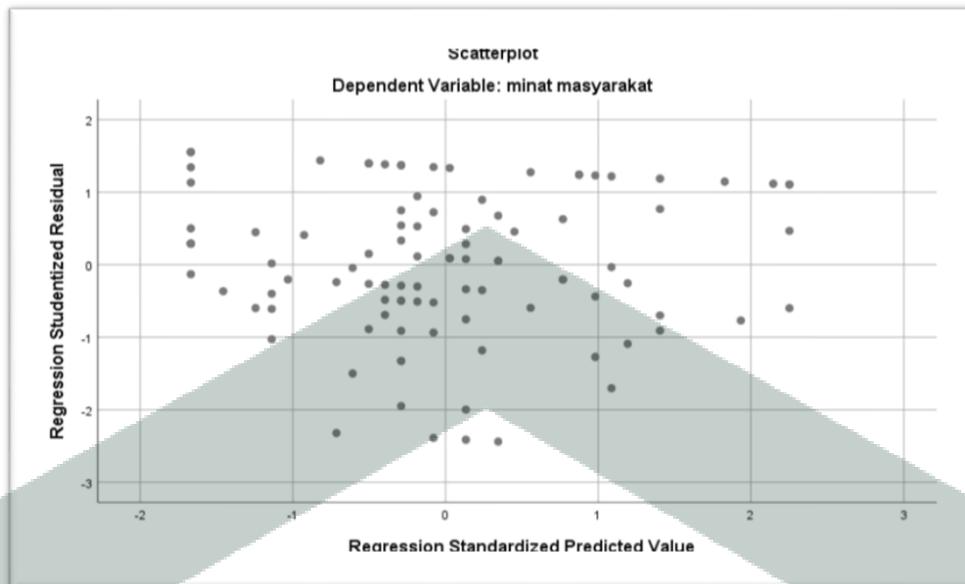
ANOVA Table			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
minat masyarakat * pengetahuan produk	Between Groups	(Combined)	682,292	29	23,527	0,999	0,485
		Linearity	30,208	1	30,208	1,282	0,261
		Deviation from Linearity	652,084	28	23,289	0,989	0,497
	Within Groups		1601,953	68	23,558		
	Total		2284,245	97			

Sumber: data diolah menggunakan IMB SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.5 dapat disimpulkan bahwa data bersifat linearitas karena nilai signifikan *Deviation from Linearity* sebesar $0,497 > 0,05$.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji Heterokadastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan kepengamatan yang lain. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan uji scatterplot dalam heterokadastisitas. Suatu data dikatakan baik jika tidak terjadi gejala hetetokadastisitas dengan memperhatikan hasil scatterplot dimana data menyebar di atas dan di bawah 0 pada sumbu y. Berikut hasil SPSS 25 uji heterokadastisitas sebagai berikut:



Gambar 4.2 Uji Heterokedastisitas

Berdasarkan gambar 4.2 menunjukkan bahwa data tidak terjadi gejala heteroskedastisitas, karena hasil dari scaterplot menunjukkan bahwa data menyebar diantara atas dan dibawah sumbu y.

5. Uji T

Uji T bertujuan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas pengetahuan produk (X) terhadap variabel terikat minat masyarakat (Y). Adapun hasil pengujian SPSS versi 25 yaitu:

Tabel 4.6 Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	23.673	.983		2.719	.008
	pengetahuan produk	.513	.097	.568	5.313	.000

a. Dependent Variable: minat masyarakat

Sumber: data diolah menggunakan SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.6 dapat disimpulkan bahwasannya variabel pengetahuan produk memiliki t_{hitung} sebesar 5,313. Pada derajat bebas (df) = $N - 2 - 1 = (98 - 2 - 1 = 95)$, diketahui t_{tabel} sebesar 1,98525 atau 1,985, sehingga dapat disimpulkan bahwa $5,313 > 1,985$ ($t_{hitung} > t_{tabel}$). Adapun beberapa kriteria dalam penelitian hasil uji t yaitu:

- a. Hasil dari uji t menunjukkan bahwa nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ yang menunjukkan bahwa pengetahuan produk memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak secara statistik.
 - b. Sebaliknya, Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima, dari hasil uji t pengetahuan produk tersebut tidak ada pengaruh signifikan secara statistic terhadap minat masyarakat.
 - c. H_0 ditolak dan H_a diterima, dari kriteria yang digunakan dalam penelitian ini. Memiliki artin bahwasannya pengetahuan produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat utnuk menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia.
6. Analisis Regresi Sederhana

Berdasarkan tabel 4.8 diperoleh persamaan analisis regresi sederhana yaitu:

$$Y = 23,673 + 0,513X$$

Interpretasi dari persamaan adalah sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta dari persamaan diatas sebesar 23,673 yang artinya jika variabel independent adalah nol, maka tingkat minat masyarakat yang dihasilkan sebesar 23,673

- b. Variabel pengetahuan produk memiliki nilai koefisien sebesar 0,513 yang berarti variabel pengetahuan berpengaruh positif terhadap minat masyarakat. Hal ini menggambarkan bahwa setiap peningkatan pengetahuan produk pada masyarakat maka minat masyarakat kelurahan Dangerakko untuk menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia akan meningkat.

7. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Dalam menentukan sejauh mana variabel pengetahuan produk (X) dapat mempengaruhi minat masyarakat (Y) digunakan koefisien determinasi (R^2). Nilai koefisien determinasi R^2 kemudian dikalikan 100%. Adapun hasil uji koefisien determinasi yaitu:

Tabel 4.7 Uji Koefisien determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.676 ^a	.458	.446	2,107
a. Predictors: (Constant), pengetahuan produk				
b. Dependent Variable: minat masyarakat				

Sumber: data diolah menggunakan SPSS 25

Adapun rumus dan perhitungan dalam menentukan nilai koefisien determinasi yaitu:

$$\begin{aligned}
 KD &= r^2 \times 100\% \\
 &= (.676)^2 \times 100\% \\
 &= 0,458 \times 100\% \\
 &= 45,8\%
 \end{aligned}$$

Menurut sugiyono adapun Pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi adalah sebagai berikut:

Sangat rendah = 0,00 hingga 0,199

Rendah = 0,20 hingga 0,399

Sedang = 0,40 hingga 0,599

Kuat = 0,60 hingga 0,799

Sangat kuat = 0,80 hingga 1,000

Berdasarkan tabel 4.7 besarnya R Square adalah 0,458 artinya kemampuan variabel pengetahuan produk dalam menjelaskan variabel minat masyarakat untuk menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia adalah sebesar 0,458 atau 45,8% sedangkan sisanya 54,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

B. Pembahasan

Berdasarkan penjelasan yang telah penulis kemukakan pada landasan teori pada bab sebelumnya bahwa pengaruh pengetahuan produk berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat untuk menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia. Berdasarkan dari hasil pengujian pengaruh pengetahuan produk terhadap minat masyarakat Kelurahan Dangerakko untuk menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia dijelaskan bahwa pengujian uji T diperoleh hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,313 > 1,985$) dengan tingkat signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05 yang menunjukkan bahwa pengaruh pengetahuan produk berpengaruh signifikan

terhadap minat masyarakat untuk menjadi nasabah di Bank Syariah. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. sehingga pengetahuan produk berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat kelurahan Dangerakko untuk menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia.

Pada penelitian Andi Maulana dengan judul skripsi analisis pengaruh pengetahuan produk dan lokasi terhadap minat menjadi nasabah di Bank Syariah dengan persepsi milenial sebagai variabel moderating hasil pengujiannya yaitu dari hasil uji t nilai variabel pengetahuan produk sebesar $4,502 > 1,982$ dan nilai signifikansi $0,02 < 0,05$ yang berarti bahwa pengetahuan produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat dalam memutuskan untuk menjadi nasabah Bank Syariah.

Dengan membandingkan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya maka hipotesis pengetahuan produk (X) berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia. Berdasarkan analisis regresi linear sederhana bahwa pengetahuan produk berpengaruh positif terhadap minat masyarakat untuk menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia artinya setiap bertambahnya pengetahuan masyarakat mengenai Bank Syariah maka akan meningkatkan minat masyarakat untuk menjadi nasabah di Bank Syariah. Dan hal ini didukung pula dengan koefisien determinasi bahwa pengetahuan berpengaruh terhadap minat sebesar 0,458 atau 45,8% sedangkan sisanya 54,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat pada penelitian ini. Adapun menurut Philip Khotler salah satu faktor yang dapat mempengaruhi minat seseorang yaitu

pengetahuan, gaya hidup dan kepribadian⁶⁴, sedangkan menurut Widayani Wahab pembelian seseorang dipengaruhi oleh empat faktor yaitu motivasi, persepsi, pengetahuan dan kepercayaan.⁶⁵

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Andi Maulana dengan judul penelitian “Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk dan Lokasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah Dengan Persepsi Milenial Sebagai Variabel Moderating” pada tahun 2021. Dan temuan ini berseberangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anisah tahun 2021, judul penelitian “Pengaruh Promosi, Pengetahuan, Serta Kepercayaan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Singkut (Studi Kasus Masyarakat Desa Pelawan Jaya)”.yang menyatakan bahwa pengetahuan tidak berpengaruh atau negatif terhadap minat masyarakat menabung di Bank Syariah Boyolali.

Berdasarkan hasil penelitian ini menyatakan bahwa pengetahuan produk dapat mempengaruhi minat masyarakat untuk menjadi nasabah, maka Bank Syariah mempunyai peran dan tugas untuk meningkatkan kualitas layanan serta mensosialisasikan produk perbankan syariah tentang kelebihan dan manfaat produk perbankan syariah agar minat masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah meningkat

⁶⁴Philip Kotler dan Kevin Lanner Keller, *Manajemen Pemasaran Jili 1 Edisi Ke-13*, (Jakarta: Erlanga, 2008), 172-175.

⁶⁵Wirdayani Wahab, “Pengaruh Tingkat Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah”, *Jurnal: Ekonomi Dan Bisnis Islam Volume 1*, No 2, (2016), 175.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh pengetahuan produk terhadap minat masyarakat kelurahan Dangerakko untuk menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh pengetahuan produk berpengaruh terhadap minat masyarakat kelurahan Dangerakko untuk menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil persamaan regresi sederhana yang menghasilkan nilai $Y = 23,673 + 0,513X$ sehingga pengaruh pengetahuan produk terhadap minat masyarakat menunjukkan nilai positif. Hasil uji t menunjukkan bahwa pengetahuan produk terhadap minat masyarakat dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $5,313 > 1,985$ dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_0 di tolak dan H_a diterima

B. Saran

1. Kepada Bank Syariah Indonesia (BSI) agar lebih mensosialisasikan dan memberikan pengetahuan serta informasi produk terhadap masyarakat tentang produk-produk apa saja yang di bank syariah sebab pengetahuan dan informasi produk dapat mempengaruhi minat masyarakat untuk menjadi nasabah. Serta tetap dapat memperhatikan faktor lain yang dapat mempengaruhi minat masyarakat untuk menjadi nasabah.

2. Kepada masyarakat penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan serta informasi mengenai produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah serta dapat menjadi pertimbangan kedepannya untuk memilih menjadi nasabah.
3. Kepada peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan perluasan sampel penelitian karena disebabkan terbatasnya sampel yang digunakan dalam penelitian ini. Serta dapat memperhatikan variabel-variabel apa saja yang dapat mempengaruhi minat masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah.



DAFTAR PUSTAKA

- Adinugraha, Hendri Hermawan dan Mila Sartika. *Perbankan Syariah : Fenomena Terkini Dan Praktiknya Di Indonesia*. Jawa Tengah : PT Nasya Expanding Management. 2020.
- Antonio, M Syafii dan A. Riawan Amin. *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*. Jakarta: Alvabet. 2002
- Antonio, Muhammad Syafii. *Bank Syariah*. Jakarta: Tazkia Cendekia. 2001.
- Anshori, Abdul Ghofur. *Perbankan Syariah Di Indonesia*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press. 2018.
- Arifin, Zainul. *Dasar - Dasar Manajemen Bank Syariah*. Cetakan ke-7. Tangerang: Azkia Pubhliser. 2009.
- Danupranata, Gita. *Manajemen Perbankan Syariah*. Jakarta: Selemba Empat. 2013.
- Darma, Budi. *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS*. DKI Jakarta : Guepedia. 2021.
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: PT. Suara Agung. 2018.
- Hasan, Nurul Ichsan. *Pengantar Perbankan*. Cet. 1. Jakarta: Gaung Persada Perss Group. 2014.
- Ismail. *Manajemen Perbankan Dari Teori Ke Aplikasi*. Jakarta : Prenadamedia Group. 2018.
- Ismail. *Perbankan Syariah*. Jakarta : Prenadamedia Group. 2016.
- Janie, Dyah Nirmala Arum. *Statistic Deskriptif & Regresi Linier Berganda Dengan Spss*. Semarang : Semarang University Press. 2021.
- Naf'an. *Pembiayaan Musyarakah dan Mudharabah*. Yogyakarta : Graha Ilmu. 2014.
- Ovan dan Andika Saputra. *CAMI: Aplikasi Uji Validitas dan Realibilitas Instrument Penelitian Berbasis Web*. Makassar: Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia. 2020

- Riyanto, Slamet dan Aglis Andhita Hatmawan. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperiman*. Madiun : Penerbit Deepublish. 2020.
- Saputra, Ovan Andika. *CAMI: Aplikasi Uji Validitas Dan Realibilitas Instrument Penelitian Berbasis Web*. Makassar : Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia. 2020.
- Syafii, M. Antonio dan A. Riawan Amin. *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*. Jakarta : Alvabet. 2002
- Setyawan, Dodiet Aditya. *Hipotesis dan Variable Penelitian*. Surakarta : Tahta Media Grup. 2021.
- Suharsimi, Arikunto. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta. 2006.
- Syamsir, Hendra. *Cara Termudah Mengaplikasikan Statistika Nonparametric*. Jakarta: PT Alex Media Komputindo. 2015.
- Tersiana, Andra. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia. 2020.
- Wahid, Nur. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana. 2021
- Yuminanti, Diana. *Bank Syariah: Gambaran Umum*. Jakarta: Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan. 2005.
- Yuliara, I Made. *Modul Regresi Linear sederhana Modul* : Universitas Udayana. 2016.
- WS, Winkel. *Psikologi dan Evaluasi Belajar*. Jakarta: Gramedia. 2008.
- Achmad Baraba. *Prinsip Dasar Operasional Perbankan Syariah*. 2, no. 3 (2015).
- Anisah. *Pengaruh Promosi Pengetahuan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia Kcp Singkut Pada Masyarakat Desa Pelawan Jaya*. Skripsi Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi. 2021.

Email Journal, Mawar Jannati, and Al Fasiri. *Ecopreneur : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam Penerapan Al Ijarah Dalam Bermuamalah*. 2 (2021).

Hasanah, Afriani Nur. *Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Desa Pagar Puding Kecamatan Tebo Ulu)*. Skripsi Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Syaifuddin Jambi. 2021.

Indah Qumalasari. *Pengaruh Persepsi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Manabung Di Bsi Kcp Ponorogo Cokroaminoto Dengan Pendekatan Partial Least Square*. Skripsi Institut Agama Islam Negeri Diponegoro. 2021.

Rahma Bellani Oktaviandria Iranati. *Pengaruh Religiusitas Kepercayaan Pengetahuan Dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Tangerang Selatan)*. Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. 2017.

Tukma Sinata Siregar. *Analisis Minat Masyarakat Terhadap Produk Perbankan Syariah*. Skripsi Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. 2021.

Mulyono. *Analisis Uji Asumsi Klasik*. 2019, <https://bbs.binus.ac.id/management/2019/12/analisis-uji-asumsi-klasik/>. Diakses Pada Tanggal 16 Januari 2022.

Prawiro, M. *Pengertain Informasi: Defenisi, Fungsi, Jenis dan Contohnya*. 28 Agustus 2018. <https://www.maxmanroe.com/vid/umum/pengertian-informasi.html>. Diakses pada tanggal 23 Januari 2022.

Bank Syariah Indonesia. *Sejarah Perseroan*. 01 Februari 2021, https://www.ir-bankbsi.com/corporate_history.html. Diakses pada Tanggal 13 Juli 2022.

Saputra, Dodi. *Sejarah Bank Konvensional dan Bank Syariah*. 23 Februari 2020. <http://www.shariaaccountingfamily.my.id/2020/02/sejarah-bank-konvensional-dan-bank.html>. Diakses pada tanggal 01 Februari 2022.

Wikipedia Ensiklopedia. *Perbankan Syariah*. 12 Januari 2022.
https://id.wikipedia.org/wiki/Perbankan_syariah. Diakses pada
Tanggal 13 Juli 2021.





LAMPIRAN

Lampiran 1 : kuesioner penelitian

PROFIL RESPONDEN

Mohon dengan hormat kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/I untuk mengisi data responden di bawah ini:

Nama :

Jenis kelamin :

Usia :

Pekerjaan :

Alamat :

Pendidikan terakhir :

A. Petunjuk Pengisian Angket

1. Sebelum mengisi kuesioner ini, mohon Bapak/Ibu membaca setiap butir pertanyaan dengan cermat.
2. Silahkan beri tanda *check list* (√) pada kolom yang sesuai dengan pilihan.
3. Untuk setiap butir pernyataan hanya diperbolehkan memilih satu alternatif jawaban.
4. Mohon menjawab setiap pernyataan tanpa ada satupun yang terlewatkan.

B. Keterangan Jawaban

Untuk menjawab pernyataan berikut, silahkan seberapa besar pengaruh pengetahuan produk terhadap minat masyarakat kelurahan dangerakko untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia. Skala penilaiannya adalah sebagai berikut

SINGKATAN	KETERANGAN	NILAI
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
KS	Kurang Setuju	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

DAFTAR PERTANYAAN

Pengetahuan Produk (X)

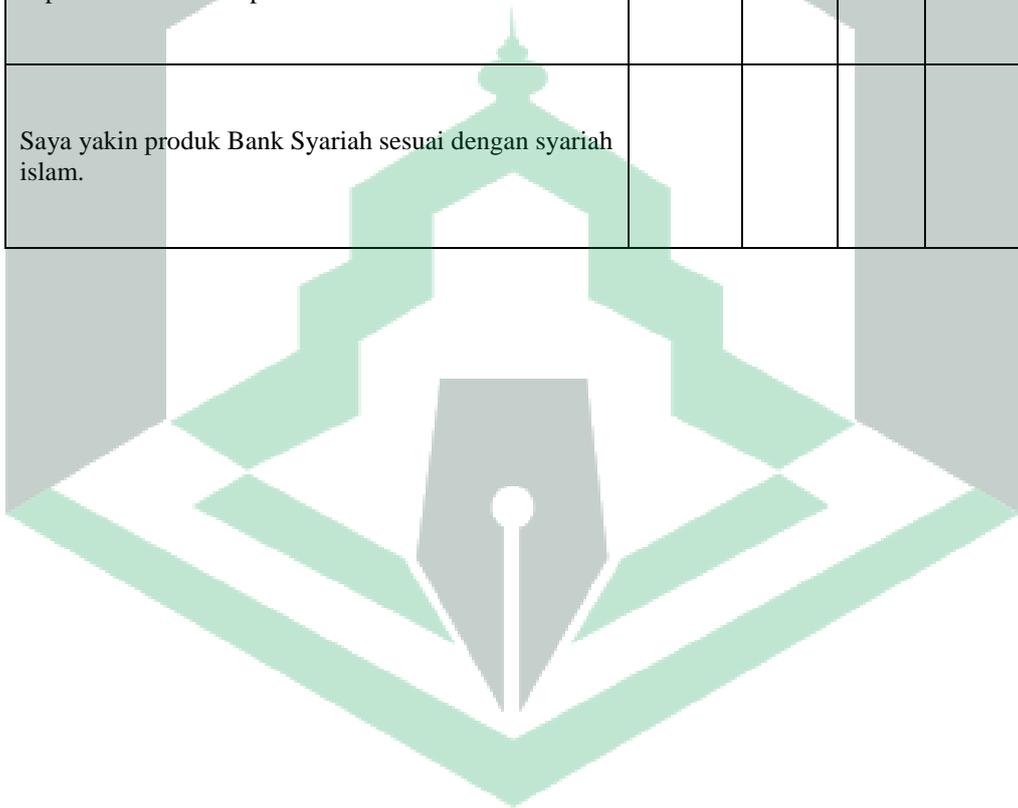
PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
Saya mengetahui bank syariah Indonesia (BSI)					
Saya mengetahui produk – produk yang terdapat di bank syariah indonesia (BSI)					
Saya mengetahui akad – akad yang terdapat dalam tabungan syariah					
Saya mengetahui produk di bank syariah menggunakan sistem bagi hasil (Nisbah)					
Saya mengetahui Bank syariah menyediakan produk yang menarik yang tidak tersedia di bank konvensional seperti, tabungan haji dan umrah, tabungan qurban, wakaf hingga deposito syariah.					
Saya mengetahui bank syariah menganggap nasabah sebagai mitra usaha bukan sebagai kreditur dan debitur.					
Saya mengetahui bank syariah mengedepankan prinsip akad sebagai alat utama untuk menjembatani kegiatan finansialnya dengan nasabah					

Saya mengetahui pada bank syariah terdapat pembagian resiko yang jelas, baik pada saat penentuan bagi hasil, maupun saat terjadinya masalah terkait dengan simpanan nasabah.					
Saya mengetahui Bank syariah mengeluarkan zakat sebesar 2,5% dari total harta atau aset untuk diinfakkan kepada yang membutuhkan.					
Saya mengetahui bank syariah memberlakukan saldo tabungan yang rendah					
Saya mengetahui keuntungan yang dari setiap tabungan yang ditawarkan oleh bank syariah indonesia (BSI)					
Saya mengetahui produk di bank Syariah tidak mengandung usur riba					
Saya mengetahui bahwa produk yang di tawarkan bank syariah memberikan kemaslahatan dunia dan akhirat					
Saya mengetahui perbedaan bank syariah dengan bank konvensional					

Minat masyarakat (Y)

PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
Saya tertarik menjadi nasabah di bank Syariah karena produk produknya berdasarkan prinsip syariah					
Saya berkeinginan untuk merekomendasikan produk-produk bank syariah kepada orang lain yang berminat.					
Saya tertarik untuk mencari informasi yang positif dari produk yang ada di bank syariah					

Saya berkeinginan menjadi nasabah bank syariah karena beroperasi dengan prinsip syariah					
Saya berminat menjadi nasabah bank syariah karena yakin bahwa bank syariah dapat memberikan kemaslahatan.					
Saya berminat menjadi nasabah bank syariah karena yakin produk yang ditawarkan tidak ada unsur riba di dalamnya.					
Saya yakin bahwa produk bank syariah Indonesia dapat memberikan kepuasan.					
Saya yakin produk Bank Syariah sesuai dengan syariah islam.					



Lampiran 2 : Rekapitulasi Kuesioner

NO	PENGETAHUAN PRODUK (X)													
	X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	X.7	X.8	X.9	X.10	X.11	X.12	X.13	X.14
1	3	4	3	4	4	2	2	2	2	2	3	4	2	2
2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2
3	3	3	2	5	2	5	2	2	2	2	2	2	2	2
4	3	4	1	1	4	4	1	1	1	1	1	1	1	1
5	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
6	3	2	5	5	2	4	2	2	2	2	2	3	2	2
7	3	4	2	3	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1
8	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
9	3	3	3	4	4	4	2	2	2	2	2	2	4	2
10	3	4	1	4	4	4	1	1	1	1	1	1	1	1
11	3	2	2	2	2	2	2	2	5	2	2	5	2	2
12	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	2	4	4	4
13	2	2	2	2	2	2	2	5	5	2	2	2	5	2
14	3	3	3	3	3	1	1	1	4	4	1	1	1	1
15	3	4	2	2	4	4	2	2	4	4	2	2	2	2
16	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	2
17	3	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	2
18	4	4	4	5	5	2	2	2	2	2	2	2	2	2
19	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
20	2	2	2	4	4	4	2	2	2	2	2	4	4	2
21	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	5	5	2	2
22	3	3	3	4	4	4	1	1	1	1	4	4	4	1
23	2	2	2	4	2	2	4	2	3	3	2	2	2	2
24	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
25	2	2	2	4	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2
26	3	1	1	4	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1
27	3	2	2	2	4	4	2	2	2	3	3	3	3	3
28	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	4	4	2
29	4	4	3	3	4	4	2	2	2	3	3	3	3	3
30	2	2	2	2	2	5	5	3	3	2	3	2	2	2
31	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
32	2	2	2	3	3	4	3	3	2	2	2	2	2	2

69	4	1	3	5	3	5	3	5	3	3	3	5	3	5
70	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
71	3	3	3	3	5	5	1	1	1	1	4	4	2	2
72	5	5	5	1	2	5	3	3	1	2	2	2	5	5
73	4	4	5	3	3	3	5	5	1	5	1	1	1	5
74	4	3	2	2	4	4	2	2	2	4	3	1	1	1
75	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	2	2	2	2
76	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1
77	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
78	2	3	3	4	2	4	2	2	2	2	3	3	3	3
79	3	2	4	4	4	4	4	1	1	1	1	4	3	1
80	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
81	2	2	3	4	3	4	2	2	2	2	3	3	3	3
82	3	3	5	2	4	4	2	2	5	5	3	1	5	3
83	5	5	5	5	2	2	1	1	1	1	1	2	2	1
84	5	2	4	4	2	5	3	3	3	3	3	4	5	5
85	4	1	5	1	5	1	1	1	3	2	2	4	1	1
86	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
87	2	2	2	2	2	2	2	4	2	4	3	2	2	2
88	5	5	5	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3
89	4	4	1	5	3	5	5	5	5	2	4	4	2	2
90	3	3	3	3	3	3	4	3	2	2	2	4	4	2
91	3	1	1	3	4	4	2	3	3	4	3	2	3	2
92	1	1	1	1	1	4	4	1	1	1	1	4	2	2
93	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
94	5	5	5	5	5	2	2	2	2	2	3	3	3	3
95	3	3	5	2	2	3	3	2	3	5	5	5	5	5
96	4	4	1	1	1	5	3	3	2	2	2	4	4	4
97	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
98	5	4	3	5	4	5	3	3	3	4	3	3	3	3

MINAT MASYARAKAT (Y)						Total Y
Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	2	2	5	24
3	4	5	5	5	5	27
2	2	2	4	2	4	16
4	4	4	3	3	5	23
4	2	4	2	4	5	21
3	5	2	5	5	2	22
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	3	5	2	25
2	2	5	5	2	5	21
5	3	4	3	5	4	24
5	5	5	5	2	3	25
4	3	5	2	5	3	22
4	4	4	2	3	4	21
3	4	5	3	5	3	23
5	5	5	5	5	2	27
4	4	4	4	4	4	24
2	5	3	2	2	5	19
5	5	2	5	2	3	22
2	2	4	2	2	5	17
2	5	5	3	5	5	25
5	4	2	2	4	2	19
4	4	5	5	4	3	25
5	5	2	5	2	2	21
2	2	2	2	2	2	12
2	4	5	3	3	5	22
4	4	4	4	2	4	22
3	5	2	5	5	2	22
5	5	5	5	5	5	30
5	5	3	5	2	2	22
2	2	4	5	5	5	23
4	4	4	2	4	2	20
2	2	2	5	5	2	18
3	5	3	4	4	3	22

2	4	2	2	2	5	17
5	5	5	5	5	2	27
5	5	5	5	5	5	30
4	2	2	2	4	4	18
4	2	4	2	5	5	22
5	3	5	2	4	5	24
4	2	5	1	1	5	18
2	5	3	4	4	4	22
4	4	4	4	5	5	26
3	3	5	3	5	5	24
4	4	4	4	4	4	24
5	3	5	2	3	5	23
5	2	2	2	2	5	18
2	2	2	2	2	2	12
3	5	5	3	5	5	26
5	5	3	3	3	5	24
5	2	5	3	5	5	25
4	2	2	4	4	3	19
5	5	5	5	5	5	30
2	2	2	2	4	2	14
4	4	4	3	4	5	24
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	3	2	25
4	2	5	5	2	2	20
2	2	2	2	2	2	12
5	3	3	3	3	5	22
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	3	5	28
2	2	2	2	2	2	12
5	5	3	3	3	3	22
4	5	5	5	5	5	29
4	4	2	5	5	5	25
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	2	2	2	21
5	5	5	5	5	5	30

5	5	2	5	5	5	27
4	2	4	4	2	4	20
2	2	2	5	5	5	21
5	5	5	5	5	5	30
5	5	2	2	5	5	24
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
4	4	2	4	2	5	21
4	5	4	5	5	5	28
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	2	2	4	2	5	20
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	2	5	5	27
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
2	3	3	5	5	5	23
4	4	4	4	5	2	23
4	4	3	4	3	5	23
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	3	4	5	5	5	27
2	5	5	5	5	5	27
4	4	5	5	5	5	28
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
2	2	5	5	5	5	24

Lampiran 3 : Uji Validitas dan Reabilitas

		Correlations														
		X01	X02	X03	X04	X05	X06	X07	X08	X09	X10	X11	X12	X13	X14	Total
X01	Pearson Correlation	1	.607**	.494**	.315**	.440**	.396**	.249*	.378**	.297**	.245	.273**	.294**	.367**	.414**	.632**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,002	0,000	0,000	0,014	0,000	0,003	0,015	0,006	0,003	0,000	0,000	0,000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X02	Pearson Correlation	.607**	1	.510**	.402**	.434**	.451**	.224*	.330**	.347**	.252	.235*	0,187	.286**	.315**	.621**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,027	0,001	0,000	0,012	0,020	0,065	0,004	0,002	0,000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X03	Pearson Correlation	.494**	.510**	1	.504**	.370**	.319**	.287**	.307**	.268**	.328**	.263**	.308**	.371**	.328**	.625**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000		0,000	0,000	0,001	0,004	0,002	0,008	0,001	0,009	0,002	0,000	0,001	0,000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X04	Pearson Correlation	.315**	.402**	.504**	1	.361**	.286**	0,188	0,194	.224*	0,187	0,116	0,170	0,151	.250*	.488**
	Sig. (2-tailed)	0,002	0,000	0,000		0,000	0,004	0,064	0,056	0,027	0,065	0,254	0,095	0,139	0,013	0,000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X05	Pearson Correlation	.440**	.434**	.370**	.361**	1	.519**	.254*	.302**	.260**	.263**	.272**	.282**	.325**	.434**	.617**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,012	0,002	0,010	0,009	0,007	0,005	0,001	0,000	0,000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X06	Pearson Correlation	.396**	.451**	.319**	.286**	.519**	1	.469**	.407**	.268**	.217	.277**	.297**	.323**	.410**	.629**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,001	0,004	0,000		0,000	0,000	0,008	0,032	0,006	0,003	0,001	0,000	0,000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X07	Pearson Correlation	.249*	.224*	.287**	0,188	.254*	.469**	1	.726**	.531**	.491**	.326**	.317**	.293**	.414**	.629**
	Sig. (2-tailed)	0,014	0,027	0,004	0,064	0,012	0,000		0,000	0,000	0,000	0,001	0,001	0,003	0,000	0,000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X08	Pearson Correlation	.378**	.330**	.307**	0,194	.302**	.407**	.726**	1	.659**	.426**	.394**	.358**	.430**	.572**	.709**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,001	0,002	0,056	0,002	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X09	Pearson Correlation	.297**	.347**	.268**	.224*	.260**	.268**	.531**	.659**	1	.695**	.446**	.373**	.465**	.489**	.699**
	Sig. (2-tailed)	0,003	0,000	0,008	0,027	0,010	0,008	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X10	Pearson Correlation	.245	.252	.328**	0,187	.263**	.217	.491**	.426**	.695**	1	.610**	.399**	.404**	.511**	.665**
	Sig. (2-tailed)	0,015	0,012	0,001	0,065	0,009	0,032	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X11	Pearson Correlation	.273**	.235*	.263**	0,116	.272**	.277**	.326**	.394**	.446**	.610**	1	.627**	.505**	.469**	.640**
	Sig. (2-tailed)	0,006	0,020	0,009	0,254	0,007	0,006	0,001	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X12	Pearson Correlation	.294**	0,187	.308**	0,170	.282**	.297**	.317**	.358**	.373**	.399**	.627**	1	.713**	.545**	.650**
	Sig. (2-tailed)	0,003	0,065	0,002	0,095	0,005	0,003	0,001	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X13	Pearson Correlation	.367**	.286**	.371**	0,151	.325**	.323**	.293**	.430**	.465**	.404**	.505**	.713**	1	.635**	.695**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,004	0,000	0,139	0,001	0,001	0,003	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X14	Pearson Correlation	.414**	.315**	.328**	.250*	.434**	.410**	.414**	.572**	.489**	.511**	.469**	.545**	.635**	1	.747**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,002	0,001	0,013	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
Total	Pearson Correlation	.632**	.621**	.625**	.488**	.617**	.629**	.629**	.709**	.699**	.665**	.640**	.650**	.695**	.747**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98

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

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

Correlations

		Y01	Y02	Y03	Y04	Y05	Y06	Total_Y
Y01	Pearson Correlation	1	.483**	.420**	.224*	0,191	0,152	.630**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,027	0,060	0,135	0,000
	N	98	98	98	98	98	98	98
Y02	Pearson Correlation	.483**	1	.360**	.416**	.348**	0,109	.703**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000	0,000	0,000	0,285	0,000
	N	98	98	98	98	98	98	98
Y03	Pearson Correlation	.420**	.360**	1	.259*	.315**	.304**	.692**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000		0,010	0,002	0,002	0,000
	N	98	98	98	98	98	98	98
Y04	Pearson Correlation	.224*	.416**	.259*	1	.408**	0,144	.647**
	Sig. (2-tailed)	0,027	0,000	0,010		0,000	0,158	0,000
	N	98	98	98	98	98	98	98
Y05	Pearson Correlation	0,191	.348**	.315**	.408**	1	.265**	.664**
	Sig. (2-tailed)	0,060	0,000	0,002	0,000		0,008	0,000
	N	98	98	98	98	98	98	98
Y06	Pearson Correlation	0,152	0,109	.304**	0,144	.265**	1	.511**
	Sig. (2-tailed)	0,135	0,285	0,002	0,158	0,008		0,000
	N	98	98	98	98	98	98	98
Total_Y	Pearson Correlation	.630**	.703**	.692**	.647**	.664**	.511**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	98	98	98	98	98	98	98

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

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

Lampiran 4 : R tabel & T tabel

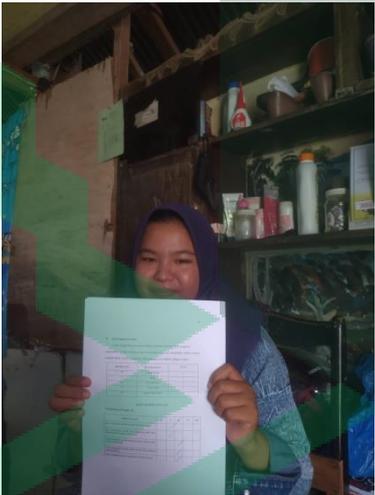
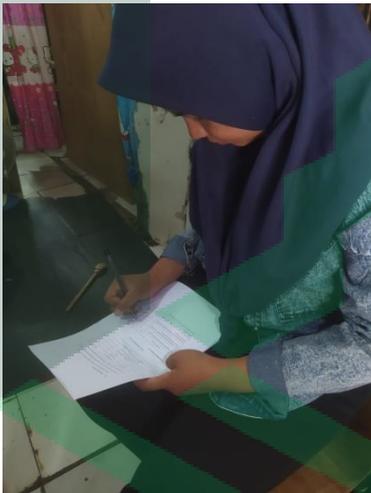
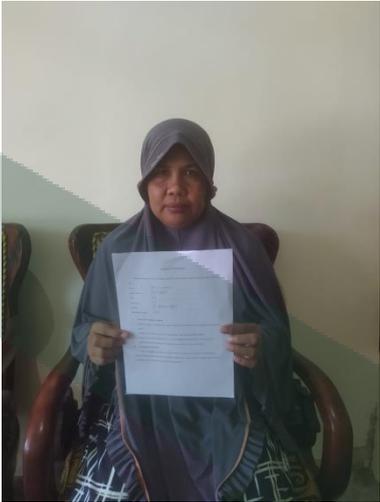
df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	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

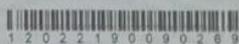
T tabel

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045

Lampiran 5 : Dokumentasi penelitian



Lampiran 6: Surat Keterangan Penelitian

  
1 2 0 2 2 1 9 0 0 9 0 2 6 9

PEMERINTAH KOTA PALOPO
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Alamat : Jl. K.H.M. Hasyim No.5 Kota Palopo - Sulawesi Selatan Telpn : (0471) 326048

ASLI

IZIN PENELITIAN
NOMOR : 269/IP/DPMTSP/III/2022

DASAR HUKUM :

1. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2019 tentang Sistem Nasional Ilmu Pengetahuan dan Teknologi;
2. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja;
3. Peraturan Menteri Nomor 3 Tahun 2018 tentang Penerbitan Surat Keterangan Penelitian;
4. Peraturan Walikota Palopo Nomor 23 Tahun 2016 tentang Pendelegasian Kewenangan Penyelenggaraan Perizinan dan Nonperizinan di Kota Palopo;
5. Peraturan Walikota Palopo Nomor 34 Tahun 2019 tentang Pendelegasian Kewenangan Penyelenggaraan Perizinan dan Nonperizinan Yang Menjadi Urusan Pemerintah Kota Palopo dan Kewenangan Perizinan dan Nonperizinan Yang Menjadi Urusan Pemerintah Yang Diberikan Pelimpahan Wewenang Walikota Palopo Kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.

MEMBERIKAN IZIN KEPADA

Nama : RAHMA DANI ASIS N
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Jl. Patiandjaja Kota Palopo
Pekerjaan : Mahasiswa
NIM : 18 0402 0110

Maksud dan Tujuan mengadakan penelitian dalam rangka penulisan Skripsi dengan Judul :

PENGARUH PENGETAHUAN DAN INFORMASI PRODUK TERHADAP MINAT MASYARAKAT UNTUK MENJADI NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA (BSI), (STUDI KASUS MASYARAKAT KELURAHAN DANGERAKKO)

Lokasi Penelitian : BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) PALOPO
Lamanya Penelitian : 23 Maret 2022 s.d. 23 Mei 2022

DENGAN KETENTUAN SEBAGAI BERIKUT :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan penelitian kiranya melapor pada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.
2. Menaati semua peraturan perundang-undangan yang berlaku, serta menghormati Adat Istiadat setempat.
3. Penelitian tidak menyimpang dari maksud izin yang diberikan.
4. Menyerahkan 1 (satu) exemplar foto copy hasil penelitian kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo
5. Surat Izin Penelitian ini dinyatakan tidak berlaku, bilamana pemegang izin ternyata tidak menaati ketentuan-ketentuan tersebut di atas.

Demikian Surat Izin Penelitian ini diterbitkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Kota Palopo
Pada tanggal : 24 Maret 2022
Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP

MUH. IHSAN ASHARUDDIN, S.STP, M.Si
Pangkat : Pembina Tk.I
NIP. 19780611 199612 1 001

Tembusan :

1. Kepala Badan Kesbang Prov Sul-Sel
2. Walikota Palopo
3. Dapodik SWG
4. Kapolres Palopo
5. Kepala Badan Penelitian dan Pengembangan Kota Palopo
6. Kepala Badan Kesbang Kota Palopo
7. Ruang terkait lainnya dilaksanakan penelitian

Lampiran 7: Riwayat Hidup

Riwayat Hidup



Rahma Dani Asis N. lahir di Palopopada tanggal 24 Desember 1998. Penulis merupakan anak ketiga dari tiga bersaudara dari pasangan seorang ayah bernama Asis Nawawi dan ibu Hamliana. Saat ini, penulis bertempat tinggal di Jl. Patiandjala Lorong Sempowae, Kel.

Dangerakko, Kec. Wara Kota Palopo. Pendidikan dasar penulis diselesaikan pada tahun 2010 di SDN 370 Lagaligo. Kemudian, di tahun yang sama menempuh pendidikan di MTSN Model Palopo hingga 2013. Pada tahun 2013 melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 3 Palopo lulus SMA tahun 2016. Pada tahun 2018 penulis melanjutkan pendidikan S1 di Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo.

Contact person penulis : rrhmdni@gmail.com