

**PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK TABUNGAN DAN NISBAH BAGI
HASIL TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH
BANK BRI SYARIAH DI KABUPATEN PINRANG**



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

2019

**PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK TABUNGAN DAN
NISBAH BAGI HASIL TERHADAP KEPUTUSAN
MENJADI NASABAH BANK BRI SYARIAH
DI KABUPATEN PINRANG**



Oleh

**MAHYUNI
NIM 14.2300.046**

Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E.) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas
Ekonomi dan bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Parepare

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

2019

**PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK TABUNGAN DAN
NISBAH BAGI HASIL TERHADAP KEPUTUSAN
MENJADI NASABAH BANK BRI SYARIAH
DI KABUPATEN PINRANG**

Skripsi

**Sebagai salah satu syarat untuk mencapai
Gelar Sarjana Ekonomi**



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

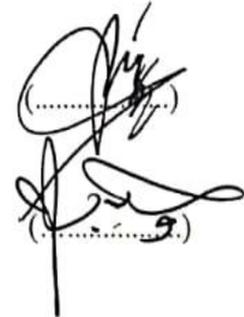
2019

PERSETUJUAN PEMBIMBNG

NamaMahasiswa : Mahyuni
Judul Skripsi : Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan Dan Nisbah
Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah
Bank BRI Syariah Di Kabupaten Pinrang
Nomor Induk Mahasiswa : 14.2300.0046
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Dasar Penetapan : SK. Ketua STAIN Parepare
Pembimbing : No. B.2914/Sti.08/PP.00.01/10/2017

Disetujui oleh

PembimbingUtama : Syahriyah Semaun, S.E., M.M.
NIP : 19711111 199803 2 003
PembimbingPendamping : Wahidin, M.HI.
NIP : 19711004 200312 1 002



Mengetahui:

Ekonomi dan Bisnis Islam

Muhammad Kamal Zubair, M.Ag.
NIP. 19730129 200501 1 004

SKRIPSI
PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK TABUNGAN DAN
NISBAH BAGI HASIL TERHADAP KEPUTUSAN
MENJADI NASABAH BANK BRI SYARIAH
DI KABUPATEN PINRANG

Disusun dan diajukan oleh

MAHYUNI
NIM 14.2300.046

Telah dipertahankan di depan Sidang Ujian Munaqasyah
Pada tanggal 29 Januari 2019
Dinyatakan telah memenuhi syarat

Mengesahkan

Dosen Pembimbing

Pembimbing Utama : **Syahriyah Semaun, S.E., M.M.**
NIP : 19711111 199803 2 003
Pembimbing Pendamping : **Wahidin, M.HI.**
NIP : 19711004 200312 1 002



Institut Agama Islam Negeri Parepare

Rektor

Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si.
NIP. 19640427 198703 1 002

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag.
NIP. 19730129 200501 1 004

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan Dan Nisbah Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank BRI Syariah Di Kabupaten Pinrang

Nama Mahasiswa : Mahyuni

Nomor Induk Mahasiswa : 14.2300.046

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Perbankan Syariah

Dasar Penetapan : SK. Ketua STAIN Parepare
No. B.2914/Sti.08/PP.00.01/10/2017

Pembimbing

Tanggal Kelulusan : 29 Januari 2019

Disahkan oleh Komisi Penguji

Syahriyah Semaun, S.E., M.M.	(Ketua)	(.....)
Wahidin, M.HI.	(Sekertaris)	(.....)
Dr. Damirah, S.E., M.M.	(Anggota)	(.....)
Dr. Arqam, M.Pd.	(Anggota)	(.....)

Mengetahui:


 Institut Agama Islam Negeri Parepare
 Rektor
Dr. Arqam Sultra Rustan, M.Si.
 NID. 0640427 198703 1 002

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya meskipun terdapat banyak kekurangan. Shalawat dan salam semoga tercurahkan kepada junjungan baginda Rasulullah SAW, yang telah memberi petunjuk kepada umatnya menuju kehidupan yang bahagia dan terang benderang.

Penulisan skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa banyak tangan yang terulur memberikan bantuan. Ucapan rasa hormat yang setinggi-tingginya dan terima kasih yang setulus-tulusnya atas segala kepedulian mereka yang telah memberikan berbagai bentuk bantuan baik secara moril, kritik, saran, dukungan finansialm aupun sumbangan pemikiran dalam penulisan skripsi ini. Terkhusus kepada orang tuaku yang telah membimbing sejak kecil hingga dewasa serta saudara-saudaraku yang telah memberikan dukungan baik secara materiil maupun non materiil dan doa sehingga peneliti bersemangat untuk menyelesaikan penelitian ini dan studi di IAIN Parepare. Oleh karenaitu, dalam kesempatan ini juga penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si. sebagai Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola pendidikan di IAIN Parepare.
2. Bapak Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag, Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas pengabdianya telah menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa.
3. Ibu AnRasTri Astuti, M.E. Selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah yang telah berjasa dan mendidikasikan hidup beliau sehingga tercipta suasana pendidikan Syariah saat ini dapat berkembang dengan baik.
4. Ibu Syahriyah Semaun, S.E., M.M dan Bapak Wahidin, M.HI selaku pembimbing I dan pembimbing II, yang telah memberi bantuan dan bimbingan kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.
5. Bapak /Ibu dosen beserta admin fakultas Syariah dan Ekonomi dan bisnis Islam IAIN Parepare yang telah meluangkan waktu mereka dalam mendidik selama kuliah di IAIN Parepare.

6. Kepada teman-temanku di Pondok Jodoh serta sahabat-sahabat yang baik hati dan tidak sombong : Rasma, Angga sriwinanda, Merina ismail, Nuryani, WidyaHarianto, Miranda, Chintia basri yang telah memberikan dukungan, semangat dan doanya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat ganda kepada semua pihak atas seluruh bantuan dan amal baik yang telah diberikan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini. Selain itu, khusus ucapan terima kasih kepada yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, Allah SWT. Semoga senantiasa memberikan sinar terang kepada seluruh hamba-Nya dan semoga aktivitas penulis selalu diberkahi-Nya dan diberikan hidayah oleh-Nya. Aamiin.

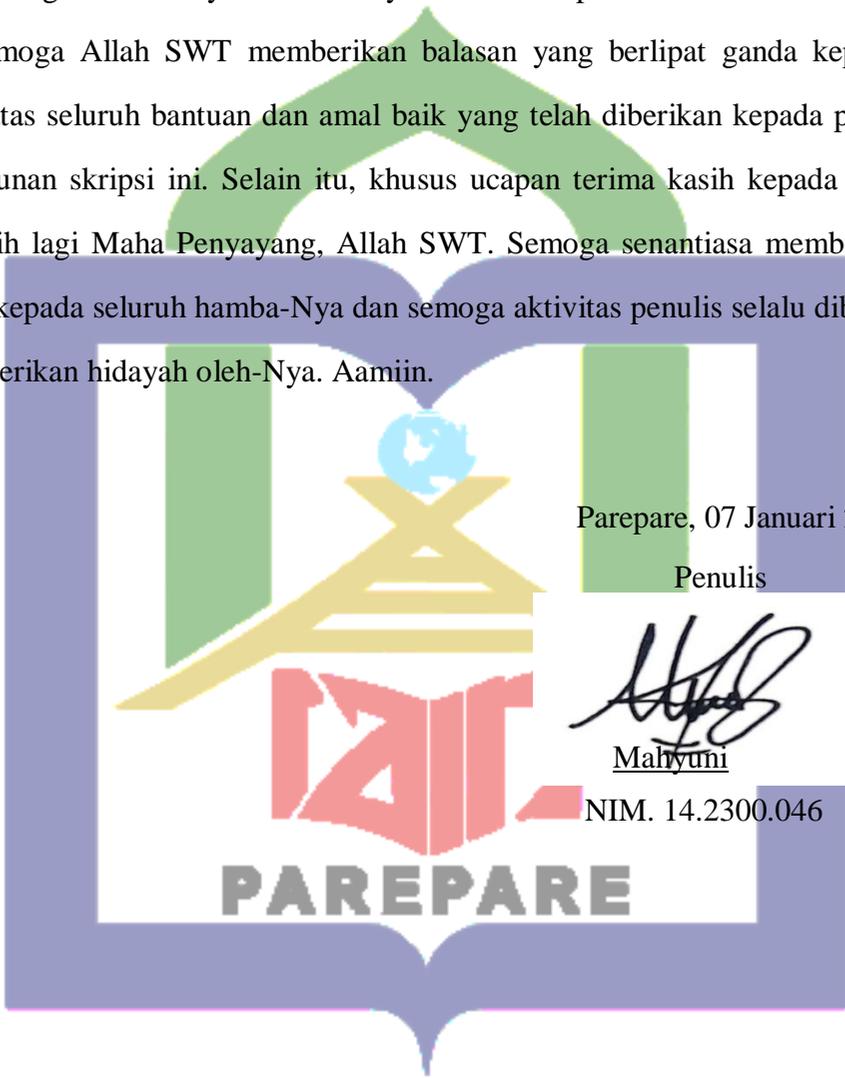
Parepare, 07 Januari 2019

Penulis



Malhyuni

NIM. 14.2300.046



PAREPARE

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Mahyuni
NIM : 14.2300046
Tempat / Tgl. Lahir : Ujung/ 06 Maret 1996
Program Studi : PerbankanSyariah
Jurusan : SyariahdanEkonomi Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan dan Nisbah
Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di
Bank BRI Syariah Kabupaten Pinrang

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa merupakan duplikat, tiruan, plagiat atau dibuat oleh orang lain sebagian atau keseluruhan, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare,07 Januari2019

PAREPARE Penulis



Mahyuni

NIM. 14.2300.046

ABSTRAK

Mahyuni, 2019. *Pengaruh pengetahuan produk tabungan dan nisbah bagi hasil terhadap keputusan menjadi nasabah bank BRI Syariah di kabupaten pinrang.* (Dibimbing oleh ibu Syahriyah Semaun selaku pembimbing utama dan bapak Wahidin, selaku pembimbing pendamping.)

Penelitian ini membahas tentang pengetahuan produk tabungan dan nisbah bagi hasil pada bank BRI Syariah di kabupaten pinrang. Pengetahuan produk tabungan merupakan faktor paling penting dalam lembaga keuangan syariah. Adapun nisbah bagi hasil merupakan pembagian laba. Penelitian ini yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan produk tabungan dan nisbah bagi hasil baik secara *simultan* maupun *parsial* terhadap keputusan menjadi nasabah dan Untuk mengetahui variabel yang dominan paling berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank BRI syariah kabupaten pinrang.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode deskriptif. Adapun pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Metode yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah dengan menggunakan Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Normalitas, Analisis Regresi Berganda, Uji T, Uji F, Koefisien Determinasi (Adjusted R Square), dan Korelasi Ganda R.

Hasil penelitian ini menunjukkan berdasarkan pada perhitungan regresi linear, $Y = 17,715 + 0,201X_1 + 0,210X_2$, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel X_1 yaitu pengetahuan produk tabungan yang bernilai 0,201 berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel peningkat jumlah nasabah (Y), variabel X_2 yaitu nisbah bagi hasil yang bernilai 0,210 berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel peningkatan jumlah nasabah (Y). Artinya untuk variabel X_1 dan X_2 berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah (Y). Adapun variabel X_2 yaitu Nisbah bagi hasil paling dominan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menjadi nasabah (Y).

Kata Kunci: pengetahuan produk tabungan, nisbah bagi hasil dan keputusan menjadi nasabah.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGANTAR	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN KOMISI PEMBIMBING	iv
HALAMAN PENGESAHAN KOMISI PENGUJI	v
KATA PENGANTAR	vi
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Kegunaan Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Deskripsi Teori	7
2.1.1 Bank Syariah	7
2.1.1.1 Pengertian Bank Syariah	7
2.1.1.2 Tujuan Bank Syariah	8
2.1.1.3 Pengetahuan Produk Bank Syariah	9
2.1.1.4 Nisbah Bagi Hasil	12
2.1.1.5 Keputusan Menjadi Nasabah	14
2.1.2 Perbedaan Bagi Hasil dan Bunga	15

2.1.3	Perilaku Nasabah	18
2.1.4	Teori Pengetahuan Konsumen	24
2.2	Tinjauan Hasil Penelitian Terdahulu	27
2.3	Kerangka Pikir.....	29
2.4	Kerangka Konseptual.....	30
2.5	Hipotesis	30
2.6	Devinisi Oprasional Sekolah.....	31
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Jenis dan Desain Penelitian	33
3.2	Lokasi dan Waktu Penelitian	34
3.3	Populasi dan Sampel	34
3.4	Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data	35
3.5	Teknik Analisis Data	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	41
4.1.1	Sejarah Bank BRI	41
4.1.2	Visi Bank BRI Syariah.....	42
4.1.3	Misi Bank BRI Syariah	42
4.1.4	Alamat Kantor Pusat dan Area	43
4.1.5	Struktur Organisasi	43
4.1.3	Produk Bank BRI Syariah	44
4.2	Deskripsi Data	46
4.3	Deskripsi Jawaban Responden.....	50
4.4.	Pengujian Instrumen Penelitian.....	50
4.4.1	Uji Validitas	50
4.4.2	Uji Realiabilitas	52
4.5	Pengujian Asumsi Klasik	53
4.5.1	Uji Normalitas	53
4.5.2	Uji Multikolinearitas.....	54
4.6	Hasil Penelitian.....	55
4.6.1	Analisi Regresi Linear Data	53
4.6.2	Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	58

4.6.3	Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F).....	60
4.6.4	Koefisien Determinasi (R^2)	61
4.6.5	Korelasi Ganda (R)	63
4.7	Pembahasan	64
4.7.1	Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan terhadap keputusan menjadi nasabah	64
4.7.2	Pengajuan nisbah bagi hasil terhadap keputusan menjadi nasabah	62
BAB V PENUTUP		
5.1	Simpulan	65
5.2	Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA		67
LAMPIRAN-LAMPIRAN		

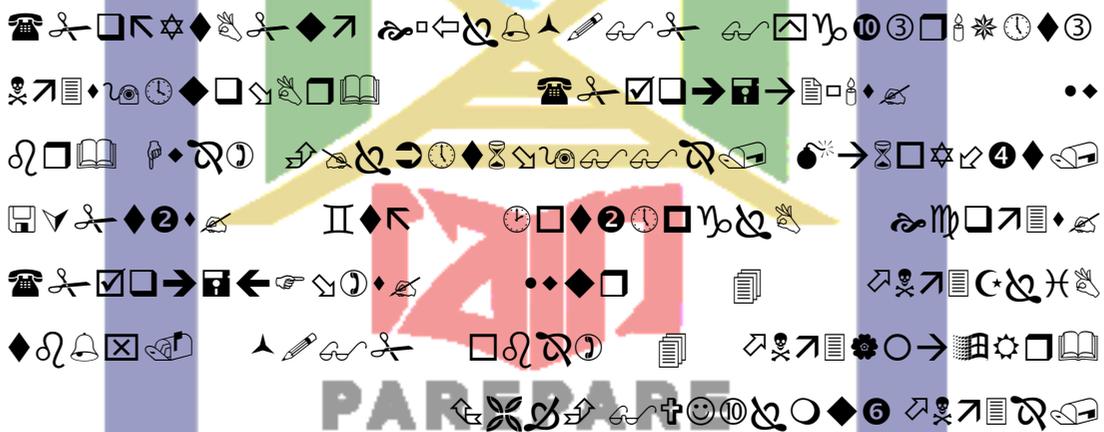


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Keberadaan perbankan syariah di Indonesia tidak terlepas dari sistem perbankan Indonesia secara umum. Perbankan syariah mulai dikenal pada tahun 1992 setelah diberlakukannya UU No. 7 Tahun 1992 yang memungkinkan bank syariah menjalankan kegiatan operasionalnya berdasarkan asas bagi hasil. Secara perlahan, bank syariah mampu memenuhi kebutuhan masyarakat yang menginginkan sistem perbankan yang berlandaskan pada syariat Islam.¹ Hal ini senada dengan firman Allah dalam surah An-nisa Ayat 29 di bawah ini:



Terjemahnya :

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.²

Bank syariah merupakan suatu lembaga keuangan yang berfungsi sebagai organisasi perantara antara yang berkelebihan dana dan yang kekurangan dana yang

¹Evi,et.all.,”Pengaruh Tingkat Bagi Hasil Deposito Bank Syariah dan Suku Bunga Deposito Bank Umum Terhadap Jumlah Simpanan Deposito Mudhorobah”, dalam Administrasi Bisnis” Vol 9.

²Departement Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahan* (Diponegoro: Bandung 2010), h. 83.

dalam menjalankan aktivitasnya harus sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Bank syariah atau bank Islam, berfungsi sebagai suatu lembaga intermediasi (*intermediary institution*) yaitu mengerahkan dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana-dana tersebut dalam bentuk pembiayaan. Perbankan syariah juga merespon



permintaan nasabah dalam rangka memajukan perusahaan investasi atau bisnis pengusaha, selama aktivitas perusahaan tersebut tidak dilarang oleh Islam.

Bagi keuntungan atau bagi hasil merupakan ciri utama bagi lembaga keuangan tanpa bunga/Bank Islam. Dinamakan lembaga keuangan bagi hasil oleh karena sesungguhnya lembaga ini memperoleh keuntungan dari apa yangm dihasilkan dari upayanya mengelola dana pihak ketiga. Nisbah bagi hasil merupakan faktor penting dalam menentukan bagi hasil di bank syari'ah. Sebab aspek nisbah merupakan aspek yang disepakati bersama antara kedua belah pihak yang melakukan transaksi.³

Secara umum prinsip bagi hasil dalam perbankan syari'ah dapat dilakukan dalam empat akad utama, yaitu *al musyarakah*, *al mudharabah*, *al muzara'ah*, dan *al musaqah*.³Sungguhpun demikian, prinsip paling banyak dipakai adalah *almusyarakah* dan *al mudharabah*, sementara *al muzara'ah* dan *al musaqah* dipergunakan khusus *plantation financing* atau pembiayaan pertanian oleh beberapa bank Islam. Deposito syariah adalah simpanan berjangka menggunakan prinsip *Mudharabah* (bagi hasil) dengan porsi bagi hasil yang berbeda tergantung dari jangka waktu penempatan deposito. Pilihan jangka waktu deposito 1, 3, 6 atau 12 bulan.

Pengelolaan dana milik nasabah Deposito, Dewan Syari'ah Nasional MUI telah mengeluarkan fatwa bahwa deposito yang dibenarkan adalah deposito yang berdasarkan prinsip *mudharabah*.⁴ Di mana Bank Syari'ah bertindak sebagai *mudharib* (pengelola dana) sedangkan nasabah bertindak sebagai *shahibul mall* (pemilik dana), dalam kapasitasnya sebagai *mudharib* bank syari'ah dapat

³Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syari'ah* (Yogyakarta: Ekonesia,2004), h. 123.

⁴Fatwa Dewan Syari'ah Nasional, No. 03/DSN-MUI/IV/2000.

melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syari'ah serta mengembangkannya, termasuk melakukan akad *mudharabah* pada dana dari pihak ketiga.

Pengetahuan konsumen berfokus pada informasi yang diketahui oleh nasabah mengenai suatu hal tertentu. Pengetahuan konsumen mencakup pengetahuan produk tabungan dan nisbah bagi hasil. Nasabah yang mengetahui jasa tabungan bank syariah jika merasa diuntungkan dalam hal tersebut maka nasabah cenderung berminat untuk menggunakan jasa tabungan tersebut.⁵

BRI Syariah Cabang Pinrang menawarkan berbagai produk layanan, salah satunya adalah produk penghimpunan dana kepada nasabahnya. Produk penghimpunan dana yang ditawarkan oleh BRI Syariah Cabang merupakan salah satu bentuk sumber dana pihak ketiga. Dana pihak ketiga merupakan dana yang diperoleh dari masyarakat, dalam arti masyarakat sebagai individu, perusahaan, pemerintah, rumah tangga, koperasi, yayasan, dan lain-lain baik dalam mata uang rupiah maupun dalam valuta asing. sumber dana tersebut keberadaannya sangatlah penting bagi bank syariah. Adanya hal tersebut menimbulkan persaingan antar bank syariah dengan tujuan untuk memperoleh sumber dana yang lebih besar. Pentingnya perolehan dari masyarakat membuat bank syariah menawarkan berbagai produk penghimpunan dana. Salah satunya adalah produk tabungan mudharabah yang ditawarkan oleh BRI Syariah Cabang Pinrang.

Fakta menunjukkan bahwa eksistensi perbankan di Kabupaten Pinrang masih di dominasi oleh perbankan konvensional. Hal ini berdasarkan observasi peneliti yang mengamati bahwa kuantitas nasabah yang datang berkunjung maupun yang

⁵Muclis Yahya," Tingkat Suku Bunga Bank Konvensional dan Komitmen Nasabah Menabung di Bank Syariah,jurnal Keuangan dan Perbankan"vol 16.

menggunakan fasilitas ATM BRI Konvensional di Pinrang masih lebih banyak dibandingkan BRI Syariah. Hal ini merupakan bukti bahwa Bank Konvensional untuk saat ini masih unggul dibanding Bank Syariah. Berdasarkan asumsi sementara peneliti, hal ini disebabkan karena keberadaan Bank Konvensional lebih dahulu jika dibandingkan dengan keberadaan Bank Syariah. Keberadaan yang sudah lama sehingga memudahkan Bank Konvensional untuk menjangkau pasar yang lebih luas dibandingkan Bank Syariah.

Masyarakat Pinrang merupakan masyarakat yang cukup plural dan majemuk. Ada beberapa suku di dalamnya, namun suku Bugis tetap mendominasi daerah tersebut. Keragaman agama pun bermacam-macam, Tapi yang mendominasi tetap Muslim. Seperti daerah pada umumnya, Muslim merupakan agama yang mendominasi Indonesia sampai ke pelosok daerah. Dominasi umat Muslim di Indonesia ini merupakan peluang besar untuk membangun perekonomian Islam. Mengingat perekonomian Islam harus mengacu pada ajaran-ajaran yang telah ditetapkan menurut hukum syariat. Ini seharusnya menjadi peluang Perbankan Syariah untuk mendominasi persaingan dengan Perbankan Konvensional. Adanya riba yang dilarang di dalam perekonomian Islam seharusnya membuat Perbankan Syariah ini kuat sebab Perbankan Syariah mengacu pada fatwa yang telah ditetapkan DSN-MUI. Keberadaan BRI Syariah Pinrang sebaiknya harus diperkenalkan lebih baik lagi. SDM Perbankan Syariah harus mampu mengalahkan pesaing lain dari Perbankan Syariah. Sebagai perbankan yang baru beroperasi di daerah ini, seharusnya lebih keras dan rutin untuk mempromosikan produknya kepada masyarakat Pinrang.

Selain ini, SDM harus mampu menguasai prinsip-prinsip ekonomi Islam untuk dijelaskan kepada calon nasabah yang notabenehnya adalah nasabah yang

menghindari riba. Pelayanan dalam bentuk pemaparan pengetahuan tentang bagaimana nisbah bagi hasil yang sebenarnya akan menarik minat nasabah untuk menabung di Bank Syariah tersebut. Selain itu, nasabah tentu menginginkan fasilitas yang lebih dari perbankan konvensional, perbankan syariah harus mampu memberikan bagi hasil yang wajar sesuai keinginan nasabah sehingga nasabah akan merasa dirinya diuntungkan dengan memutuskan untuk menabung di Bank Syariah.

Dari penjelasan di atas, masalah yang ditekankan oleh peneliti adalah eksistensi perbankan syariah yang belum terlalu baik dibanding perbankan konvensional, sehingga keputusan nasabah untuk menabung masih cenderung ke bank konvensional. Hal ini dipengaruhi oleh bank syariah masih yang masih baru dibandingkan dengan bank konvensional dan SDM bank syariah pun harus mampu menguasai tentang perekonomian Islam. Hal inilah yang membuat peneliti tertarik untuk meneliti tentang judul “Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan dan Nisbah Bagi Hasil terhadap Keputusan Menjadi Nasabah BRI Syariah di Kabupaten Pinrang, rumusan masalah Sesuai dengan identifikasi masalah yang telah dikemukakan di atas, maka fokus permasalahan pada rumusan masalah di atas dijabarkan kedalam pernyataan penelitian sebagai berikut.

1.2 Rumusan Masalah

- 1.2.1 Apakah variabel pengetahuan produk tabungan berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah Bank BRI Syariah di Kab. Pinrang?
- 1.2.2 Apakah variabel nisbah bagi hasil berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah Bank BRI Syariah di Kab. Pinrang?
- 1.2.3 Variabel manakah yang paling dominan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank BRI syariah di Kab. Pinrang?

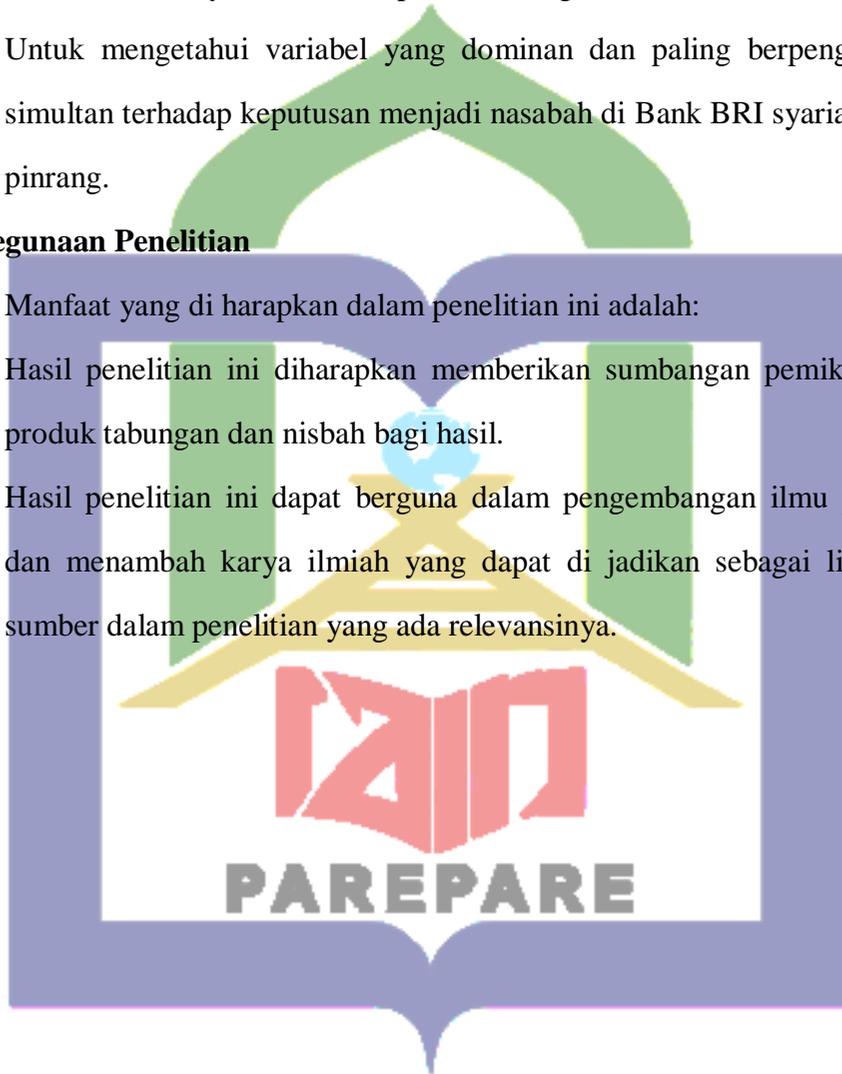
1.3 Tujuan penelitian

- 1.3.1 Untuk Mengetahui pengaruh pengetahuan produk tabungan terhadap keputusan menjadi nasabah pada Bank Syariah di Kab. Pinrang.
- 1.3.2 Untuk Mengetahui pengaruh nisbah bagi hasil terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Syariah di Kabupaten Pinrang.
- 1.3.3 Untuk mengetahui variabel yang dominan dan paling berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank BRI syariah kabupaten pinrang.

1.4 Kegunaan Penelitian

Manfaat yang di harapkan dalam penelitian ini adalah:

- 1.4.1 Hasil penelitian ini diharapkan memberikan sumbangan pemikiran tentang produk tabungan dan nisbah bagi hasil.
- 1.4.2 Hasil penelitian ini dapat berguna dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan menambah karya ilmiah yang dapat di jadikan sebagai literature dan sumber dalam penelitian yang ada relevansinya.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Deskripsi Teori

2.1.1 Bank Syariah

2.1.1.1 Pengertian Bank Syariah

Berdasarkan Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 Pasal 1 menyebutkan bahwa bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat.⁶

Menurut Stuar Martono Bank merupakan salah satu badan usaha lembaga keuangan yang bertujuan memberikan kredit, baik dengan alat pembayarannya sendiri, dengan uang yang diperolehnya dari orang lain, dengan jalan mengedarkan alat-alat pembayaran baru berupa uang giral.

Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan Prinsip. Syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah, Unit Usaha Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.

1. Bank Umum Syariah adalah bank syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. BUS dapat berusaha sebagai bank devisa dan bank non devisa. Bank devisa adalah bank yang dapat melaksanakan transaksi ke luar negeri atau yang berhubungan dengan mata uang asing secara keseluruhan

⁶Direktorat Perbankan Syariah Bank Indonesia, Kebijakan Pengembangan Perbankan Syariah, Jakarta: 2011, h. 5.

seperti transfer ke luar negeri, inkaso ke luar negeri, pembukaan *letter of credit*, dan sebagainya.²

2. Unit Usaha Syariah adalah unit kerja dari kantor pusat bank umum konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor atau unit yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau unit kerja kantor cabang dari suatu bank yang berkedudukan di luar negeri yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor cabang pembantu syariah.
3. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah adalah bank syariah yang kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

Berdasarkan Pasal 2 Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 terkait dengan asas operasional bank syariah yang menyebutkan bahwa perbankan syariah dalam melakukan kegiatan usahanya berasaskan prinsip syariah, demokrasi ekonomi, dan prinsip kehati-hatian. Kemudian pada Pasal 3 dinyatakan bahwa perbankan syariah bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat.

2.1.1.2 Tujuan Bank Syariah

Bank syariah memiliki tujuan yang lebih luas dibandingkan dengan bank konvensional, berkaitan dengan keberadaannya sebagai institusi komersial dan kewajiban moral yang disandangnya. Selain bertujuan meraih keuntungan sebagaimana layaknya bank konvensional pada umumnya, bank syariah juga bertujuan sebagai berikut:

1. Menyediakan lembaga keuangan perbankan sebagai sarana meningkatkan kualitas kehidupan sosial ekonomi masyarakat. Pengumpulan modal dari masyarakat dan pemanfaatannya kepada masyarakat diharapkan dapat mengurangi kesenjangan

sosial guna tercipta peningkatan pembangunan nasional yang semakin mantap. Metode bagi hasil akan membantu orang yang lemah permodalannya untuk bergabung dengan bank syariah untuk mengembangkan usahanya. Metode bagi hasil ini akan memunculkan usaha-usaha baru dan pengembangan usaha yang telah ada sehingga dapat mengurangi pengangguran.

2. Meningkatnya partisipasi masyarakat banyak dalam proses pembangunan karena keengganan sebagian masyarakat untuk berhubungan dengan bank yang disebabkan oleh sikap menghindari bunga telah terjawab oleh bank syariah. Metode perbankan yang efisien dan adil akan menggalakkan usaha ekonomi kerakyatan.
3. Membentuk masyarakat agar berpikir secara ekonomis dan berperilaku bisnis untuk meningkatkan kualitas hidupnya.
4. Berusaha bahwa metode bagi hasil pada bank syariah dapat beroperasi, tumbuh, dan berkembang melalui bank-bank dengan metode lain.

2.1.2 Pengetahuan Produk-produk Bank Syariah

Pengetahuan konsumen berfokus pada informasi yang diketahui oleh nasabah mengenai suatu hal tertentu. Pengetahuan konsumen mencakup pengetahuan produk tabungan dan nisbah bagi hasil. Nasabah yang mengetahui bahwa jasa Bank Syariah jika merasa diuntungkan dalam hal tersebut maka nasabah cenderung berminat untuk menggunakan jasa tersebut.

Menurut Kotler produk merupakan sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar agar menarik perhatian, akuisisi, penggunaan atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan. Produk mencakup lebih dari sekedar barang-barang yang berwujud (*Tangible*). Dalam arti luas, produk meliputi objek fisik, jasa, acara, orang, tempat, organisasi dan ide. jasa service adalah produk yang

terdiri aktifitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual dan pada dasarnya tak berwujud serta tidak menghasilkan kepemilikan akan sesuatu. Contohnya, perbankan, hotel dan lainnya.⁷

2.1.2.1 Produk Penghimpunan Dana

1. Tabungan

Menurut Undang-Undang Perbankan Syariah Nomor 21 tahun 2008, tabungan adalah simpanan berdasarkan akad wadi'ah atau investasi dana berdasarkan mudharabah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro atau yang dipersamakan dengan itu

Tabungan adalah bentuk simpanan nasabah yang bersifat likuid. Artinya, produk ini dapat diambil sewaktu-waktu apabila nasabah membutuhkan, tetapi bagi hasil yang ditawarkan kepada nasabah penabung kecil.

2. Deposito

Deposito menurut UU Perbankan Syariah No. 21 tahun 2008 adalah investasi dana berdasarkan akad mudharabah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah, yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan akad antara nasabah penyimpan dan bank syariah dan/ atau Unit Usaha Syariah (UUS).

Deposito adalah bentuk simpanan nasabah yang mempunyai jumlah minimal tertentu, jangka waktu tertentu, dan bagi hasilnya lebih tinggi daripada tabungan.

⁷Philip Kotler dan Gari Amstrong “*Prinsip-Prinsip Pemasaran*” (Jakarta: Erlangga 2008 edisi 12 jilid 1), h. 266.

3. Giro

Undang-undang Nomor 21 tahun 2008 adalah simpanan berdasarkan akad wadi'ah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana perintah pembayaran lainnya, atau dengan perintah pemindahbukuan.

Giro adalah bentuk simpanan nasabah yang tidak diberikan bagi hasil, dan pengambilan dana menggunakan cek, biasanya digunakan oleh perusahaan atau yayasan dan atau bentuk badan hukum lainnya dalam proses keuangan mereka. Dalam giro meskipun tidak memberikan bagi hasil, pihak bank berhak memberikan bonus kepada nasabah yang besarnya tidak ditentukan di awal, bergantung pada kebaikan pihak bank

Prinsip operasional bank syariah yang telah diterapkan secara luas dalam penghimpunan dana masyarakat adalah prinsip wadi'ah dan mudharabah.

2.1.2.1. Produk Penyaluran Dana/ Pembiayaan (*Financing*)

Pembiayaan atau financing adalah pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun lembaga. Dengan kata lain, pembiayaan adalah pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan. Secara garis besar, produk pembiayaan kepada nasabah yaitu sebagai berikut:

1. Pembiayaan dengan prinsip jual beli. Seperti bai' murabahah, bai' as salam dan bai' al istishna.
2. Pembiayaan dengan prinsip sewa. Meliputi ijarah dan ijarah muntahiya bit tamlik.
3. Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil. Meliputi musyarakah, mudharabah, muzara'ah, dan musaqah.

2.1.2.2 Produk Jasa (*Service*)

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

1. Sharf (Jual Beli Valuta Asing)

Prinsip jual beli valuta asing sejalan dengan prinsip sharf. Jual beli mata uang yang tidak sejenis ini harus dilakukan pada waktu yang sama (spot). Bank mengambil keuntungan dari jual beli valuta asing. Prinsip ini dipraktikkan pada bank syariah devisa yang memiliki izin untuk melakukan jual beli valuta asing.

2. Wadi'ah (Titipan)

Akad wadi'ah yad dhamanah penerima simpanan hanya dapat menyimpan titipan, tanpa berhak untuk menggunakannya. Dia tidak bertanggungjawab atas kehilangan atau kerusakan yang terjadi pada asset titipan selama hal ini bukan akibat dari kelalaian atau kecerobohan yang bersangkutan dalam memelihara barang titipan (karena faktor-faktor di luar batas kemampuan).

2.1.3 Nisbah Bagi Hasil

Bagi hasil adalah sistem pembagian hasil usaha dimana pemilik modal bekerjasama dengan pemilik modal untuk melakukan kegiatan usaha. Apabila kegiatan usaha menghasilkan keuntungan maka dibagi berdua dan ketika mengalami kerugian ditanggung bersama pula. Sistem bagi hasil menjamin adanya keadilan dan tidak ada pihak yang tereksploitasi.⁸

⁸Ikatan Bankir Indonesia. "Mengelola Bank Syariah", (Jakarta Pusat: PT. Gramedia Pustaka Utama 2014), h 3.

Bagi hasil menurut Tim Pengembangan Perbankan Syariah Institut Bankir Indonesia merupakan kesepakatan besarnya masing-masing porsi bagi hasil yang akan diperoleh oleh pemilik dana (*sahibul maal*) dan pengelola dana (*mudharib*) yang tertuang dalam akad/perjanjian yang telah ditandatangani pada awal sebelum dilaksanakannya kerjasama. Sistem bagi hasil merupakan ciri khusus yang membedakan perbankan syariah dengan perbankan konvensional yang mana menggunakan sistem bunga dalam hal pembagian keuntungannya.⁹ Adapun variabel bagi hasil, indikatornya adalah:

1. Menguntungkan, yaitu sistem pembagian hasil yang dipakai oleh pihak Bank adalah sistem bagi hasil yang dapat diterima karena bersifat menguntungkan baik bagi pihak Bank maupun nasabah karena menggunakan sistem syariah sesuai dengan al-Quran.
2. Tidak memberatkan nasabah, yaitu pembayaran tidak memberatkan nasabah.
3. Terdapat transparansi, yaitu adanya transparansi antara pihak bank dan nasabah.¹⁰

2.1.4 Keputusan menjadi nasabah

Keputusan menjadi nasabah lahir karena adanya minat, dimana minat sebagai aspek kejiwaan bukan hanya mewarnai perilaku seseorang untuk melakukan aktivitas yang menyebabkan seseorang merasa tertarik kepada sesuatu, tetapi juga dapat dikatakan sebagai sikap subyek atas dasar adanya kebutuhan dan keinginan untuk

⁹Ruli Adlani. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Cabang Pandanaran Semarang", (Semarang: Universitas Muhammadiyah Semarang, 2010), h. 2.

¹⁰M.Ali Hasan, "Berbagai Macam Transaksi Dalam Islam (Fiqh Muamalat)", Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003. h. 48.

memenuhi kebutuhan. Minat dalam kamus besar bahasa Indonesia diartikan sebagai kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu gairah atau keinginan.¹¹

Minat merupakan kecenderungan yang menetap dan subyek untuk merasa tertarik pada bidang atau hal tertentu dan merasa senang berkecimpung dalam suatu hal. Perasaan senang akan menimbulkan pula minat yang diperkuat lagi oleh sikap positif yang sama diantaranya hal-hal tersebut timbul terlebih dahulu sukar ditentukan secara pasti.¹² Minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa keterikatan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh.¹³

Sedangkan menurut Andi Mappiare ialah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan.¹⁴

Faktor lain yang mempengaruhi minat nasabah mengkonsumsi jasa perbankan adalah produk tabungan. Payne mendefinisikan kualitas produk adalah suatu bentuk dengan nilai kepuasan yang kompleks.

Nasabah adalah konsumen-konsumen sebagai penyedia dana. Sedangkan pengertian nasabah menurut kamus besar Indonesia adalah orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank (dalam hal keuangan).¹⁵

Jadi dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan minat nasabah adalah daya tarik yang timbul oleh obyek tertentu yang membuat orang merasa senang dalam mempunyai keinginan berkecimpung atau berhubungan dengan obyek tersebut sehingga timbul suatu keinginan. Variabel keputusan, indikatornya adalah:

¹¹W.J.S. Poerdamanta. Kamus Besar Bahasa Indonesia. (Jakarta : Balai Pustaka, 2006), h.1181.

¹²Winkel WS. *Psikologi dan Evaluasi Belajar*. (Jakarta, Gramedia 1993), h. 30.

¹³Slameto. *Belajar dan Faktor-faktor Yang Mempengaruhinya*. (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2010) h.180.

¹⁴Andi Mappiare. *Psikologi Remaja*. (Surabaya: Usaha Nasional 1997) hlm 62.

¹⁵Djaslin, *Saladin. Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran Bank*. (Jakarta: Mandiri Maju, 1997) h. 683.

Prosedur

1. Kepercayaan
2. Kepuasan
3. Tingkat pengetahuan
4. Loyalitas¹⁶

2.1.4.1 Perbedaan Bagi Hasil dengan Bunga

2.1.4.1.1 Suku Bunga

Teori klasik menyatakan bahwa bunga adalah harga dari (penggunaan) loanable funds atau bisa diartikan dana yang tersedia untuk dipinjamkan atau dana investasi, sebab menurut teori klasik bunga adalah harga yang terjadi di pasar dana investasi. Investasi juga merupakan tujuan dari tingkat bunga. Semakin tinggi tingkat suku bunga, maka keinginan untuk melakukan investasi juga semakin kecil, alasannya adalah seorang pengusaha akan menambah pengeluaran investasinya apabila keuntungan yang diharapkan dari investasi tersebut lebih besar dari tingkat bunga yang harus dibayarkan untuk dana investasi tersebut sebagai ongkos untuk penggunaan dana. makin rendah tingkat bunga, maka pengusaha akan terdorong untuk melakukan investasi, karena biaya penggunaan dana juga semakin kecil, tingkat bunga dalam keadaan seimbang (artinya tidak ada dorongan naik turun) akan tercapai apabila keinginan menabung masyarakat dengan keinginan pengusaha untuk melakukan investasi.¹⁷

¹⁶Abu Ahmadi, *Psikologi Umum* (Jakarta: Rieneka Cipta, 1998), h. 151.

¹⁷Budiono, *Ekonomi Moneter* (Yogyakarta: BPFE, 1989), h.76.

Dalam teori Keynes tingkat bunga ditentukan oleh permintaan dan penawaran uang. Menurut teori ini, ada tiga motif (transaksi, berjaga-jaga dan spekulasi) mengapa orang menghendaki memegang uang tunai.¹⁸

Dalam penawaran uang untuk tujuan spekulasi, apabila harga naik maka barang yang ditawarkan akan naik dan apabila harga turun maka barang yang akan ditawarkan menurun. Penawaran adalah harga yang diajukan untuk calon pembeli.¹⁹

Bunga adalah imbalan jasa untuk penggunaan uang atau modal yang dibayar pada waktu yang disetujui, umumnya dinyatakan sebagai persentase dari modal pokok.²⁰

Menurut Antonio, bahwa kecenderungan masyarakat menggunakan sistem bunga bertujuan untuk mengoptimalkan pemenuhan kepentingan pribadi, sehingga kurang memperhatikan dampak sosial yang ditimbulkan berbeda dengan sistem bagi hasil yang berorientasi untuk pemenuhan kemaslahatan hidup umat manusia.²¹

2.1.4.1.2 Bagi Hasil

Bagi hasil menurut terminologi asing (Inggris) dikenal dengan profit sharing. Profit sharing dalam kamus ekonomi diartikan pembagian laba. profit sharing diartikan: “distribusi beberapa bagian dari laba pada para pegawai dari suatu perusahaan”. Hal itu dapat berbentuk suatu bonus uang tunai tahunan yang didasarkan pada laba yang diperoleh pada tahun-tahun sebelumnya, atau dapat

¹⁸Manulang, *Ekonomi Moneter* (Jakarta: Galia, 1980), h.82.

¹⁹Robert Marshall, Miranda, *Bank Lembaga Keuangan* (Bandung: CV. ARMIKO, 2011), h.97.

²⁰Sigit Winarno, Sujana Ismaya, *Kamus Besar Ekonomi* (Bandung: Pustaka Grafika, 2007), h. 260.

²¹Antonio, Muhammad, *Bank Syariah*. Salemba Empat Jakarta. 2002 Ascarya dan Diana Yumanita, *Comparing the efficiency of islamic banks in malaysia and indonesia*. Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan. Oktober 2008.

berbentuk pembayaran mingguan atau bulanan. Mekanisme pada lembaga keuangan syariah atau bagi hasil, pendapatan bagi hasil ini berlaku untuk produk-produk penyertaan, baik penyertaan menyeluruh maupun sebagian-sebagian, atau bentuk bisnis korporasi (kerjasama). Pihak-pihak yang terlibat dalam kepentingan bisnis tersebut harus melakukan transparansi dan kemitraan secara baik dan ideal. Sebab semua pengeluaran dan pemasukan rutin yang berkaitan dengan bisnis penyertaan, bukan kepentingan pribadi yang menjalankan proyek.²²

Kerjasama para pihak dengan sistem bagi hasil harus dilaksanakan dengan transparan dan adil. Hal ini disebabkan untuk mengetahui tingkat bagi hasil pada periode tertentu itu tidak dapat dijalankan kecuali harus ada laporan keuangan atau pengakuan yang terpercaya. Pada tahap perjanjian kerja sama ini disetujui oleh para pihak, maka semua aspek yang berkaitan dengan usaha harus disepakati dalam kontrak, agar antar pihak dapat saling mengingatkan.²³

2.1.4.1.3 Perilaku Nasabah

Perilaku nasabah adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini.²⁴ Untuk memahami konsumen dan mengembangkan strategi pemasaran yang tepat perusahaan harus memahami apa yang konsumen pikirkan (kognisi) dan konsumen rasakan (pengaruh), apa yang konsumen lakukan (perilaku), dan dimana konsumen (kejadian sekitar) yang

²²Muhammad, Teknik perhitungan Bagi Hasil dan Profit Margin Pada Bank Syariah (Yogyakarta: UII press, 2004),h.18.

²³Muhammad Ridwan, Manajemen Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) (Yogyakarta: UII Press, 2004), h.120.

²⁴Setiadi, Nugroho J. 2010. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Edisi Revisi. Cet. 4. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

mempengaruhi serta dipengaruhi apa yang dipikirkan, dirasa, dan dilakukan konsumen.

Perilaku konsumen didefinisikan sebagai studi tentang unit pembelian dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi, dan pembuangan barang, jasa, pengalaman, serta ide-ide.²⁵

Menurut *The American Marketing Association* mendefinisikan perilaku konsumen sebagai interaksi dinamis antara afeksi dan kognisi, perilaku dan lingkungannya dimana manusia melakukan kegiatan pertukaran dalam hidup mereka dengan membeli produk atau jasa untuk konsumsi personal.

Menurut Laudon dan Bitta menjelaskan bahwa perilaku konsumen mencakup proses pengambilan keputusan dan kegiatan yang dilakukan konsumen secara fisik dalam pengevaluasian, perolehan penggunaan atau mendapatkan barang dan jasa. Sehingga di dalam menganalisis perilaku konsumen tidak hanya menyangkut faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan kegiatan saat pembelian akan tetapi juga meliputi proses pengambilan keputusan yang menyertai pembelian.

Perilaku konsumen ini pemasar tidak hanya berhenti pada perilaku konsumen semata saja namun juga perlu mengkaitkannya dengan strategi pemasaran yang baik pada hakekatnya didasarkan pada apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumennya. Perusahaan yang mampu memahami perilaku konsumen akan mendapat keuntungan yang cukup besar karena dapat menyusun strategi pemasaran yang tepat dan memberikan kepuasan yang lebih baik dibandingkan pesaing.

Konsumen yang termotivasi siap untuk bertindak dalam hal melakukan pembelian. Tindakan tersebut dipengaruhi oleh persepsinya mengenai situasi dan

²⁵Mowen, John C. dan Minor, Michael. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jilid 1. Edisi 5. Jakarta: Erlangga.

setiap individu menerima, mengatur dan menginterpretasikan informasi dengan cara masing-masing. Melalui tindakan dan

Pembelajaran terhadap suatu objek, orang mendapat keyakinan dan sikap yang kemudian akan mempengaruhi perilaku pembelian. Keyakinan adalah pemikiran deskriptif yang dipertahankan seseorang mengenai sesuatu. Sikap menggambarkan penilaian kognitif yang baik maupun tidak baik, perasaan-perasaan emosional dan kecenderungan berbuat yang bertahan selama waktu tertentu terhadap obyek atau gagasan. Setiap orang mempunyai sikap terhadap segala sesuatu seperti keyakinan, kebutuhan dan sebagainya.

2.1.4.1.4 Pengambilan keputusan nasabah

Keputusan didefinisikan sebagai suatu pemilihan tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif. Dengan kata lain, orang yang mengambil keputusan mempunyai satu pilihan dari beberapa alternatif yang ada. Keputusan yang baik pada dasarnya dapat digunakan membuat rencana dengan baik pula.

Inti dari pengambilan keputusan nasabah adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih, dan memilih salah satu diantaranya. Pengambilan keputusan nasabah meliputi semua proses yang dilalui nasabah untuk mengenali masalah, mencari solusi, mengevaluasi alternatif, dan memilih diantara pilihan-pilihan.

Produsen harus memahami bahwa konsumen mempunyai cara sendiri dalam menangani informasi yang diperolehnya dengan membatasi alternatif-alternatif yang harus dipilih atau dievaluasi untuk menentukan produk mana yang akan dibeli.

Menurut Kotler proses keputusan pembelian melewati lima tahap yaitu:²⁶

²⁶Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Alih Bahasa Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.

1. Pengenalan Kebutuhan

Proses pembelian dimulai ketika pembeli mengenal suatu masalah kebutuhan. Pembeli merasakan adanya perbedaan antara keadaan yang nyata dengan yang diinginkan. Kebutuhan dipicu oleh stimuli intern dan ekstern.

2. Pencarian Informasi

Seorang konsumen yang tergerak oleh stimuli akan berusaha untuk mencari lebih banyak informasi. Sumber-sumber informasi konsumen terdiri dari empat kelompok yaitu:

1. Sumber pribadi: keluarga, teman, tetangga, kenalan
2. Sumber komersial: iklan, pedagang, perantara, pengemasan
3. Sumber pengalaman: penanganan, pemeriksaan, penggunaan produk
4. Sumber publik: media massa, organisasi rating konsumen

3. Evaluasi alternative

Tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen menggunakan informasi untuk mengevaluasi merek-merek alternatif dalam satu susunan pilihan.

2.1.4.1.5 Keputusan pembelian

Keputusan pembelian dipengaruhi oleh dua faktor, yang pertama adalah sikap atau pendirian orang lain. Kedua adalah faktor situasi yang tidak diantisipasi. Konsumen membentuk suatu maksud pembelian atas faktor-faktor seperti pendapatan keluarga yang diharapkan, harga yang diharapkan, dan manfaat produk yang diharapkan.

2.1.4.1.6 Perilaku pasca pembelian

Setelah pembelian produk, konsumen akan mengalami suatu tingkat kepuasan atau ketidak-puasan tertentu. Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen dengan suatu produk akan mempengaruhi perilaku selanjutnya. Jika konsumen merasa puas dia akan menunjukkan probabilitas yang lebih tinggi untuk membeli produk itu lagi.

Sumarni mengungkapkan bahwa, “Suatu perusahaan harus menyusun suatu strategi pemasaran yang dapat mengimbangi perilaku nasabah yang dinamis atau selalu bergerak sepanjang waktu.²⁷ Untuk menghadapi kelompok nasabah yang berbeda, diperlukan strategi pemasaran yang berbeda pula.

Ditekankan pula bahwa, untuk mempelajari nasabah dengan strategi pemasaran yang efektif maka bank harus memahami apa yang mereka pikirkan (kognisi) dan mereka rasakan (pengaruh), apa yang mereka lakukan (perilaku) dan apa serta dimana (kejadian di sekitar) yang mempengaruhi serta dipengaruhi oleh apa yang dipikirkan, dirasa dan dilakukan nasabah. Dalam hal ini sekaligus manajemen bank melakukan analisis nasabah, pasar sasaran atau keseluruhan masyarakat.

Perilaku konsumen merupakan tindakan-tindakan yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menentukan produk dan jasa yang termasuk proses pengambilan keputusan menabung dan mengikuti tindakan tersebut.

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pembeli menurut Kotler adalah sebagai berikut:

1. Faktor budaya, faktor budaya mempunyai pengaruh yang paling meluas dan mendalam terhadap perilaku konsumen. Variabel ini mempunyai karakteristik yaitu:

²⁷Sumarni, Murti, *Manajemen Pemasaran Bank* (Yogyakarta:penerbit liberty, 2002)

1. Kultur, Kultur adalah determinan paling fundamental dari keinginan dan perilaku seseorang.
 2. Sub kultur, Setiap kultur terdiri dari sub-sub kultur yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik. Sub kultur mencakup kebangsaan, agama, kelompok ras dan daerah geografis.
 3. Kelas sosial adalah bagian-bagian yang *relative homogeny* dan tetap dalam suatu masyarakat, yang tersusun secara hierarkis dan anggota-anggotanya memiliki tata nilai, minat, dan perilaku yang mirip.²⁸
2. Faktor sosial
- Perilaku seseorang konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial. Variabel ini mempunyai karakteristik sebagai berikut:
1. Kelompok acuan, kelompok acuan seseorang terdiri dari semua kelompok yang mempunyai pengaruh langsung atau pengaruh tidak langsung terhadap pendirian atau perilaku seseorang.
 2. Keluarga, anggota keluarga merupakan kelompok primer yang paling berpengaruh. Keluarga adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat, dan telah diriset secara ekstensif.
 3. Peran dan status, adalah aktivitas yang diperkirakan dilakukan seseorang sesuai dengan sekelilingnya dan membawa status yang mencerminkan penghargaan umum oleh masyarakat
3. Faktor pribadi Keputusan seorang pembeli juga dipengaruhi oleh faktor pribadi.
- Variabel ini mempunyai karakteristik yaitu:

²⁸Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Alih Bahasa Bob Sabran, (Jakarta: Erlangga, 2009)

1. Usia dan tahap siklus, tahapan kehidupan seseorang dimulai dari bayi sampai tua. Orang akan mengubah barang dan jasa yang mereka beli. Sepanjang kehidupan mereka sesuai dengan keadaan yang terus berubah.
2. Pekerjaan, pekerjaan seseorang juga mempengaruhi pola konsumsinya. Para pemasar berusaha untuk mengidentifikasi kelompok pekerjaan yang mempunyai minat lebih dari rata-rata pada produk dan jasa pembeli.
3. Keadaan ekonomi, pilihan produk sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi seseorang. Keadaan ekonomi meliputi pendapatan yang dapat dibelanjakan, tabungan dan kekayaan, hutang, kekuatan untuk meminjam, dan pendirian terhadap belanja dan menabung.
4. Gaya hidup, gaya hidup seseorang adalah pola hidup seseorang di dunia yang diungkapkan dalam kegiatan, minat, dan pendapat seseorang.
5. Kepribadian dan konsep pribadi, kepribadian merupakan karakteristik psikologis yang berbeda dari seseorang yang menyebabkan tanggapan yang relative konsisten dan tetap terhadap lingkungannya.
6. Faktor psikologis, pilihan pembelian seseorang dipengaruhi oleh faktor psikologis. Variabel ini mempunyai karakteristik sebagai berikut:
 1. Motivasi atau dorongan adalah suatu kebutuhan yang cukup untuk mendorong seseorang untuk bertindak
 2. Persepsi, didefinisikan sebagai proses bagaimana seseorang, menyeleksi, mengatur dan menginterpretasikan masukan-masukan informasi untuk menciptakan gambaran keseluruhan yang berarti.
 3. Pengetahuan, pengetahuan menjelaskan perubahan dalam perilaku suatu individu yang berasal dari pengalaman. Menurut teori, pengetahuan

seseorang dihasilkan melalui suatu proses yang saling mempengaruhi dari dorongan, stimuli, petunjuk, tanggapan dan penguatan.

4. Kepercayaan dan sikap pendirian, suatu kepercayaan adalah pikiran deskriptif yang dianut seseorang mengenai suatu hal. Sedangkan sikap adalah evaluasi perasaan emosional dan kecenderungan seseorang yang relative konsisten terhadap suatu obyek atau gagasan

2.1.5 Teori Pengetahuan Konsumen

Menurut Suwarman Pengetahuan Konsumen adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen.²⁹

Menurut Setiadi Pengetahuan Konsumen merupakan pengetahuan hasil belajar yang didefinisikan secara sederhana sebagai informasi yang disimpan di dalam ingatan.³⁰

Menurut Nitisusastro, Pengetahuan Konsumen adalah pengetahuan mengenai nama produk, manfaat produk, untuk kelompok mana diperuntukkan, berapa harganya, dan dimana produk tersebut dapat diperoleh.³¹

Dapat dipahami bahwa pengetahuan konsumen adalah informasi yang didapatkan dari sumber eksternal tentang sesuatu hal. Pengetahuan konsumen dapat dicari oleh konsumen itu sendiri maupun pihak lain yang memberikan pengetahuan tersebut.

²⁹Ujang Suwarman, *Perilaku Konsumen* (Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran) (Bogor: Ghalia Indonesia, 2002), h. 27.

³⁰Setiadi, *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi Strategi dan Penelitian Pemasaran* (Jakarta : Graha Ilmu, 2008), h. 39.

³¹Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen dalam Prespektif Kewirausahaan* (Bandung : Alfabeta, 2012), h. 67.

2.1.5.1 Jenis Pengetahuan Konsumen

Ada beberapa macam jenis-jenis pengetahuan konsumen. mengutip dari buku yang ditulis oleh Ujang Suwarman dalam judul “Perilaku Konsumen” yakni diuraikan sebagai berikut :³²

2.1.5.1.2 Pengetahuan Produk

Pengetahuan produk adalah kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk. Pengetahuan ini meliputi kategori produk, merek, terminology produk, atribut atau fitur produk, harga produk dan kepercayaan mengenai produk. Konsumen memiliki tingkat pengetahuan produk yang berbeda – beda. Pengetahuan meliputi kelas produk, entuk produk, merek, model atau fitur. Jenis pengetahuan produk terbagi menjadi 3 yaitu pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk, pengetahuan tentang manfaat produk, dan pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan produk pada konsumen.

2.1.5.1.3 Pengetahuan Pembelian

Pengetahuan pembelian mencakupi bermacam potongan informasi yang dimiliki konsumen yang berhubungan dengan pemerolehan produk. Pengetahuan pembeli terdiri atas pengetahuan lokasi produk dan penempatan produk yang sederhana. Tidak semua produk dan jasa yang dipakai konsumen harus diperoleh atau dibeli melauai telepon atau internet atau media lainnya, dan produk yang dibeli langsung diantar ke rumah. Konsumen tidak perlu melakukan kontak dengan toko atau pihak lembaga dan mencari produk di toko ketika jasa tersebut dibutuhkan. Yang harus dilakukan konsumen adalah bertransaksi membayar tagihan setiap bulan.

³²Ujang Suwarman, *Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran)* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2002), h. 119 – 134.

Pembayarannya pun bisa dilakukan oleh pihak ketiga yaitu bank melalui debet otomatis.

2.1.5.1.3 Pengetahuan Pemakaian

Suatu produk akan memberikan manfaat kepada konsumen jika produk tersebut telah digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen. Agar produk tersebut bisa memberikan manfaat 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 produk tidak berfungsi dengan baik. Hal ini akan menyebabkan konsumen kecewa, padahal kesalahan terletak pada diri konsumen. Produsen tidak menginginkan konsumen menghadapi hal tersebut, karena itu produsen sangat berkepentingan untuk memberitahu konsumen bagaimana cara menggunakan produknya dengan benar. Suatu produk akan memberikan manfaat kepada konsumen jika produk tersebut telah digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen. Agar produk tersebut bisa memberikan manfaat 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 produk tersebut tidak berfungsi dengan baik. Produsen berkewajiban untuk memberikan informasi yang cukup agar konsumen mengetahui cara pemakaian suatu produk. Pengetahuan pemakaian suatu produk adalah penting bagi konsumen.

2.2 Tinjauan penelitian terdahulu

2.2.1 Penelitian yang dilakukan oleh Atwal Arifin dan Husnul Khotimah dalam penelitiannya yang berjudul *“Pengaruh Produk, Pelayanan, Promosi, dan Lokasi terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Bank Syariah di*

Surakarta”.³³ Bahwa variabel produk, promosi, dan lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan masyarakat memilih bank syariah. Akan tetapi variabel pelayanan berpengaruh terhadap keputusan masyarakat memilih bank syariah. Untuk penelitian yang akan saya lakukan jumlah sampel tetap sama akan tetapi lokasi penelitiannya berbeda yaitu di bank Syariah Pinrang. Variabel dependent adalah variabel bebas sedangkan independent variabel adalah variabel terikat.

2.2.2 Penelitian yang dilakukan oleh M. Ainun Hafis dalam penelitiannya yang berjudul “*Pengaruh Pelayanan Islami Karyawan terhadap Minat Nasabah Menabung dengan Akad Syariah (studi kasus pada BMT Mitra Muamalat)*”.³⁴

Hasil penelitian yang diolah dengan program SPSS 18.00 for windows menunjukkan bahwa pelayanan Islami karyawan yang dilakukan BMT Mitra Muamalat telah dilakukan dengan baik. Kemudian di uji dengan statistik menunjukkan bahwa variabel independen (pelayanan Islami karyawan) terhadap variabel dependen (minat nasabah menabung dengan akad syariah) adalah signifikan. Pada penelitian ini yang diteliti adalah bagaimana pengaruh nasabah untuk menabung apabila pelayanan menggunakan sistem pelayanan Islami karyawan, sedangkan pada penelitian yang akan saya lakukan adalah bagaimana pengaruh pengetahuan masyarakat tentang adanya produk tabungan dan nisbah bagi hasil.

2.2.3 Penelitian yang dilakukan oleh Iis Maryani dalam penelitiannya yang berjudul “*Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih*

³³Atwal arifin dan Husnul Khotimah, “*Pengaruh Produk, Pelayanan, Promosi, dan Lokasi terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Bank Syariah di Surakarta*”, Jurnal, (Surakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2014) .

³⁴M. Ainun Hafis, “*Pengaruh Pelayanan Islami Karyawan terhadap Minat Nasabah Menabung dengan Akad Syariah (studi kasus pada BMT Mitra Muamalat)*”, Skripsi, (Kudus: Fakultas Syariah, STAIN Kudus, 2011).

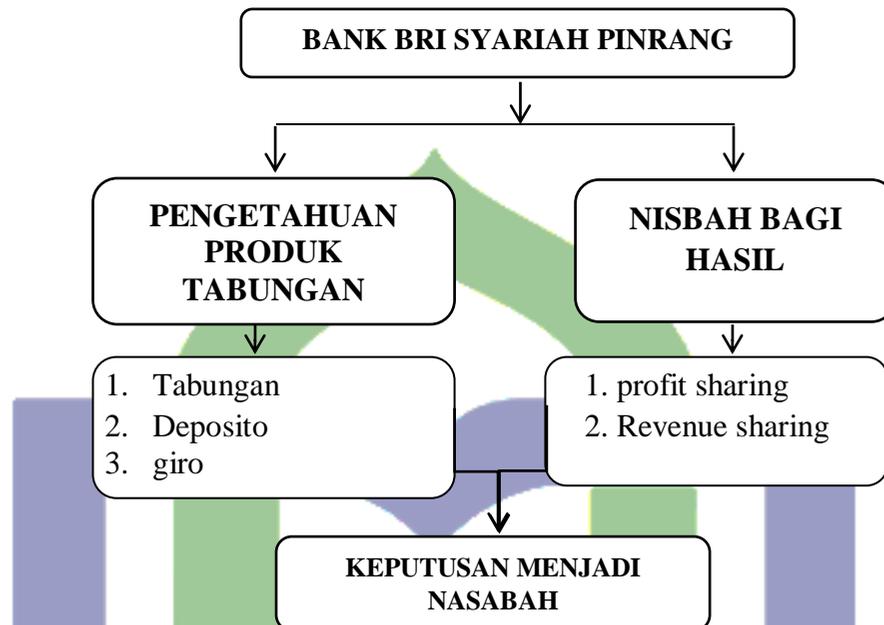
*Bank Syariah Mandiri*³⁵. Dari hasil penelitian pelayanan merupakan faktor dominan yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah. Artinya bahwa terdapat pengaruh positif antara variabel produk, lokasi, reputasi, dan pelayanan secara simultan terhadap nasabah dalam memilih bank Syariah. Perbedaan variabel dari penelitian yang akan saya lakukan dengan penelitian ini adalah pada penelitian saya variabelnya ada tiga yaitu produk tabungan, nisbah bagi hasil dan keputusan menjadi nasabah sedangkan padapenelitian ini variabelnya hanya ada dua yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dan Bank Syariah Mandiri.

2.3 Kerangka fikir

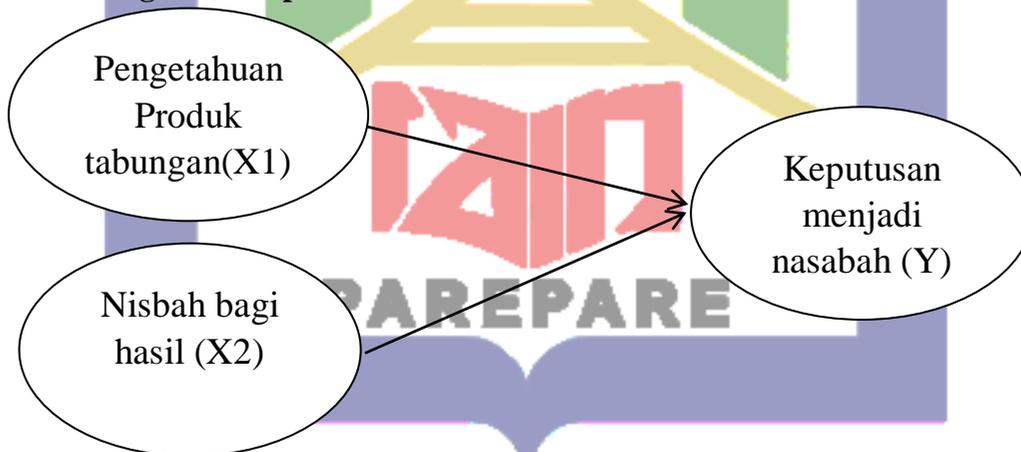
Kerangka berpikir adalah model konseptual tentang bagaimana teori. Berhubungan dengan berbagai faktor yang telah didefinisikan sebagai hal yang penting. Dalam penelitian ini dapat dibuat suatu kerangka pikir yang dapat menjadi pedoman dalam penulisan. Adapun kerangka pemikiran yang dimaksud dapat digambarkan sebagai berikut.

³⁵Iis Maryani. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah Mandiri*. Skripsi Tidak diterbitkan, Palembang: Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Palembang, (2011).

Gambar 2.1 kerangka fikir



2.4 Kerangka Konseptual



Gambar 2.2 kerangka konseptual

2.5 Hipotesis

Hipotesis didefinisikan sebagai jawaban sementara yang kebenarannya masih harus diuji atau rangkuman kesimpulan teoritis yang diperoleh dari tinjauan pustaka.³⁶ Suatu penelitian yang dilakukan, hasilnya digunakan untuk menganalisis suatu hal sebelum hasil penelitian sementara untuk nantinya menjadi kesimpulan akhir. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.³⁷ Melihat alasan di atas terlihat bahwa hipotesis sangat penting sebagai langkah awal sebelum kesimpulan diambil, berdasarkan kenyataan tersebut di atas maka hipotesis yang dapat dikemukakan adalah sebagai berikut;

- H₁ : Variabel pengetahuan produk tabungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah BRI syariah di Kabupaten Pinrang
- H₂ : Variabel nisbah bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah BRI syariah di Kabupaten Pinrang
- H₃ : Variabel pengetahuan produk tabungan yang paling berpengaruh dominan secara simultan terhadap keputusan menjadi nasabah BRI syariah di Kabupaten Pinrang

Hipotesis di atas, memiliki dugaan sementara bahwa terdapat pengetahuan produk tabungan dan nisbah bagi hasil terhadap keputusan menjadi nasabah BRI syariah di Kabupaten Pinrang.

³⁶Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, Edisi Revisi. (PT Rajawali Pers, 2010). h 63.

³⁷<http://digilib.uin-suka.ac.id/1133/> Diakses pada hari Jumat tanggal 09 Februari 2018 Pukul 10:05 WIB.

2.6 Defenisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini ada dua macam variabel yaitu variabel bebas (*independent variabel*) yang selanjutnya dinyatakan dengan simbol X dan variabel terikat (*dependent variabel*) yang selanjutnya dinyatakan dengan simbol Y.

2.6.1 Variabel Bebas (X)

Variabel bebas merupakan variabel yang diduga mempengaruhi variabel terikat. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah produk tabungan dan nisbah bagi hasil.

2.6.1.1 Pengetahuan Produk Tabungan (X1)

Produk tabungan adalah bentuk simpanan nasabah yang bersifat likuid. Artinya, produk ini dapat diambil sewaktu-waktu apabila nasabah membutuhkan, tetapi bagi hasil yang ditawarkan kepada nasabah penabung kecil. Adapun indikatornya:

2.6.1.1.1 Tabungan

2.6.1.1.2 Deposito

2.6.1.1.3 Giro

2.6.1.2 Nisbah Bagi Hasil (X2)

Nisbah bagi hasil adalah suatu ketentuan pembagian hasil dengan proporsi antara nasabah dan bank syariah yang telah disepakati, contoh bank syariah menawarkan nisbah bagi hasil tabungan syariah sebesar 60:40. Dengan pembagian nisbah tersebut berarti nasabah bank syariah akan mendapatkan keuntungan bagi hasil sebesar 60% dari hasil investasi yang dihasilkan **bank syariah** melalui pengelolaan dana yang telah diinvestasikan diberbagai sektor, kemudian 40% dari hasil merupakan porsi untuk pengelola (bank syariah itu sendiri).

Adapun indikatornya:

2.6.1.2.1 *Profit sharing*

2.6.1.2.2 *Revenue sharing*

2.6.1.2.3 Variabel Terikat (Y)

Variabel Terikat merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Keputusan menjadi nasabah. Adapun indikatornya:

2.6.1.3.1 Prosedur

2.6.1.3.2 Kepercayaan

2.6.1.3.3 Kepuasan

2.6.1.3.4 Tingkat kepuasan

2.6.1.3.5 Loyalitas



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Desain Penelitian

3.1.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, yakni penelitian yang menganalisis data-data secara kuantitatif kemudian menginterpretasikan suatu kesimpulan.³⁸ Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menggunakan angka mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data, serta penampilan hasilnya. Angka-angka tersebut diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada para responden, yakni Nasabah BRI Syariah Pinrang. Kemudian membuat gambaran mengenai situasi atau kejadian, menerangkan hubungan-hubungan, menguji hipotesis-hipotesis, membuat prediksi, serta mendapatkan makna dan implikasi dari suatu masalah yang ingin dipecahkan.

3.1.2 Desain penelitian

Pada penelitian yang berjudul pengaruh pengetahuan produk tabungan dan nisbah bagi hasil terhadap keputusan menjadi nasabah BRI syariah di Kabupaten Pinrang ini menggunakan metode Penelitian Lapangan (*Field Research*). Menurut Moch Nazir dalam bukunya yang berjudul *Metode Penelitian, Field Research* adalah penelitian yang dilakukan dengan cara mendatangi langsung tempat yang menjadi obyek penelitian.³⁹ Penelitian ini dengan menggunakan penyebaran kuesioner terstruktur kepada responden untuk mendapatkan informasi yang spesifik.

³⁸J. Supranto, M.A. *Metode Ramalan Kuantitatif untuk Perencanaan Ekonomi dan Bisnis*. (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2000). h 10.

³⁹Moch Nazir. *Metode Penelitian*. (Bogor: Ghalia Indonesia 2005), h 65.

3.2 Lokasi dan waktu penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di bank Syariah Kabupaten Pinrang. Adapun penelitian akan dilakukan kurang lebih 1 bulan lamanya.

3.3 Populasi dan sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁴⁰ Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah yang ada di BRI syariah kabupaten Pinrang. Tingkat variasi populasi memberikan pengaruh dalam menentukan ukuran sampel.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel adalah sebagian dari totalitas subjek penelitian atau sebagian populasi yang diharapkan dapat mewakili karakteristik populasi yang penetapannya dengan teknik-teknik tertentu. Untuk menghitung penentuan jumlah sampel dari populasi tertentu, maka digunakan rumus solvin sebagai berikut.

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

Keterangan:

n= Jumlah Sampel

N= Jumlah Populasi

E= Error Level (tingkat kesalahan) atau batas kesalahan (catatan; umumnya digunakan 1% atau 0.01 dan 10% atau 0.1) (catatan dapat dipilih oleh peneliti)

⁴⁰Suharsimi Arikunto, "Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek", (Jakarta: Rineka Cipta, 2002). h 108.

Jumlah populasi yang terdapat dalam penelitian ini berjumlah 700 orang, dengan menggunakan rumus slovin dengan besar toleransi 10%, maka jumlah sampel minimum pada penelitian ini adalah:

$$n = \frac{700}{1+700(10\%)^2}$$

$$= 88$$

Berdasarkan rumus di atas, maka jumlah sampel yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 88 sampel.

3.4 Tehnik dan Instrumen Pengumpulan Data

Keseluruhan data yang diperoleh dalam laporan ini didapatkan melalui berbagai cara, yaitu observasi yaitu suatu teknik pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung ke lapangan (objek penelitian) untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan.⁴¹

3.4.1 Angket (kuesioner)

Kuesioner yaitu suatu teknik pengumpulan data dengan mengajukan daftar pertanyaan kepada responden.⁴² Dalam pengumpulan data dengan menggunakan teknik kuesioner ini, peneliti memberikan pertanyaan untuk masing-masing variabel. Adapun skor dari masing-masing alternatif jawaban ini diberikan skor dengan menggunakan pengukuran Ordinal, yaitu sebagai berikut:

⁴¹Sugiyono, *Materi Pengumpulan Data*, (Jakarta: Erlangga, 2007) h 138

⁴²kbar, Dinnul Alfian, *Modul Aplikasi Komputer IV (SPSS)* (Ekonomi Islam Fakultas Syariah IAIN Raden Fatah Palembang, 2009), h.3

Table 3.1 Skala Likert

Kategori	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Manfaat penggunaan skala likert yaitu keragaman skor (*variability of score*) dengan menggunakan skala tingkat 1-5.

3.4.2 Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal data variabel yang berupa catatan transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda, dan sebagainya. Metode ini digunakan untuk mengetahui profil dan perkembangan BRI Syariah di kabupaten pinrang.

3.5 Teknik Analisis Data

3.5.1 Uji Validitas data

Uji Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang diukur. Uji validitas sering digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuisisioner atau skala, apakah item-item pada kuisisioner tersebut sudah tepat dalam mengukur apa yang ingin diukur. Dalam penentuan layak atau tidak layaknya suatu item yang akan digunakan, biasanya dilakukan uji signifikansi

koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,05, artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total.⁴³

3.5.2 Uji realibilitas data

Reliabilitas adalah untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang di gunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut di ulang. Dalam program SPSS akan dibahas untuk uji yang sering digunakan penelitian mahasiswa adalah dengan metode Cronbach's Alpha. Metode Cronbach's Alpha sangat cocok digunakan pada skor berbentuk skala (misal 1-4, 1-5) atau skor rentangan (misal 0-20, 0-50)

3.5.3 Uji Asumsi Klasik

3.5.3.1 Uji Normalitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk suatu garis lurus diagonal, dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonalnya. Jika garis yang menggambarkan data sesungguhnya mengikuti disekitar garis diagonalnya, itu berarti distribusi data residual normal.

Cara lain adalah dengan melihat tampilan grafik histogram yang memberikan pola distribusi yang tidak menceng (*skewness*) ke kanan atau ke kiri. Maka dapat dikatakan model regresi memenuhi asumsi normalitas. Penulis juga menggunakan uji statistik Kolmogorov-Smirnov (K-S) sebagai uji statistik. Melalui uji ini suatu model regresi dapat dikatakan berdistribusi normal jika signifikasi yang diperoleh lebih besar dari 0,05 ($\alpha=5\%$).

⁴³Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS* (Jakarta: MediaKom, 2010) h

3.5.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen (bebas). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen dan nilai korelasi antar sesama variabel sama dengan nol. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya Multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*, nilai *tolerance* yang besarnya diatas 0,10 dan nilai VIF di bawah 0,10 menunjukkan bahwa tidak ada Multikolinearitas pada variabel independennya.

3.5.3.3 Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi merupakan pengujian asumsi dalam regresi di mana variabel dependen tidak berkorelasi dengan dirinya sendiri. Maksud korelasi dengan dirinya sendiri adalah bahwa nilai dari variabel dependen tidak berhubungan dengan nilai variabel itu sendiri, baik nilai periode sebelumnya atau nilai periode sesudahnya. Untuk mendeteksi gejala autokorelasi menggunakan uji Durbin – Waston (DW). Uji ini menghasilkan nilai W hitung (d) dan nilai DW tabel (d dan d).

3.6 Tehnik analisis data

3.6.1 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda adalah suatu metode analisa yang digunakan untuk menentukan ketepatan prediksi dari pengaruh yang terjadi antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).

Formulasi untuk regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = a + B_1X_1 + B_2X_2 + e$$

Dimana : Y = Keputusan menjadi nasabah(Y)

a = Konstanta

B1, B2 = koefisien variabel X1, dan X2

X1 = Pengetahuan Produk tabungan

X2 = Nisbah bagi hasil

e=standar

3.6.2 Uji t (Parsial)

Uji t yaitu suatu uji untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen (Produk tabungan) secara parsial atau individual menerangkan variabel dependen (Keputusan menjadi nasabah).

3.6.3 Uji F (Simultan)

Uji F menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan ke dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Pengujian validitas tiap butir digunakan analisis item, yaitu mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir. Setelah itu dikonversi, kemudian dilakukan kriteria minimal valid dan dilanjutkan dengan realibilitas data. Realibilitas data dilakukan dengan menggunakan koefisien *alfa cronbach* dengan melakukan uji melalui SPSS.

Sebelum melakukan uji hipotesis, terlebih dahulu dilakukan uji prasyarat yaitu uji normalitas dengan berdasarkan nilai Sig. $> \alpha = 0,05$. Selanjutnya dilakukan uji hipotesis dengan menggunakan rumus *korelasi product moment* kemudian dikonversi pada tabel di bawah ini.

Tabel 3.5.1 Pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,199	Sangat rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat ⁴⁴



⁴⁴Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, h. 257.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

4.1.1 Sejarah Berdirinya Bank BRI Syariah

Berawal dari akuisisi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., terhadap Bank Jasa Arta pada 19 Desember 2007 dan setelah mendapatkan izin dari Bank Indonesia pada 16 Oktober 2008 melalui suratnya o.10/67/KEP.GBI/DpG/2008, maka pada tanggal 17 November 2008 PT Bank BRI Syariah Tbk secara resmi beroperasi. Kemudian PT Bank BRI Syariah Tbk merubah kegiatan usaha yang semula beroperasi secara konvensional, kemudian diubah menjadi kegiatan perbankan berdasarkan prinsip syariah Islam. Dua tahun lebih PT Bank BRI Syariah Tbk hadir mempersembahkan sebuah bank ritel modern terkemuka dengan layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna. Melayani nasabah dengan pelayanan prima (*service excellence*) dan menawarkan beragam produk yang sesuai harapan nasabah dengan prinsip syariah. Kehadiran PT Bank BRI Syariah Tbk di tengah-tengah industri perbankan nasional dipertegas oleh makna pendar cahaya yang mengikuti logo perusahaan. Logo ini menggambarkan keinginan dan tuntutan masyarakat terhadap sebuah bank modern sekelas PT Bank BRI Syariah Tbk yang mampu melayani masyarakat dalam kehidupan modern. Kombinasi warna yang digunakan merupakan turunan dari warna biru dan putih sebagai benang merah dengan brand PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., Aktivitas PT Bank BRI Syariah Tbk semakin kokoh setelah pada 19 Desember 2008 ditandatangani akta pemisahan Unit Usaha Syariah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. untuk melebur ke dalam PT Bank BRI Syariah Tbk (proses

spin off) yang berlaku efektif pada tanggal 1 Januari 2009. Penandatanganan dilakukan oleh Bapak Sofyan Basir selaku Direktur Utama PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. dan Bapak Ventje Rahardjo selaku Direktur Utama PT Bank BRI Syariah Tbk. Saat ini PT Bank BRI Syariah Tbk menjadi bank syariah ketiga terbesar berdasarkan aset. PT Bank BRI Syariah Tbk tumbuh dengan pesat baik dari sisi aset, jumlah pembiayaan dan perolehan dana pihak ketiga. Dengan berfokus pada segmen menengah bawah, PT Bank BRI Syariah Tbk menargetkan menjadi bank ritel modern terkemuka dengan berbagai ragam produk dan layanan perbankan. Sesuai dengan visinya, saat ini PT Bank BRI Syariah Tbk merintis sinergi dengan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., dengan memanfaatkan jaringan kerja PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., sebagai Kantor Layanan Syariah dalam mengembangkan bisnis yang berfokus kepada kegiatan penghimpunan dana masyarakat dan kegiatan konsumen berdasarkan prinsip Syariah.⁴⁵

BRI Syariah sebagai Bank Retail Modern yang memberikan solusi keuangan yang amanah, merupakan salah satu anak perusahaan Bank BRI yang fokus pada Perbankan Syariah. Sebagai lembaga keuangan bank tentunya mempunyai visi misi dan tujuan tertentu khususnya khususnya Bank BRI Syariah.

4.1.2 Visi BRI Syariah

Menjadi bank ritel modern terkemuka dengan ragam layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna.

4.1.3 Misi BRI Syariah

4.1.3.1 Memahami keragaman individu dan mengakomodasi beragam kebutuhan finansial nasabah.

⁴⁵https://www.brisyariah.co.id/tentang_kami.php?f=sejarah

4.1.3.2 Menyediakan produk dan layanan yang mengedepankan etika sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

4.1.3.3 Menyediakan akses ternyaman melalui berbagai sarana kapan pun dan dimana pun.

4.1.3.4 Memungkinkan setiap individu untuk meningkatkan kualitas hidup dan menghadirkan ketenteraman pikiran.

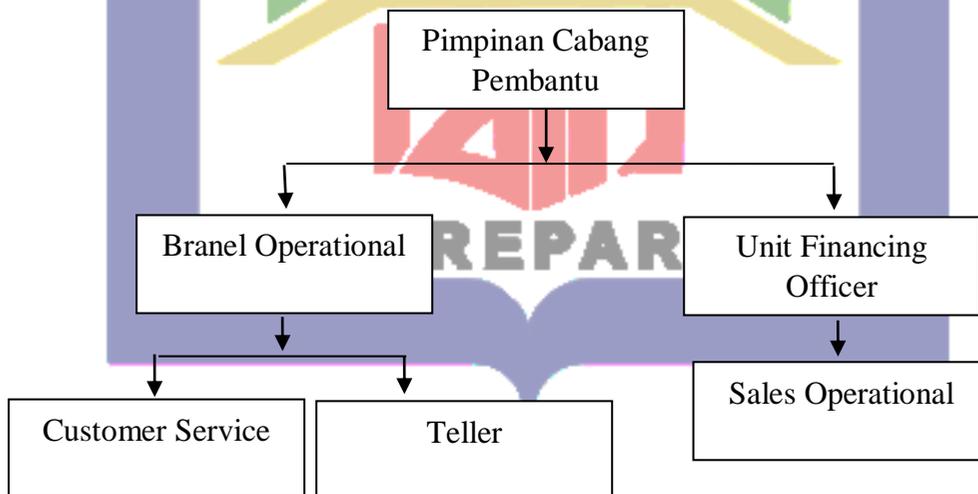
4.1.4 Alamat Kantor pusat dan Area

4.1.4.1 Kantor Pusat: Jl. Abdul muis no 2-4 Jak-Pus kota Jakarta pusat, DKI Jakarta-10160 INDONESIA

4.1.4.2 KCP Pinrang: Jl.Ahmad Yani no.59 Kel. Pacongang Kec. Paleteang Pinrang, Sulawesi Selatan-91215

4.1.5 Struktur Organisasi

Bagan struktur organisasi BRI Syariah KCP Pinrang sebagai berikut



Pimpinan Cabang Pembantu Mengkoordinir dan menjadikan cabang berkembang secara cepat.

4.1.5.1 Unit Financing Officer Verifikasi dan analisis calon nasabah.

4.1.5.2 Branel Operational Mengkoordinir CS dan teller agar berjalan dengan baik.

4.1.5.3 Customer Service Menerima dan melayani pembukuan rekening dan penutupan rekening giro, tabungan dan deposito sebagai konsultasi para nasabah.

4.1.5.4 Teller Memproses permintaan transaksi keuangan Mengelola kebutuhan kas harian sesuai dengan ketentuan pagu kas.

4.1.5.5 Sales Operational Mencari nasabah.

4.1.6 Produk-Produk PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu.

4.1.6.1 Produk Pendanaan.

4.1.6.1.1 Tabungan BRI Syariah iB

Merupakan tabungan dari BRI Syariah bagi nasabah perorangan yang menggunakan prinsip titipan, yang menginginkan kemudian dalam transaksi keuangan sehari-hari.

4.1.6.1.2 Tabungan Impian BRI Syariah iB

Adalah tabungan berjangka dari BRI Syariah dengan prinsip bagi hasil yang dirancang untuk mewujudkan impian dengan terencana serta pengelolaan dana sesuai syariah dilindungi asuransi.

4.1.6.1.3 Tabungan Haji BRI Syariah iB

Merupakan tabungan bagi calon haji yang bertujuan memenuhi kebutuhan biaya perjalanan ibadah haji (BPIH) dengan prinsip bagi hasil.

4.1.6.1.4 Giro BRI Syariah iB

Merupakan simpanan untuk kemudahan berbisnis dengan pengelolaan dana berdasarkan prinsip titipan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan Cek atau Bilyet Giro.

4.1.6.1.5 Deposito BRI Syariah iB,

Merupakan produk investasi berjangka kepada deposan dalam mata uang tertentu.

4.1.6.2 Produk Penyaluran

4.1.6.2.1 Pembiayaan Pengurusan Ibadah Haji BRI Syariah iB, merupakan layanan pinjaman (*qard*) untuk perolehan nomor porsi pelaksanaan ibadah haji, dengan pengembalian yang ringan dan jangka waktu yang fleksibel beserta jasa pengurusannya.

4.1.6.2.2 Gadai BRI Syariah iB, untuk memberikan solusi memperoleh dana tunai untuk memenuhi kebutuhan dana mendesak ataupun untuk keperluan modal usaha dengan proses cepat, mudah, aman, dan sesuai syariah.

4.1.6.2.3 KKB BRI Syariah iB, merupakan produk jual-beli yang menggunakan sistem murabahah, dengan *qard* jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (*margin*) yang disepakati oleh bank dan nasabah sebagai harga jual (*fixed margin*).

4.1.6.2.4 KPR BRI Syariah iB, merupakan pembiayaan kepemilikan rumah kepada perorangan untuk memenuhi sebagian atau keseluruhan kebutuhan.

4.1.6.2.5 EmBP BRI Syariah iB, suatu produk untuk memenuhi kebutuhan/pegawai khususnya karyawan dari perusahaan swasta/instansi pemerintah yang bekerja sama dengan PT. Bank BRI Syariah dalam program kesejahteraan karyawan (EmBP), produk ini dipergunakan untuk berbagai keperluan

karyawan dan bertujuan untuk meningkatkan loyalitas karyawan kesejahteraan / pegawai (EmBP).

4.1.6.2.6 Pembiayaan Mikro, merupakan pembiayaan PT. Bank BRI Syariah usaha kecil dengan proses cepat, syarat mudah, margin rendah, pinjaman sampai dengan RP. 500.000.000,- bonus cashback tiap 6 bulan dengan syarat ketentuan berlaku.

4.1.6.3 Produk Jasa

4.1.6.3.1 Remittance BRI Syariah.

4.1.6.3.2 Internet Banking.

4.1.6.3.3 CallBRI.

4.2 Deskripsi Data

Dalam penelitian ini populasinya adalah nasabah BRI Syariah KCPPinrang. Metode yang digunakan adalah metode *kuesioner* atau angket dan dengan memberikan angket kepada beberapa nasabah BRI Pinrang sebagai sampel.

Tabel 4.1
Sampel Nasabah BRI Syariah Pinrang

No	Nama Responden	Alamat	Usia	Jenis Kelamin	Pekerjaan
1	Hj. Jannah	Alla calimpo	40	Perempuan	IRT
2	Hj. Nurhaida	Alla calimpo	45	Perempuan	IRT
3	Idris	Alla calimpo	40	Laki-laki	Petani
4	Masriani	Andi mappagiling	57	Perempuan	IRT
5	Hj. Mari	Andi mappagiling	47	Perempuan	IRT
6	Hj. Sartina	Andi mappagiling	40	Perempuan	IRT
7	Hj. Anita	Andi mappagiling	34	Perempuan	IRT
8	Donding	Aressie	43	Laki-laki	Petani
9	Hj. Hayati	Aressie	40	Perempuan	IRT

10	Hj. Rabaiyah	Aressie	40	Perempuan	IRT
11	Hj. Mardawiyah	Aressie	51	Perempuan	IRT
12	Kartini	Aressie	35	Perempuan	IRT
13	Syamsudding	Boki	47	Laki-laki	Petani
14	Angga sri winanda	Boki	22	Perempuan	Mahasiswa
15	Muliani	Boki	27	Perempuan	IRT
16	Hj. Rasyida	Boki	52	Perempuan	IRT
17	Sumiati	Boki	42	Perempuan	IRT
18	Sumarni	Boki	48	Perempuan	IRT
19	Nursia	Boki	47	Perempuan	IRT
20	Syamsuriadi	Boki	38	Laki-laki	Petani
21	Hajrah	Boki	43	Perempuan	IRT
22	Warda	Boki	48	Perempuan	IRT
23	Dian permatasari	Boki	23	Perempuan	Pedagang
24	Halima	Boki	25	Perempuan	IRT
25	Irmawati	Boki	55	Perempuan	IRT
26	H.laupe	Boki	34	Laki-laki	Petani
27	H.Dalle	Boki	57	Laki-laki	Petani
28	Merina ismail	Cura-cura	24	Perempuan	Guru
29	Aswan	Cura-cura	38	Laki-laki	wiraswasta
30	Hj.sakka	Cura-cura	49	Perempuan	IRT
31	Hj.Marennu	Cura-cura	53	Perempuan	IRT
32	Nursani	Cura-cura	40	Perempuan	Guru
33	Hj.Paisa	Cura-cura	63	Perempuan	IRT
34	Hj.Harsa	Kmp.Pisang	40	Perempuan	IRT
35	Hj.Nani	Kmp.Pisang	50	Perempuan	IRT
36	Hj.Fatmawati	Marawi	45	Perempuan	IRT
37	Hj.Nurmiah	Marawi	46	Perempuan	IRT
38	Hj.Sabria	Marawi	54	Perempuan	IRT
39	Hj. Rani	Marawi	38	Perempuan	IRT
40	Hj.Hasnah	Marawi	37	Perempuan	IRT
41	Norma	Marawi	51	Perempuan	IRT
42	Hamrah	Marawi	42	Perempuan	IRT
43	Hj.Sarawi	Sulili	40	Perempuan	IRT
44	H.Munawir	Sulili	55	Laki-laki	Petani
45	Hj.Marni	Sulili	49	Perempuan	IRT
46	Nurlia	Sulili	35	Perempuan	IRT

47	Basri sanjaya	Sulili	43	Laki-laki	wiraswasta
48	Hj.Sitti	Sulili	42	Perempuan	IRT
49	Hj.Aminah	Sulili	50	Perempuan	IRT
50	Hj.Nurmila	Sulili	39	Perempuan	Petani
51	Hj.Sahida	Sulili	40	Perempuan	IRT
52	H.Yusuf	Sulili	45	Laki-laki	Petani
53	Hj.Hasnawati	Sulili	37	Perempuan	IRT
54	Hj.Wahida	Sulili	45	Perempuan	IRT
55	Hj.Kasmawati	Tiroang	34	Perempuan	IRT
56	Herwing varadina	Tiroang	23	Laki-laki	Photographer
57	Hadriana	Tiroang	37	Perempuan	IRT
58	Muslimin	Tiroang	39	Laki-laki	Petani
59	Abd.Fattah	Tiroang	47	Laki-laki	Pedagang
60	Syarifuddin	Tiroang	32	Laki-laki	Pedagang
61	Hj.Murni matti	Toe	37	Perempuan	IRT
62	Hj.Suhara	Toe	50	Perempuan	IRT
63	Hamsina	Toe	47	Perempuan	IRT
64	Hj.Rodiana	Toe	50	Perempuan	IRT
65	Hj.Rosmiati	Toe	49	Perempuan	IRT
66	Hj.Hapsa	Toe	57	Perempuan	IRT
67	Satria Sakka	Toe	37	Perempuan	IRT
68	Hj.Maimuna	Toe	60	Perempuan	IRT
69	Nurdaya	T.Saddang	37	Perempuan	Guru
70	Samsiani	T.Saddang	40	Perempuan	IRT
71	Mandjur	T.Saddang	50	Laki-laki	Petani
72	Hj.Fatimah	T.Saddang	39	Perempuan	IRT
73	Winda	T.Saddang	33	Perempuan	IRT
74	I Gading	T.Saddang	42	Perempuan	IRT
75	Hadrah	T.Saddang	43	Perempuan	IRT
76	Masdiana	T.Saddang	28	Perempuan	IRT
77	Sahira	T.Saddang	43	Perempuan	IRT
78	Sarlia	T.Saddang	44	Perempuan	IRT
79	Suriani	T.Saddang	32	Perempuan	IRT
80	Sutriani	T.Saddang	40	Perempuan	IRT
81	Darmayanti	T.Saddang	29	Perempuan	IRT
82	Ismail	Ujung	48	Laki-laki	Petani
83	Rismayanti	Ujung	29	Perempuan	IRT
84	Hj.Naha	Ujung	53	Perempuan	IRT

85	Hj.Nuriani	Ujung	53	Perempuan	IRT
86	I Muhani	Ujung	45	Perempuan	IRT
87	Hj.Rawa	Ujung	50	Perempuan	IRT
88	Hj.Nuhayani	Ujung	47	Perempuan	IRT

Sumber: Data dari Nasabah BRI Syariah Pinrang

4.2.1 Karakteristik Responden

Berdasarkan seluruh responden yang di teliti sebanyak 88 responden, maka respondent tersebut dapat di kategorikan menurut kategori berikut:

4.2.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase%
Laki-Laki	16	18
Perempuan	72	82

Sumber: Data dari nasabah BRI Syariah KCP Pinrang

Berdasarkan tabel di atas maka dapat di ketahui bahwa responden terbanyak adalah nasabah perempuan yaitu sebesar 72 responden atau 82%.

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan pekerjaan

Jenis pekerjaan	Jumlah	Presentase %
Guru	3	3
Wiraswasta	2	2
Petani	12	14
Pedagang	3	3
Mahasiswa	1	1
Photographer	1	1
IRT	66	75

Sumber: Data dari nasabah BRI Syariah KCP Pinrang

Dari tabel 3, maka dapat diketahui bahwa responden terbanyak adalah IRT yaitu sebesar 66 responden atau 75%.

4.3 Deskripsi Jawaban Responden

4.3.1 Jawaban Responden terhadap pernyataan Terkait pengetahuan produk tabungan terhadap keputusan menjadi nasabah (X_1)

Dapat dilihat bahwa seluruh responden untuk variabel X_1 Mengenai pengetahuan produk tabungan terhadap Keputusan menjadi nasabah hasil perhitungannya dari 88 responden berdasarkan *kuesioner* atau angket yang di berikan yaitu sejumlah 2406 untuk variabel X_1 (Pengetahuan produk tabungan).

4.3.2 Jawaban Responden terhadap pernyataan terkait pengetahuan Nisbah bagi hasil terhadap keputusan menjadi nasabah (X_2)

Dapat dilihat bahwa seluruh responden untuk variabel X_2 Mengenai pengetahuan nisbah bagi hasil terhadap Keputusan menjadi nasabah hasil perhitungannya dari 88 responden berdasarkan *kuesioner* atau angket yang di berikan yaitu sejumlah 2522 untuk variabel X_2 (Pengetahuan nisbah bagi hasil).

4.3.3 Jawaban Responden terhadap pernyataan terkait keputusan menjadi nasabah (Y)

Dapat dilihat bahwa seluruh responden untuk variabel Y mengenai Keputusan menjadi nasabah terhadap pengetahuan produk tabungan dan nisbah bagi hasil, hasil perhitungannya dari 88 responden berdasarkan *kuesioner* atau angket yang di berikan yaitu sejumlah 2572 untuk variabel Y (Keputusan menjadi nasabah).

4.4 Pengujian Instrumen Penelitian

4.4.1 Uji validitas

Uji validitas adalah sebuah alat ukur yang digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Pada uji validitas ini menggunakan uji validitas *pearson product moment* dengan prinsip dasar mengkorelasikan item-item atau pernyataan-pernyataan yang ada dalam kuesioner dengan skor total jawaban responden. Pengujian statistik yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan bantuan komputer dengan program SPSS for Windows Versi 21. Pengambilan keputusan berdasarkan pada nilai r_{hitung} (*Pearson Correlation*) $>$ r_{tabel} sebesar 0,207 maka item pernyataan dikatakan valid pada tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$ (0,05%). Adapun hasil dari semua item pernyataan dalam kuesioner dari tiap variabel pada penelitian ini sebagai berikut:

Dasar Pengambilan Keputusan:

Jika $r_{hitung} > r_{tabel} = \text{Valid}$

Jika $r_{hitung} < r_{tabel} = \text{Tidak Valid}$

Adapun hasil uji validitas dari setiap variabel dalam penelitian ini sebagai berikut :

Tabel 4.4
Hasil uji validitas

Correlations					
		Jawaban_X 1	Jawaban_X 2	Jawban_Y	Total_ Jawab an
Jawaban_X1	Pearson Correlation	1	.140	.275**	.734**
	Sig. (2-tailed)		.192	.010	.000
	N	88	88	88	88
Jawaban_X2	Pearson Correlation	.140	1	.241*	.629**
	Sig. (2-tailed)	.192		.023	.000
	N	88	88	88	88
Jawban_Y	Pearson Correlation	.275**	.241*	1	.707**
	Sig. (2-tailed)	.010	.023		.000
	N	88	88	88	88
Total_Jawaba n	Pearson Correlation	.734**	.629**	.707**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	88	88	88	88
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).					
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).					

Hasil uji validitas dari kedelapan butir pernyataan variabel pengetahuan produk tabungan di peroleh *Corrected Item Total Corelatioan* $r_{hitung} 0,734 > r_{tabel} 0,207$ pada tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$. Hal ini berarti setiap butir pernyataan dari variabel pengetahuan produk tabungan yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid (sah).⁴⁶

⁴⁶Syofian Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17* (Jakarta: Bumi, 2012), h.87.

Hasil uji validitas dari kedelapan butir pernyataan variabel nisbah bagi hasil di peroleh *Corrected Item Total Corelatioan* $r_{hitung} 0,629 > r_{tabel} 0,207$ pada tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$. Hal ini berarti setiap butir pernyataan dari variabel nisbah bagi hasil yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid (sah).

Hasil uji validitas dari kedelapan butir pernyataan variabel keputusan menjadi nasabah di peroleh *Corrected Item Total Corelatioan* $r_{hitung} 0,707 > r_{tabel} 0,207$ pada tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$. Hal ini berarti setiap butir pernyataan dari variabel keputusan menjadi nasabah yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid (sah).

4.4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan valid. Suatu variabel dikatakan reliabel atau handal jika jawaban terhadap pernyataan selalu konsisten. Koefisien reliabilitas instrumen dimaksudkan untuk melihat konsistensi jawaban butir-butir pernyataan yang diberikan oleh responden. Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula. Uji reliabilitas data dilakukan dengan dibantu komputer program SPSS.

Adapun hasil uji reliabilitas dari setiap item pertanyaan variabel yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 4.5

Hasil uji reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.767	4

Dasar pengambilan keputusannya :

Jika $\alpha > r_{\text{tabel}}$ = konsisten

Jika $\alpha < r_{\text{tabel}}$ = tidak konsisten

Berdasarkan tabel diatas, uji reliabilitas dari setiap item instrumen terhadap semua variabel diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* (r hitung) $0,767 > r_{\text{tabel}} = 0,207$ pada tingkat signifikan $\alpha = 5\%$, maka instrumen pernyataan memiliki *reliable* yang tinggi. Jadi, uji instrumen data pada semua variabel sudah valid dan *reliable* untuk seluruh butir instrumennya, maka dapat digunakan untuk pengukuran data dalam rangka pengumpulan data.

4.5 Pengujian Asumsi Klasik

4.5.1 Uji Normalitas

Analisis statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis penelitian ini adalah korelasi *product moment*. Sebelum menganalisis data yang diperoleh, data harus memenuhi persyaratan uji analisis yang digunakan. Analisis korelasi yang mensyaratkan harus berdistribusi normal. Untuk itu, perlu di uji normalitas datanya, penulis menggunakan program SPSS versi 21 dengan rumus *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* sebagai berikut:

Tabel 4.6

Uji normalitas dengan menggunakan analisis kolmogorov-smirnov tes

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		88
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.95267552
Most Extreme Differences	Absolute	.092
	Positive	.092
	Negative	-.053
Kolmogorov-Smirnov Z		.865
Asymp. Sig. (2-tailed)		.442
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Dasar Pengambilan keputusan:

Jika sign. $> 0,05$ = normal

Jika sign. $< 0,05$ = tidak normal

Karena nilai signifikan (2-tailed) $0,422 > 0,05$ pada tingkat signifikan $\alpha = 5\%$, maka H_0 diterima, hal ini berarti bahwa distribusi frekuensi taksiran berasal dari populasi yang berdistribusi normal.

4.5.2 Uji Multikolinearitas

Dengan uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui gejala korelasi antar variabel bebas yang ditunjukkan dengan korelasi yang signifikan antar variabel bebas. Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah korelasi antara variabel bebas dalam penelitian ini. Model yang baik adalah model yang tidak terdapat korelasi antara variabel bebas. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi adalah dengan melihat nilai toleransi dan Variance Inflation

Factor (VIF). Apabila nilai toleransi $> 0,1$ dan $VIF < 10,0$, maka dapat disimpulkan tidak ada multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi ini. Adapun hasil perhitungan nilai VIF atau toleransi yang dilakukan untuk regresi dalam penelitian ini dapat dilihat pada sebagai berikut :

Tabel 4.7
Hasil uji multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	17.715	3.523		5.029	.048		
	Pengetahuan Produk	.201	.084	.246	2.388	.019	.980	1.020
	Pengetahuan Nisbah Bagi Hasil	.210	.104	.207	2.011	.000	.980	1.020

a. Dependent Variable: KeputusanMenjadiNasabah

Hasil uji Multikolinearitas pada tabel di atas, menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai VIF yang lebih kecil dari 10,00 dan nilai toleransi yang lebih besar dari 0,10. Hal ini menunjukkan bahwa indikasi keberadaan multikolinearitas pada persamaan yang dilakukan tidak terbukti atau tidak terdapat multikolinearitas dalam persamaan yang dilakukan atau hubungan yang terjadi antar variabel bebas (pengetahuan produk tabungan dan nisbah bagi hasil) dapat ditoleransi sehingga tidak akan mengganggu hasil regresi.

4.6 Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil asumsi klasik yang meliputi uji normalitas dan uji multikolinearitas menunjukkan bahwa regresi berganda yang distimasi telah memenuhi syarat asumsi-asumsi klasik sehingga diharapkan hasilnya akan baik dalam menganalisis pengaruh pengetahuan produk tabungan dan nisbah bagi hasil hubungan terhadap keputusan menjadi nasabah. Pengujian terhadap agresi yang diperoleh dilakukan pengujian secara simultan dengan menggunakan uji-F dan pengujian secara parsial dengan menggunakan uji-t, untuk lebih jelasnya akan diuraikan sebagai berikut .

Pada analisa data diperlukan suatu persamaan garis bedasarkan suatu rumus matematika yang menunjukkan hubungan antara variabel independen atau yang mempengaruhi dengan variabel dependen atau variabel yang dipengaruhi. Variabel yang mempengaruhi disebut varibel X_1 , X_2 , dan variabel yang dipengaruhi disebut variabel Y .

Untuk mengetahui pengaruh-pengaruh antara variabel-variabel tersebut dalam penelitian ini digunakan alat regresi. Regresi menunjukkan hubungan antara variabel-variabel yang satu dengan variabel yang lain dimana variabel yang satu mempengaruhi variabel yang lain. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh pengetahuan produk tabungan dan nisbah bagi hasil hubungan terhadap keputusan menjadi nasabah. Teknik ini digunakan untuk pengujian terhadap ada tidaknya pengaruh atau hubungan antara variabel dalam penelitian ini.

Adapun persamaan Regresi Linear Berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

Dimana :

- Y : keputusan menjadi nasabah (Variabel yang dependen atau nilai yang diprediksikan)
- X₁ : pengetahuan produk tabungan (Variabel independen atau variabel yang mempengaruhi variabel dependen)
- X₂ : nisbah bagi hasil (Variabel independen atau variabel yang mempengaruhi variabel dependen)
- a : Konstanta (nilai yang tidak berubah)

4.6.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen yaitu pengetahuan produk tabungan dan nisbah bagi hasil terhadap variabel dependen yaitu keputusan menjadi nasabah, digunakan regresi linear berganda. Berdasarkan hasil olahan data yang dilakukan dengan program SPSS versi 21, maka didapatkan hasil regresi linear berganda sebagai berikut :

Tabel 4.8

Hasil perhitungan regresi

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	17.715	3.523		5.029	.048		
1 Pengetahuan Produk	.201	.084	.246	2.388	.019	.980	1.020
1 Pengetahuan Nisbah Bagi Hasil	.210	.104	.207	2.011	.000	.980	1.020

a. Dependent Variable: Keputusan Menjadi Nasabah

Berdasarkan hasil tersebut diatas, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

$$Y = 17.715 + 0,201X_1 + 0,210X_2$$

Keterangan :

Y = keputusan menjadi nasabah

a = Konstanta

β_1, β_2 = Koefisien Regresi

X_1 = pengetahuan produk tabungan

X_2 = nisbah bagi hasil

Dari persamaan diatas dapat diinterpretasikan sebagai berikut

4.6.1.1 Nilai Konstanta (a)

Konstanta sebesar 17.715 artinya apabila pengetahuan produk tabungan dan nisbah bagi hasil tetap/tidak mengalami perubahan maka keputusan menjadi nasabah bernilai negatif.

4.6.1.2 Pengetahuan produk tabungan

Koefisien Regresi X_1 (β_1) sebesar 0,201 artinya apabila pengetahuan produk tabungan semakin kuat dengan asumsi pengetahuan produk tabungan konstan maka keputusan menjadi nasabah mengalami peningkatan.

4.6.1.3 Nisbah bagi hasil

Koefisien Regresi X_2 (β_2) sebesar 0,210 artinya apabila nisbah bagi hasil semakin kuat dengan asumsi nisbah bsgi hasil konstan keputusan menjadi nasabah mengalami peningkatan.

Kedua variabel tersebut diatas, dapat dilihat variabel yang paling mendominasi (paling besar pengaruhnya terhadap keputusan menjadi nasabah) yaitu variabel nisbah bagi hasil (X_2) dengan nilai *unstandardize coefficient* sebesar 0,210.

4.6.2 Pengujian Hipotesis secara Parsial (Uji t)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual menerangkan variasi variabel terikat. Pengujian parsial regresi dimaksudkan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara individual mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat dengan asumsi variabel yang lain itu konstan.

Pengujian variabel independen secara individu yang dilakukan untuk melihat signifikansi dari pengaruh secara parsial variabel independen terhadap variabel dependen, maksudnya yakni apakah model regresi variabel independen (X_1 dan X_2) secara parsial berpengaruh signifikan positif terhadap variabel dependen (Y).

Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan hipotesis sebagai berikut :

H_0 : $\beta_1, \text{ dan } \beta_2 =$ atau koefisien $\beta_1, \text{ dan } \beta_2$ tidak mempengaruhi Y

H_1 : $\beta_1, \text{ dan } \beta_2 \neq$ atau koefisien $\beta_1, \text{ dan } \beta_2$ mempengaruhi Y

Dimana : Nilai sig < 0,05 maka H_0 ditolak (berpengaruh)

H_1 diterima

Nilai sig > 0,05 maka H_0 diterima (tidak berpengaruh)

H_1 ditolak

H1 : Terdapat pengaruh variabel pengetahuan produk tabungan (X_1) terhadap keputusan menjadi nasabah (Y)

H2 : Terdapat pengaruh variabel nisbah bagi hasil (X_2) terhadap nasabah memilih keputusan menjadi nasabah (Y)

H3 : Terdapat pengaruh variabel pengetahuan produk tabungan (X_1) dan nisbah bagi hasil (X_2) secara simultan terhadap keputusan menjadi nasabah (Y)

Tabel 4.9

Pengujian secara parsial

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.715	3.523		5.029	.048
	PengetahuanProduk	.201	.084	.246	2.388	.019
	PengetahuanNisbahBagiHasil	.210	.104	.207	2.011	.000

a. Dependent Variable: KeputusanMenjadiNasabah

Diketahui nilai sig. untuk pengaruh variabel pengetahuan produk tabungan (X_1) terhadap peningkatan jumlah nasabah (Y) sebesar $0,019 < 0,05$ karena nilai sig < 0,05 maka H_0 ditolak yang berarti bahwa variabel pengetahuan produk tabungan (X_1) secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah (Y).

Diketahui nilai sig. untuk pengaruh variabel nisbah bagi hasil (X_2) terhadap keputusan menjadi nasabah (Y) sebesar $0,000 < 0,05$ karena nilai sig < 0,05 maka H_0 ditolak yang berarti bahwa variabel nisbah bagi hasil (X_2) secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah (Y).

4.6.3 Pengujian hipotesis secara Simultan (Uji f)

Uji F berfungsi untuk mengetahui apakah variabel independen (X_1 , dan X_2) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y). Serta untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen (Y) atau tidak.

Tabel 4.10
Pengujian secara simultan
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	100.963	2	50.482	5.657	.005 ^b
	Residual	758.491	85	8.923		
	Total	859.455	87			

a. Dependent Variable: KeputusanMenjadiNasabah

b. Predictors: (Constant), PengetahuanNisbahBagiHasil, PengetahuanProduk

Berdasarkan output diatas, perhitungan uji statistik yang dilakukan maka diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 5.657 dengan tingkat signifikansi 0,005, karena nilai sig. < 0,05 maka H_0 tolak atau dengan kata lain variabel produk tabungan dan nisbah bagi hasil mempengaruhi keputusan menjadi nasabah secara bersama-sama sehingga dapat dikatakan bahwa model regresi dapat dipakai untuk memprediksi keputusan menjadi nasabah.

Melihat nilai signifikansi pada Uji t atau secara parsial dapat diketahui variabel pengetahuan produk tabungan (X_1) sebesar 0,019 variabel nisbah bagi hasil (X_2) sebesar 0,000, maka dapat disimpulkan bahwa variabel yang paling dominan berpengaruh secara simultan terhadap peningkatan jumlah nasabah adalah variabel nisbah bagi hasil karena memiliki nilai signifikansi yang lebih kecil dari variabel

lainnya sehingga H_1 diterima dalam penelitian ini yang menyatakan variabel nisbah bagi hasil merupakan faktor yang paling dominan secara simultan mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah terbukti dalam penelitian ini.

4.6.4 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mencari seberapa besar variasi variabel independen dapat menjelaskan secara keseluruhan variasi variabel independen. Koefisien determinasi mengukur seberapa besar pengaruh variabel independen secara keseluruhan terhadap naik turunnya variasi nilai variabel independen.

Tabel 4,11
Hasil pengujian koefisien determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.343 ^a	.117	.097	2.987
a. Predictors: (Constant), PengetahuanNisbahBagiHasil, PengetahuanProduk				

Berdasarkan analisis diatas, diketahui bahwa nilai koefisien determinasi sebesar 0,117 artinya bahwa 11,7% peningkatan jumlah nasabah dipengaruhi oleh keputusan menjadi nasabah. Sedangkan sisanya 88,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

4.6.5 Korelasi Ganda (R)

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui tingkat keeratan hubungan (simultan) antara dua atau lebih variabel bebas(X) terhadap variabel terikat (Y). Koefisien ini menunjukkan seberapa besar hubungan yang terjadi antara variabel

independen (X_1 , dan X_2) secara serentak terdapat variabel dependen (Y). Nilai R berkisar antar 0 sampai 1, nilai yang mendekati 1 berarti hubungan yang terjadi semakin tinggi, sebaliknya nilai semakin mendekati 0 maka hubungan yang terjadi semakin lemah.

Pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien sebagai berikut :

Nilai 0,00 – 0,20	= Tidak ada korelasi
Nilai 0,21 – 0,40	= Korelasi lemah
Nilai 0,41 – 0,60	= Korelasi sedang
Nilai 0,61 – 0,80	= Korelasi kuat
Nilai 0,81 – 1,00	= Korelasi sempurna

Tabel 4.12

Hasil pengujian korelasi Ganda R

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.343 ^a	.117	.097	2.987
a. Predictors: (Constant), PengetahuanNisbahBagiHasil, PengetahuanProduk				
b. Dependent Variable: KeputusanMenjadiNasabah				

Berdasarkan tabel diatas, hasil uji regresi angka R sebesar 0,343. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang sedang antara variabel independen (X_1 , dan X_2) terhadap variabel dependen (Y).

4.7 Pembahasan

Hasil pengujian secara simultan menunjukkan variabel pengetahuan produk tabungan dan nisbah bagi hasil secara simultan berpengaruh signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah. Kemudian, hasil pengujian parsial menunjukkan bahwa variabel pengetahuan produk tabungan dan nisbah bagi hasil, berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah. Adapun pembahasan mengenai

pengaruh pengetahuan produk tabungan dan nisbah bagi hasil keputusan menjadi nasabah sebagai berikut :

4.7.1 Pengaruh pengetahuan produk tabungan terhadap keputusan menjadi nasabah

Pengetahuan produk tabungan merupakan faktor paling penting dalam lembaga keuangan syariah.

Hasil pengujian secara parsial atau uji-t menunjukkan bahwa variabel pengetahuan produk tabungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pengetahuan produk tabungan maka keputusan menjadi nasabah akan semakin tinggi serta menunjukan hubungan antara pengetahuan produk tabungan terhadap keputusan menjadi nasabah.

Hasil pengujian secara parsial atau uji t menunjukkan bahwa variabel pengetahuan produk tabungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah. Dibuktikan dengan nilai sig. 0,019 lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05.

4.7.2 Pengaruh nisbah bagi hasil terhadap keputusan menjadi nasabah

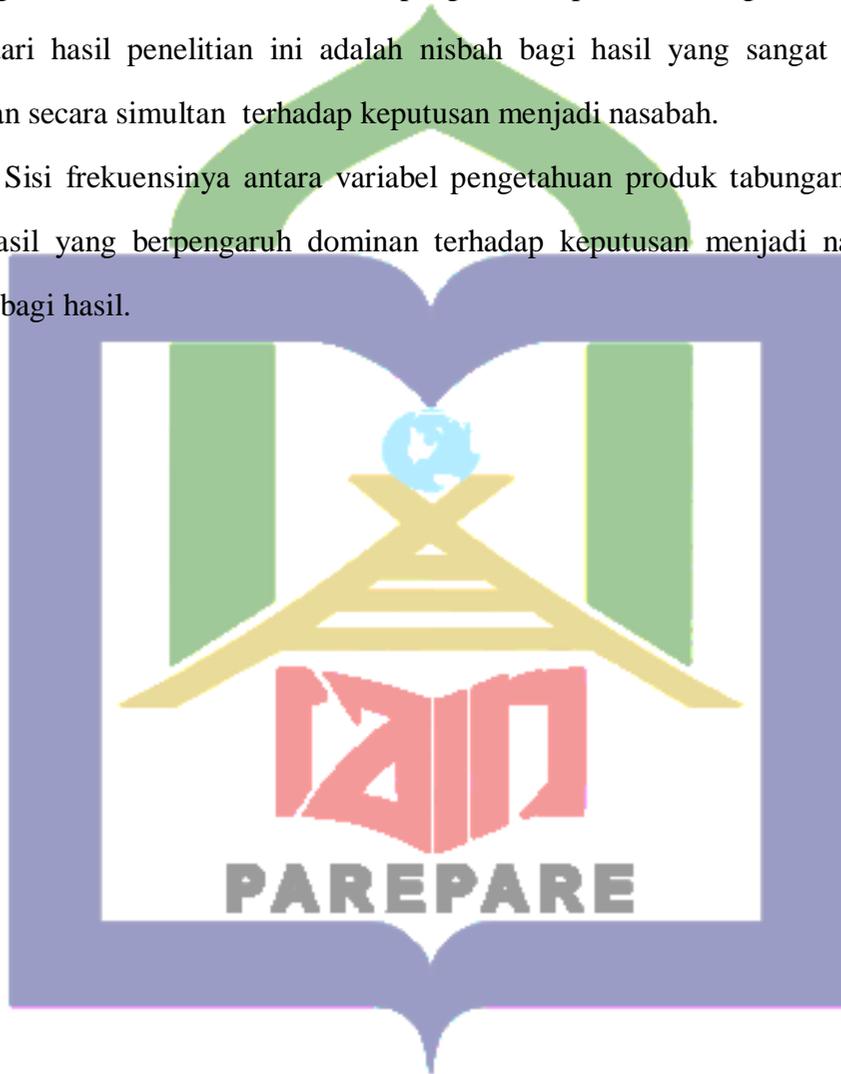
Hasil pengujian secara parsial atau uji-t menunjukkan bahwa variabel nisbah bagi hasil paling berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah. Dibuktikan dengan nilai sig. 0,000 lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Oleh karena itu, nisbah bagi hasil sangat mempengaruhi keputusan menjadi nasabah.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keputusan menjadi nasabah dipengaruhi oleh variabel pengetahuan produk tabungan dan nisbah bagi hasil. Berdasarkan pembahasan sebelumnya mengenai pengetahuan produk tabungan dan nisbah bagi hasil terhadap keputusan menjadi nasabah dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh signifikan pengetahuan produk dan nisbah bagi hasil terhadap

keputusan menjadi nasabah dan untuk mengetahui variabel yang paling berpengaruh dominan terhadap keputusan menjadi nasabah.

hasil perhitungan uji tatau secara parsial, faktor yang paling dominan berpengaruh secara simultan diantara pengetahuan produk tabungan dan nisbah bagi hasil dari hasil penelitian ini adalah nisbah bagi hasil yang sangat berpengaruh dominan secara simultan terhadap keputusan menjadi nasabah.

Sisi frekuensinya antara variabel pengetahuan produk tabungan dan nisbah bagi hasil yang berpengaruh dominan terhadap keputusan menjadi nasabah ialah nisbah bagi hasil.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

5.1.1 Hasil perhitungan uji F, maka peneliti menyimpulkan bahwa variabel pengetahuan produk tabungan (X_1) berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menjadi nasabah(Y).

5.1.2 Hasil perhitungan uji F, maka peneliti menyimpulkan bahwa variabel nisbah bagi hasil (X_2) berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menjadi nasabah(Y).

5.1.3 Hasil perhitungan uji t atau secara parsial, faktor yang paling dominan berpengaruh secara simultan diantara pengetahuan produk tabungan dan nisbah bagi hasil dari hasil penelitian ini adalah nisbah bagi hasil yang sangat berpengaruh dominan terhadap keputusan menjadi nasabah(Y).

5.2 Saran

5.2.1 Dilihat dari hasil penelitian ini mengenai pengetahuan produk tabungan dan nisbah bagi hasil mempunyai hubungan positif terhadap keputusan menjadi nasabah, diharapkan kepada bank BRI Syariah pinrang dapat memberikan informasi yang lengkap kepada nasabah sehingga nasabah lebih tertarik dalam menggunakan produk yang ditawarkan perusahaan tersebut.

5.2.2 Penelitian ini penganalisisan data kurang di jelaskan lebih rinci karena keterbatasan peneliti sehingga peneliti berikutnya diharapkan menjelaskan lebih lengkap.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Quran Karim.

Ahmadi, Abu. 2009. *Psikologi Umum*. Jakarta: Rineka Cipta.

Ali, M. Hasan. 2003. *Berbagai Macam Transaksi Dalam Islam (Fiqh Muamalat)*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Arikunto, Suharsimi, 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.

Budiono. 2016. *Ekonomi Moneter*. Yogyakarta: BPFPE.

Departemen Agama RI. 2015. *Al-Qur'an dan terjemahannya*. Bandung: CV. Penerbit Diponegoro.

Dinnul, Akbar Alfian. 2009. *Modul Aplikasi Komputer IV (SPSS)*. Ekonomi Islam Fakultas Syariah IAIN Raden Fatah Palembang.

Direktorat Perbankan Syariah Bank Indonesia. 2011. *Kebijakan Pengembangan Perbankan Syariah*. Jakarta.

Fatwa Dewan Syari'ah Nasional, No. 03/DSN-MUI/IV/2000.

Ikatan Bankir Indonesia. 2014. *Mengelola Bank Syariah*. Jakarta Pusat: PT. Gramedia Pustaka Utama.

J. Supranto. 2000. *Metode Ramalan Kuantitatif untuk Perencanaan Ekonomi dan Bisnis*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Alih Bahasa Bob Sabran*. Jakarta: Erlangga.

Manulang. 1980. *Ekonomi Moneter*. Jakarta: Galia.

Mappiare, Andi. 1997. *Psikologi Remaja*. Surabaya: Usaha Nasional

Marshall, Robert Miranda. 2011. *Bank Lembaga Keuangan*. Bandung: CV. ARMIKO.

Martono, Nanang. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. Edisi Revisi. PT Rajawali Pers.

Mowen, John C. dan Minor, Michael. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jilid 1. Edisi 5. Jakarta: Erlangga.

Muhammad. 2004. *Manajemen Dana Bank Syari'ah*. Yogyakarta: Ekonesia.

- Muhammad.2004. *Tehnik perhitungan Bagi Hasil dan Profit Margin Pada Bank Syariah*. Yogyakarta: UII press.
- Nazir, Moch. 2005. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nitisusastro, Mulyadi. 2012. *Perilaku Konsumen dalam Prespektif Kewirausahaan*.Bandung : Alfabeta.
- Priyatno, Duwi. 2010. *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*.Jakarta: MediaKom.
- Ridwan, Muhammad.2004. *Manajemen Baitul Maal Wat Tamwil (BMT)*. Yogyakarta: UII Press.
- Saladin, Djaslin.1997. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran Bank*. Jakarta: Mandiri Maju,
- Setiadi, Nugroho J. 2010. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kotemporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Edisi Revisi. Cet. 4. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Setiadi. 2008. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta : Graha Ilmu.
- Slameto. 2010. *Belajar dan Faktor-faktor Yang Mempengaruhinya*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Sugiyono. 2007. *Materi Pengumpulan Data*. Jakarta: Erlangga.
- . 2010. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Jakarta: Erlangga.
- Sumarni, Murti. 2002. *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta:penerbit liberty.
- Suwarman, Ujang 2002. *Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran)*.Bogor: Ghalia Indonesia.
- W.J.S. Poerdamanta. 2006. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Winarno, Sigit dan Sujana Ismaya. 2007. *Kamus Besar Ekonomi*. Bandung: Pustaka Grafika.
- Winkel WS. 1993. *Psikologi dan Evaluasi Belajar*. Jakarta: Gramedia.
- Yahya, Muclis. 2018. *Tingkat Suku Bunga Bank Konvensional dan Komitmen Nasabah Menabung di Bank Syariah, Jurnal Keuangan dan Perbankan*. vol 16. dalam <http://jurkubank.wordpress.com>,diakses 20 Februari 2018.

Sumber Artikel

Adlani, Ruli. 2010. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Cabang Pandanaran Semarang*. Semarang: Universitas Muhammadiyah Semarang.

Antonio, Muhammad. *Bank Syariah*. Salemba Empat Jakarta. 2002 Ascarya dan Diana Yumanita, *Comparing the efficiency of Islamic banks in Malaysia and Indonesia*. Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan. Oktober 2008

Arifin, Atwal dan Husnul Khotimah. 2014. *Pengaruh Produk, Pelayanan, Promosi, dan Lokasi terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Bank Syariah di Surakarta*. Jurnal. Surakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Maryani, Iis. 2011. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah Mandiri*. Skripsi Tidak diterbitkan. Palembang: Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Palembang.

Sumber Internet

<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id>, diakses 20 Februari 2018.

<http://digilib.uin-suka.ac.id/1133/> Diakses pada hari Jumat tanggal 09 Februari 2018 Pukul 10:05 WIB.







KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE PAREPARE

Alamat : Jl. Amal Bakti No. 8 Sorwang Kota Parepare 91132 ☎ (0421)21307 🏠
Po Box : Website : www.iainparepare.ac.id Email: info.iainparepare.ac.id

Nomor : B 3002 /In.39/PP.00.9/11/2018
Lampiran : -
Hal : Izin Melaksanakan Penelitian

Kepada Yth.
Kepala Daerah KAB. PINRANG
di
KAB. PINRANG

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE :

Nama : MAHYUNI
Tempat/Tgl. Lahir : UJUNG , 06 Maret 1996
NIM : 14.2300.046
Jurusan / Program Studi : Syari'ah dan Ekonomi Islam / Perbankan Syariah
Semester : IX (Sembilan)
Alamat : JL. SULILI UJUNG, KEL.TIROANG, KEC.TIROANG

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah **KAB. PINRANG** dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

" PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK TABUNGAN DAN NISBAH BAGI HASIL TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH BRI SYARIAH DI KABUPATEN PINRANG"

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada bulan **Nopember** sampai selesai.

Sehubungan dengan hal tersebut diharapkan kiranya yang bersangkutan diberi izin dan dukungan seperlunya.

Terima kasih,

7 Nopember 2018

A.n Rektor

Pt. Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga (APL)



Muh. Djunaidi



PEMERINTAH KABUPATEN PINRANG
SEKRETARIAT DAERAH

Jl. Bintang No. Telp. (0421) 923058 - 922914
PINRANG 91212

Pinrang, 12 November 2018

Nomor : 070/ 671 /Kemasy.
Lampiran : -
Perihal : Rekomendasi Penelitian.

Kepada
Yth, Pimpinan BRI Syariah Kab. Pinrang.
di-

Tempat.

Berdasarkan Surat Plt.Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga (APL) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare Nomor:B3002/In.39/PP.00.9/11/2018 tanggal 07 November 2018 Perihal Izin Melaksanakan Penelitian, untuk maksud tersebut disampaikan kepada Saudara bahwa:

Nama : MAHYUNI
NIM : 14.2300.046
Pekerjaan/Prog.Studi : Mahasiswi/Perbankan Syariah
Alamat : Sulili Ujung Kel. Tiroang Kec. Tiroang
Telepon : 085343501963.

Bermaksud Mengadakan Penelitian di Daerah / Instansi Saudara dalam rangka Penyusunan Skripsi dengan Judul "**PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK TABUNGAN DAN NISBAH BAGI HASIL TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH BRI SYARIAH DI KABUPATEN PINRANG**" yang pelaksanaannya pada tanggal 13 November s/d 20 Desember 2018.

Sehubungan hal tersebut di atas, pada prinsipnya kami menyetujui atau merekomendasikan kegiatan yang dimaksud dan dalam pelaksanaan kegiatan wajib memenuhi ketentuan yang tertera di belakang rekomendasi penelitian ini:

Demikian rekomendasi ini disampaikan kepada saudara untuk diketahui dan pelaksanaan sebagaimana mestinya.

An. SEKRETARIS DAERAH
Asisten Pemerintahan dan Kesra
SET DA

Drs. RISMAL LAUPE
Pangkat : Pembina Utama Muda
Nip : 19590305 199202 1 001

Tembusan:

1. Bupati Pinrang Sebagai Laporan di Pinrang;
2. Dandim 1404 Pinrang di Pinrang;
3. Kapolres Pinrang di Pinrang;
4. Kepala Kantor Kementerian Agama Kab.Pinrang di.Pinrang;
5. Kepala Badan Kesbang dan Politik Kab.Pinrang di Pinrang;
6. Plt.Wakil Rektor Bid.APL IAIN Parepare di Parepare;
7. Yang bersangkutan untuk diketahui;
8. Arsip.



PEMERINTAH KABUPATEN PINRANG

SEKRETARIAT DAERAH

Jln. Bintang No. 01 Telp (0421) 923 056 – 922 914 – 923 213
PINRANG

SURAT KETERANGAN

NO .070 / 70 / Kemasy.

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa :

Nama : MAHYUNI
Nim : 14.2300.046
Jenis Kelamin : Perempuan
Pekerjaan/Program study : Mahasiswi / Perbankan Syariah
Alamat : Sulili Ujung Kel. Tiroang Kec. Tiroang
Telepon : 085343501963

Bahwa yang tersebut di atas benar telah melakukan penelitian di Kab.Pinrang :
Kantor BRI Syariah Kab. Pinrang

Dengan Judul “ *PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK TABUNGAN DAN NISBAH BAGI HASIL TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH BRI SYARIAH DI KABUPATEN PINRANG*” yang pelaksanaannya pada tanggal 13 November s/d 20 Desember 2018 (Mahasiswa tersebut diatas telah melaksanakan penelitian lebih cepat dari waktu yang telah ditentukan).

Demikian Surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 07 Januari 2019

PEMERINTAH KABUPATEN PINRANG
SEKRETARIAT DAERAH
Asisten Pemerintahan dan Kesra
SETDA
Brs. RISMALAUPE
Pangkat Pembina Utama Muda
Nip : 19590305 199202 1 001

KUESIONER/ANGKET PENELITIAN

Judul penelitian

Pengaruh pengetahuan produk tabungan dan nisbah bagi hasil terhadap keputusan menjadi nasabah bank BRI Syariah di kabupaten pinrang

1. Pengantar

Bersama dengan ini saya sampaikan daftar penyertaan kepada bapak/ibu/saudara/I dengan permohonan agar berkenan kiranya meluangkan waktu untuk mengisinya. Pernyataan dalam daftar ini berkenaan dengan tanggapan anda terhadap pengaruh pengetahuan produk tabungan dan nisbah bagi hasil terhadap keputusan menjadi nasabah Bank BRI Syariah di Kabupaten Pinrang sebagai penelitian skripsi saya, Mahyuni Mahasiswi IAIN Parepare Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam Prodi Perbankan Syariah. Dengan ini saya memohon dengan kesediaan saudara/i untuk berpartisipasi dalam mengisi kuesioner berikut ini. Setiap jawaban yang diberikan merupakan bantuan yang tidak ternilai harganya bagi penelitian ini, atas perhatian dan bantuannya saya ucapkan terima kasih.

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama responden :
2. Alamat :
3. Usia :
4. Jenis kelamin :
5. Pendidikan terakhir :
6. Pekerjaan :

11. PETUNJUK PENGISIAN

Pernyataan berikut ini tentang Pengaruh pengetahuan produk tabungan dan nisbah bagi hasil terhadap keputusan menjadi nasabah bank BRI Syariah di kabupaten pinrang. Jawaban bapak/ibu cukup dengan checklist (√) pada kolom 3 sesuai dengan pendapat atas pernyataan kolom 2.

Di beri skor 5 Sangat setuju=(SS)

Di beri skor 4 Setuju=(S)

Di beri skor 3 Netral=(N)

Di beri skor 2 Tidak Setuju=(TS)

Di beri skor 1 Sangat Tidak Setuju=(STS)

No.	Pernyataan Tentang Pengetahuan Produk Tabungan(X1)					
	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya mengetahui Bank BRI Syariah karena iklan yang dilakukan bank di media cetak ataupun elektronik					
2	Saya mengetahui Bank BRI Syariah karena informasi faktor luar (orang lain)					
3	Saya mengetahui produk-produk yang ada di Bank BRI Syariah Pinrang					
4	Saya mengetahui bahwa produk tabungan adalah bentuk simpanan nasabah yang bersifat likuid (mudah dicairkan)					
5	Saya mengetahui ciri-ciri atau karakteristik produk tabungan yang ada di Bank BRI Syariah Pinrang					
6	Saya mengetahui kegunaan produk tabungan di Bank BRI Syariah Pinrang					
7	Saya mengetahui bahwa giro berdasarkan prinsip wadiah atau aqad titipan nasabah kepada bank BRI syariah pinrang					
8	Saya mengetahui bahwa produk tabungan berdasarkan prinsip mudharabah adalah nasabah menyimpan atau deposit bertindak sebagai pemilik modal dan bank sebagai pengelola					

No.	Pernyataan Tentang nisbah bagi hasil (X2)					
	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya mengetahui nisbah bagi hasil bahwa porsi ditentukan berdasarkan akad					
2	Saya mengetahui sistem nisbah bagi hasil tabungan yang di tetapkan saat ini					
3	Saya mengetahui bahwa <i>profit sharing</i> adalah perhitungan bagi hasil di dasarkan kepada hasil bersih dari total pendapatan setelah dikurangi dengan biaya-biaya yang di keluarkan untuk memperoleh pendapatan tersebut.					
4	Saya mengetahui bahwa <i>revenue sharing</i> adalah proses bagi pendapatan yang dilakukan sebelum memperhitungkan biaya-biaya oprasional yang di tanggung oleh bank					
5	Saya menabung di BRI Syariah karena nisbah bagi hasil yang diberikan sesuai akad					
6	Saya mengetahui perbedaan <i>profit sharing</i> dan <i>revenue sharing</i>					
7	Saya mengetahui <i>profit sharing</i> dan <i>revenuee sharing</i> karena penjelasan dari pihak Bank BRI Syariah					
8	Saya mengetahui bahwa sistem bagi hasil harus dilaksanakan dengan transparan dan adil					

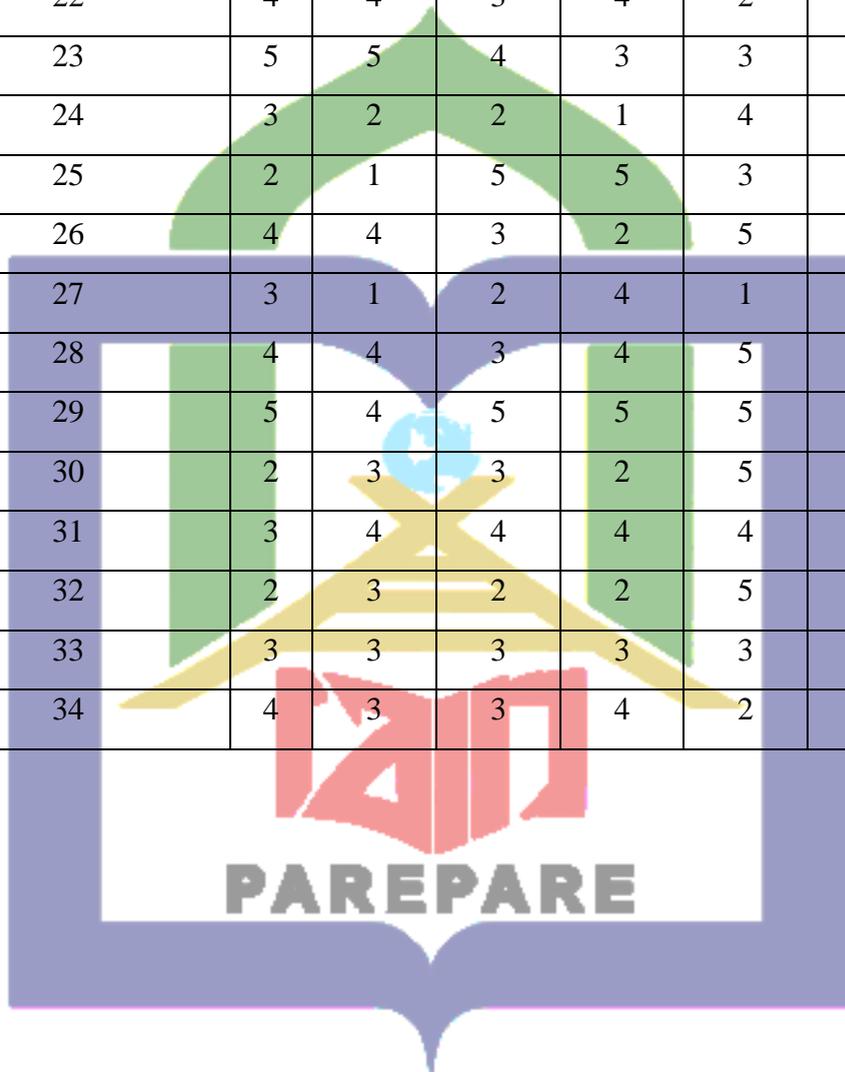
No.	Pernyataan keputusan menjadi nasabah BRI Syariah pinrang (Y)					
	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya tertarik menyimpan dana di Bank BRI Syariah Pinrang karena informasinya lengkap					
2	Saya menabung di bank BRI Syariah pinrang karena jaminan yang diberikan tidak memberatkan saya					
3	Saya tertarik menabung di Bank BRI Syariah Pinrang karena bank menawarkan banyak pilihan produk					
4	Saya menggunakan jasa di Bank BRI Syariah pinrang karena memberikan keuntungan					
5	Saya memutuskan menabung di Bank BRI Syariah karena promosi yang dilakukan secara langsung oleh pihak bank					
6	Menjadi nasabah di Bank BRI Syariah adalah keputusan yang sangat tepat					
7	Saya memutuskan menjadi nasah di Bank BRI Syariah karena berdasarkan transaksi yang sya butuhkan					
8	Saya memutuskan menjadi nasabah di BRI Syariah pinrang karena memenuhi harapan					

RESPONDEN	pengetahuan produk tabungan (X1)								Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	4	4	3	4	3	4	4	5	31
2	4	3	4	3	3	4	5	5	31
3	3	4	4	3	4	3	4	5	30
4	5	5	3	3	3	3	2	2	26
5	2	5	4	4	5	4	4	4	32
6	3	3	3	3	2	2	1	1	18
7	5	5	5	5	5	5	5	5	40
8	4	3	3	3	4	5	3	4	29
9	3	4	3	4	3	5	2	4	28
10	3	2	2	3	4	4	5	5	28
11	4	4	5	2	3	3	3	3	27
12	3	2	2	3	3	3	3	2	21
13	2	4	3	3	4	5	2	3	26
14	3	4	4	3	4	5	5	4	32
15	4	4	3	5	5	3	3	4	31
16	3	4	4	3	3	4	2	2	25

PAREPARE

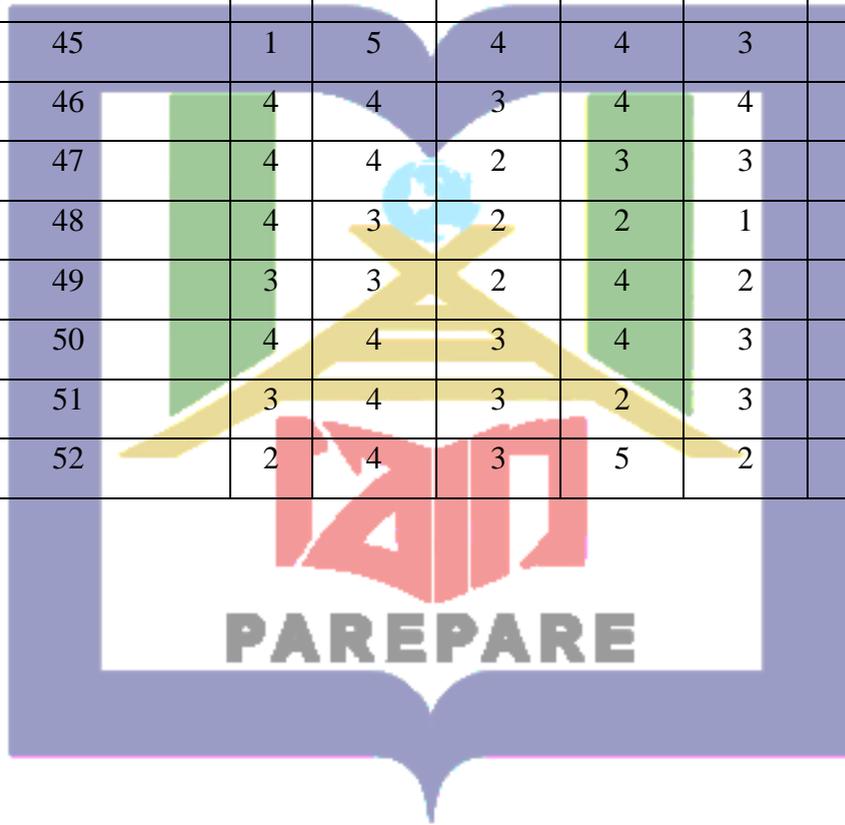
UNIVERSITY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

17	3	4	3	3	5	2	4	2	26
18	3	3	3	3	3	3	3	3	24
19	3	4	4	4	5	3	3	3	29
20	2	4	2	3	2	3	2	3	21
21	3	3	3	3	3	4	2	2	23
22	4	4	3	4	2	5	3	3	28
23	5	5	4	3	3	5	3	2	30
24	3	2	2	1	4	4	1	4	21
25	2	1	5	5	3	3	2	2	23
26	4	4	3	2	5	1	1	1	21
27	3	1	2	4	1	4	3	3	21
28	4	4	3	4	5	4	3	4	31
29	5	4	5	5	5	5	5	5	39
30	2	3	3	2	5	3	4	3	25
31	3	4	4	4	4	2	3	4	28
32	2	3	2	2	5	4	5	4	27
33	3	3	3	3	3	3	3	2	23
34	4	3	3	4	2	3	4	2	25



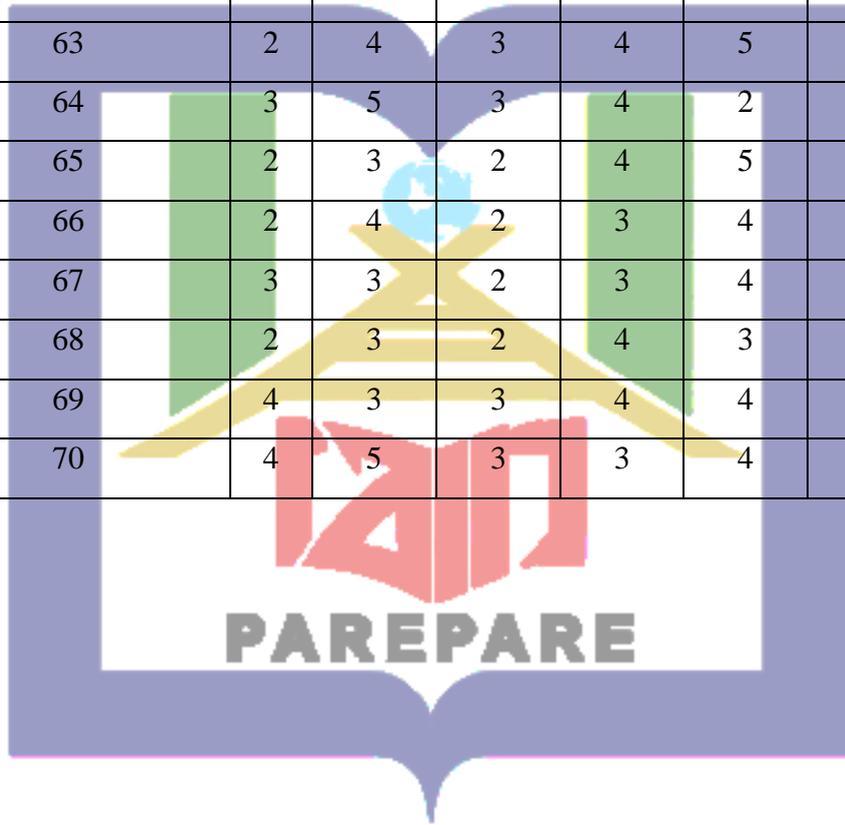
MINISTRY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

35	4	5	4	2	3	4	2	3	27
36	4	5	3	2	4	4	3	3	28
37	3	5	4	3	3	4	4	3	29
38	4	5	3	3	4	4	4	3	30
39	4	3	4	3	4	4	3	2	27
40	2	5	3	2	3	4	1	3	23
41	3	2	4	3	2	3	4	4	25
42	2	4	3	2	5	2	4	5	27
43	2	4	3	3	4	5	5	5	31
44	4	4	3	4	3	4	3	2	27
45	1	5	4	4	3	3	2	2	24
46	4	4	3	4	4	3	4	3	29
47	4	4	2	3	3	4	4	5	29
48	4	3	2	2	1	3	4	3	22
49	3	3	2	4	2	2	4	4	24
50	4	4	3	4	3	4	3	4	29
51	3	4	3	2	3	4	5	3	27
52	2	4	3	5	2	4	4	3	27



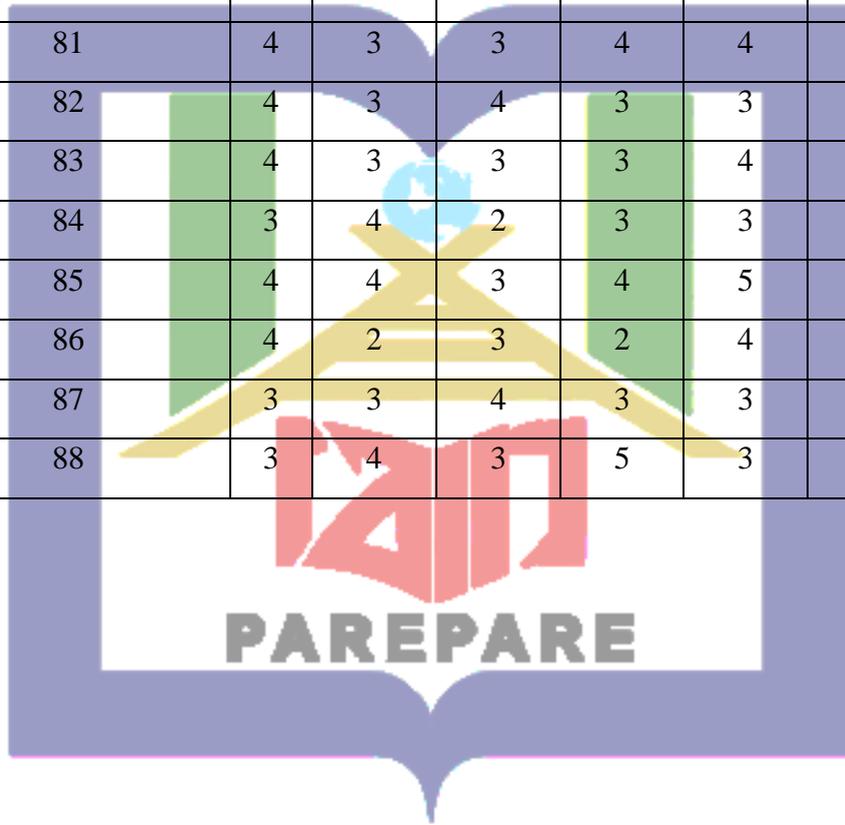
MINISTRY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

53	4	4	4	5	4	4	3	4	32
54	2	2	4	4	2	5	4	3	26
55	3	5	2	4	3	3	3	3	26
56	3	4	2	3	2	2	2	2	20
57	4	3	2	1	2	3	2	3	20
58	2	3	4	5	3	4	5	2	28
59	3	4	3	4	5	4	5	4	32
60	4	5	3	4	5	3	4	5	33
61	3	4	3	5	2	5	4	3	29
62	3	3	4	4	5	3	4	2	28
63	2	4	3	4	5	3	4	5	30
64	3	5	3	4	2	4	3	2	26
65	2	3	2	4	5	3	5	2	26
66	2	4	2	3	4	2	4	5	26
67	3	3	2	3	4	2	5	4	26
68	2	3	2	4	3	5	3	3	25
69	4	3	3	4	4	4	4	4	30
70	4	5	3	3	4	3	4	4	30



MINISTRY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

71	4	4	4	3	3	2	2	2	24
72	2	5	4	3	3	4	4	3	28
73	4	4	3	3	4	4	4	3	29
74	5	5	4	3	4	3	4	4	32
75	3	4	5	3	4	4	5	5	33
76	3	4	5	3	3	4	3	4	29
77	3	2	4	5	3	3	4	4	28
78	3	4	3	5	3	4	2	5	29
79	3	2	4	5	3	4	5	2	28
80	2	3	3	5	3	2	5	5	28
81	4	3	3	4	4	3	4	4	29
82	4	3	4	3	3	5	3	4	29
83	4	3	3	3	4	3	3	2	25
84	3	4	2	3	3	2	5	3	25
85	4	4	3	4	5	5	4	5	34
86	4	2	3	2	4	4	3	2	24
87	3	3	4	3	3	4	2	3	25
88	3	4	3	5	3	4	3	4	29



MINISTRY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

										2406
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	------

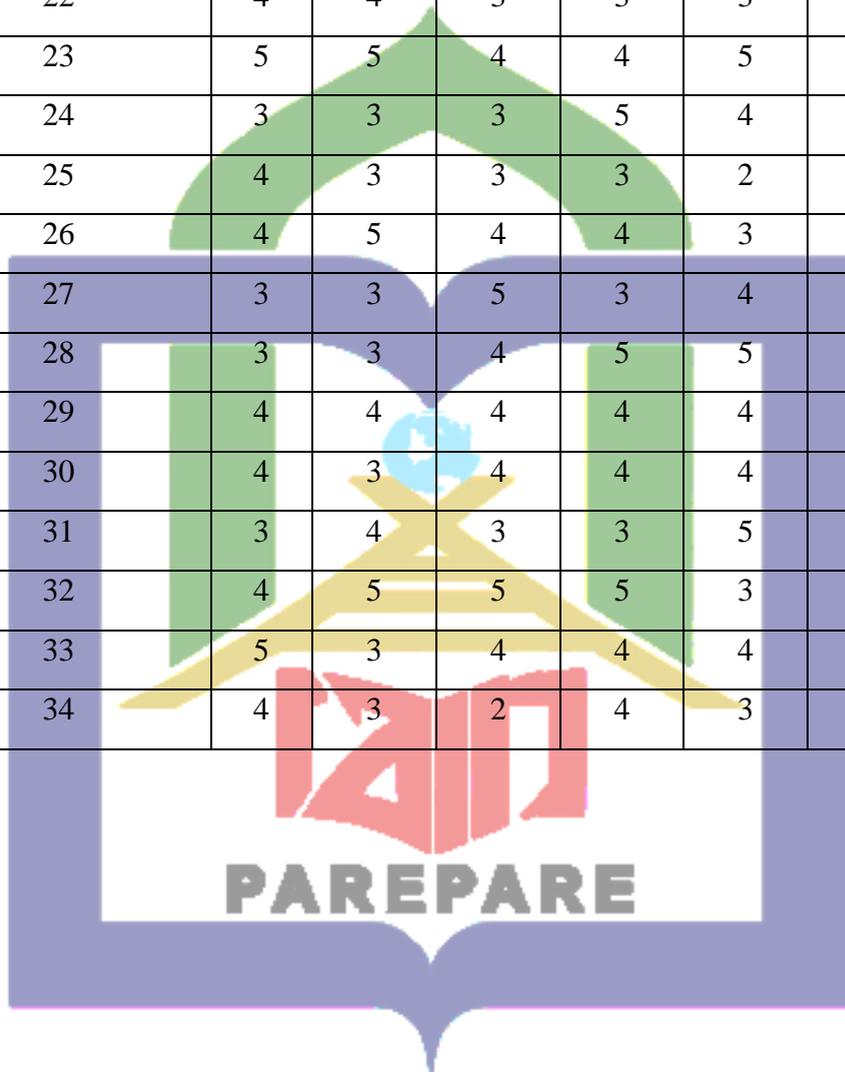


MINISTRY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

RESPONDEN	Pengetahuan nisbah bagi hasil (X2)								Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	4	4	3	3	4	4	3	4	29
2	4	5	4	5	4	4	4	5	35
3	3	4	3	4	4	5	3	2	28
4	4	4	4	4	4	3	3	3	29
5	5	4	4	4	5	5	5	3	35
6	3	3	3	5	5	5	5	5	34
7	5	5	5	5	5	5	3	4	37
8	4	3	4	2	4	5	3	4	29
9	3	3	3	2	4	4	5	5	29
10	5	3	3	3	4	4	4	3	29
11	5	3	2	3	3	4	5	3	28
12	3	4	5	4	4	5	4	5	34
13	3	4	2	2	4	5	3	3	26
14	4	4	5	4	3	3	4	5	32
15	4	4	5	5	3	3	3	4	31
16	3	3	3	3	4	4	4	4	28

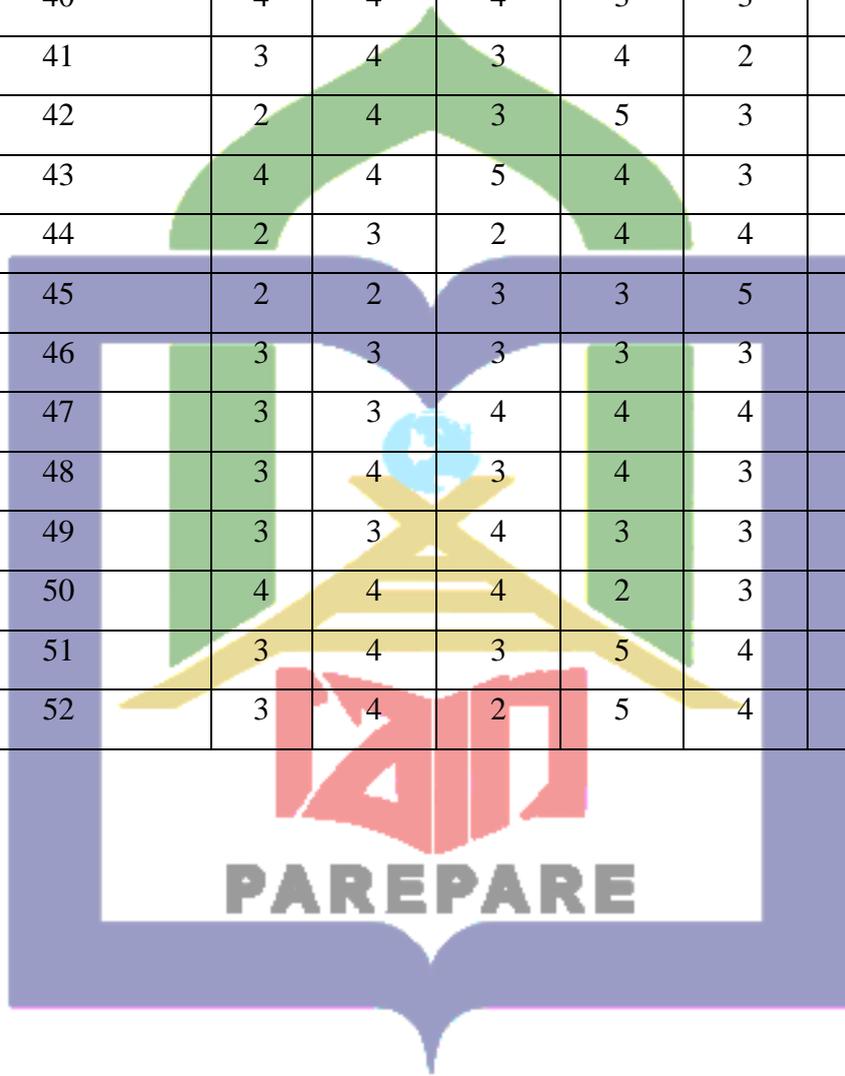
PAREPARE

17	3	4	4	4	3	2	2	3	25
18	3	3	3	3	3	3	3	3	24
19	3	4	4	3	3	3	2	2	24
20	5	3	4	5	4	2	4	4	31
21	3	2	5	4	5	4	5	3	31
22	4	4	3	3	3	5	3	5	30
23	5	5	4	4	5	3	2	3	31
24	3	3	3	5	4	4	5	4	31
25	4	3	3	3	2	2	3	5	25
26	4	5	4	4	3	3	5	3	31
27	3	3	5	3	4	4	4	4	30
28	3	3	4	5	5	4	4	4	32
29	4	4	4	4	4	4	4	4	32
30	4	3	4	4	4	4	3	4	30
31	3	4	3	3	5	3	4	3	28
32	4	5	5	5	3	4	2	5	33
33	5	3	4	4	4	3	5	3	31
34	4	3	2	4	3	2	4	4	26



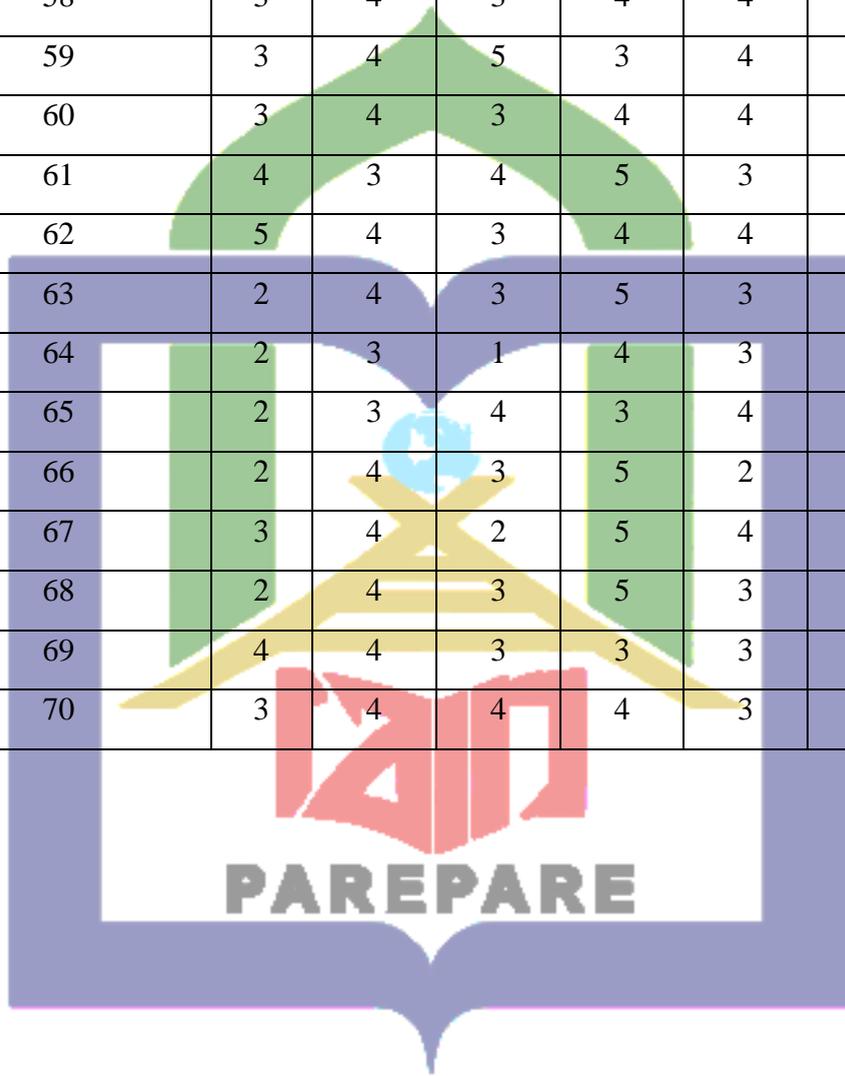
MINISTRY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

35	4	4	3	3	4	3	2	5	28
36	3	4	2	3	4	5	3	3	27
37	4	4	3	3	3	3	2	3	25
38	4	4	4	4	3	5	3	4	31
39	3	4	3	3	4	5	5	5	32
40	4	4	4	3	3	4	4	4	30
41	3	4	3	4	2	5	3	4	28
42	2	4	3	5	3	4	2	3	26
43	4	4	5	4	3	4	2	2	28
44	2	3	2	4	4	3	4	3	25
45	2	2	3	3	5	5	5	3	28
46	3	3	3	3	3	4	3	2	24
47	3	3	4	4	4	4	5	3	30
48	3	4	3	4	3	3	3	4	27
49	3	3	4	3	3	4	3	3	26
50	4	4	4	2	3	4	3	4	28
51	3	4	3	5	4	3	4	5	31
52	3	4	2	5	4	2	3	2	25



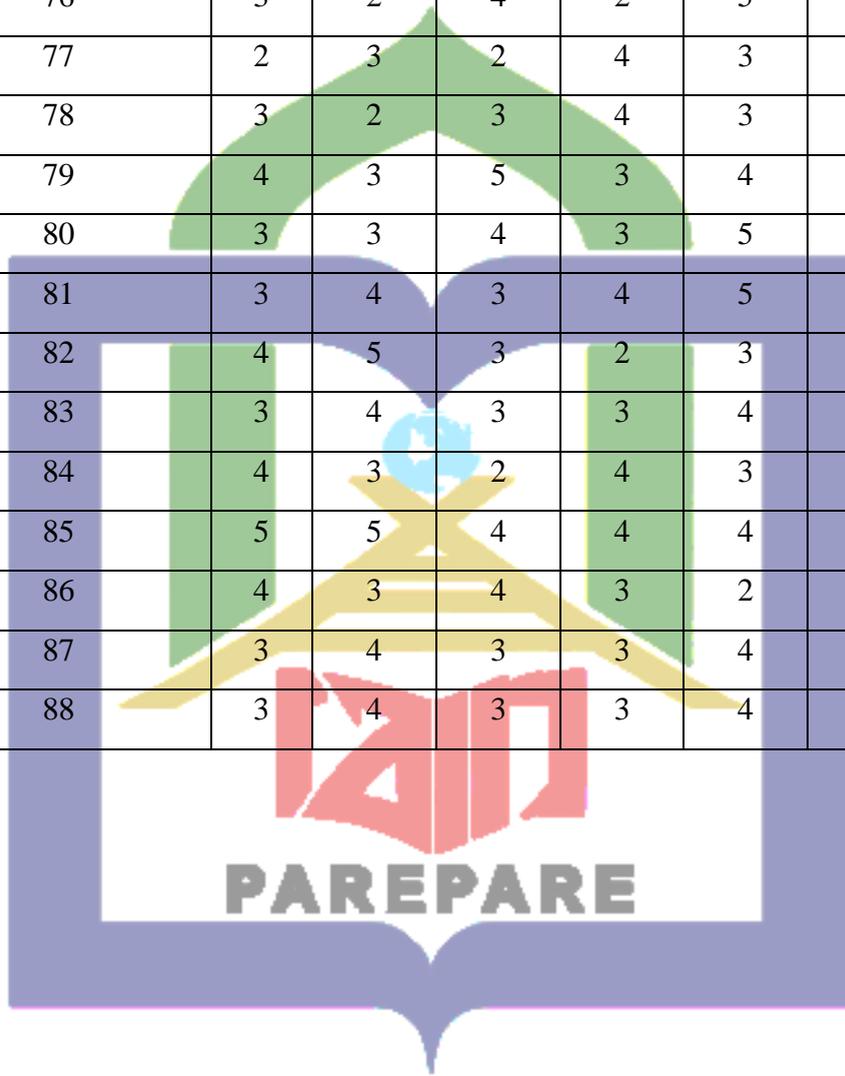
MINISTRY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

53	3	4	4	4	3	4	2	2	26
54	4	4	3	5	3	3	4	2	28
55	4	3	3	3	3	5	4	3	28
56	4	4	3	4	2	3	3	3	26
57	5	5	4	4	3	5	2	3	31
58	3	4	3	4	4	2	3	2	25
59	3	4	5	3	4	5	3	4	31
60	3	4	3	4	4	5	4	5	32
61	4	3	4	5	3	4	3	4	30
62	5	4	3	4	4	2	3	3	28
63	2	4	3	5	3	2	4	3	26
64	2	3	1	4	3	2	4	5	24
65	2	3	4	3	4	2	4	3	25
66	2	4	3	5	2	6	4	3	29
67	3	4	2	5	4	3	6	2	29
68	2	4	3	5	3	5	2	5	29
69	4	4	3	3	3	3	2	2	24
70	3	4	4	4	3	4	3	3	28



MINISTRY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

71	5	5	4	3	3	3	3	5	31
72	4	3	4	5	3	4	3	3	29
73	4	4	3	4	3	5	5	5	33
74	4	4	3	4	3	5	4	3	30
75	2	3	2	4	2	1	4	2	20
76	3	2	4	2	5	3	2	2	23
77	2	3	2	4	3	5	3	4	26
78	3	2	3	4	3	4	3	5	27
79	4	3	5	3	4	4	4	5	32
80	3	3	4	3	5	3	4	4	29
81	3	4	3	4	5	3	4	3	29
82	4	5	3	2	3	3	4	3	27
83	3	4	3	3	4	3	3	3	26
84	4	3	2	4	3	3	3	5	27
85	5	5	4	4	4	4	4	5	35
86	4	3	4	3	2	1	5	3	25
87	3	4	3	3	4	2	4	5	28
88	3	4	3	3	4	3	5	4	29



MINISTRY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

										2522
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	------



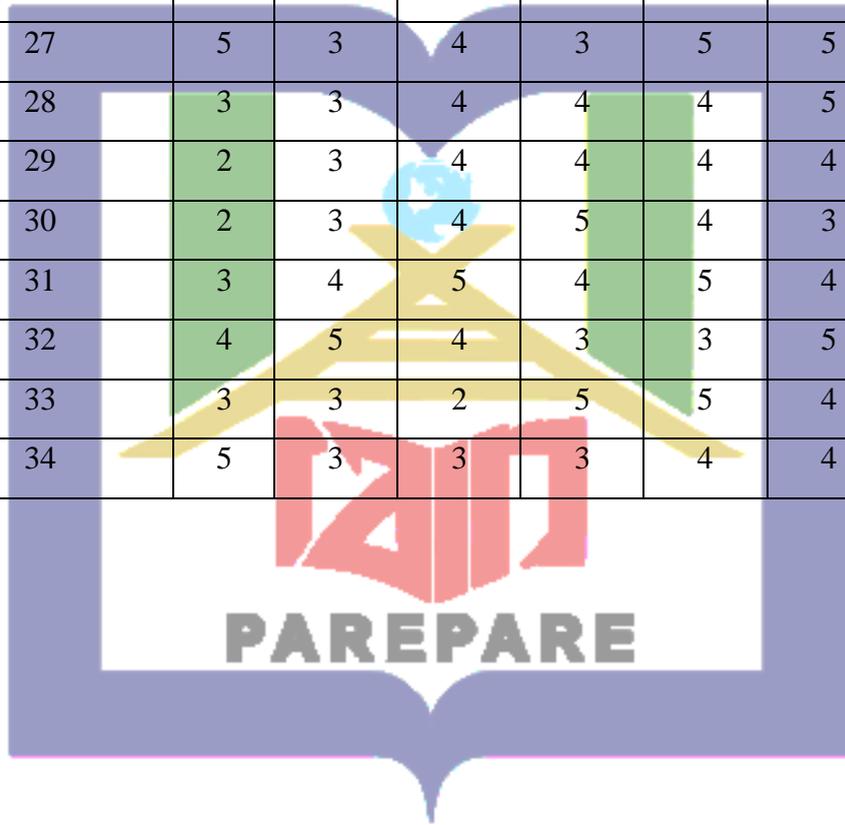
MINISTRY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Responden	Keputusan Menjadi Nasabah (Y)								Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	4	4	3	4	2	4	4	4	29
2	3	3	3	2	4	3	3	4	25
3	3	4	3	4	5	5	4	4	32
4	1	3	3	4	4	4	4	4	27
5	4	3	3	4	5	3	3	3	28
6	5	4	4	4	3	3	4	5	32
7	5	5	5	4	4	4	4	5	36
8	3	4	3	3	2	4	3	4	26
9	4	5	5	5	5	4	4	4	36
10	3	3	3	4	5	4	4	4	30
11	3	3	3	3	3	3	4	3	25
12	4	3	4	3	3	4	3	4	28
13	4	3	5	5	2	4	5	5	33
14	4	5	4	5	4	5	4	4	35
15	5	4	4	5	4	5	4	5	36
16	2	4	4	4	4	3	3	5	29

PAREPARE

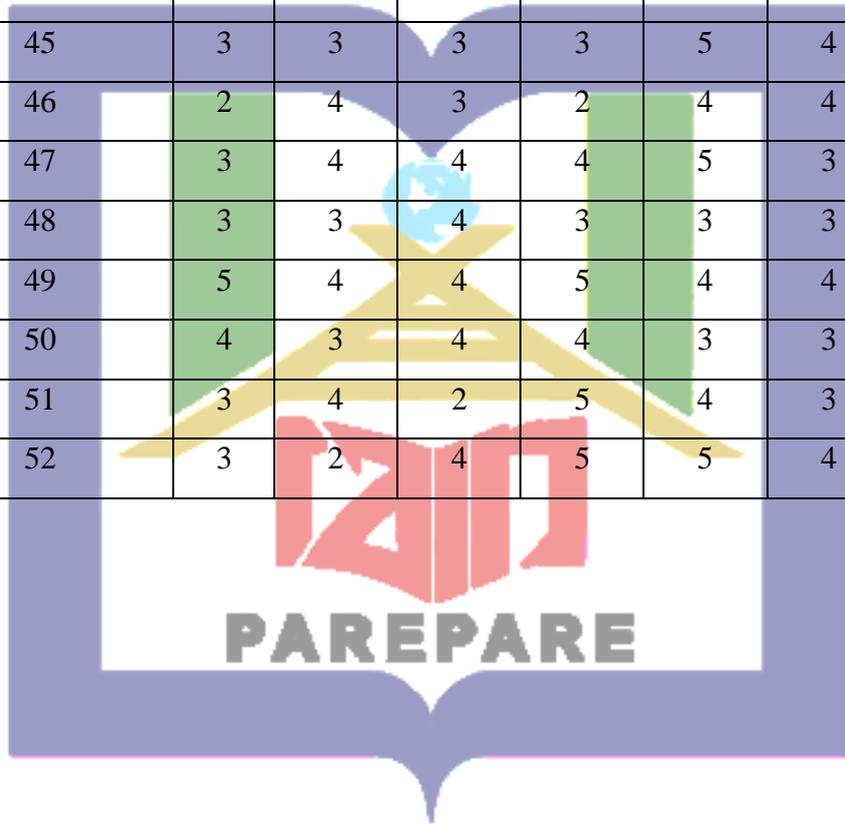
ARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

17	3	4	4	5	4	3	3	3	29
18	3	3	3	3	3	3	3	3	24
19	3	4	4	3	3	2	2	5	26
20	3	4	4	3	3	4	3	3	27
21	4	3	3	4	4	3	4	4	29
22	5	5	5	5	3	5	4	3	35
23	4	4	2	3	5	4	3	4	29
24	3	3	3	4	2	3	4	3	25
25	2	2	4	3	3	4	3	4	25
26	4	4	5	4	4	3	4	3	31
27	5	3	4	3	5	5	3	4	32
28	3	3	4	4	4	5	4	4	31
29	2	3	4	4	4	4	4	5	30
30	2	3	4	5	4	3	3	3	27
31	3	4	5	4	5	4	4	4	33
32	4	5	4	3	3	5	5	5	34
33	3	3	2	5	5	4	2	3	27
34	5	3	3	3	4	4	5	5	32



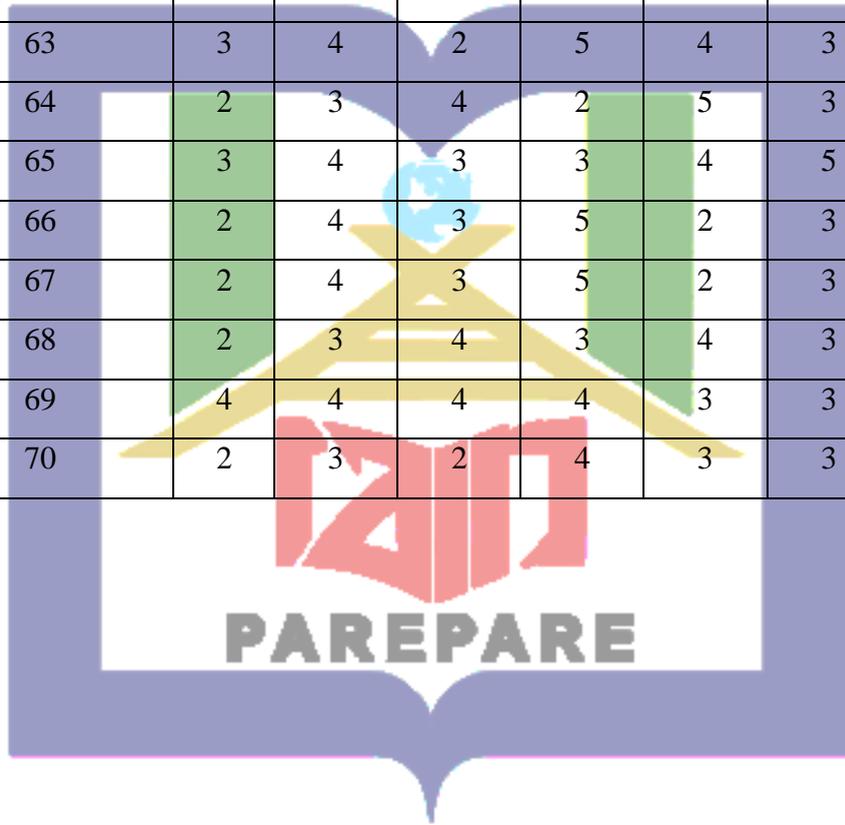
MINISTRY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

35	3	4	3	3	3	2	2	4	24
36	3	5	3	4	4	4	5	5	33
37	5	4	4	4	4	5	5	5	36
38	4	4	3	3	4	4	4	5	31
39	4	4	3	4	3	3	4	5	30
40	4	4	4	3	3	3	5	5	31
41	2	2	3	3	2	4	4	4	24
42	4	3	4	3	4	2	3	4	27
43	3	4	4	3	4	3	4	3	28
44	5	4	4	3	3	4	3	4	30
45	3	3	3	3	5	4	4	4	29
46	2	4	3	2	4	4	4	3	26
47	3	4	4	4	5	3	2	3	28
48	3	3	4	3	3	3	4	4	27
49	5	4	4	5	4	4	4	5	35
50	4	3	4	4	3	3	5	4	30
51	3	4	2	5	4	3	4	3	28
52	3	2	4	5	5	4	3	4	30



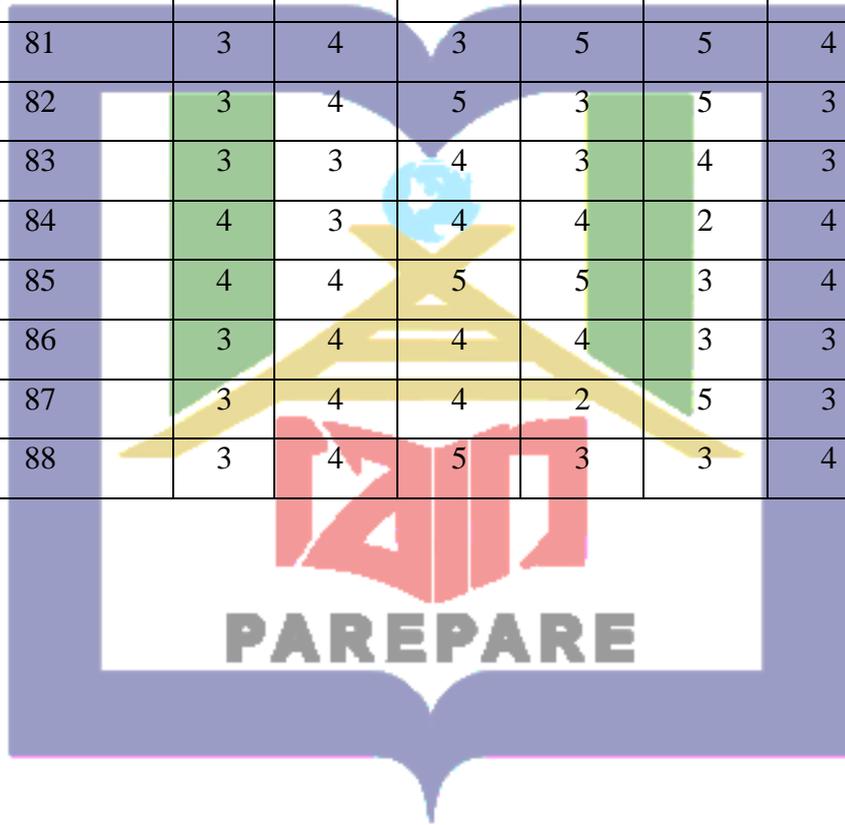
MINISTRY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

53	3	4	2	4	3	5	3	5	29
54	3	4	5	2	4	3	5	3	29
55	4	4	4	5	2	5	5	5	34
56	3	3	3	4	3	3	3	3	25
57	3	3	3	4	4	4	4	4	29
58	4	3	4	3	3	2	4	3	26
59	3	4	5	4	3	4	4	4	31
60	3	4	5	4	3	4	4	5	32
61	4	3	4	2	3	5	2	4	27
62	4	4	3	4	3	3	2	4	27
63	3	4	2	5	4	3	2	4	27
64	2	3	4	2	5	3	5	5	29
65	3	4	3	3	4	5	2	2	26
66	2	4	3	5	2	3	2	2	23
67	2	4	3	5	2	3	3	4	26
68	2	3	4	3	4	3	3	3	25
69	4	4	4	4	3	3	4	4	30
70	2	3	2	4	3	3	3	4	24



MINISTRY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

71	3	3	3	1	5	5	5	5	30
72	4	3	3	4	3	3	3	3	26
73	4	4	4	3	3	3	5	5	31
74	4	4	4	3	4	4	3	4	30
75	3	4	3	5	3	4	3	4	29
76	3	4	3	5	3	4	4	3	29
77	3	4	3	4	4	4	5	5	32
78	3	5	4	3	3	3	4	4	29
79	3	4	3	3	5	4	3	5	30
80	3	4	3	3	3	4	5	5	30
81	3	4	3	5	5	4	3	4	31
82	3	4	5	3	5	3	3	4	30
83	3	3	4	3	4	3	4	3	27
84	4	3	4	4	2	4	4	3	28
85	4	4	5	5	3	4	5	4	34
86	3	4	4	4	3	3	4	3	28
87	3	4	4	2	5	3	4	4	29
88	3	4	5	3	3	4	5	3	30



MINISTRY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Uji Validitas

Correlations

		Jawaban_X 1	Jawaban_X 2	Jawban_ Y	Total_Jawab an
Jawaban_X1	Pearson Correlation	1	.140	.275**	.734**
	Sig. (2-tailed)		.192	.010	.000
	N	88	88	88	88
Jawaban_X2	Pearson Correlation	.140	1	.241*	.629**
	Sig. (2-tailed)	.192		.023	.000
	N	88	88	88	88
Jawban_Y	Pearson Correlation	.275**	.241*	1	.707**
	Sig. (2-tailed)	.010	.023		.000
	N	88	88	88	88
Total_Jawaban	Pearson Correlation	.734**	.629**	.707**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	88	88	88	88

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

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

Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.767	4

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		88
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.95267552
Most Extreme Differences	Absolute	.092
	Positive	.092
	Negative	-.053
Kolmogorov-Smirnov Z		.865
Asymp. Sig. (2-tailed)		.442

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	17.715	3.523		5.029	.048		
1 PengetahuanProduk	.201	.084	.246	2.388	.019	.980	1.020
PengetahuanNisbahBagiHasil	.210	.104	.207	2.011	.000	.980	1.020

a. Dependent Variable: KeputusanMenjadiNasabah

Uji Regresi Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	17.715	3.523		5.029	.048		
1 Pengetahuan Produk	.201	.084	.246	2.388	.019	.980	1.020
Pengetahuan Nisbah Bagi Hasil	.210	.104	.207	2.011	.000	.980	1.020

a. Dependent Variable: Keputusan Menjadi Nasabah



Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	17.715	3.523		5.029	.048
1 Pengetahuan Produk	.201	.084	.246	2.388	.019
Pengetahuan Nisbah Bagi Hasil	.210	.104	.207	2.011	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Menjadi Nasabah

Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	100.963	2	50.482	5.657	.005 ^b
	Residual	758.491	85	8.923		
	Total	859.455	87			

a. Dependent Variable: KeputusanMenjadiNasabah

b. Predictors: (Constant), PengetahuanNisbahBagiHasil, PengetahuanProduk

Korelasi Ganda R

Model Summary

Mode	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.343 ^a	.117	.097	2.987

a. Predictors: (Constant), PengetahuanNisbahBagiHasil, PengetahuanProduk

Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

Mode	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.343 ^a	.117	.097	2.987

a. Predictors: (Constant), PengetahuanNisbahBagiHasil, PengetahuanProduk

b. Dependent Variable: KeputusanMenjadiNasabah

DOKUMENTASI





RIWAYAT HIDUP PENULIS



Mahyuni, Lahir Di Ujung, Kelurahan Tiroang, Kecamatan Tiroang, Kabupaten Pinrang, Sulawesi Selatan Pada Tanggal 03 Maret 1996. Anak Ketiga dari empat Bersaudara Dari Pasangan Bapak Ismail Hadi dan Ibu Nurhayani Tassiara. Penulis berkebangsaan Indonesia dan beragama Islam.

Adapun riwayat pendidikan penulis. Penulis memulai pendidikannya di SDN 94 Ujung tiroang pada tahun 2002 sampai 2008. Kemudian melanjutkan

pendidikan Madrasah Tsanawiyah dan Madrasah Aliyah di pondok pesantren Al-Urwatul wutsqaa Benteng Sidenreng Rappang pada tahun 2008 sampai 2014. Selanjutnya Penulis melanjutkan pendidikannya di bangku perkuliahan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Parepare pada Tahun 2014 yang beralih status menjadi Institut Agama Islam Negeri parepare (IAIN Parepare), Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam, Program Studi Perbankan Syariah, Terdaftar sebagai mahasiswa baru pada tahun 2014. Penulis melaksanakan Kuliah Pengabdian Masyarakat di desa Balla, Kecamatan Baraka, Kabupaten Enrekang Sulawesi Selatan dan melaksanakan praktik pengalaman lapangan di Bank Bri Syariah Arief Rate Makassar. Pada tahun 2019 akhirnya menyelesaikan pendidikan di IAIN Parepare.

Untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E), Penulis menyelesaikan pendidikan sebagai mana semestinya dan mengajikan tugas akhir berupa skripsi yang berjudul : **Pengaruh Pengetahuan Tentang Produk Tabungan Dan Nisbah Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bri Syariah Di Kabupaten Pinrang.**