

**PENGARUH MOTIVASI DAN PENGETAHUAN PRODUK  
PERBANKAN SYARI'AH TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI  
NASABAH BANK MUAMALAT KANTOR CABANG  
PEMBANTU (KCP) CURUP**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk Memenuhi Syarat-syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)  
dalam Ilmu Perbankan Syari'ah**



**OLEH:**

**INTAN KARIMAH**

**NIM. 16631051**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARI'AH  
FAKULTAS SYARI'AH DAN EKONOMI ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
(IAIN) CURUP**

**2020**

Hal : Pengajuan Skripsi

Kepada

Yth. Bapak Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup

Di

Curup

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

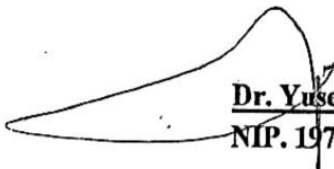
Setelah mengadakan pemeriksaan dan perbaikan seperlunya maka kami berpendapat skripsi saudara Intan Karimah mahasiswi IAIN Curup yang berjudul: *PENGARUH MOTIVASI DAN PENGETAHUAN PRODUK PERBANKAN SYARI'AH TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH BANK MUAMALAT INDONESIA KANTOR CABANG PEMBANTU (KCP) CURUP (STUDI KASUS NASABAH DUSUN CURUP)* sudah dapat diajukan dalam sidang skripsi munaqasyah Program Studi Perbankan Syari'ah, Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.

Demikian surat permohonan ini kami ajukan, Terima Kasih.


Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Curup, 10 Agustus 2020

**Pembimbing I**

  
**Dr. Yusefri, M. Ag**  
**NIP. 197002201998031007**

**Pembimbing II**

  
**Harianto Wijaya, ME**  
**NIP. -**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) CURUP  
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM**

Jl. DR. A.K. GANI No.01 KOTAK POS 108 TELP (0732)21010 – 217759 FAX 21010  
Homepage <http://www.iaincurup.ac.id> Email : [admin@iaincurup.ac.id](mailto:admin@iaincurup.ac.id) Kode Pos 39119

**PENGESAHAN SKRIPSI MAHASISWA**

Nomor : **356** /In. 34 / F.S /PP.00.9/08/2020

Nama : **Intan Karimah**  
NIM : **16631051**  
Fakultas : **Syariah dan Ekonomi Islam**  
Prodi : **Perbankan Syariah**  
Judul : **Pengaruh Motivasi dan Pengetahuan Produk Perbankan Syari'ah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup (Studi Kasus Nasabah Dusun Curup)**

Telah di Munaqasyahkan dalam sidang terbuka Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, pada :

Hari/Tanggal : **Kamis, 27 Agustus 2020**

Pukul : **09.30 – 11.00 Wib**

Tempat : **Gedung Munaqasyah Syariah dan Ekonomi Islam Ruang 3 IAIN Curup**

Dan telah diterima untuk melengkapi sebagai syarat-syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ilmu Perbankan syariah.

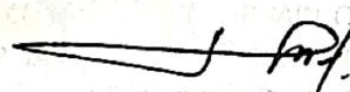
**TIM PENGUJI**

**Ketua,**

**Sekretaris,**

  
**Hardiyanto, M.Ag.**

NIP. 19720711 200112 1 002

  
**Ahmad Danu Saputra, S.E.I.,M.S.I**

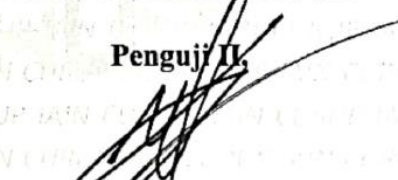
NIP. 19890424 201903 1 011

**Penguji I,**

**Penguji II,**

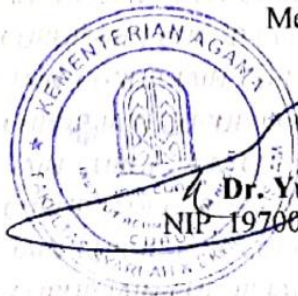
  
**Dr. Muhammad Istan, SE., M.Pd.,MM**

NIP. 19750219 200604 1 008

  
**Lendrawati, S.Ag.,S.Pd.,MA**

MDN. 2007037707

**Mengetahui,  
Dekan**



  
**Dr. Yusufri, M.Ag.**

NIP. 19700202 199803 1 007

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : **Intan Karimah**  
Nomor Induk Mahasiswa : **16631051**  
Fakultas : **Syari'ah dan Ekonomi Islam**  
Program Studi : **Perbankan Syari'ah**

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan penulis juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diajukan atau dirujuk dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi.

Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya bersedia menerima hukuman atau sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Curup, 10 Agustus 2020

Penulis,



**Intan Karimah**  
**NIM. 16631051**

## KATA PENGANTAR



*Assalammu'alaikum, Wr. Wb*

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan baik. Sholawat beserta salam senantiasa tercurah kepada Rasulullah Muhammad SAW yang memberikan dan menyampaikan petunjuk yang benar. Dan kepada keluarganya, para sahabat serta pengikutnya semoga tetap mendapatkan kesejahteraan dari Allah Ta'ala. Aamiin

Alhamdulillahirobil alamin, atas izin Allah dan doa serta usaha akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi yang berjudul **PENGARUH MOTIVASI DAN PENGETAHUAN PRODUK PERBANKAN SYARI'AH TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH BANK MUAMALAT INDONESIA KANTOR CABANG PEMBANTU (KCP) CURUP (STUDI KASUS NASABAH DUSUN CURUP)**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar sarjana (S1) pada Program Studi Perbankan Syari'ah, Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini, memang tidak sedikit kendala disertai hambatan yang dihadapi oleh penulis baik menyangkut waktu, pengumpulan data dan lain sebagainya. Namun, berkat nikmat Allah SWT, rasa terima kasih yang tulus penulis sampaikan karena telah memberikan kesehatan, kemampuan berpikir dan berkat kerja keras penulis, doa dari orang-orang tersayang,

beserta bantuan dari berbagai pihak, seperti dukungan, dorongan dan motivasi sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Dr. Rahmad Hidayat, M.Ag selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.
2. Bapak Dr. Yusefri, M.Ag selaku Dekan Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam.
3. Bapak Khairul Umam Khudhori, M.E.I selaku Ketua Program Studi Perbankan Syari'ah.
4. Bapak Dr. Muhammad Istan, S.E.,M.Pd.,MM, selaku Dosen Pembimbing Akademik (PA) yang selalu mengarahkan dan memotivasi penulis, sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
5. Bapak Dr. Yusefri, M.Ag selaku Pembimbing I dan Bapak Harianto Wijaya, M.E, yang telah memberikan bimbingan dan arahan dengan rasa sabar dan ikhlas dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Umi Sri Wihidayati M.H.I., yang senantiasa mengajarkan berbagai ilmu selama penulis tinggal di Ma'had Al-Jami'ah IAIN Curup.
7. Seluruh dosen IAIN Curup yang telah mengajarkan banyak ilmu selama masa perkuliahan penulis.
8. Seluruh karyawan PT Bank Muamalat Indonesia (KCP) Curup yang telah bersedia membantu penulis dalam pembuatan skripsi ini.
9. Seluruh nasabah yang telah meluangkan sedikit waktu untuk membantu saya dalam mengisi kuesioner.

Akhirnya dengan kerendahan hati, berharap agar skripsi ini bisa dimanfaatkan bagi semua orang dan penulis menyadari bahwa skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu penulis mengucapkan kata maaf atas segala kekurangan dan kepada Allah SWT penulis memohon Ridho-Nya. Atas segala bantuan dari berbagai pihak, penulis ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya, semoga Allah SWT membalas kebaikan dan bantuan dengan nilai pahala di sisi-Nya. Aamiin Yaa Robbal'aalamiin.

*Wassalammu'alaikum Wr. Wb.*

Curup, 10 Agustus 2020

P e n u l i s,

**Intan Karimah**  
**NIM. 16631051**

# MOTTO

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

”

Sabar tak bertepi, syukur tak berujung. Tidak ada kebahagiaan yang datang terus menerus demikian pula sebaliknya, teruslah berjalan, jangan berhenti!!! Sepahit apapun hidup, jika dengan Iman, hadapilah, Allah akan menolongmu.

...

Jika masa mudamu sering diremehkan orang lain, maafkan mereka. Tapi jangan lupa catat dan ingat nama mereka, untuk memotivasi dirimu agar selalu menjadi lebih baik dari mereka, Buktikan pada dunia bahwa mereka keliru, Do the best! Bismillah

...

“Whatever you are, Be a good one”

- Intan Karimah -

- CSG. IK 1998 -





# Persembahan

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Skripsi ini ku persembahkan untuk orang-orang yang aku hormati, aku cintai, dan aku sayangi.*

- ♥ *Ayahanda Muslim H. Zainuddin dan Ibunda Asnidarti Ahmad yang mengorbankan seluruh jiwa raganya, kasih sayang yang tak pernah habis, seluruh waktu, tenaga, dana yang tak terhitung demi memenuhi seluruh kebutuhan anaknya, demi sang buah hati untuk menggapai citai-cita. Kasih sayang mu takkan pernah terlupakan dan pengorbanan mu takkan pernah mampu terbalaskan semua. Cuma ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya dan doa buat Ayah Bunda semoga Allah selalu memberikan taufik serta hidayah-Nya, bahagia dunia maupun akhirat, dan semoga Surga Allah merindukan Ayah dan Bunda ku. Aamiin*
- ♥ *Keluarga besarku, Wodang Nurul Fadhila, S.Pd (Almh), Ngeh Yeni Afrianti S.pd, Dodo Emilia Gustina, Abang Kopral. Fachrudin, Su Reza Mayasari S.pd.I, Dongahku Imam Samawi S.Pd, Kakak Iparku Lilnan Sahidi S.pd dan Herwanza, dan ayuk iparku Sisksa Fitriani. S.Kep.Ners., yang selalu menasehati, memotivasi ku, membimbing, mengarahkan dan memberikan bantuan materi maupun material sehingga perjuangan ini dapat terlewatkan. Cuma ucapan terimakasih dan doa buat seluruh keluarga ku semoga selalu dalam Penjagaan Allah Swt, N Y E F R I I Forever (Nurul, Yeni, Emilia, Fachrudin, Reza, Imam, Intan)*

- ♥ *Pamanku sekeluarga besar Dr. Nuzuar Ahmad, M.pd & Kapten Lukman A, yang selalu mendukungku & memberikan bantuan materi maupun material selama penulis dalam menyelesaikan studi, semoga semua keluarga besar beliau selalu diberikan kesehatan dan selalu dalam lindungan Allah Swt.*
- ♥ *Keponakkan ku, Nisaqhi Nadhlsya Mufidah, Aziza Nafisa, Mustaghfirin Abid, Syifa Ghilda Nabila, Nadifah Usdah Hasanah dan Najwa Khaira, Semoga semua ponakkanku sukses baik dunia maupun akhirat, Aamiin*
- ♥ *Keluargaku selama ditanah rantau, Ayukku Desi Sugiarti S.pd., Ayuk Reni Puspa Wulandari S,Pd., Sahabat Terbaik ku Cheni Eka Putri Wulandari, Intan Tri Utami, Yulian Novita Sari, Devi Oktaviani, Serta Adik-adik ku Tersayang Shella Ponikasari, Dwi Apriyaningsih, Zauna Rahayu, Ferenia Lestarika, Nur Ayasun Attiqoh, Bunga Aurelia, Fatimah Tunsu, Septi Kadenia, Arwina. Mereka adalah orang-orang terbaikku ditanah rantau, Terimakasih atas kesetiannya, Terimakasih atas waktunya, Terimakasih atas motivasinya, Terimakasih karena selalu mendukungku, Terimakasih karena selalu mempercayaku, Kata-kataku terlalu miskin jika harus mendeskripsikan sebaik apa kalian berperan dalam hidupku, Jazakumullah Khairan Katsir, Kuserahkan semuanya kepada Semesta Semoga kebaikan selalu membersamai kalian semua, Aamiin*
- ♥ *Untuk Semua Kamar yang pernah kutempati selama di Mah'ad Al-Jami'ah, Room 12 Fatimah, Room 19 Masyitoh, Room 27 Hafsa, Room 9 Khadijah, They are is The Best Experince of My Life.*
- ♥ *KKN 39 Karang Jaya*
- ♥ *UKK KSEI FOKES Angkatan 2016*
- ♥ *Seluruh teman seperjuangan PS 2016 Khususnya Lokal B*
- ♥ *Serta Almamater Tercinta IAIN Curup*

**PENGARUH MOTIVASI DAN PENGETAHUAN PRODUK PERBANKAN  
SYARI'AH TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH BANK  
MUAMALAT INDONESIA KANTOR CABANG PEMBANTU  
(KCP) CURUP (Studi Kasus Nasabah Dusun Curup)**

**Intan Karimah  
16631051**

**Abstrak:** Saat ini, perusahaan tentunya tidak akan terlepas dari ketatnya persaingan terutama bagi Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup yang merupakan lembaga keuangan pertama murni syari'ah yang terus berkembang dikalangan masyarakat. Sehingga, dalam menanggapi situasi tersebut salah satu upaya yang dilakukan Bank Muamalat Indonesia (KCP) Curup adalah dengan meningkatkan kemampuan para pegawai dalam mempromosikan produk-produk yang ada di Bank Muamalat Indonesia (KCP) Curup. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh secara parsial antara variabel  $X_1$  terhadap  $Y$ , pengaruh secara parsial Pengetahuan Produk Perbankan Syari'ah  $X_2$  terhadap  $Y$ , dan pengaruh secara simultan  $X_1$  dan  $X_2$  terhadap  $Y$ .

Jenis penelitian ini yakni penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Sampel sebanyak 30 nasabah Bank Muamalat Indonesia (KCP) Curup yang ada di Dusun Curup. Menggunakan Teknik *nonprobability sampling* yaitu *purposive sampling*. Menggunakan Olahan SPSS v 20. Tingkat signifikansi yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah 5%.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel  $X_1$  terhadap  $Y$  dengan nilai  $t_{hitung}$  (2.399) lebih besar dari  $t_{tabel}$  (2.05183) dengan sig 0.024 < (0.05). (2) tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel  $X_2$  terhadap  $Y$  dengan nilai  $t_{hitung}$  (1.982) <  $t_{tabel}$  (2.05183) dengan sig 0.058 > (0.05). (3) terdapat pengaruh secara simultan antara variabel  $X_1$  dan  $X_2$  terhadap  $Y$  dengan nilai  $F_{hitung}$  (19.122) >  $F_{tabel}$  (3.34) dengan taraf signifikansi 0.000 < (0.05) dan berdasarkan uji determinasi sebesar 58.6% variabel  $Y$  dipengaruhi oleh variabel  $X_1$  dan  $X_2$ , sedangkan sisanya 41.4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan oleh penulis dalam penelitian ini.

**Kata Kunci :** *Motivasi, Pengetahuan Produk, Keputusan*

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGAJUAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>viii</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Batasan Masalah .....	4
C. Rumusan Masalah.....	4
D. Tujuan Penelitian .....	5
E. Manfaat Penelitian .....	6
F. Kerangka Berfikir .....	7
G. Hipotesis Penelitian .....	7
H. Definisi Operasional .....	10
I. Tinjauan Pustaka.....	12
J. Metode Penelitian .....	15
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>31</b>
A. Motivasi .....	31
B. Pengetahuan .....	38
C. Keputusan Konsumen .....	42

<b>BAB III GAMBARAN UMUM INSTANSI.....</b>	<b>55</b>
A. Sejarah Singkat Bank Muamalat Indonesia .....	55
B. Keadaan Umum Bank Muamalat Indonesia .....	58
C. Visi dan Misi.....	60
D. Tugas dan Fungsi .....	60
E. Produk-produk Bank Muamalat Indonesia .....	63
<b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>	<b>74</b>
A. Karakteristik Responden.....	74
B. Analisis Pengaruh Motivasi .....	76
C. Analisis Pengaruh Pengetahuan.....	82
D. Analisis Keputusan .....	86
E. Uji Asumsi Klasik.....	91
F. Uji Regresi Linier Berganda .....	96
G. Uji Hipotesis .....	99
H. Pembahasan Hasil Penelitian .....	103
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>108</b>
A. Kesimpulan .....	108
B. Saran .....	110

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	74
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Tingkatan Umur .....	75
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Responden.....	75
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan Responden .....	76
Tabel 4.5 Variabel Motivasi ( $X_1$ ).....	78
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Motivasi ( $X_1$ ).....	81
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Motivasi ( $X_1$ ) .....	82
Tabel 4.8 Variabel Pengetahuan Produk ( $X_2$ ) .....	83
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Pengetahuan Produk ( $X_2$ ) .....	85
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pengetahuan Produk ( $X_2$ ) .....	86
Tabel 4.11 Variabel Keputusan Nasabah (Y) .....	87
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Nasabah (Y) .....	90
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Nasabah (Y).....	91
Tabel 4.14 Uji Normalitas.....	92
Tabel 4.15 Uji Multikolinieritas.....	93
Tabel 4.16 Uji Heteroskedastisitas Uji Glejser .....	95
Tabel 4.17 Uji Autokorelasi.....	96
Tabel 4.18 Uji Regresi Linier Berganda .....	97
Tabel 4.19 Uji Koefisien Regresi Parsial (T).....	99
Tabel 4.20 Uji Koefisien Regresi Simultan (F) .....	101
Tabel 4.21 Uji Koefisien Determinasi .....	102

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Halaman</b>
Gambar 1.1: Kerangka Berfikir.....	7
Gambar 2.1: Proses Pengambilan Keputusan .....	47
Gambar 3.1: Struktur Organisasi Bank Muamalat Indonesia KCP Curup.....	73
Gambar 4.1: Uji Heteroskedastisitas.....	94

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Bank Syari'ah adalah Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip Syari'ah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syari'ah dan Bank Pembiayaan Syari'ah, definisi Bank menurut UU Perbankan dan UU Perbankan Syari'ah mengatakan 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.<sup>1</sup>

Dapat disimpulkan bahwa Bank mempunyai suatu pedoman penting dalam menjalankan usahanya, yaitu kepercayaan yang diberikan oleh masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari kegiatan Bank yang menerima simpanan dari masyarakat yang mempunyai kelebihan dana dan menyalurkannya kepada masyarakat lain yang memerlukan dana tersebut.

Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup yang merupakan salah satu unit lembaga keuangan Syari'ah dibawah PT. Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup yang bergerak secara khusus melayani jasa Perbankan berbasis non ribawi bagi nasabahnya. Bank Muamalat menawarkan berbagai variasi produk-produk yang bisa menjadi solusi bagi nasabah dalam menjawab kebutuhannya akan lembaga keuangan yang bebas bunga.

---

<sup>1</sup> Perwataatmadja Karnaen dan Muhammad Syafi'i Antonio, *Apa dan Bagaimana Bank Islam*, (Yogyakarta:Dana Bakti Wakaf, 2004), hlm.5



Bank Muamalat berupaya meningkatkan porsi pelayanan dalam portofolio penghimpunan dana maupun pembiayaannya. Untuk itu, Bank Muamalat ini terus berekspansi ke daerah-daerah khususnya Kabupaten Rejang Lebong. Tidak hanya kota Curup dan Kabupaten Rejang Lebong saja, Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup juga akan melayani masyarakat (nasabah) yang berada di wilayah Kabupaten Kepahiang dan Kabupaten Lebong. Lebih jauh, nasabah lintas Provinsi yaitu yang berasal dari kota Lubuk Linggau, Sumatera Selatan.

Jika melihat kondisi atau letak Kabupaten Rejang Lebong yang begitu strategis Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup mempunyai target yang akan menarik (Meningkatkan) nasabah Kabupaten Rejang Lebong bergabung dengan Bank yang murni Syari'ah ini yang pertama kali ada di Rejang Lebong. Melihat lokasi yang begitu strategis tersebut sehingga memudahkan masyarakat untuk datang ke Bank Muamalat.

Salah satu faktor penyebab yang menimbulkan rasa ingin menabung di Bank Syari'ah adalah Sumber Daya Manusia (SDM) di antaranya meliputi motivasi nasabah dan pengetahuannya akan Bank Syari'ah, motivasi disini adalah sesuatu yang menggerakkan seseorang untuk melakukan sesuatu untuk mencapai tujuannya, sehingga dia terdorong untuk melakukannya, bisa berupa dorongan dari luar atau dari dalam diri individu itu sendiri, dari dorongan tersebut seseorang pasti dihadapkan dengan beberapa pilihan dan motivasi tersebut akan sangat berguna jika seseorang ingin melakukan sesuatu atau memilih sesuatu, sama halnya dengan memilih jasa Perbankan apa yang akan

digunakan dalam kegiatan menabung, sedangkan pengetahuan disini adalah pengetahuan tentang produk Bank Syari'ah, dapat diperoleh melalui eksternal dan internal, dari eksternal seperti radio, majalah, teman, tetangga, dan dari internal seperti Kelompok Studi Ekonomi Islam dan pelajaran-pelajaran mengenai Perbankan Syari'ah. Jika dilihat dari media cara untuk memperoleh pengetahuan, maka pengetahuan erat kaitannya dengan minat seseorang untuk mengetahui tentang sesuatu terutama tentang Bank Syari'ah dan minat untuk menggunakan Bank Syari'ah itu sendiri.

Pengetahuan dapat diperoleh oleh masyarakat tentang Bank bebas bunga, namun tidak ada perangkat hukum yang mendukung, kecuali penetapan bunga sebesar 0% oleh Perbankan.<sup>2</sup> Dari pengetahuan tersebut, terbentuklah suatu ketertarikan masyarakat untuk mencoba produk Perbankan Syari'ah melalui menabung dan pihak Bank pun merespon akan antusias masyarakat, karena tabungan bagi masyarakat sangat penting untuk menyisihkan sebagian pendapatannya untuk keperluan di masa yang akan datang. Dan dari tabungan tersebut, maka ditawarkan bagi hasil oleh pihak Bank sesuai dengan nisbah yang disepakati oleh kedua belah pihak.

Berdasarkan pemaparan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang bertujuan untuk melihat hubungan dan seberapa besar pengaruh motivasi nasabah dan pengetahuan produk Perbankan Syari'ah terhadap minat seseorang untuk menggunakan Bank Syari'ah terutama untuk aktivitas menabung atau menyimpan dananya yang nasabahnya di wilayah Dusun Curup.

---

<sup>2</sup> Zainul Arifin, *Memahami Bank Syari'ah*, (Jakarta: Alvabeta, 2000), hlm. 26

Dengan alasan di atas maka penulis mengangkat sebuah judul yaitu: **Pengaruh Motivasi dan Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup (Studi Kasus Nasabah Dusun Curup).**

## **B. Batasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas dan agar penelitian ini lebih terarah, maka peneliti hanya memfokuskan penelitian ini pada nasabah yang menggunakan jasa Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup Kabupaten Rejang Lebong yang ada di Dusun Curup dengan jumlah nasabah yang dibatasi maksudnya adalah hanya pada 30 nasabah namun tidak menspesifikkan pada nasabah di produk tabungan apa . Selain itu, penelitian ini hanya dibatasi pada motivasi para nasabah memilih menjadi nasabah Dusun Curup di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup, pengetahuan para nasabah terhadap produk-produk yang ada di Perbankan Syariah, serta keputusan menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup.

## **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dapat di ambil beberapa rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh motivasi nasabah di Dusun Curup terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup?

2. Bagaimana pengaruh pengetahuan produk Perbankan Syari'ah nasabah di Dusun Curup terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup?
3. Bagaimana pengaruh secara simultan antara motivasi dan pengetahuan produk Perbankan Syari'ah nasabah di Dusun Curup terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup?

#### **D. Tujuan Penelitian**

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

1. Untuk mengetahui seberapa besar tingkat pengaruh motivasi nasabah di Dusun Curup terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup wilayah di Dusun Curup.
2. Untuk mengetahui seberapa besar tingkat pengaruh pengetahuan produk Perbankan Syari'ah nasabah di Dusun Curup terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup wilayah di Dusun Curup.
3. Untuk mengetahui pengaruh motivasi dan pengetahuan produk Perbankan Syari'ah nasabah Dusun Curup terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup wilayah di Dusun Curup.

## **E. Manfaat Penelitian**

### 1. Secara Teoritis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi pengembangan ilmu khususnya mengenai motivasi dan pengetahuan konsumen terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Syari'ah.

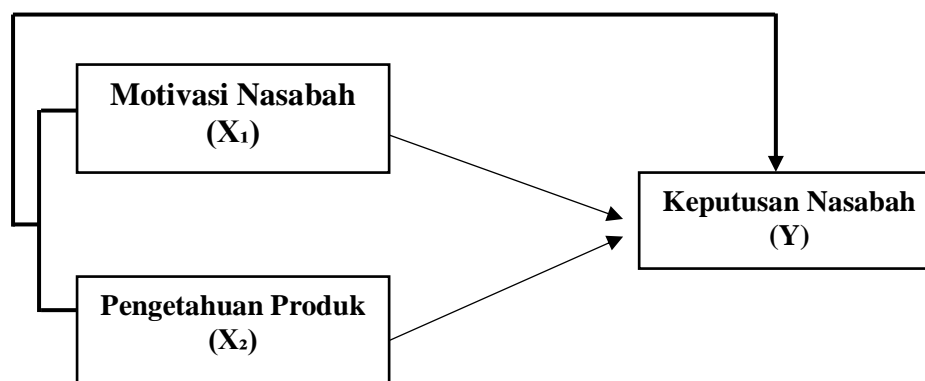
### 2. Secara Praktis

- a. Bagi Peneliti, sebagai penambah pengetahuan penulis dalam pemahaman mengenai motivasi dan pengetahuan produk Perbankan Syari'ah terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup, serta media untuk belajar dalam memecahkan masalah.
- b. Bagi Perusahaan, dapat memberikan informasi kepada perusahaan agar perusahaan mengetahui motivasi dan pengetahuan nasabah terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup.
- c. Bagi pihak luar, penelitian ini dapat digunakan bahan masukan bagi nasabah yang lain dalam memilih jasa Perbankan Syari'ah.

## F. Kerangka Berfikir

Gambar 1.1

Kerangka Pemikiran



Keterangan :       $\longrightarrow$       Parsial  
                                   $\dashrightarrow$       Simultan

## G. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian merupakan jawaban sementara terhadap tujuan penelitian yang diturunkan dari kerangka pemikiran yang telah dibuat. Hipotesis merupakan pernyataan tentatif tentang hubungan antara beberapa dua variabel atau lebih. Hipotesis merupakan dugaan sementara dari jawaban rumusan masalah penelitian.<sup>3</sup> Adapun rumusan masalahnya:

1. Bagaimana pengaruh motivasi Bagaimana pengaruh motivasi nasabah di Dusun Curup terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup?

Kemungkinan jawaban dari rumusan masalah tersebut adalah:

<sup>3</sup> V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, (Yogyakarta: PT. Pustaka Baru, 2015), hlm. 43

Ho1: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor motivasi nasabah di Dusun Curup terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup.

Ha1: Terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor motivasi nasabah di Dusun Curup terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup.

Hipotesis merupakan dugaan sementara dari 2 kemungkinan jawaban yang disimbolkan dengan H. Kemungkinan jawaban tersebut dipilih berdasarkan teori dan penelitian terdahulu, maka hipotesisnya adalah:

$H_1$  = Terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor motivasi nasabah di Dusun Curup signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup.

2. Bagaimana pengaruh pengetahuan produk Perbankan Syari'ah nasabah di Dusun Curup terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup?

Kemungkinan jawaban dari rumusan masalah tersebut adalah:

Ho2: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor pengetahuan produk Perbankan Syari'ah nasabah di Dusun Curup terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup.

Ha2: Terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor pengetahuan produk Perbankan Syari'ah nasabah di Dusun Curup terhadap

keputusan menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup.

Maka hipotesisnya adalah:

$H_2$  = Terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor pengetahuan produk Perbankan Syari'ah nasabah di Dusun Curup terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup.

3. Bagaimana pengaruh secara simultan antara motivasi dan pengetahuan produk Perbankan Syari'ah nasabah di Dusun Curup terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup?

Kemungkinan jawaban dari rumusan masalah tersebut adalah:

$H_{03}$ : Tidak terdapat pengaruh secara simultan antara variabel  $X_1$  dan  $X_2$  terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup.

$H_{a3}$ : Terdapat pengaruh secara simultan antara variabel  $X_1$  dan  $X_2$  terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup.

Maka hipotesisnya adalah:

$H_3$  = Terdapat pengaruh secara simultan antara variabel  $X_1$  dan  $X_2$  terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup.



## H. Definisi Operasional

Untuk menghindari kekeliruan pemaknaan judul, penulis akan menjelaskan istilah penting yang perlu dipahami terkait dengan judul penelitian ini yaitu sebagai berikut:

### 1. Pengaruh

Pengaruh adalah daya yang ada, timbul dari sesuatu atau orang berbeda yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang.<sup>4</sup> Jadi dalam penelitian ini pengaruh yang dimaksud adalah perilaku yang dapat merubah tindakan seseorang terhadap sesuatu.

### 2. Motivasi

Motivasi adalah “pendorongan” suatu usaha yang disadari untuk mempengaruhi tingkah laku seseorang agar ia tergerak hatinya untuk bertindak melakukan sesuatu sehingga mencapai hasil atau tujuan tertentu.<sup>5</sup>

### 3. Pengetahuan

Pengetahuan merupakan hasil “tahu” dan ini terjadi setelah orang melakukan penginderaan terhadap suatu obyek tertentu.<sup>6</sup> Dalam hal ini, penulis mengartikan bahwa pengetahuan merupakan segala sesuatu yang diketahui atau diperoleh berdasarkan panca indera terhadap objek tertentu. Panca indera yang dimaksudkan yaitu hasil dari proses melihat, mendengar, merasakan, dan berfikir.

---

<sup>4</sup> Team Pustaka Phoenix, Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta: Pustaka Phoenix, 2007), hlm.657

<sup>5</sup> M. Ngali Purwanto, *Psikologi Pendidikan*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), hlm. 71

<sup>6</sup> Susiani, “*Uji Korelasi Pengetahuan Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Di Bmt Pat Sepakat Iain Curup.*” Skripsi. (Fakultas Syari’ah dan Ekonomi Islam IAIN Curup, 2018). hlm.8

#### 4. Produk

Produk adalah sekumpulan sifat-sifat fisik dan kimia yang berwujud dan dihimpun dalam suatu bentuk yang serupa yang serupa dan telah dikenal.<sup>7</sup>

#### 5. Perbankan Syari'ah

Bank Syari'ah adalah Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip Syari'ah.<sup>8</sup>

#### 6. Keputusan

Keputusan merupakan bagian yang sangat penting dalam perilaku nasabah dalam suatu kegiatan fisik yang melibatkan nasabah dalam menilai, mendapatkan dan mempergunakan barang-barang serta jasa ekonomis.<sup>9</sup>

#### 7. Nasabah

Nasabah adalah seseorang ataupun lembaga yang bertransaksi atau menggunakan jasa suatu lembaga keuangan. Maka dalam penelitian ini yang menjadi nasabah adalah orang yang melakukan simpanan dan pinjaman di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup.

#### 8. Bank Muamalat Indonesia

Bank Muamalat Indonesia, adalah Bank umum pertama di Indonesia yang menerapkan prinsip Syari'ah Islam dalam menjalankan operasionalnya. Didirikan pada 1 November 1991, yang diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Pemerintah Indonesia. Mulai

---

<sup>7</sup> M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar Dasar Pemasaran Bank Syari'ah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm.139

<sup>8</sup> Andi Soemitra, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2009), hlm. 61

<sup>9</sup> Susiani, *Op.Cit.*, hlm. 9

beroperasi pada tahun 1992, yang didukung oleh cendekiawan Muslim dan pengusaha, serta masyarakat luas.<sup>10</sup>

## I. Tinjauan Pustaka

Dalam penelitian ini, penulis bukanlah yang pertama membahas mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menjadi nasabah dengan jenis penelitian dan objek yang berbeda. Tetapi penelitian ini bukan duplikat dari penelitian sebelumnya, diantaranya yaitu:

1. Oktaria Ade Putri, skripsi berjudul *“Pengaruh Experiential–Marketing Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syari’ah (Studi Kasus pada PT Bank Muamalat Indonesia Tbk. Kantor Cabang Pembantu Curup)* dengan hasil penelitian bahwa F hitung sebesar 9.168 > F tabel 2.543 dengan nilai taraf signifikan  $\text{sig} < \alpha$  yakni  $0.000 < 0.05$ . Dengan demikian karena  $\text{sig} < \alpha$  mempunyai nilai probabilitas lebih kecil dari 0.05. Hal ini dapat dilihat dari variabel yang berpengaruh ialah variabel act bahwa t hitung untuk variabel act (X4) sebesar 4.282, t tabel sebesar 2.005 dengan nilai 130 signifikansi sebesar 0.000. Berarti  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Dikarenakan t hitung < t tabel ( $4.282 < 2.005$ ), dan tidak signifikan karena nilai signifikan  $0.000 > 0.05$ . Sehingga dapat penulis simpulkan bahwa act secara parsial berpengaruh signifikan Sedangkan pada variabel sense (X1) dengan t hitung < t tabel ( $0.734 < 2.005$ ) dan tidak signifikan sebab nilai signifikan  $0.497 > 0.05$ . sense secara parsial tidak berpengaruh signifikan Untuk variabel feel (X2) t hitung < t tabel ( $1.536 <$

---

<sup>10</sup> Bank Muamalat Indonesia, *Pengertian Bank Muamalat Indonesia*”, [https://id.wikipedia.org/wiki/Bank\\_Muamalat\\_Indonesia](https://id.wikipedia.org/wiki/Bank_Muamalat_Indonesia). Diakses pada tanggal 20 Juni 2020, pukul 17:34 WIB.

2.005) dan tidak signifikan karena nilai signifikan  $0.130 > 0.05$ . *feel* secara parsial tidak berpengaruh signifikan. Selanjutnya untuk variabel *think* (X3) *t* hitung  $< t$  tabel ( $1.548 < 2.005$ ), dan tidak signifikan karena nilai signifikan  $0.128 > 0.05$ . Berarti  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Bahwa *think* secara parsial tidak berpengaruh signifikan. Untuk variabel *relate* (X5) *t* hitung  $< t$  tabel ( $0.149 < 2.005$ ), dan tidak signifikan karena nilai signifikan  $0.882 > 0.05$ . Sehingga dapat penulis simpulkan bahwa *relate* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah.<sup>11</sup>

2. Rini Evi Putri, skripsi berjudul ***“Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah Mandiri Curup Di Kelurahan Air Bang Kecamatan Curup Tengah”*** dengan hasil penelitian bahwa koefisien korelasi (R) atau hubungan yang signifikan yaitu sebesar 0,991, Sedangkan koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) atau sumbangan pengetahuan terhadap minat masyarakat adalah sebesar 98,2%. Berarti tingkat pengetahuan masyarakat sangat berpengaruh terhadap minat menabung di Bank Syariah Mandiri KCP Curup.<sup>12</sup>
3. Prihatin Kristiya weni, skripsi berjudul ***“Pengaruh Pengetahuan Mahasiswa Tentang Ekonomi Islam Terhadap Preferensi Memilih Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Pendidikan Agama Islam***

---

<sup>11</sup> Oktaria Ade Putri, *“Pengaruh Experiential–Marketing Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah (Studi Kasus pada PT Bank Muamalat Indonesia Tbk. Kantor Cabang Pembantu Curup)”*, (Skripsi—STAIN Curup, 2014)

<sup>12</sup> Rini Evi Putri, *“Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah Mandiri Curup Di Kelurahan Air Bang Kecamatan Curup Tengah”*, (Skripsi—STAIN Curup, 2012)

***Semester 7 STAIN Curup)***”. dengan hasil penelitian bahwa dimana  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel, yaitu ( $6,265 > 1,725$ ). Hasil angka R squer ( $R^2$ ), yaitu sebesar 64,1%. Angka tersebut menjelaskan bahwa pengaruh variabel X (pengetahuan mahasiswa) terhadap variabel Y (minat mahasiswa) adalah 64,1%. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 35,9% dipengaruhi oleh faktor lain selain dari pengetahuan mahasiswa yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Dengan melihat hasil dari uji  $t$  dan nilai dari koefesien diterminasi tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa pengetahuan mahasiswa tentang ekonomi islam berpengaruh terhadap preferensi memilih Bank Syari’ah.<sup>13</sup>

4. Siti Kholila, Skripsi yang berjudul ***“Pengaruh Motivasi Menghindari Riba Dan Pengetahuan Produk Perbankan Syari’ah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Muamalat KC Surabaya – Mas Mansyur”***. Dengan hasil penelitian bahwa motivasi menghindari riba dan pengetahuan produk Perbankan Syari’ah secara simultan terhadap keputusan menjadi nasabah berpengaruh secara positif dan signifikan dengan proporsi motivasi menghindari riba (X1) dan pengetahuan produk Perbankan Syari’ah (X2) terhadap keputusan menjadi nasabah (Y) sebesar 53,6%. Sedangkan untuk pengujian parsial motivasi menghindari riba dan pengetahuan produk Perbankan Syari’ah terhadap keputusan menjadi nasabah diketahui bahwa motivasi menghindari riba (X1) berpengaruh secara positif dan signifikan. Variabel kedua pengetahuan produk Perbankan Syari’ah (X2) juga

---

<sup>13</sup> Prihatin Kristiya weni, *“Pengaruh Pengetahuan Mahasiswa Tentang Ekonomi Islam Terhadap Preferensi Memilih Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Pendidikan Agama Islam Semester 7 STAIN Curup)”* (Skripsi—STAIN Curup, 2016).

berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah (Y) di Bank Muamalat KC Surabaya – Mas Mansyur.<sup>14</sup>

Dari beberapa hasil penelitian yang diuraikan diatas, meskipun sama-sama meneliti masalah pengaruh sebagai topik penelitian. Namun diketahui penelitian yang dilakukan penulis ini memiliki perbedaan yaitu dari segi objek penelitian yang berbeda dimana pada penelitian ini berlokasi di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup, serta belum ada penelitian yang menggunakan variabel dependen yang sama persis dalam hal motivasi dan pengetahuan produk Perbankan Syari'ah terhadap keputusan menjadi Nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup.

## **J. Metode Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Jenis Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini deskriptif kuantitatif. Menurut Kasiram dalam buku V.Wiratna Sujarweni menjelaskan bahwa pendekatan kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui.<sup>15</sup> Penelitian kuantitatif dapat dilaksanakan dengan penelitian deskriptif. Dengan metode deskriptif, memungkinkan penulis untuk melihat pengaruh antar variabel, menguji

---

<sup>14</sup> Siti Kholila, “*Pengaruh Motivasi Menghindari Riba Dan Pengetahuan Produk Perbankan Syari'ah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Muamalat KC Surabaya – Mas Mansyur*” (Skripsi—UIN Sunan Ampel, Surabaya, 2018)

<sup>15</sup> V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, (Yogyakarta: 2015), hlm.

hipotesis, mengembangkan generalisasi, dan mengembangkan teori yang memiliki validitas universal.<sup>16</sup>

Metode Penelitian ini diharapkan dapat menemukan keterkaitan antara variabel-variabel yang akan diteliti. Dalam penelitian ini sebagai variabel bebas ( $X_1$ ) yakni motivasi, ( $X_2$ ) pengetahuan produk Perbankan Syari'ah dan variabel terikat (Y) adalah keputusan menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup baik secara parsial maupun secara simultan.

## 2. Populasi dan Sampel

### a. 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. Jadi populasi disini bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu.<sup>17</sup> Maka target populasi dalam penelitian adalah pengguna jasa Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup yang ada di Dusun Curup. seperti dosen IAIN Curup, Murabby-murabbiyah Ma'had Al-Jami'ah IAIN Curup dan warga lainnya, nasabah di Dusun Curup sejumlah 300 orang, jadi diambil 10% dari 300 orang menjadi 30 orang responden.

---

<sup>16</sup> Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Rosda, 2013), hlm. 37-38

<sup>17</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 117

## b. Sampel

Sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian.<sup>18</sup> Adapun teknik yang digunakan dalam *nonprobability sampling* yakni menggunakan teknik *purposive sampling* yang mana teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan khusus sehingga layak dijadikan sampel, misal dalam penelitian ini akan melakukan penelitian tentang motivasi nasabah, maka sebagai sampelnya adalah orang-orang yang sudah jadi nasabah dalam suatu jasa Perbankan.<sup>19</sup>

Menurut Arikunto apabila populasi kurang dari 100, maka lebih baik diambil semua sebagai sampel, selanjutnya jika populasi diatas 100 maka dapat diambil sampel 10%-15% dari populasi. Dari teori tersebut maka peneliti mengambil sampel sebanyak 10% dari jumlah populasi yang ada yaitu dengan rumus, sebagai berikut:<sup>20</sup>

$$n = \frac{10}{100} \times N \text{ (jumlah populasi)}$$

$$n = \frac{10}{100} \times 300$$

$$n = 30$$

Dengan kata lain sampel dalam penelitian ini adalah 30 orang responden nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu

---

<sup>18</sup> V. Wiratna Sujarweni, *Op.Cit.*, hlm. 81

<sup>19</sup> Erwin Widiasworo, *Menyusun Penelitian Kuantitatif untuk Skripsi dan Tesis*, (Yogyakarta: Arasaka Publisher, 2019), hlm. 81

<sup>20</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), hlm. 130



(KCP) Curup yang ada di Dusun Curup. Adapun teknik yang digunakan yakni *nonprobability sampling* yaitu dengan *purposive sampling*.

### 3. Jenis Data

Untuk melengkapi penelitian ini maka perlu didukung oleh data yang lengkap dan akurat. Berdasarkan sumbernya, jenis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder, yaitu :

#### a. Data Primer

Data Primer merupakan data penelitian yang diperoleh dari responden melalui kuesioner, kelompok fokus, dan panel, atau juga data hasil wawancara peneliti dengan narasumber.<sup>21</sup> Dalam hal ini penulis memperoleh data dari wawancara dan hasil penyebaran kuesioner (angket) kepada nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup.

#### b. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini berupa hasil dari kajian pustaka yang mendukung penulisan penelitian ini yang diperoleh dari literatur yang relevan dengan penelitian, disamping itu juga didapat dari data wawancara dengan pihak Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup yang menjadi pendukung data primer.

### 4. Sumber Data

---

<sup>21</sup> V. Wiratna Sujarweni, *Op.Cit.*, hlm. 89

Pada penelitian ini yang merupakan penelitian kuantitatif maka sumber data yang penulis gunakan berupa sumber data dari responden untuk mengetahui tanggapan terhadap motivasi nasabah dan pengetahuan produk Perbankan Syari'ah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup. Adapun profil responden akan digunakan untuk mengetahui karakteristik responden, yang nantinya akan diklasifikasikan ke dalam beberapa karakteristik responden.

#### 5. Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen pengumpulan data menurut Arikunto yang dikutip oleh Albert Kurniawan adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah olehnya.<sup>22</sup> Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner (angket). Lembar kuesioner adalah lembar yang berisi pertanyaan atau pernyataan kepada subjek atau responden yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh motivasi dan pengetahuan produk Perbankan Syari'ah terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup.

Tujuan dari pembuatan kuesioner ini adalah untuk memperoleh informasi yang relevan dengan reliabilitas dan validitas setinggi mungkin. Sehingga dengan demikian akan memperoleh informasi yang relevan dan mampu menjawab rumusan masalah dalam penelitian yang penulis sampaikan sebelumnya.

---

<sup>22</sup> Albert Kurniawan, *Metode Riset Untuk Ekonomi dan Bisnis Teori, Konsep dan Praktik Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 27

## 6. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data dalam penyusunan penelitian ini, penulis menggunakan 3 (tiga) teknik pengumpulan data, yaitu:

### a. Kuesioner (Angket)

Pada penelitian ini, penggunaan kuesioner merupakan sumber data utama dalam pengumpulan data. Kuesioner yang merupakan alat pengumpulan data ini pada umumnya berisikan rangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis yang akan dijawab oleh responden, ini digunakan untuk mengumpulkan informasi dari responden yang berkaitan dengan penelitian.<sup>23</sup> Tipe skala pengukuran yang digunakan ialah salah satu dari tipe skala sikap yakni skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.<sup>24</sup> Adapun dalam penelitian ini kuesioner ditujukan kepada nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup dengan kriteria tertentu.

Jenis angket yang digunakan adalah angket yang disajikan dalam bentuk sedemikian rupa sehingga responden diminta untuk memilih satu jawaban yang sesuai dengan karakteristik dirinya dengan cara memberi tanda silang (X) atau tanda cheklis (✓). Dan *alternative* jawaban berupa Sangat Setuju (SS) diberi skor 5, Setuju (S) diberi skor 4, Ragu-Ragu (RR) diberi skor 3, Tidak Setuju (TS) diberi skor 2, dan Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1 serta Sangat Tau (ST) diberi skor 5, Tau (T) diberi

---

<sup>23</sup> Sugiyono, *Op.Cit.*, hlm.134

<sup>24</sup> Riduwan, *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2005), hlm. 12

skor 4, Ragu-Ragu (RR) diberi skor 3, Tidak Tau (TT) diberi skor 2, dan Sangat Tidak Tau (STT) diberi skor 1.

b. Wawancara

Wawancara pelaksanaannya dapat dilakukan secara langsung berhadapan dengan yang diwawancarai, tetapi dapat juga secara tidak langsung seperti memberikan daftar pertanyaan untuk dijawab pada kesempatan lain.<sup>25</sup> Wawancara dilakukan langsung dengan informan yaitu terdiri dari pengurus atau pimpinan PT. Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup. Wawancara peneliti lakukan untuk mendapatkan data yang akurat.

c. Kajian Kepustakaan

Dalam kajian pustaka ini penulis membaca, meneliti, mempelajari, memahami bahan-bahan tertulis cetak maupun tidak seperti buku, artikel, jurnal-jurnal, *e-book*, internet dan informasi yang tertulis lainnya yang berkaitan dengan pembahasan dalam penelitian ini, seperti tentang Perbankan Syari'ah secara umum, konsep motivasi, dan perilaku konsumen. Dalam kajian kepustakaan ini ditujukan untuk mendukung penelitian penulis sebagai data sekunder.

## 7. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini yang berupa penelitian deskriptif kuantitatif maka penulis menggunakan beberapa tahap dan teknik analisis data

---

<sup>25</sup> *Ibid.*, hlm. 51

kuantitatif yang menggunakan SPSS Statistics v 20, beberapa tahap teknik yang dimaksud yakni:

a. Tahap Analisis Data

1) Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan atau kesahihan suatu alat ukur. Alat ukur yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah.<sup>26</sup> Uji validitas dilakukan setiap butir soal. Hasilnya dibandingkan dengan r tabel yaitu  $df = n - k$  dengan tingkat kesalahan 5% dan jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka butir soal disebut valid.<sup>27</sup> Maka dalam penelitian ini diuji validitas digunakan untuk mengetahui kevalidan angket baik itu variabel bebas yaitu motivasi ( $X_1$ ) dan pengetahuan produk Perbankan Syari'ah ( $X_2$ ) dan variabel terikat keputusan menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup (Y).

2) Uji Reliabilitas

Menurut Riduwan uji reliabilitas dilakukan untuk mendapatkan tingkat ketetapan instrumen yang digunakan.<sup>28</sup> Adapun menurut Albert Kurniawan reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan.<sup>29</sup> Alat dalam uji reliabilitas untuk instrumen dapat

---

<sup>26</sup> Riduwan, *Metode Dan Teknik Menyusun Proposal Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 73

<sup>27</sup> Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian (Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah)*, (Jakarta: Kencana, 2011), h.169

<sup>28</sup> Riduwan, *Op. Cit.*, hlm. 74

<sup>29</sup> Albert Kurniawan, *Op Cit.*, hlm. 102

dikatakan reliabel yakni apabila nilai *cronbach's alpha*  $> 0.60$ , disebut reliabel. Maka dalam penelitian ini uji reliabilitas untuk mengetahui konsistensi angket antar variabel bebas yaitu motivasi ( $X_1$ ) dan pengetahuan produk Perbankan Syariah ( $X_2$ ) dan variabel terikat keputusan menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup (Y).

b. Pendekatan Analisis Data

1) Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal.<sup>30</sup> Uji normalitas yang dilakukan dalam penelitian ini yakni dengan uji *Shapiro Wilk*. Maka uji normalitas ini digunakan untuk mengetahui apakah data penelitian berdistribusi normal pada variabel bebas motivasi ( $X_1$ ) dan pengetahuan produk Perbankan Syariah ( $X_2$ ) dan variabel terikat keputusan menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup (Y).

b) Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya kolerasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas

---

<sup>30</sup> *Ibid.*, hlm.156

dalam suatu regresi linear berganda. Adapun beberapa cara mendeteksi multikolinieritas sebagai berikut:<sup>31</sup>

- (1) Jika nilai VIF tidak lebih dari 10 dan nilai *tolerance* tidak kurang dari 0,1 maka model tersebut dinyatakan terbebas dari multikolinieritas.
- (2) Jika nilai koefisien kolerasi antar masing-masing variabel *independent* kurang dari 0,70 maka model tersebut dinyatakan terbebas dari multikolinieritas.
- (3) Jika nilai koefisien determinasi, baik nilai  $R^2$  maupun *adjusted R<sup>2</sup>* diatas 0,60 maka diasumsikan model tersebut terkena dari multikolinieritas.

Maka pada penelitian ini uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi antar variabel bebas motivasi ( $X_1$ ) dan pengetahuan produk Perbankan Syari'ah ( $X_2$ ), dalam penelitian ini uji multikolinieritas seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel tersebut.

c) Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Apabila kesalahan residual yang diamati tidak memiliki varian yang konstan. Residual adalah faktor-faktor lain yang

---

<sup>31</sup> Setiawan & Dwi Endah Kusriani, *Ekonometrika*, (Yogyakarta: ANDI, 2010), hlm. 92

terlibat akan tetapi tidak termuat dalam model. Karena residual ini merupakan variabel yang tidak diketahui, maka diasumsikan bahwa nilai residual bersifat acak.<sup>32</sup> Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas atau tidaknya heteroskedastisitas.

Deteksi heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan metode *scatterplot* dengan memplotkan nilai ZPRED (nilai reduksi) dengan SRESIO (nilai residual) dan menggunakan uji glejser. Model yang baik jika tidak terdapat pola tertentu pada grafik, seperti mengumpul ditengah, menyempit kemudian melebar atau sebaliknya.<sup>33</sup>

Maka pada penelitian ini uji heterokedastisitas digunakan untuk mengetahui korelasi antar observasi variabel bebas yaitu motivasi ( $X_1$ ) dan pengetahuan produk Perbankan Syari'ah ( $X_2$ ) dengan nilai signifikansi  $> 0,05$  kesimpulannya tidak terjadi heterokedastisitas.

#### d) Uji Autokolerasi

Autokorelasi adalah keadaan dimana terjadinya korelasi dari residual untuk pengamatan yang lain yang disusun menurut runtut waktu. Uji autokorelasi bertujuan mengetahui ada

---

115 <sup>32</sup> Perbankan Syari'ah Lokal VI.A, *Ekonometrika*, (Curup: STAIN Curup, 2017-2018), hlm.

<sup>33</sup> *Ibid.*, hlm. 117



tidaknya korelasi antara variabel pengganggu ( $\varepsilon_i$ ) pada periode tertentu dengan variabel pengganggu periode sebelumnya ( $\varepsilon_{t-1}$ ).<sup>34</sup> Dalam penelitian ini uji statistik yang digunakan adalah uji *Durbin Watson*.<sup>35</sup>

## 2) Analisis Regresi Linier Berganda

Persamaan regresi linier multiple adalah model persamaan regresi linier dengan variabel bebas lebih dari satu.<sup>36</sup> Analisis regresi linier berganda adalah analisis regresi yang variabel tak bebas Y ditentukan oleh sekurang-kurangnya dua variabel bebas X dan setiap variabel X maupun variabel Y hanya berpangkat satu (linier).<sup>37</sup> Analisis ini berguna untuk mengetahui pengaruh antar variabel *independent* terhadap variabel *dependent* serta untuk mengetahui variabel manakah yang paling berpengaruh diantara variabel-variabel yang lain dengan menggunakan persamaan regresi linier berganda, yang mana bentuk persamaan sebagai berikut.<sup>38</sup>

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + \varepsilon$$

Keterangan :

Y : Nilai dari variabel dependent

a : Koefisien konstanta

$b_1$  : Koefisien regresi variabel  $X_1$  terhadap variabel Y

---

<sup>34</sup> Albert Kurniawan, *Op Cit.*, hlm. 158

<sup>35</sup> Perbankan Syariah Lokal VI.A, *Op.Cit.*, hlm. 128-130

<sup>36</sup> Albert Kurniawan., *Op. Cit.*, hlm. 194

<sup>37</sup> Perbankan Syariah Lokal VI.A, *Op.Cit.*, hlm. 81

<sup>38</sup> Albert Kurniawan., *Op. Cit.*, hlm. 194

$b_2$  : Koefisien regresi variabel  $X_2$  terhadap variabel  $Y$

$X_1$  : Variabel independent (motivasi)

$X_2$  : Variabel independen (pengetahuan produk)

$\varepsilon$  : Error

### 3) Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis digunakan untuk menguji adanya pengaruh motivasi dan pengetahuan produk Perbankan Syari'ah terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Syari'ah. Pengujian dilakukan secara parsial dengan menggunakan Uji T dan secara simultan Uji F.

#### a) Uji Koefisien Regresi Parsial (uji t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel *independent* yakni motivasi ( $X_1$ ), pengetahuan produk ( $X_2$ ) secara parsial (sendiri) berpengaruh signifikan terhadap variabel *dependent* yakni keputusan nasabah ( $Y$ ). Rumus  $t_{hitung}$  pada analisis regresi adalah:

$$t_{hitung} = \frac{b_1}{Sb_1}$$

Keterangan :

$b_i$  : Koefisien regresi variabel  $i$

$Sb_i$  : Standar error variabel  $i$

Atau dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-k-1}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

R : Koefisien korelasi parsial

k : Jumlah variabel independen

n : Jumlah data atau kasus

b) Uji Koefisien Regresi Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel *independent* ( $X_1, X_2 \dots X_n$ ) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *dependent* (Y). Atau untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel *dependent* atau tidak.<sup>39</sup> Dalam penelitian ini Uji F atau uji simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel *independent* dengan atribut motivasi ( $X_1$ ), dan pengetahuan produk ( $X_2$ ) secara bersamaan atau simultan mempengaruhi variabel *dependent* dengan atribut keputusan nasabah (Y). Tahap-tahap untuk melakukan Uji F adalah sebagai berikut:<sup>40</sup>

- (1) Menentukan hipotesis
- (2) Menentukan tingkat signifikan
- (3) Menentukan  $F_{hitung}$
- (4) Menentukan  $F_{tabel}$

---

<sup>39</sup> Perbankan Syariah Lokal VI.A, *Op.Cit.*, hlm.55

<sup>40</sup> *Ibid.*, hlm. 56

(5) Kriteria pengujian:

- $H_0$  diterima jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$
- $H_0$  ditolak jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$

$F_{hitung}$  dapat dicari dengan rumus sebagai berikut:

$$F_{hitung} = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

Keterangan :

$R^2$  : Koefisien determinasi

$n$  : Jumlah data atau kasus

$k$  : Jumlah variabel independen

c) Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Menurut Albert Kurniawan bahwa koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel *dependent*. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu semakin besar  $R^2$  semakin baik hasil untuk model regresi tersebut dan semakin mendekati nol maka variabel *independent* secara keseluruhan tidak dapat menjelaskan variabel *dependent*.<sup>41</sup> Nilai koefisien determinasi yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel *independent* dalam menjelaskan variasi variabel *dependent* amat terbatas. Untuk menentukan nilai koefisien determinasi

---

<sup>41</sup> *Ibid.*, hlm. 158

dinyatakan dengan nilai *Adjusted R Square*. Adapun rumus koefisien determinasi adalah:

$$R^2 = (r)^2 \times 100\%$$

Keterangan :

$R^2$  : Koefisien Determinasi

R : Koefisien Korelasi

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Motivasi

##### 1. Pengertian Motivasi

Esa Nur Wahyuni dalam bukunya mengatakan bahwa Motivasi berasal dari kata Latin *moveers* yang berarti menggerakkan. Kata motivasi lalu diartikan sebagai usaha menggerakkan. Secara definisi motivasi adalah sebagai kondisi internal yang memunculkan, mengarahkan, dan menjaga sebuah perilaku. Dalam definisi demikian, maka pada dasarnya motivasi merupakan proses yang terjadi di dalam diri individu yang mengarahkan aktivitas individu mencapai tujuan yang perlu didorong dan dijaga.<sup>42</sup>

Bahkan motif dapat diartikan sebagai suatu kondisi intern (kesiap siagaan) berawal dari kata “motif” itu maka motivasi dapat diartikan sebagai daya penggerak yang telah menjadi aktif. Motif menjadi aktif pada saat-saat tertentu terutama bila kebutuhan untuk mencapai tujuan sangat dirasakan atau mendesak.<sup>43</sup>

Dari definisi diatas dapat dijelaskan bahwa motivasi itu dapat menggerakkan seseorang untuk melakukan sesuatu, bahkan bisa bekerja sangat aktif jika sesuatu yang ingin dilakukan sangat dibutuhkan atau bahkan sangat mendesak, sehingga motivasi sangat mempengaruhi manusia tersebut.

---

<sup>42</sup> Esa Nur Wahyuni, *Motivasi dalam Pembelajaran*, (Malang: UIN-Malang Press, 2010), hlm. 12-13

<sup>43</sup> Sadirman, *Interaksi Dan Motivasi Belajar Mengajar*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2014), hlm. 73

Menurut Syaiful Bahri Djamarah motivasi adalah suatu perubahan energi didalam pribadi seseorang yang ditandai dengan timbulnya afektif (perasaan) dan reaksi untuk mencapai tujuan. Perubahan energi dalam diri seseorang itu berbentuk suatu aktivitas nyata berupa kegiatan fisik, karena seseorang mempunyai tujuan tertentu dari aktivitasnya. Maka seseorang mempunyai motivasi yang kuat untuk mencapainya dan segala upaya yang dapat dia lakukan untuk mencapainya.<sup>44</sup>

Mc Donald dalam Wasty Soemanto menjelaskan definisi tentang motivasi sebagai suatu perubahan tenaga di dalam diri atau pribadi seseorang yang ditandai oleh dorongan afektif dan reaksi-reaksi dalam usaha mencapai tujuan.<sup>45</sup> Definisi ini berisi tiga hal, yaitu:

- a. Motivasi dimulai dengan suatu perubahan tenaga dalam diri seseorang.
- b. Motivasi itu ditandai oleh dorongan afektif
- c. Motivasi ditandai oleh reaksi-reaksi mencapai tujuan

Jika motivasi dikaitkan dengan ekonomi maka motivasi ekonomi adalah alasan, dorongan dan aktivitas yang dilakukan seseorang atau badan untuk menuntut tindakan ekonomi. Setiap alasan dapat mendorong orang untuk mencoba melakukan aktivitas, kegiatan ataupun tindakan, dan setiap aktivitas, kegiatan atau tindakan seseorang itu didorong oleh keinginan atau motivasi untuk mencapai tujuan yang terkait. Pentingnya motivasi ini karena motivasi merupakan suatu hal yang menyebabkan, menyalurkan, dan mendukung perilaku manusia agar mau giat bekerja dan antusias mencapai

---

<sup>44</sup> Syaiful Bahri Djamarah, *Psikologi Belajar*, (Jakarta: PT Rineka cipta, 2002), hlm.114

<sup>45</sup> Wasty Soemanto, *Psikologi Pendidikan*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 1998), hlm. 203-204

hasil yang optimal. Pada dasarnya semua motivasi itu datang dari dalam diri, faktor luar hanyalah pemicu munculnya motivasi tersebut.

## 2. Jenis-jenis Motivasi

Ada berbagai jenis motivasi tentunya untuk berbagai jenis orang, yang pada dasarnya terdapat 7 (tujuh) jenis motivasi, yakni sebagai berikut:<sup>46</sup>

### a. Motivasi Prestasi

Setiap orang yang dengan tipe motivasi ini fokus pada pencapaian tujuan. Motivasi ini membentuk dasar bagi kehidupan yang baik, memberikan motivasi kepribadian yang dinamis dan menghormati diri sendiri. Orang biasanya menetapkan target yang dicapai tidak terlalu sulit dalam pencapaian. Dengan melakukan ini, mereka memastikan untuk melakukan tugas-tugas yang bisa mereka capai.

### b. Motivasi Peningkatan Diri

Motivasi Diri merupakan kemampuan untuk memenuhi keinginan, harapan, atau tujuan tanpa dipengaruhi oleh orang lain. Motivasi ini penting untuk mencapai kesuksesan dalam pekerjaan dan kehidupan pribadi. Menurut hirarki kebutuhan maslow, orang memiliki kebutuhan manusia diatur dalam lima langkah. Sebelum lebih tinggi tingkat kebutuhan diaktifkan, tingkat kebutuhan lebih rendah harus

---

<sup>46</sup> Kun Nurachadijat & Dodi Ahmad Fauzi, *Membangun Motivasi Kepemimpinan*, (Jakarta: Edsa Mahkota, 1996), hlm. 174



dipenuhi. Dalam urutan, kebutuhan bersifat fisiologis, keamanan, sosial, harga diri, dan aktualisasi diri.<sup>47</sup>

c. Motivasi Ekstrinsik

Motivasi Ekstrinsik Merupakan bentuk motivasi yang memanasifestasikan dirinya positif serta negatif. Motivasi positif muncul dalam bentuk hadiah atau mengobati, dan dapat dinyatakan dalam arti negatif dengan cara memeras atau mengancam. Motivasi ekstrinsik berlaku pada kedua kasus dan efektif.

d. Motivasi Takut

Ketakutan juga merupakan salah satu motivasi, “takut” mengemudi disisi jalan yang salah. Jika takut berjalan terlalu dekat dengan tepi tebing. Jika takut bahan kimia beracun maka ketakutan ini memotivasi diri sendiri untuk membuat keputusan yang baik soal keselamatan diri. Tapi jangan biarkan menjadi kebiasaan yang dapat mengendalikan diri. Jika diri sendiri tidak bisa melawan dengan cara positif, lakukan secara kreatif.

e. Motivasi Investasi

Sangat penting untuk menginvestasikan diri secara fisik, emosional, dan finansial dalam suatu tugas. Semakin diinvestasikan dalam tugas, semakin besar kemungkinan ia akan mampu melakukan pekerjaan dengan baik dan lengkap. Contohnya, jika mimpi menjadi

---

<sup>47</sup> *Ibid.*, hlm. 174

seorang penyanyi, ia harus memiliki komitmen total dalam mencapai tujuan ini. Ia perlu bekerja keras terhadap apa yang ingin dicapainya.<sup>48</sup>

f. Motivasi Sosial

Banyak orang menganggap kehidupan sosial mereka sebagai motivasi terbesar mereka. Teman-teman mereka adalah motivator terbaik mereka. Ide untuk diterima diantara sekelompok orang adalah motivasi untuk mencapai tujuan hidup. Penelitian menunjukkan bahwa siswa cenderung dipengaruhi motivasi sosial untuk melakukan tugas-tugas seperti itu untuk menyenangkan orang-orang yang mereka kagumi atau hormati.

g. Motivasi Sikap

Jika anda berfikir positif, anda bisa mencapai hal-hal yang kadang dianggap tidak realistis oleh orang lain. Sikap positif membantu anda membangun hubungan yang kuat dan tetap termotivasi. Jika anda memiliki tujuan dalam pikiran namun kurang motivasi, cobalah miliki sikap positif. Ini akan menaikkan motivasi diri anda sendiri.

### 3. Fungsi Motivasi

Bila menelaah dari berbagai definisi tentang motivasi yang telah disebutkan sebelumnya, maka secara umum dapat diketahui bahwa motivasi memiliki beberapa fungsi antara lain;<sup>49</sup>

a. Motivasi mengarahkan dan mengatur tingkah laku manusia

---

<sup>48</sup> *Ibid.*, hlm. 174

<sup>49</sup> *Ibid.*, hlm. 174

- b. Motivasi sebagai penyeleksi tingkah laku
- c. Motivasi memberi energi dan menahan tingkah laku

#### 4. Faktor Penyebab Timbulnya Motivasi

Motivasi sebagai suatu dorongan dalam diri seseorang untuk mencapai tujuan tertentu sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor-faktor tersebut antara lain:

##### a. Faktor Eksternal

- 1) Lingkungan.
- 2) Dorongan atau Bimbingan.
- 3) Paksaan.
- 4) Kebutuhan.
- 5) Tuntutan pekerjaan/pimpinan.

##### b. Faktor Internal

- 1) Pembawaan Individu.
- 2) Faktor Kepercayaan (Keagamaan)
- 3) Keinginan atau Cita-cita.<sup>50</sup>

Faktor-faktor seperti kebutuhan, dorongan, minat, nilai-nilai, kepercayaan adalah faktor internal yang ada dalam diri individu dan mempengaruhi motivasi. Faktor-faktor ini disebut motivasi intrinsik. Sedangkan, tekanan sosial, hadiah, hukuman, dan lain sebagainya yang

---

<sup>50</sup> Kun Nurachadijat & Dodi Ahmad Fauzi, *Op.Cit.*, hlm.174

berasal dari luar individu tetapi juga dapat mempengaruhi motivasi, disebut dengan motivasi ekstrinsik.<sup>51</sup>

## 5. Unsur-unsur yang berkaitan dengan Motivasi

Ada 3 (tiga) macam unsur yang berkaitan dengan motivasi, yakni sebagai berikut:<sup>52</sup>

- a. Motivasi dimulai dari adanya perubahan energi dalam pribadi.
- b. Motivasi ditandai dengan timbulnya perasaan (*affectif arousal*).
- c. Motivasi ditandai oleh reaksi-reaksi untuk mencapai tujuan.

## 6. Tujuan Motivasi

Secara umum dapat dikatakan bahwa tujuan motivasi adalah untuk menggerakkan atau menggugah seseorang agar timbul keinginan dan kemauannya untuk melakukan sesuatu sehingga dapat memperoleh hasil atau mencapai tujuan tertentu. Makin jelas tujuan yang diharapkan atau yang akan dicapai, makin jelas pula bagaimana tindakan memotivasi itu dilakukan. Tindakan memotivasi akan lebih dapat berhasil jika tujuannya jelas dan disadari oleh yang dimotivasi serta sesuai dengan kebutuhan orang yang dimotivasi. Oleh karena itu, setiap orang yang akan memberikan motivasi harus mengenal dan memahami benar-benar latar belakang kehidupan, kebutuhan dan kepribadian orang yang akan dimotivasi.<sup>53</sup> Ada beberapa tujuan dari motivasi yaitu, sebagai berikut:

- a. Meningkatkan moral dan kepuasan

---

<sup>51</sup> Esa Nur Wahyuni, *Op.Cit.*, hlm.23

<sup>52</sup> Kun Nurachadijat & Dodi Fauzi, *Op.Cit.*, hlm. 176

<sup>53</sup> *Ibid.*, hlm. 73-74

- b. Meningkatkan produktivitas
- c. Mempertahankan kestabilan
- d. Meningkatkan kedisplin
- e. Mengefektifkan pengadaan
- f. Menciptakan suasana dan hubungan antar pihak bank dan nasabah
- g. Meningkatkan loyalitas , kreativitas dan partisipasi antara karyawan dan nasabah
- h. Mempertinggi rasa tanggungjawab bank
- i. Meningkatkan efisiensi penggunaan alat-alat dan bahan baku.

## **B. Pengetahuan**

### **1. Pengertian Pengetahuan**

Secara sederhana pengetahuan adalah segala sesuatu yang ada di kepala kita.<sup>54</sup> Pengetahuan merupakan suatu bagian dari kepercayaan yang benar. Setiap hal mengenai pengetahuan merupakan suatu hal tentang kepercayaan yang benar<sup>55</sup>. Kata pengetahuan (*ilm*) merupakan kata yang paling sering diulang kedua dalam Al-Qur'an. Hanya dengan menjadi manusia yang berpengetahuanlah (*alim*), manusia dapat mengklaim bahwa dirinya superioritas atas makhluk-makhluk Tuhan yang lain.<sup>56</sup>

---

<sup>54</sup> Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metodel Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*, Ed. 1, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2006), hlm. 3

<sup>55</sup> Jujun S. Suriasumantri, *Ilmu dalam Perspektif Sebuah Kumpulan Karangan Tentang Hakekat Ilmu*, (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, Cet. ke-16, 2006), hlm. 82

<sup>56</sup> Asad M, Alkali, *Kamus Indonesia Arab*, (Jakarta: Bulan Bintang, Cet. Ke-5, 1993), hlm.

Menurut Saefudin Ansari dalam buku Muhammad Nurdin, mengatakan bahwa pengetahuan dapat dibedakan menjadi empat macam, yaitu:<sup>57</sup>

- a. Pengetahuan biasa adalah pengetahuan tentang hal-hal biasa, kejadian sehari-hari, yang selanjutnya disebut ilmu pengetahuan.
- b. Pengetahuan ilmiah adalah pengetahuan yang mempunyai sistem dan metode tertentu, selanjutnya disebut ilmu pengetahuan.
- c. Pengetahuan filosofis adalah semacam ilmu istimewa yang mencoba menjawab istilah-istilah yang tak terjawab oleh ilmu, selanjutnya disebut ilmu pengetahuan.
- d. Pengetahuan teologis adalah pengetahuan tentang keagamaan, pengetahuan tentang pemberitahuan dari Tuhan.

Pengetahuan juga memiliki beberapa pengertian menurut beberapa sumber, yaitu :

- a. Pengetahuan adalah “segala sesuatu yang diketahui”.<sup>58</sup>
- b. Pengetahuan adalah “segala sesuatu yang didapat dari observasi yang dilakukan secara kontinyu dan sistematis terhadap fakta-fakta natural empirik yang dilaksanakan secara sadar.”<sup>59</sup>

Berdasarkan pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa pengertian pengetahuan sebenarnya sama saja hanya pola pengucapannya

---

<sup>57</sup> Muhammad Nurdin, *Kiat Menjadi Guru Profesional*, (Yogyakarta: PrismaSophie, Cet. Ke-1, 2004), hlm. 140

<sup>58</sup> Team Pustaka Phoenix, *Kamus Bahasa Indonesia Edisi Baru*, (Jakarta: Pustaka Phoenix, 2007), hlm. 845

<sup>59</sup> Idri, *Epistemologi Ilmu Pengetahuan dan Keilmuan Hukum Usaha*, (Jakarta: Lintas Pustaka, 2008), hlm. 25

yang berbeda, jadi pengetahuan itu adalah sesuatu yang bersifat pemikiran dari pengalaman seseorang terhadap sesuatu yang diketahuinya dimasa lampau.

## 2. Indikator Pengetahuan

Novi Nugrahani Kusumawati menjelaskan tentang tiga dimensi yang terdapat dalam pengetahuan, yakni:<sup>60</sup>

### a. Pengetahuan Produk

Pengetahuan produk adalah sekumpulan informasi yang diketahui mengenai produk. Dengan kata lain bahwa pengetahuan produk pasti berkaitan dengan produk atau jasa yang diketahui oleh calon konsumen. Adapun pengetahuan produk seperti kelas produk, merek produk, model atau fitur produk, dan bentuk produk. Kelas produk artinya tingkat pengetahuan yang luas, seperti beberapa bentuk, merek maupun model.

Dijelaskan juga bahwa pengetahuan produk juga membahas masalah pengetahuan tentang atribut produk, yakni berdasarkan ciri suatu produk. Ada dua macam atribut produk yakni atribut fisik dan atribut abstrak. Atribut fisik menggambarkan ciri-ciri fisik dari suatu produk, sedangkan atribut abstrak menggambarkan karakteristik subjektif dari suatu produk berdasarkan pendapat konsumen.

### b. Pengetahuan Pembelian

---

<sup>60</sup> Novi Nugrahani Kusumawati, "*Pengaruh Pengetahuan Dan Motivasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bri Syariah Kcp Ponorogo*". (Skripsi, IAIN Ponorogo, 2019), hlm. 36-39

Keputusan konsumen masalah tingkat pembelian produk akan sangat dipengaruhi oleh pengetahuannya. Implikasi penting bagi strategi pemasaran yakni memberitahu sejumlah informasi kepada konsumen dimana mereka bisa membeli produk tersebut. Novi Nugrahani Kusumawati mengatakan bahwa pengetahuan pembelian terdiri atas pengetahuan toko, lokasi produk di dalam toko, penempatan produk yang sebenarnya di dalam toko. Selain itu berkaitan tentang dimana produk akan diperoleh dan kapan hal tersebut bisa terjadi.<sup>61</sup>

Kepercayaan konsumen mengenai kapan ia menggunakan suatu produk merupakan salah satu dari komponen yang kepercayaan konsumen mengenai kapan menggunakan suatu produk adalah salah satu komponen yang relevan dari pengetahuan pembelian. Pengetahuan masalah waktu yang tepat untuk menggunakan suatu produk merupakan faktor penentu yang sangat penting. Banyak konsumen yang tidak akan menggunakan produk tersebut apabila suatu saat akan didapatkan produk yang lebih efektif dan efisien.

c. Pengetahuan Pemakaian

Jika produk telah dipakai atau dikonsumsi oleh konsumen pasti konsumen tersebut merasakan manfaat dari produk yang dipakai atau dikonsumsi. Salah satu cara Agar produk yang dikonsumsi/dipakai bisa memberikan manfaat maksimal dan kepuasan tinggi, maka

---

<sup>61</sup> *Ibid*, hlm. 36-39



konsumen harus dapat menggunakan atau mengkonsumsi suatu produk tersebut dengan benar.<sup>62</sup>

Kecukupan pengetahuan mengenai pemakaian terhadap suatu produk sangatlah penting, karena konsumen tidak akan mengkonsumsi/memakai produk tersebut jika ia tidak memiliki pengetahuan terhadap produk yang akan ia pakai misalnya cara menggunakan produk tersebut. Salah satu cara untuk memberikan informasi kepada konsumen mengenai produk adalah melalui iklan ataupun promosi, dengan begitu akan meminimalisir kurangnya pengetahuan tentang penggunaan produk tersebut.

## **C. Keputusan Konsumen**

### **1. Tinjauan Perilaku Konsumen**

Menurut Schiffman dan Kanuk yang dikutip oleh Ristiyani dan John bahwa perilaku konsumen ialah proses yang dilalui oleh seseorang dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan bertindak pasca konsumsi produk, jasa maupun ide yang diharapkan bisa memenuhi kebutuhannya. Jadi, dapat dikatakan bahwa perilaku konsumen merupakan studi tentang bagaimana pembuat keputusan (*decision units*), baik individu, kelompok, ataupun organisasi, membuat keputusan-keputusan beli atau melakukan transaksi pembelian suatu produk dan mengkonsumsinya.<sup>63</sup>

### **2. Definisi Keputusan**

---

<sup>62</sup> *Ibid*, hlm. 36-39

<sup>63</sup> Ristiyani Prasetijo & John J.O.I Ihalaw, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: ANDI, 2005), hlm. 9

Keputusan adalah proses penelusuran masalah yang berawal dari latar belakang masalah, identifikasi masalah hingga kepada terbentuknya kesimpulan dan rekomendasi. Rekomendasi itulah yang selanjutnya dipakai dan digunakan sebagai pedoman basis dalam pengambilan keputusan. Oleh karena itu begitu besarnya pengaruh yang akan terjadi jika seandainya rekomendasi yang dihasilkan tersebut terdapat kekeliruan atau adanya kesalahan-kesalahan yang tersembunyi karena faktor ketidakhati-hatian dalam melakukan pengkajian masalah.<sup>64</sup>

Winardi dalam Alma yang dikutip oleh Muladi Wibowo dalam bukunya menjelaskan bahwa pengambil keputusan adalah proses memilih prosedur tertentu dari berbagai kemungkinan alternatif.<sup>65</sup> Dalam hidup setiap individu pasti memiliki problem dan dalam problem tersebut pasti memiliki berbagai macam alternatif untuk mendapatkan jalan keluarnya sehingga bisa melahirkan keputusan.

Dalam tahap evaluasi konsumen membentuk preferensi antar merk dalam kumpulan pilihan. Konsumen mungkin juga membentuk maksud untuk membeli merk yang paling disukai. Dalam melaksanakan maksud pembelian, konsumen dapat membentuk lima sub keputusan merk, penyaluran, kuantitas, waktu, dan metode pembayaran.<sup>66</sup>

Teori Seth bermula dari beberapa partisipan yaitu pembeli, ahli teknik, pemakaian yang memiliki tingkah laku tersendiri seperti halnya

---

<sup>64</sup> Irham Fahmi, *Manajemen Strategi Teori dan Aplikasi*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 14

<sup>65</sup> Muladi Wibowo, *Jurnal Dinamika Manajemen*, (Jawa Tengah, Vol. I, 2010)

<sup>66</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Edisi ke Tiga Belas.*, terj. Bob Sabran. (Yogyakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2008), hlm. 258

model Howard Seth untuk perilaku pembelian konsumen, tindakan-tindakan pembeli sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti:<sup>67</sup>

- a. Pendidikan konsumen.
- b. Corak Kehidupan konsumen.
- c. Orientasi konsumen.
- d. Dan kepuasan terhadap pembelian sebelumnya.

Keputusan untuk membeli yang diambil oleh pembeli itu sebenarnya merupakan keputusan kumpulan dari sejumlah keputusan. Setiap keputusan membeli mempunyai suatu struktur sebanyak tujuh komponen, yaitu:<sup>68</sup>

- a. Keputusan tentang jenis produk.
- b. Keputusan tentang bentuk produk.
- c. Keputusan tentang merk.
- d. Keputusan tentang penjualan.
- e. Keputusan tentang jumlah produk.
- f. Keputusan tentang waktu pembelian.
- g. Keputusan tentang cara pembayaran.

Dalam suatu pembelian barang keputusan yang diambil tidak selalu berurutan seperti di muka. Pada situasi pembelian seperti penyelesaian masalah ekstensif, keputusan yang diambil dapat bermula dari keputusan

---

<sup>67</sup> Fitria Fatmawati, “Pengaruh Faktor Sosial dan Tingkat Pendidikan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Koperasi Jasa Keuangan Syariah Berkah Bersama Kepahiang”, (Skripsi-STAIN Curup, 2016), hlm. 38

<sup>68</sup> *Ibid.*

tentang penjualan karena penjual dapat membantu merumuskan perbedaan-perbedaan di antara bentuk-bentuk dan merk produk.<sup>69</sup>

### 3. Tahap-tahap Pengambilan Keputusan

Guna memudahkan pengambilan keputusan maka perlu dibuat tahap-tahap yang bisa mendorong kepada terciptanya keputusan yang diinginkan. Adapun tahap-tahap tersebut adalah sebagai berikut.<sup>70</sup>

- a. Mendefinisikan masalah tersebut secara jelas dan gamblang, atau mudah untuk dimengerti.
- b. Membuat daftar masalah yang akan dimunculkan, dan menyusunnya secara prioritas dengan maksud agar adanya sistematika yang lebih terarah dan terkendali.
- c. Melakukan identifikasi dari setiap masalah tersebut dengan tujuan untuk lebih memberikan gambaran secara tajam dan terarah secara lebih spesifik.
- d. Memetakan setiap masalah tersebut berdasarkan kelompoknya masing-masing yang kemudian selanjutnya dibarengi dengan menggunakan model atau alat uji yang akan dipakai.
- e. Memastikan kembali bahwa alat uji yang dipergunakan tersebut telah sesuai dengan prinsip-prinsip dan kaidah-kaidah yang berlaku pada umumnya.

Di sisi lain simon dalam bukunya Irham Fahmi mengatakan, pengambilan keputusan berlangsung melalui empat tahap, yaitu:<sup>71</sup>

---

<sup>69</sup> *Ibid.*, hlm. 39

<sup>70</sup> Irham Fahmi, *Op. Cit.*, hlm 15

- a. *Intelligence*, proses pengumpulan informasi yang bertujuan mengidentifikasi permasalahan.
- b. *Design*, tahap perancangan solusi terhadap masalah. Biasanya pada tahap ini dikaji berbagai macam alternatif pemecahan masalah.
- c. *Choice*, tahap mengkaji kelebihan dan kekurangan dari berbagai macam alternatif yang ada dan memmiilih yang terbaik.
- d. *Implementasi*, tahap pengambilan keputusan dan melaksanakannya.<sup>72</sup>

#### 4. Proses Pengambilan Keputusan

Lahirnya suatu keputusan tidak serta merta berlangsung secara sederhana begitu, sebab sebuah keputusan itu selalu saja lahir berdasarkan dari proses yang memakan waktu, tenaga dan pikiran hingga akhirnya terjadinya suatu pengkristalan dan lahirlah keputusan tersebut. Saat pengambilan keputusan adalah saat dimana kita sepenuhnya memilih kendali dalam bertindak sedangkan saat kejadian tak pasti adalah saat dimana sesuatu di luar diri kitalah yang menentukan apa yang akan terjadi artinya diluar kemampuan kita.<sup>73</sup> Selanjutnya yang dianggap penting adalah pertanggungjawaban dari keputusan itu sendiri kepada pihak yang berkepentingan.

Menurut Stephen Robbins dan Mary Coulter dalam Irham Fahmi menjelaskan bahwa proses pengambilan keputusan merupakan serangkaian tahap yang terdiri dari delapan langkah yaitu meliputi mengidentifikasi masalah, memilih suatu alternatif, dan mengevaluasi keputusan, adapun

---

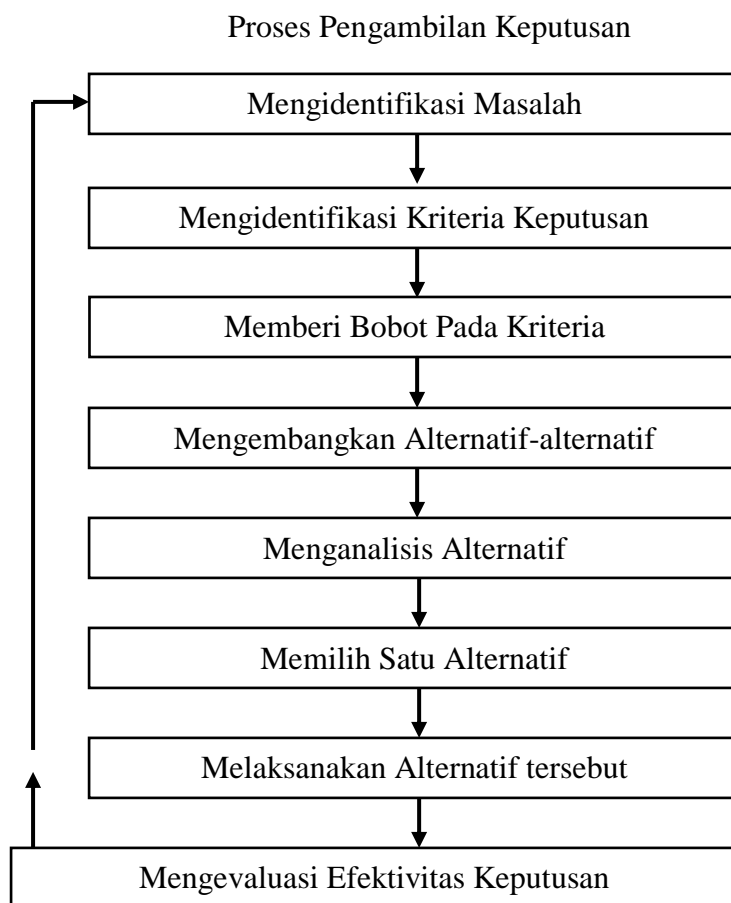
<sup>71</sup> *Ibid.*

<sup>72</sup> *Ibid.*, hlm. 16

<sup>73</sup> *Ibid.*, hlm. 17

proses pengambilan keputusan itu dapat dilihat pada gambar (lihat gambar proses pengambilan keputusan).<sup>74</sup>

Gambar 2.1:



##### 5. Faktor-faktor yang menentukan keputusan Nasabah

Ada beberapa faktor yang dapat menentukan keputusan nasabah dalam memilih jasa perbankan, maupun jasa yang lainnya, yakni sebagai berikut:

---

<sup>74</sup> *Ibid.*

a. Faktor pribadi

Keputusan seorang nasabah menentukan karakteristik pribadi yaitu berupa usia nasabah, pekerjaan, kondisi ekonomi seperti pendapatan dan hutang, gaya hidup serta kepribadian nasabah.<sup>75</sup> Pada dasarnya perilaku seseorang banyak dipengaruhi oleh beberapa faktor yang sangat mendasar yang dialami dan dijalani dalam kehidupan yang dilaluinya, supaya perilaku dapat diamati, dihayati, dan diaktualisasikan.<sup>76</sup>

b. Faktor psikologi

Pada suatu waktu tertentu seseorang memiliki banyak kebutuhan baik yang bersifat biogenik maupun biologis. Kebutuhan timbul dari suatu kesatuan psikologis tertentu seperti rasa lapar dan lainnya. Sedangkan kebutuhan yang bersifat psikologis adalah kebutuhan yang timbul dari kebutuhan psikologis seperti kebutuhan untuk dihargai atau kebutuhan untuk diterima oleh lingkungannya. Pilihan pembelian seseorang dapat dipengaruhi oleh motivasi, persepsi, pengetahuan, serta keyakinan dan sikap.

c. Faktor sosial

Perilaku seorang nasabah dapat dipengaruhi pula oleh faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga dan status sosial. Kelompok acuan terdiri dari semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku orang tersebut.

---

<sup>75</sup> Irham Fahmi, *Manajemen Pengambilan Keputusan*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 54

<sup>76</sup> Faisal Badroen dan Arief Mufraeni, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Fajar Interpratama Mandiri, 2006), hlm. 54

Keluarga merupakan organisasi pembelian konsumen yang sangat penting dalam masyarakat dan para anggota keluarga menjadi kelompok acuan primer yang paling berpengaruh.

d. Faktor budaya

Suatu budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling dasar terhadap diri individu. Budaya menampakkan identifikasi dan sosial khusus bagi perilaku anggota antara lain mengenai agama, kebangsaan, kelompok ras, dan wilayah geografis. Pada dasarnya semua manusia itu memiliki stratifikasi sosial yang lebih dikenal dengan bentuk kelas sosial. Hal tersebut tersusun secara hierarkis para anggota yang menganut nilai, minat, dan perilaku serupa. Salah satu ciri kelas sosial adalah ditandai oleh sekumpulan variabel seperti penghasilan dan pekerjaan.<sup>77</sup>

## 6. Analisis Pengambilan Keputusan Konsumen

Ada empat sudut pandang dalam menganalisis pengambilan keputusan konsumen, yakni:<sup>78</sup>

a. Sudut pandang ekonomis

Pandangan ini melihat konsumen sebagai orang yang membuat keputusan secara rasional. Ini berarti bahwa konsumen harus mengetahui semua alternatif produk yang tersedia dan harus mampu membuat peringkat dari setiap alternatif yang ditentukan, dilihat dari

---

<sup>77</sup> Veishal Rival Zainal, et al, *Islamic Marketing Management*, (Jakarta: Sinar Grafika Offset, 2016), hlm. 237

<sup>78</sup> Ristiyani Prasetyo & John J.O.I Ihalaw, *Op. Cit.*, hlm. 228-230



kegunaan dan kerugiannya serta harus dapat mengidentifikasi satu alternatif yang terbaik.

b. Sudut pandang pasif

Pandangan ini mengatakan bahwa konsumen pada dasarnya pasrah kepada kepentingannya sendiri dan menerima secara pasif usaha-usaha promosi dari para pemasar. Sehingga hal ini disebut sebagai sudut pandang pasif.

c. Sudut pandang kognitif

Sudut pandang ini menganggap konsumen sebagai *cognitive man* atau sebagai *problem solver*. Menurut pandangan ini, konsumen merupakan pengolah informasi yang senantiasa mencari dan mengevaluasi informasi tentang produk dan gerai. Pengolahan informasi selalu berujung pada pembentukan pilihan, selanjutnya terjadi inisiatif untuk membeli atau menolak produk.

d. Sudut pandang emosional

Pandangan ini menekankan emosi sebagai pendorong utama sehingga konsumen membeli suatu produk. Favoritisme merupakan salah satu bukti bahwa seseorang berusaha mendapatkan produk favoritnya, apapun yang terjadi. Benda-benda yang menimbulkan kenangan juga dibeli berdasarkan emosional.

## 7. Tipe Pengambilan Keputusan

Menurut Schiffman dan Kanuk yang dikutip oleh Etta Mamang dan Sopiah menyebutkan ada tiga tipe pengambilan keputusan konsumen, adapun tiga tipe yang dimaksud sebagai berikut:<sup>79</sup>

a. Pemecahan masalah yang diperluas (*extensive problem solving*)

Konsumen membutuhkan banyak informasi untuk menetapkan kriteria untuk menilai merek tertentu. Konsumen juga membutuhkan informasi yang cukup mengenai masing-masing merek yang akan dipertimbangkan. Konsumen juga akan melakukan evaluasi setelah membeli dan menggunakan produk tersebut. Bila puas mereka akan mengkonsumsi kepuasannya tersebut kepada orang-orang di sekelilingnya. Bila kecewa, sering kali mereka menyampaikan kekecewaannya kepada orang lain.

b. Pemecahan masalah yang terbatas

Pada tipe ini konsumen telah memiliki kriteria dasar untuk mengevaluasi kategori produk dan berbagai merek pada kategori tersebut. Konsumen hanya membutuhkan tambahan informasi untuk membedakan antara berbagai merek tersebut. Konsumen menyederhanakan proses pengambilan keputusan karena konsumen memiliki waktu yang terbatas.

c. Pemecahan masalah rutin

Dalam tipe ini, konsumen telah memiliki pengalaman terhadap produk yang akan dibelinya. Konsumen sering kali hanya meninjau apa

---

<sup>79</sup> Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, (Yogyakarta: ANDI, 2013), hlm. 124-126

yang telah diketahuinya. Konsumen hanya membutuhkan sedikit informasi dalam pemecahan masalah yang sudah pernah bahkan rutin dihadapinya.

## **8. Langkah-langkah Keputusan Konsumen**

Adapun langkah-langkah keputusan membeli atau mengonsumsi suatu produk adalah sebagai berikut:<sup>80</sup>

### a. Pengenalan kebutuhan

Pengenalan kebutuhan muncul ketika konsumen menghadapi suatu masalah, yaitu suatu keadaan di mana terdapat perbedaan antara keadaan yang diinginkan dan keadaan yang terjadi.

### b. Waktu

Berlaluinya waktu akan menyebabkan teraktifnya kebutuhan psikologis seseorang. Waktu juga akan mendorong pengenalan kebutuhan lain yang diinginkan oleh seorang konsumen.

### c. Perubahan situasi

Situasi yang berbeda-beda akan mengakibatkan perbedaan kebutuhan dari konsumen. Seperti kebutuhan konsumen yang lajang akan berbeda dengan ketika kebutuhan konsumen telah memiliki keluarga.

### d. Kepemilikan produk

Kepemilikan sebuah produk seringkali mengaktifkan kebutuhan produk yang lain. Seperti konsumen mempunyai mobil baru

---

<sup>80</sup> *Ibid.*, hlm. 126-128

maka konsumen akan membutuhkan juga peralatan pendukung atas mobil yang dimiliki.

e. Konsumsi produk

Kuantitas produk yang dimiliki akan menimbulkan kebutuhan atas produk tersebut kembali. Ketersediaan atau jumlah atas produk yang dimiliki jika mengalami kekurangan cenderung konsumen akan membeli kembali produk tersebut untuk dikonsumsi kembali.

f. Perbedaan individu

Alasan memenuhi kebutuhan setiap konsumen akan berbeda-beda walaupun yang dibutuhkan adalah produk yang sama. Konsumen ada yang merasakan keadaan yang sesungguhnya (*actual state*) dan ada juga konsumen yang merasakan keadaan yang diluar itu.

g. Pengaruh pemasaran

Produk baru muncul hampir setiap hari dan diiklankan atau dikomunikasikan melalui berbagai media oleh perusahaan pembuatnya. Program pemasaran tersebut akan mempengaruhi konsumen untuk menyadari kebutuhannya.

h. Pencarian informasi

Pencarian informasi mulai dilakukan ketika konsumen memandang bahwa kebutuhan tersebut bila dipenuhi dengan membeli dan mengkonsumsi suatu produk. Konsumen akan mencari informasi

yang tersimpan di dalam ingatannya (pencarian internal) dan mencari informasi dari luar (pencarian eksternal).

### BAB III

#### GAMBARAN UMUM INSTANSI

##### A. Sejarah Singkat Bank Muamalat Indonesia

Bank Muamalat Indonesia ialah lembaga keuangan yang kegiatan utamanya memberikan kredit dan jasa-jasa lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip-prinsip Syari'ah islam. Lembaga keuangan dapat dikatakan sebagai badan usaha apabila kekayaannya terutama dalam bentuk aset keuangan atau tagihan (*claim*) serta aset non finansial atau aset riil dan memberikan pelayanan jasa dalam bentuk skim tabungan (*depositori*), proteksi asuransi, program pensiun, dan penyediaan sistem pembayaran melalui mekanisme transfer dana.<sup>81</sup>

Kantor Cabang Pembantu (KCP) Bank Muamalat Kota Curup didirikan pada tanggal 3 juni 2010. PT Bank Muamalat Indonesia Tbk didirikan pada 24 *Rabius Tsani* 1412 H atau 1 November 1991, diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Pemerintah Indonesia, dan memulai kegiatan operasionalnya pada 27 Syawal 1412 H atau 1 Mei 1992.<sup>82</sup> Dengan dukungan nyata dari eksponen Ikatan Cendekiawan Muslim se-Indonesia (ICMI) dan beberapa pengusaha Muslim, pendirian Bank Muamalat juga menerima dukungan masyarakat, terbukti dari komitmen pembelian saham

---

<sup>81</sup> Ihsan Saputra, *Pengaruh Rasio Likuiditas (FDR, STM, STMP) Terhadap Rasio Profitabilitas (ROE) Pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Tahun 2012-2016*. Skripsi. (Jurusan syariah dan ekonomi islam program studi perbankan syariah IAIN Curup, 2018) hlm. 41

<sup>82</sup> Bank Muamalat Indonesia, *Profil Bank Muamalat* ”, <http://www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat>, diakses pada tanggal 14 April 2020, Pukul 02:04 WIB

perseroan senilai Rp 84 miliar pada saat penandatanganan akta pendirian perseroan.

Selanjutnya, pada acara silaturahmi peringatan pendirian tersebut di Istana Bogor, diperoleh tambahan komitmen dari masyarakat Jawa Barat yang turut menanam modal senilai Rp 106 miliar. Pada tanggal 27 Oktober 1994, hanya dua tahun setelah didirikan, Bank Muamalat berhasil menyandang predikat sebagai Bank Devisa. Pengakuan ini semakin memperkokoh posisi Perseroan sebagai Bank Syariah pertama dan terkemuka di Indonesia dengan beragam jasa maupun produk yang terus dikembangkan.

Pada akhir tahun 1990-an, Indonesia dilanda krisis moneter yang memporak-porandakan sebagian besar perekonomian Asia Tenggara. Sektor perbankan nasional tergulung oleh kredit macet di segmen korporasi. Bank Muamalat terkena imbas dampak krisis di tahun 1998, rasio pembiayaan/kredit macet mencapai lebih dari 60%. Perseroan mencatat kerugian sebesar Rp 105 miliar. Ekuitas mencapai titik terendah yaitu Rp 39,3 miliar, kurang dari sepertiga modal setor awal.

Dalam upaya memperkuat permodalannya, Bank Muamalat mencari permodalan yang potensial, dan ditanggapi secara positif oleh *Islamic Development Bank (IDB)* yang berkedudukan di Jeddah, Arab Saudi. Pada Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) tanggal 21 Juni 1999 IDB secara resmi menjadi salah satu pemegang saham Bank Muamalat. Dalam kurun waktu antara tahun 1999-2002 merupakan masa-masa yang penuh tantangan sekaligus keberhasilan bagi Bank Muamalat. Dalam kurun waktu tersebut Bank

Muamalat berhasil membalikkan kondisi rugi menjadi laba berkat upaya dan dedikasi setiap kru Bank Muamalat, hal ini juga ditunjang strategi pembangunan usaha yang tepat serta ketaatan terhadap pelaksanaan perbankan Syari'ah murni.

Melalui masa-masa sulit ini, Bank Muamalat berhasil bangkit dari keterpurukkan. Diawali dari pengangkatan kepengurusan baru di mana seluruh anggota direksi diangkat dari dalam tubuh Bank Muamalat. Bank Muamalat kemudian menerapkan rencana kerja lima tahun dengan penekanan pada:

1. Tidak mengandalkan setoran modal tambahan dari para pemegang saham,
2. Tidak melakukan PHK satu pun terhadap sumber daya insani yang ada, dan dalam hal pemangkasan biaya, tidak memotong hak kru Muamalat sedikitpun,
3. Pemulihan kepercayaan dan rasa percaya diri kru Muamalat menjadi prioritas utama di tahun pertama kepengurusan direksi baru,
4. Peletakan landasan usaha baru dengan menegakkan disiplin kerja Muamalat menjadi agenda utama di tahun kedua, dan
5. pembangunan tonggak-tonggak usaha dengan menciptakan serta menumbuhkan peluang usaha menjadi sasaran Bank Muamalat pada tahun ketiga dan seterusnya, yang membawa Bank Muamalat, dengan rahmat Allah *Rabbul Izzati* ke era pertumbuhan baru memasuki tahun 2005 dan seterusnya.<sup>83</sup>

---

<sup>83</sup> Ihsan Saputra, *Op.Cit*, hlm. 44



## **B. Keadaan Umum Bank Muamalat Indonesia KCP Curup**

Bank Umum Syari'ah (BUS) adalah Bank Syari'ah yang dalam kegiatannya memberi jasa dalam lalu lintas pembayaran. Bank Syari'ah atau biasa disebut dengan bank tanpa bunga adalah lembaga keuangan/perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada al-Qur'an dan al-Hadist. Bank Syari'ah dapat menjalankan operasionalnya sebagai bank devisa dan bank non devisa. Bank devisa ialah bank yang dapat melakukan transaksi ke luar negeri atau yang berhubungan dengan mata uang asing secara keseluruhan.

Bank Syari'ah di Indonesia mendapatkan kemungkinan dapat berdiri setelah adanya deregulasi sektor perbankan pada tahun 1983 yang berisikan tentang Bank berkemungkinan mengeluarkan tingkat bunga 0%. Disamping hal tersebut posisi perbankan Syari'ah semakin diperkuat setelah disahkan Undang-Undang No. 10 tahun 1998, yang mengakui keberadaan Bank Syari'ah dan bank konvensional serta memperkenankan bank konvensional membuka kantor cabang syari'ah (*dual banking*).

Bank Muamalat Indonesia merupakan Bank Syari'ah yang pertama kali beroperasi di Indonesia dan menjadi satu-satunya Bank Syari'ah yang berekspansi ke luar negeri dengan membuka kantor cabang di Kuala Lumpur, Malaysia. Sehingga nasabah dapat memanfaatkan jaringan *Malaysia Electronic Payment System* (MEPS) dengan jangkauan akses luas di Malaysia.

Bank Muamalat Indonesia sebagai pelopor perbankan syari'ah ini selalu berkomitmen untuk menghadirkan layanan perbankan syari'ah yang

kompetitif dan mudah dijangkau bagi masyarakat hingga ke berbagai pelosok nusantara. Tentunya dengan keyakinan untuk memajukan perbankan berbasis syari'ah yang beroperasi di Indonesia.

Lokasi Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup terletak di jalan merdeka No. 732 Kelurahan Pasar Baru Kecamatan Curup Kabupaten Rejang Lebong. Posisi ini sangat strategis yakni terletak di pusat kota Curup dan tidak jauh dari sumber aktivitas masyarakat Curup yaitu dekat dengan Lapangan Setia Negara dan Pasar Tengah Curup. Bank Muamalat Indonesia KCP Curup ini juga tidak jauh dari instans-instansi publik lainnya seperti Sekolah-sekolah, Kantor Telkom, Kantor Pos, dan Tempat Ibadah.

Jika melihat potensi dari tempat yang dipilih sebagai kantor cabang pembantu ini maka akses menuju Bank Muamalat Indonesia KCP Curup sangat mudah sekali dijangkau oleh masyarakat Curup baik dengan menggunakan transportasi umum maupun transportasi pribadi. Bank Muamalat Indonesia KCP Curup dengan lokasi yang strategis itu memiliki peluang dalam akses nasabah yang mudah ditambah dengan kondisi kantor yang ditata rapi baik dari *banking hall* hingga *pantry*, dengan demikian para karyawan pun sangat nyaman saat bekerja dan diharapkan pula kenyamanan yang nasabah dapatkan baik dari pelayanan bank dan kondisi tata ruang.

### C. Visi Dan Misi<sup>84</sup>

#### 1. Visi

Menjadi Bank Syari'ah terbaik dan termasuk dalam 10 besar bank di Indonesia dengan eksistensi yang diakui di tingkat regional.

#### 2. Misi

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

### D. Tugas Dan Fungsi

Di Bank Muamalat Indonesia KCP Curup memiliki beberapa bagian bidang pekerjaan. Berikut adalah bagian bidang pekerjaan beserta tugas dan fungsinya:<sup>85</sup>

#### 1. *Sub Branch Manager:*

Fungsi utamanya adalah memimpin dan mengkoordinir kelancaran tugas-tugas bank. Adapun tugas-tugasnya adalah sebagai berikut:

- a. Bertanggung jawab atas kelancaran tugas-tugas bank baik dalam lingkup operasional bank dan kegiatan di luar bank secara efektif dan efisien.
- b. Membuat perencanaan untuk kemajuan dan pengembangan bank.

---

<sup>84</sup> Bank Muamalat Indonesia, *Visi-Misi-Muamalat*", <http://www.bankmuamalat.co.id/visi-misi>, diakses pada tanggal 14 April 2020, Pukul 02:24 WIB.

<sup>85</sup> Kelik Aprianto ( *Sub Branch Operation Supervisor BMI KCP Curup*), *Wawancara*, 27 Februari 2020, Pukul 16:38 WIB

- c. Mengambil dan membuat keputusan yang harus dijalankan oleh bank demi untuk kemajuan bank.
- d. Mengadakan evaluasi atas realasi rencana kerja dan anggaran yang telah ditetapkan secara berkala.

2. *Marketing* :

Fungsi utamanya adalah penghubung nasabah dengan bank dalam bidang penghimpunan dana. Adapun tugas-tugasnya adalah sebagai berikut:

- a. Memperkenalkan produk bank, terkhusus produk penghimpunan dana kepada calon nasabah atau nasabah
- b. Mengumpulkan atau menghimpun dana tabungan, giro dan deposito
- c. Mencari calon nasabah

3. *Sub Branch Operation Supervisor* :

Fungsi utamanya adalah membantu pimpinan dalam mengelola dan mengkoordinir kantor khususnya bidang operasional. Di Bank Muamalat Indonesia KCP Curup dipegang oleh *Sub Branch Operation Supervisor*. Adapun tugas-tugasnya adalah sebagai berikut:

- a. Memelihara inventaris kantor
- b. Memelihara gedung kantor
- c. Mengurus pembelian keperluan kantor
- d. Melakukan Otorisasi

*Sub Branch Operation Supervisor* juga memiliki tugas yaitu pendukung dari bagian *front office*, selain itu secara umum tugas *Sub*

*Branch Operation Manager* adalah melanjutkan (*follow up*) atas suatu transaksi bank yang dilakukan nasabah pada *front office*.

4. *Teller*:

Fungsi utamanya adalah melayani nasabah, dengan tugas-tugasnya adalah sebagai berikut:

- a. Menerima setoran tunai dan penarikan tunai nasabah atas pembukuan rekening
- b. Menerima penarikan serta transfer yang dibutuhkan nasabah
- c. Menerima melakukan pembayaran Listrik, PPOB

5. *Customer Service*:

Fungsi utamanya adalah melayani dan memberikan pusat informasi kepada nasabah baru maupun nasabah lama. Adapun tugas-tugasnya adalah sebagai berikut:

- a. Melayani nasabah membuka rekening tabungan, rekening giro, dan deposito Muamalat
- b. Menginput data nasabah yang membuka rekening
- c. Memberikan penjelasan dan informasi kepada nasabah, serta melayani *complain* nasabah yang berkaitan dengan produk bank.

6. *Driver* yang bertugas untuk mengantar atau menjemput karyawan bank yang sedang melaksanakan tugas.

7. *Office Boy* yang bertugas untuk membersihkan ruangan serta menjaga kebersihan ruang kantor selama aktivitas bank berjalan.

8. *Security* yang memiliki tugas yaitu menjaga keamanan kantor agar tidak terjadi sesuatu yang tidak diinginkan.

## **E. Produk-produk Bank Muamalat Indonesia KCP Curup**

Adapun produk-produk pendanaan dan pembiayaan pada Bank Muamalat Indonesia KCP Curup adalah sebagai berikut :<sup>86</sup>

### **1. Produk Penghimpunan Dana (*Funding*)**

#### **a. Tabungan**

##### **1) Tabungan *iB* hijrah haji**

Tabungan *iB* hijrah haji merupakan produk tabungan dari Bank Muamalat Indonesia, yang memberikan beberapa keuntungan kepada calon nasabahnya yaitu:

- (a) Bank umum Syari'ah pertama di Indonesia yang dikelola secara profesional dan murni Syari'ah
- (b) Salah satu bank penerima setoran biaya penyelenggaraan ibadah haji (bps-bpih) yang terdaftar di siskohat kementerian agama republik Indonesia
- (c) Tabungan *iB* hijrah haji menawarkan solusi lengkap untuk perjalanan ibadah anda
- (d) Bank yang berkomitmen memfasilitasi nasabah untuk berhijrah dan selalu menjadi lebih baik

##### **2) Tabungan *iB* hijrah**

---

<sup>86</sup> Bank Muamalat Indonesia, *Produk-Layanan*”, <http://www.bankmuamalat.co.id/produk-layanan-consumer> , diakses pada tanggal 14 April 2020, Pukul 02:40 WIB

Muamalat *iB* hijrah adalah tabungan nyaman untuk digunakan kebutuhan transaksi dan berbelanja dengan kartu shar-E debit yang berlogo visa plus dengan mamfaat berbagai macam program subsidi belanja di *merchant* local dan luar negeri.

Nikmati berbagai ragam layanan seperti *realtime* transfer atau bayar tagihan listrik, tagihan kartu pasca bayar, pembelian tiket dan pembayaran ZIS (zakat, infak, sedekah) dengan tabungan Muamalat melalui mobile banking dan internet banking.

3) Tabungan *iB* hijrah valas

Tabungan Syari'ah dalam denominasi valuta asing *US dollar* (SGD) yang ditujukan untuk melayani kebutuhan transaksi dan investasi yang lebih beragam, khususnya yang melibatkan mata uang USD dan SGD.

4) Tabunganku

Tabunganku adalah tabungan untuk perseorangan dengan persyarakat mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Adapun akad yang digunakan adalah *wadi'ah* atau titipan.

5) Tabungan *iB* hijrah rencana

Impian dimasa depan memerlukan keputusan perencanaan keuntungan yang dilakukan saat ini, seperti perencanaan pendidikan, pernikahan, perjalanan ibadah atau

wisata, uang muka rumah atau kendaraan persiapan pension atau hari tua, serta rencana atau impian lainnya.

Tabungan *iB* hijrah rencana adalah solusi perencanaan keuangan yang tepat untuk mewujudkan rencana dan impian di masa depan dengan lebih baik sesuai dengan prinsip Syari'ah.

6) Tabungan *iB* hijrah prima

Merupakan tabungan untuk memenuhi kebutuhan transaksi bisnis sekaligus investasi dengan aman dan menguntungkan tabungan *iB* Muamalat prima dilengkapi dengan fasilitas shar-E debit gold yang dapat di gunakan di seluruh jaringan visa.

Tabungan *iB* Muamalat prima dilengkapi dengan dengan nisbah bagi hasil yang konfertif dan fasilitas bebas biaya "realtime transfer, bebas biaya SKN dan RTGS nikmati fasilitas khusus berupa biaya bebas airport lounge" untuk memenuhi perjalanan.

7) Tabungan *iB simple*

Tabungan simpanan pelajar (*simple*) adalah tabungan untuk siswa dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik untuk mendorong budaya menabung.

8) Tabungan Muamalat Prima *iB*.

Tabungan dengan bagi hasil besar yang hampir setara dengan deposito. Tabungan ini bisa di ambil setiap saat seperti



layaknya tabungan. Adapun akad yang digunakan adalah *mudharabah mutlaqah*.

b. Giro

(1) Giro *iB* Hijrah Attijary

Produk giro berbasis akad wadiah yang memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam bertransaksi. merupakan sarana untuk memenuhi kebutuhan transaksi bisnis nasabah non-perorangan yang didukung oleh fasilitas *cash management*.

(2) Giro *iB* Hijrah Ultima

Produk giro berbasis akad wadiah yang memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam bertransaksi. merupakan sarana untuk memenuhi kebutuhan transaksi bisnis nasabah non-perorangan yang didukung oleh fasilitas *cash management*.

c. Deposito

(1) Deposito *iB* Hijrah

Deposito syari'ah dalam mata uang rupiah dan *us dollar* yang fleksibel dan memberikan hasil investasi yang optimal bagi anda, mendapatkan bagi hasil yang optimal, dana investasi keuangan anda di kelola secara Syari'ah dan dapat memberikan ketenangan batin untuk anda.

d. Investasi

(1) Sukuk tabungan

Transaksi sukuk tabungan saat ini dapat dilakukan melalui layanan *internet banking* Muamalat. Layanan *internet banking* itu sendiri, dapat dimiliki oleh nasabah hanya dengan melakukan pembukaan rekening di Muamalat, lalu melakukan registrasi di atm, dan dilanjutkan dengan melakukan aktifitas di kantor cabang Muamalat terdekat. Apabila nasabah telah melakukan registrasi dan aktifitas layanan *internet banking* Muamalat maka nasabah dapat melakukan bertransaksi sukuk tabungan melalui banking Muamalat.<sup>87</sup>

**2. Produk Penyaluran Dana/Pembiayaan (*Lending*)**

a. KPR *iB* Muamalat

Merupakan produk pembiayaan yang akan membantu anda memiliki rumah tinggal, rumah susun, apartemen, dan condotel. termasuk renovasi dan pembangunan serta pengalihan (*take-over*) dari bank lain dengan 2 pilihan akad *murabahah* (jual-beli) atau *musyarakah mutanaqishah* (kerjasama sewa).

b. Pembiayaan *iB* Muamalat pensiun

Merupakan produk pembiayaan yang membantu anda untuk memenuhi kebutuhan anda di hari tua dengan sederet keuntungan dan memenuhi prinsip syari'ah yang menenangkan. Produk ini

---

<sup>87</sup> *Ibid.*

mempasilitasi pensiunan untuk kepemilikan dan renovasi rumah tinggal, pembelian kendaraan, biaya pendidikan anak, biaya pernikahan dan umroh. Termasuk *take over* pembiayaan pensiun dari bank lain. Dua pilihan akad yaitu murabahah (jual beli) atau ijarah multi jasa.

c. Pembiayaan *iB* Muamalat multiguna

Merupakan produk Muamalat yang membantu anda untuk memenuhi kebutuhan barang jasa konsumtif seperti bahan bangunan untuk renovasi rumah, kepemilikan sepeda motor, pembiayaan pendidikan, biaya pernikahan, biaya perlengkapan rumah. Dua pilihan akad yaitu murabahah (jual-beli) atau ijarah multijasa (sewa-jasa).

### 3. Produk Jasa (*Service Products*)

a. *Wakalah*

Berarti penyerahan, pendelegasian atau pemberian mandat. Secara teknis Perbankan, *Wakalah* adalah akad pemberian wewenang atau kuasa dari lembaga atau seseorang (sebagai pemberi mandat) kepada pihak lain (sebagai wakil) untuk melaksanakan urusan dengan batas kewenangan dan waktu tertentu. Segala hak dan kewajiban yang diemban wakil harus mengatasnamakan yang memberikan kuasa.

b. *Kafalah*

*Kafalah* Merupakan jaminan yang diberikan oleh penanggung (*kafil*) kepada pihak ketiga untuk memenuhi kewajiban pihak kedua atau yang ditanggung. Dalam pengertian lain, *kafalah*

juga berarti mengalihkan tanggung jawab seseorang yang dijamin dengan berpegang pada tanggung jawab orang lain sebagai penjamin.

c. *Hawalah*

*Hawalah* Adalah pengalihan hutang dari orang yang berhutang kepada orang lain yang wajib menanggungnya. Dalam pengertian lain, merupakan pemindahan beban hutang dari *muhil* (orang yang berhutang) menjadi tanggungan *muhal* 'alaih atau orang yang berkewajiban membayar hutang.

d. *Rahn*

*Rahn* adalah menahan salah satu milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya. Barang yang ditahan tersebut memiliki nilai ekonomis, sehingga pihak yang menahan memperoleh jaminan untuk dapat mengambil seluruh atau sebagian piutangnya. Secara sederhana *rahn* adalah jaminan hutang atau gadai.

e. *Qardh*

*Qardh* adalah pemberian harta kepada orang lain yang dapat ditagih atau diminta kembali. Menurut teknis Perbankan, *qardh* adalah pemberian pinjaman dari Bank ke nasabah yang dipergunakan untuk kebutuhan mendesak, seperti dana talangan dengan kriteria tertentu dan bukan untuk pinjaman yang bersifat konsumtif. Pengembalian pinjaman ditentukan dalam jangka waktu tertentu (sesuai kesepakatan bersama) sebesar pinjaman tanpa ada tambahan keuntungan dan pembayarannya dilakukan secara angsuran atau sekaligus.

#### 4. Jasa Layanan (*Service*)

##### a. ATM (*Automatic Teller Machine*) Muamalat

Layanan ATM memudahkan nasabah melakukan penarikan dana tunai, pemindahbukuan antara rekening, pemeriksaan saldo, pembayaran zakat, Infaq, Sedekah (hanya pada ATM Muamalat), tagihan telepon, serta pembayaran seperti:

- 1) PLN Persero
- 2) Asuransi : Takaful
- 3) Telkom Indonesia
- 4) *Telcom Speddy*
- 5) ZIS
- 6) Tiket Pesawat: Garuda Indonesia
- 7) TV Berlangganan: Indovision digital, Orange TV, Top TV, Yes TV, Nex Media.
- 8) PDAM: PDAM Banyumas, PDAM Cilacap, PDAM Banjarmasin
- 9) Selular

ATM Muamalat sudah terintegrasi dengan ATM PRIMA dan ATM Bersama, dapat digunakan untuk transfer maupun tarik tunai. Dengan bekerja samanya Bank Muamalat Indonesia dengan MEPS (*Malaysia Electronic Payment System*) sehingga kartu ATM Bank Muamalat dapat digunakan secara luas di Malaysia.

b. Salam Muamalat

Merupakan layanan *Phone Banking* 24 jam dan *call center* yang memberikan kemudahan bagi nasabah, setiap saat dan di manapun nasabah berada untuk memperoleh informasi mengenai produk, saldo dan informasi transaksi, serta transfer antara rekening,. Menggunakan Salam Muamalat dapat menghubungi 021-1500016.

c. Pembayaran Zakat, Infaq dan Sedekah (ZIS)

Jasa yang memudahkan nasabah dalam membayar ZIS, baik ke lembaga pengelola ZIS Bank Muamalat maupun ke lembaga-lembaga ZIS lainnya yang bekerjasama dengan Bank Muamalat, melalui *Phone Banking* dan ATM Muamalat di seluruh cabang Bank Muamalat.

d. *Internet Banking* Muamalat

Layanan perbankan elektronik melalui akses internet dengan menggunakan sms token yang dapat beroperasi 24 jam 7 hari seminggu dengan mudah, kapan saja, dan dimana saja. Nasabah bisa melakukan *monitoring* atas transaksi keuangan pribadi maupun bisnis dari seluruh rekening anda di Bank Muamalat dalam CIF (*Customer Information File*).

e. *Mobile Banking* Muamalat

Layanan perbankan untuk melakukan transaksi *financial* dan *non-financial* yang dapat diakses dengan mengunduh aplikasi melalui

ponsel android atau ponsel yang telah didukung oleh *javaplatform* versi *MIDP 2.0*.

f. Jasa-jasa lain

Bank Muamalat juga menyediakan jasa-jasa Perbankan lainnya kepada masyarakat luas, seperti *transfer, collection, standing instruction, bank draft, virtual account, cash management, gerai Muamalat*, referensi Bank.

g. DPLK (Dana Pensiun Lembaga Keuangan) Muamalat

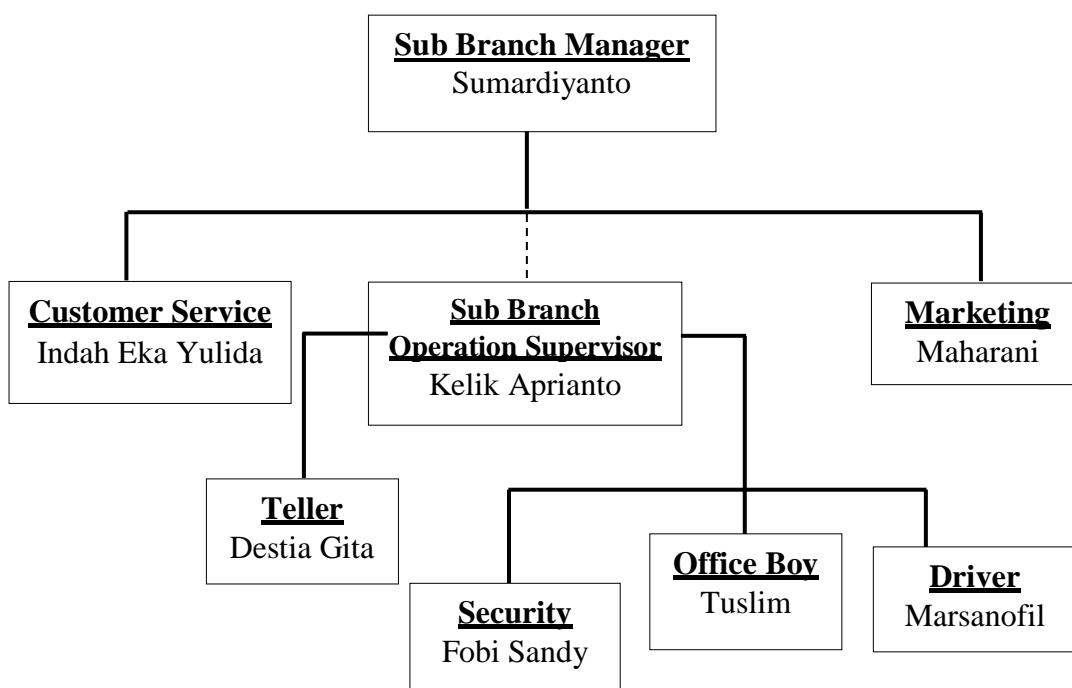
Dana Pensiun Lembaga Keuangan (DPLK) Muamalat adalah penyelenggara Program Pensiun Iuran Pasti (PIIP) yang didirikan oleh Bank Muamalat Indonesia yang disahkan berdasarkan SK Menteri Keuangan No. KEP-485/KM.17/1997 tanggal 10 Oktober 1997. PT Bank Muamalat Indonesia Tbk sebagai pendiri adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang perbankan dengan pengelolaan berdasarkan Syariat Islam. Bank Muamalat menunjukkan kinerja yang senantiasa terus meningkat, baik dari aspek peningkatan aset maupun perluasan jaringan. Di samping itu, adanya Dewan Pengawas Syari'ah yang beranggotakan ulama lebih memberikan kenyamanan dalam bertransaksi dengan memberikan hasil pengelolaan yang kompetitif, aman dan kepastian pengelolaan secara Syari'ah. Dengan dukungan jaringan Bank Muamalat tersebar di 34 provinsi di Indonesia, DPLK Muamalat siap memberikan layanan di setiap outlet baik untuk pendaftaran, setoran, maupun pembayaran

manfaat pensiun di kemudian hari. Mengingat bahwa program pensiun merupakan program kesejahteraan jangka panjang, maka yang diperlukan adalah hasil yang optimal, pengelolaan yang aman dan efisien, serta layanan yang mudah dan menyenangkan.

## 5. Struktur Organisasi

### ORGANIZATION STRUCTUR OF SUB BRANCHES

#### PT. BANK MUAMALAT INDONESIA KCP CURUP



Gambar 3.1

Struktur Organisasi Bank Muamalat KCP Curup



## BAB IV

### PEMBAHASAN

#### A. Karakteristik Responden

Pada penelitian ini jumlah responden yang dijadikan sampel oleh peneliti adalah berjumlah 30 orang nasabah, dimana responden yang diambil oleh penulis merupakan nasabah yang ada di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup yang ada di Dusun Curup. Pada penelitian ini, terlebih dahulu penulis akan menyajikan profil dari responden menurut jenis kelamin, usia, pendidikan dan pekerjaan. Berikut ini profil responden yang dilakukan berdasarkan jenis kelamin, dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.1

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-laki	15	50%
Perempuan	15	50%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

*Sumber: data primer yang diolah, 2020.*

#### Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Pada tabel 4.1 yakni profil responden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa jenis kelamin laki-laki sebanyak 15 orang atau 50% sedangkan untuk jenis kelamin perempuan sebanyak 15 orang atau 50% serta total keseluruhan sesuai dengan sampel yaitu 30 orang responden. Kemudian disajikan profil responden berdasarkan tingkatan umur dan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.2  
 Profil Responden Berdasarkan Tingkatan Umur

<b>Pekerjaan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Petani	1	3,3%
Pedagang	1	3,3%
PNS	4	13,3%
Swasta	16	53,3%
Lainnya	8	26,6%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

Pada tabel 4.2 yakni profil responden berdasarkan tingkatan umur menunjukkan bahwa tingkatan umur responden yang terbesar dalam penelitian ini adalah pada tingkatan umur 21-30 tahun yakni sebanyak 11 orang atau 36,6%, untuk umur 31-40 tahun yakni sebanyak 10 orang atau 33,3%, untuk umur 41-50 tahun yakni sebanyak 2 orang atau 6,6%, dan untuk umur >50 tahun yakni sebanyak 7 orang atau 23,3%. Kemudian akan disajikan profil responden berdasarkan tingkat pendidikan dari responden yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.3  
 Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Responden

<b>Pendidikan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
SMA	11	36,6%
DIPLOMA	2	6,6%
S1	15	50%
S2/S3	2	6,6%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

Pada tabel 4.3 diatas dapat diketahui bahwa berdasarkan tingkatan pendidikan menunjukkan bahwa tingkatan pendidikan responden yang terbesar dalam penelitian ini adalah pada tingkatan pendidikan S1 yakni sebanyak 15

orang atau 50%, untuk pendidikan SMA yakni sebanyak 11 orang atau 36,6%, untuk pendidikan DIPLOMA yakni sebanyak 2 orang atau 6,6%, dan untuk pendidikan S2/S3 yakni sebanyak 2 orang atau 6,6%. Kemudian akan disajikan profil responden berdasarkan pekerjaan dari responden yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.4  
Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan Responden

<b>Pekerjaan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Petani	1	3,3%
Pedagang	1	3,3%
PNS	4	13,3%
Swasta	16	53,3%
Lainnya	8	26,6%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

Pada tabel 4.4 diatas dapat diketahui bahwa berdasarkan pekerjaan responden menunjukkan bahwa pekerjaan responden yang terbesar dalam penelitian ini adalah pada pekerjaan swasta yakni sebanyak 16 orang atau 53,3%, untuk pekerjaan lainnya yakni sebanyak 8 orang atau 26,6%, untuk pekerjaan PNS yakni sebanyak 4 orang atau 13,3%, untuk pekerjaan pedagang yakni sebanyak 1 orang atau 3,3%, dan untuk pekerjaan petani yakni sebanyak 1 orang atau 3,3%.

#### **B. Analisis Pengaruh Motivasi Nasabah Dusun Curup terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup**

Pada bagian ini merupakan analisis mengenai bagaimana pengaruh motivasi nasabah yang ada di Dusun Curup terhadap keputusan menjadi nasabah

Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup, jadi guna analisis disini ialah untuk melihat seberapa besar pengaruh motivasi terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup, dimana tiap item pernyataan yang terdapat dikuesioner dihitung seberapa banyak responden yang menjawab dengan keterangan SS=Sangat Setuju, S=Setuju, RR=Ragu-Ragu, STS=Sangat Tidak Setuju yang merupakan skala likert dibagian variabel motivasi sedangkan dibagian variabel pengetahuan produk Perbankan Syari'ah dengan keterangan ST=Sangat Tau, T=Tau, RR=Ragu-Ragu, TT=Tidak Tau, STT= Sangat Tidak Tau, dan pada variabel keputusan memiliki keterangan yang sama dengan variabel motivasi, lalu dari keseluruhan jawaban responden maka dijumlahkan satu persatu keterangan yang telah disebutkan diatas, guna untuk melihat seberapa berpengaruhnya motivasi dan pengetahuan produk Perbankan Syari'ah terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup, berikut analisisnya:

1. Analisis bagaimana pengaruh motivasi nasabah Dusun Curup terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup. Berikut penjelasan analisisnya:

Tabel 4.5  
Variabel Motivasi Nasabah ( $X_1$ )

No	Pernyataan	Skala Likert				
		SS	S	RR	TS	STS
1	Masyarakat ditempat tinggal saya banyak yang menggunakan Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup	2	5	13	10	-
2	Masyarakat selalu memotivasi saya agar menggunakan jasa dan layanan Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup	1	5	16	8	-
3	Bapak/Ibu mengikuti sosialisasi tentang penggunaan bank syari'ah yang diselenggarakan oleh pihak masyarakat setempat	1	6	15	8	-
4	Menabung di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup lebih hemat	11	7	11	1	-
5	Mendapatkan keuntungan yang besar	4	7	12	7	-
6	Jaminan yang diberikan Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup tidak merugikan saya	13	7	10	-	-
7	Adanya rekomendasi dari keluarga, teman, dan lingkungan sosial untuk menabung di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup	6	7	8	9	-
8	Bapak/Ibu memutuskan untuk menabung karena ada saudara/rekan nasabah yang bekerja di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup	5	6	6	12	1
9	Bapak/Ibu memilih menabung di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup atas kemauan diri sendiri	8	5	13	4	-
10	Bapak/Ibu memilih menabung di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup karena sebatas rasa ingin tahu saja	16	7	7	-	-
11	Bapak/Ibu yakin dalam memilih Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup sebagai bank pribadi	11	3	14	2	-

*Sumber:  
data primer  
yang diolah,  
2020.*

12	Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup Berpedoman pada Al-Qur'an dan Al-Hadist	13	7	9	1	-
13	Bapak/Ibu menabung di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup agar terhindar dari dosa riba yang sesuai dengan hukum islam	11	9	8	2	-
14	Alasan Bapak/Ibu memilih Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup untuk berinvestasi karena investasinya hanya pada kegiatan yang halal-halal saja	8	5	14	3	-

a

ri tabel 4.5 diatas dapat dilihat bahwa pada variabel motivasi memiliki pernyataan yang berbeda-beda yang didapat dari tiap indikator yang berbeda pula, sehingga jawaban yang diperoleh dari responden juga berbeda-beda, dari pernyataan nomor 1-8 merupakan hasil pernyataan dari indikator eksternal (luar), dapat dilihat dari hasil jawaban responden yang menjawab dengan keterangan SS=Sangat Setuju yaitu sebanyak 43 jawaban, S=Setuju sebanyak 50 jawaban, RR=Ragu-Ragu sebanyak 91 jawaban, TS=Tidak Setuju sebanyak 55 jawaban, dan terakhir STS=Sangat Tidak Setuju sebanyak 1 jawaban, dan semua itu merupakan hasil dari pernyataan nomor 1-8 pada variabel motivasi dalam indikator eksternal.

Sedangkan untuk penjelasan variabel motivasi pada indikator internal yakni terdapat pada pernyataan dari nomor 9-14, dapat dilihat dari hasil jawaban responden yang menjawab dengan keterangan SS=Sangat Setuju yaitu sebanyak 67 jawaban, S=Setuju sebanyak 36 jawaban, RR=Ragu-Ragu sebanyak 65 jawaban, TS=Tidak Setuju sebanyak 12 jawaban, dan terakhir STS=Sangat Tidak Setuju tidak ada yang menjawab.

Dapat disimpulkan, bahwa dalam hal ini bagaimana pengaruh motivasi terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup yaitu, dilihat dari indikator eksternal maupun internal bahwa kedua indikator tersebut memiliki jawaban yang positif atau berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup.

## 2. Uji Instrumen Penelitian Variabel Motivasi

### a. Uji Validitas

Uji validitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana ketepatan atau kevalidan suatu alat ukur kuesioner (angket). Indikator dikatakan valid jika  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$ . Pada penelitian ini menggunakan sampel  $(n) = 30$  dan besarnya  $df$  dapat dihitung  $df = n - 2$   $(30 - 2) = 28$ . Maka  $df = 28$  dengan tingkat kesalahan 5% didapat  $r_{tabel} = 0,361$ . Berikut ini pengujian validitas pada variabel bebas yakni motivasi ( $X_1$ ) yang dihitung dengan menggunakan SPSS Statistics versi 20. Maka hasilnya dapat diperoleh sebagai berikut:

Tabel 4.6  
Hasil Uji Validitas Motivasi (X<sub>1</sub>)

No	Keterangan	r hitung	r tabel	Hasil Validitas
1	X1.1	0,452	0,361	Valid
2	X1.2	0,486	0,361	Valid
3	X1.3	0,412	0,361	Valid
4	X1.4	0,597	0,361	Valid
5	X1.5	0,555	0,361	Valid
6	X1.6	0,671	0,361	Valid
7	X1.7	0,579	0,361	Valid
8	X1.8	0,506	0,361	Valid
9	X1.9	0,516	0,361	Valid
10	X1.10	0,837	0,361	Valid
11	X1.11	0,518	0,361	Valid
12	X1.12	0,780	0,361	Valid
13	X1.13	0,837	0,361	Valid
14	X1.14	0,736	0,361	Valid

Sumber: data primer yang diolah, 2020.

Berdasarkan tabel 4.6 diatas menunjukkan bahwa seluruh item soal memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0,361), maka seluruh pernyataan tersebut dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas Variabel Motivasi

Uji Reliabilitas digunakan untuk menguji konsistensi dari suatu kuesioner (angket). Maka alat ukur untuk kuesioner dikatakan reliabilitas jika nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60. Berikut dapat dilihat hasil uji reliabilitas:



Tabel 4.7  
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Motivasi ( $X_1$ )

**Reliability Statistics ( $X_1$ )**

Cronbach's Alpha	N of Items
<b>,857</b>	14

*Sumber: data primer yang diolah, 2020.*

Dari tabel 4.7 dapat diketahui variabel bebas yakni motivasi ( $X_1$ ) dengan jumlah item soal sebanyak 14 memiliki nilai *Cronbach's Alpha*  $0,857 > 0,60$ , Sehingga dapat disimpulkan variabel motivasi memiliki *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60 yang artinya variabel  $X_1$  dinyatakan reliabel.

**C. Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Nabasah Dusun Curup terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup**

Pada bagian ini merupakan analisis mengenai bagaimana pengaruh pengetahuan produk Perbankan Syariah terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup, jadi guna analisis disini ialah untuk melihat seberapa besar pengaruh pengetahuan produk Perbankan Syariah terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup, dimana tiap item pernyataan yang terdapat dikuesioner dihitung seberapa banyak responden yang menjawab dengan yang merupakan skala likert dibagian variabel pengetahuan produk Perbankan Syariah dengan keterangan ST=Sangat Tau, T=Tau, RR=Ragu-Ragu, TT=Tidak Tau, STT=Sangat Tidak Tau, lalu dari keseluruhan jawaban

responden maka dijumlahkan satu persatu keterangan yang telah disebutkan diatas, guna untuk melihat seberapa berpengaruhnya pengetahuan produk Perbankan Syari'ah terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup, berikut analisisnya:

1. Analisis bagaimana pengaruh pengetahuan produk Perbankan Syari'ah Nasabah Dusun Curup terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup. Berikut penjelasan analisisnya:

Tabel 4.8

Variabel Pengetahuan Produk Perbankan Syari'ah (X<sub>2</sub>)

No	Pernyataan	Skala Likert				
		ST	T	RR	TT	STT
15	Bapak/Ibu mengetahui informasi tentang ragam produk yang ditawarkan Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup	4	4	12	10	-
16	Bapak/Ibu mengetahui informasi tentang produk tabungan yang berupa tabungan IB Hijrah Haji, IB Hijrah, IB Hijrah Valas, Tabunganku, IB Hijrah Rencana, IB Hijrah Prima, IB Prima, Muamalat Prima IB	7	7	9	7	-
17	Bapak/Ibu mengetahui informasi tentang produk Giro seperti IB Hijrah Attijary, dan IB Hijrah Ultima	11	4	12	3	-
18	Bapak/Ibu mengetahui informasi tentang produk Deposito seperti IB Hijrah	10	2	13	5	-
19	Bapak/Ibu mengetahui informasi tentang produk pembiayaan seperti KPR IB Muamalat, IB Muamalat Pensiun, IB Muamalat Multiguna	13	5	10	2	-
20	Bapak/Ibu mengetahui informasi tentang produk Investasi seperti Sukuk Tabungan	7	3	12	7	1
21	Bapak/Ibu mengetahui informasi tentang produk Jasa seperti <i>Wakalah, Kafalah, Hawalah, Rahn, dan Qardh</i>	1	4	11	12	2

22	Bapak/Ibu mengetahui informasi tentang produk Jasa Layanan seperti ATM, Salam Muamalat, Pembayaran ZIS, Internet Banking Muamalat, Mobile Banking Muamalat, Jasa-jasa lainnya, DPLK	12	3	12	3	-
----	---	----	---	----	---	---

*Sumber: data primer yang diolah, 2020.*

Dari tabel 4.8 diatas dapat dilihat bahwa pada variabel pengetahuan dalam ini hanya satu indikator yang disajikan yakni indikator pengetahuan produk Perbankan Syari'ah dimana memiliki pernyataan berbeda-beda yang didapat dari indikator pengetahuan produk Perbankan Syari'ah, sehingga jawaban yang diperoleh dari responden sudah pasti berbeda-beda, dari pernyataan nomor 15-22 merupakan hasil pernyataan dari indikator pengetahuan produk Perbankan Syari'ah, dapat dilihat dari hasil jawaban responden yang menjawab dengan keterangan ST=Sangat Tau yaitu sebanyak 65 jawaban, T=Tau sebanyak 32 jawaban, RR=Ragu-Ragu sebanyak 91 jawaban, TT=Tidak Tau sebanyak 49 jawaban, dan terakhir STT=Sangat Tidak Tau sebanyak 3 jawaban, semua itu merupakan hasil dari pernyataan nomor 15-22 pada variabel pengetahuan dalam indikator produk Perbankan Syari'ah.

Dapat disimpulkan, bahwa dalam hal ini bagaimana pengaruh pengetahuan produk Perbankan Syari'ah terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup yaitu, dilihat dari indikator pengetahuan produk Perbankan Syari'ah tersebut bahwa pengetahuan akan produk Perbankan Syari'ah dapat dikatakan kurang, karena untuk jawaban pada skala Tidak Tau Sebanyak 49, Artinya

masih banyak yang tidak paham atau pengetahuannya kurang akan produk-produk yang ia beli atau ia pakai.

## 2. Uji Instrumen Penelitian Variabel Pengetahuan Produk Perbankan Syari'ah

### a. Uji Validitas

Uji validitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana ketepatan atau kevalidan suatu alat ukur kuesioner (angket). Indikator dikatakan valid jika  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$ . Pada penelitian ini menggunakan sampel ( $n$ )= 30 dan besarnya  $df$  dapat dihitung  $df = n-2$  ( $30-2$ ) = 28. Maka  $df=28$  dengan tingkat kesalahan 5% didapat  $r_{tabel}= 0,361$ . Berikut ini pengujian validitas pada variabel bebas yakni Pengetahuan Produk Perbankan Syari'ah ( $X_2$ ) yang dihitung dengan menggunakan SPSS Statistics versi 20. Maka hasilnya dapat diperoleh sebagai berikut:

Tabel 4.9

Variabel Pengetahuan Produk Perbankan Syari'ah ( $X_2$ )

No	Keterangan	r hitung	r tabel	Hasil Validitas
15	X2.15	0,646	0,361	Valid
16	X2.16	0,776	0,361	Valid
17	X2.17	0,728	0,361	Valid
18	X2.18	0,699	0,361	Valid
19	X2.19	0,727	0,361	Valid
20	X2.20	0,763	0,361	Valid
21	X2.21	0,420	0,361	Valid
22	X2.22	0,737	0,361	Valid

Sumber: data primer yang diolah, 2020.

Berdasarkan tabel 4.9 diatas menunjukkan bahwa seluruh item soal memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0,361), maka seluruh pernyataan tersebut dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas Variabel Pengetahuan Produk Perbankan Syari'ah

Uji Reliabilitas digunakan untuk menguji konsistensi dari suatu kuesioner (angket). Maka alat ukur untuk kuesioner dikatakan reliabilitas jika nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60. Berikut dapat dilihat hasil uji reliabilitas:

Tabel 4.10

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pengetahuan Produk ( $X_2$ )

<b>Reliability Statistics (<math>X_2</math>)</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
<b>,842</b>	8

Sumber: data primer yang diolah, 2020.

Dari tabel 4.10 tersebut dapat diketahui variabel bebas yakni variabel pengetahuan produk Perbankan Syari'ah ( $X_2$ ) dengan jumlah item soal sebanyak 8 memiliki nilai *Cronbach's Alpha*  $0,842 > 0,60$ , Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan produk Perbankan Syari'ah ( $X_2$ ) memiliki *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60 yang artinya variabel  $X_2$  dinyatakan reliabel.

**D. Analisis Keputusan menjadi Nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup**

Pada bagian ini merupakan analisis keputusan menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup, guna analisis disini ialah untuk melihat seberapa banyak faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup, dimana tiap item pernyataan yang terdapat dikuesioner dihitung seberapa banyak responden yang menjawab dengan keterangan SS=Sangat Setuju, S=Setuju, RR=Ragu-Ragu, TS=Tidak Setuju, STS=Sangat Tidak Setuju yang merupakan skala *likert* dibagian variabel keputusan menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup, lalu dari keseluruhan jawaban responden maka dijumlahkan satu persatu keterangan yang telah disebutkan diatas, guna untuk melihat seberapa berpengaruhnya indikator-indikator yang terdapat pada variabel keputusan menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup, berikut analisisnya:

1. Analisis bagaimana keputusan menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup, berikut analisisnya:

Tabel 4.11

## Variabel Keputusan Nasabah (Y)

No	Pernyataan	Skala Likert				
		SS	S	RR	TS	STS
23	Tabungan yang ditawarkan Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup sangat menarik	10	9	11	-	-
24	Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup memiliki produk Tabungan yang beragam	9	9	12	-	-
25	Tabungan yang ditawarkan Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup sesuai dengan	14	4	12	-	-

	prinsip syari'ah					
26	Pegawai Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup terampil dan sopan dalam melayani nasabah	14	6	4	6	-
27	Pegawai Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup selalu mengucapkan salam kepada setiap nasabah	14	5	5	6	-
28	Pegawai Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup selalu berpenampilan rapi	15	8	7	-	-
29	Brosur Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup jelas dan menarik nasabah untuk menabung di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup	10	10	10	-	-
30	Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup memberikan penjelasan yang jelas kepada nasabah tentang produk yang ditawarkan	9	7	7	7	
31	Bapak/Ibu memilih Bank Muamalat KCP Curup karena citra yang baik dikalangan masyarakat	13	8	8	1	-
32	Letak kantor Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup mudah untuk dijangkau	7	6	15	2	-
33	Letak kantor Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup sangat strategis karena dekat dengan instansi-instansi publik	7	12	8	3	-
34	Memiliki mesin ATM yang terletak disebelah kantor Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup	11	8	8	3	-
35	Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup memiliki ruang tunggu yang nyaman	6	6	15	13	-
36	Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup memiliki tempat parkir yang memadai	15	10	5	-	-
37	Teknologi yang digunakan sudah modern	7	5	9	9	-
38	Memiliki mesin ATM yang terjamin kualitas dan kebersihannya	8	4	10	8	-

*Sumber: data primer yang diolah, 2020.*

Dari tabel 4.11 diatas dapat dilihat bahwa pada variabel keputusan menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup memiliki pernyataan yang berbeda-beda yang didapat dari tiap indikator yang berbeda pula, sehingga jawaban yang diperoleh dari responden juga berbeda-beda, dari pernyataan nomor 23-25 merupakan hasil pernyataan dari indikator produk, pernyataan nomor 26-28 dari indikator pelayanan, pernyataan nomor 29-31 merupakan hasil dari indikator promosi, pernyataan nomor 32-34 dari indikator lokasi, dan terakhir pernyataan nomor 35-38 didapat dari indikator bukti fisik, dapat dilihat dari hasil jawaban responden yang menjawab dengan keterangan SS=Sangat Setuju yaitu sebanyak 169 jawaban, S=Setuju sebanyak 117 jawaban, RR=Ragu-Ragu sebanyak 146 jawaban, TS=Tidak Setuju sebanyak 48 jawaban, dan terakhir STS=Sangat Tidak Setuju sebanyak 0 jawaban.

Dapat disimpulkan, bahwa dalam hal ini tiap keterangan dalam skala *likert* memiliki jumlah yang berbeda-beda, namun pada keterangan SS= Sangat Setuju memiliki jumlah yang paling tinggi yaitu 203, sedangkan skala *likert* yang lainnya memiliki jumlah dibawah 169, artinya tiap indikator yang disebutkan diatas menunjukkan bahwa keputusan memilih jasa Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup ditentukan oleh beberapa indikator diatas, dan pengaruhnya terhadap keputusan sangat berpengaruh dan terbukti sesuai jawaban yang didapat dikuesioner penelitian.

## 2. Uji Instrumen Penelitian Variabel Keputusan Nasabah



a. Uji Validitas

Uji validitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana ketepatan atau kevalidan suatu alat ukur kuesioner (angket). Indikator dikatakan valid jika  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$ . Pada penelitian ini menggunakan sampel  $(n) = 30$  dan besarnya  $df$  dapat dihitung  $df = n - 2$   $(30 - 2) = 28$ . Maka  $df = 28$  dengan tingkat kesalahan 5% didapat  $r_{tabel} = 0,361$ . Berikut ini pengujian validitas pada variabel bebas yakni motivasi ( $X_1$ ) yang dihitung dengan menggunakan SPSS Statistics versi 20. Maka hasilnya dapat diperoleh sebagai berikut:

Tabel 4.12  
Variabel Keputusan Nasabah (Y)

No	Keterangan	r hitung	r tabel	Hasil Validitas
23	Y.23	0,628	0,361	Valid
24	Y.24	0,536	0,361	Valid
25	Y.25	0,696	0,361	Valid
26	Y.26	0,931	0,361	Valid
27	Y.27	0,931	0,361	Valid
28	Y.28	0,754	0,361	Valid
29	Y.29	0,569	0,361	Valid
30	Y.30	0,892	0,361	Valid
31	Y.31	0,809	0,361	Valid
32	Y.32	0,899	0,361	Valid
33	Y.33	0,946	0,361	Valid
34	Y.34	0,873	0,361	Valid
35	Y.35	0,899	0,361	Valid
36	Y.36	0,760	0,361	Valid
37	Y.37	0,890	0,361	Valid
38	Y.38	0,902	0,361	Valid

Sumber: data primer yang diolah, 2020.

Berdasarkan tabel 4.12 diatas menunjukkan bahwa seluruh item soal memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0,361), maka seluruh pernyataan tersebut dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Nasabah

Uji Reliabilitas digunakan untuk menguji konsistensi dari suatu kuesioner (angket). Maka alat ukur untuk kuesioner dikatakan reliabilitas jika nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60. Berikut dapat dilihat hasil uji reliabilitas:

Tabel 4.13

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Nasabah (Y)

Reliability Statistics (Y)	
Cronbach's Alpha	N of Items
,962	16

Sumber: data primer yang diolah, 2020.

Dari tabel 4.13 tersebut dapat diketahui variabel terikat yaitu keputusan nasabah (Y) dengan jumlah 16 item soal memiliki nilai *Cronbach's Alpha* 0,962 > 0,60. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel keputusan nasabah memiliki *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60 yang artinya variabel Y dinyatakan reliabel.

**E. Uji Asumsi Klasik**

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan oleh penulis untuk uji asumsi klasik terhadap data penelitian maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

### 1) Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang digunakan untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini yang digunakan untuk menguji normalitas data, dilakukan dengan uji *Shapiro Wilk*. Dasar pengambilan keputusan yaitu jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka nilai residual berdistribusi normal, namun jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka nilai residual tidak berdistribusi normal. Berikut adalah hasil dari uji normalitas *Shapiro Wilk*:

Tabel 4.14  
Uji Normalitas

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
MOTIVASI	,143	30	,121	,949	30	<b>,157</b>
PENGETAHUAN PRODUK PERBANKAN SYARI'AH	,111	30	,200*	,969	30	<b>,514</b>
KEPUTUSAN NASABAH	,113	30	,200*	,953	30	<b>,203</b>

\*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

*Sumber: data primer yang diolah, 2020.*

Berdasarkan tabel 4.14 diketahui bahwa nilai signifikansi dari variabel motivasi sebesar  $0.157 > 0.05$ , variabel pengetahuan produk Perbankan Syari'ah sebesar  $0.514 > 0.05$ , dan variabel keputusan nasabah sebesar  $0.203 > 0.05$ . Maka dapat disimpulkan data penelitian ini berdistribusi normal.

### 2) Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas digunakan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya korelasi yang kuat di antara variabel bebas yaitu motivasi ( $X_1$ ) dan pengetahuan produk Perbankan Syariah ( $X_2$ ). Dasar pengambilan keputusan untuk mendeteksi apakah model regresi linier mengalami multikolinieritas ataupun tidak dapat diperiksa menggunakan *Variance Inflation Factor* (VIF) untuk masing-masing variabel *independent*, yaitu jika suatu variabel *independent* mempunyai nilai  $VIF < 10$  dan nilai *tolerance*  $> 0,10$  maka tidak terjadi gejala multikolinieritas dan sebaliknya. Dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.15

Uji  
Multi  
kolini  
eritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
B	MOTIVASI	,341	2,929
e	PENGETAHUAN PRODUK PERBANKAN SYARI'AH	,341	2,929

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN NASABAH

Sumber: data primer yang diolah, 2020.

d

asarkan tabel 4.15 diatas yakni uji multikolinieritas diketahui bahwa nilai *tolerance* kedua variabel yakni motivasi dan pengetahuan produk Perbankan Syariah adalah sebesar 0.314 lebih besar dari 0.10 sedangkan *variance inflation factor* (VIF) kedua variabel, yakni motivasi dan pengetahuan produk Perbankan Syariah adalah 2.929 lebih kecil dari 10. maka dapat

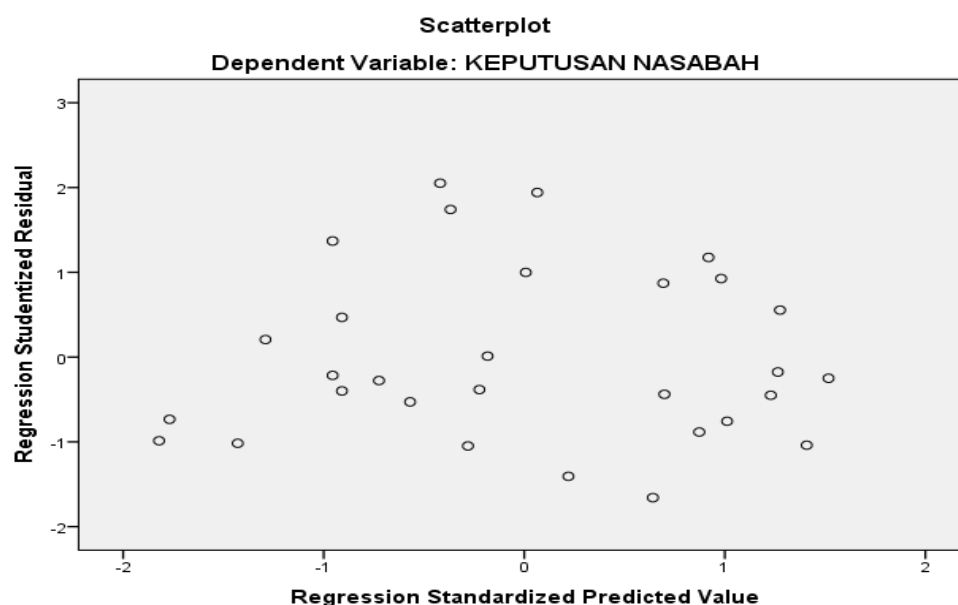
disimpulkan bahwa variabel *independent* ( $X_1$ ,  $X_2$  dan  $Y$ ) tidak terjadi gejala multikolinieritas.

### 3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Deteksi heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan metode *scatterplot* dan *glejser*. Metode *scatterplot* dapat dilihat dari pola gambar *scatterplot*, jika pada grafik tersebut tidak membentuk pola tertentu maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Perhatikan pada gambar berikut:

Gambar 4.1

Uji heteroskedastisitas



rkan gambar 4.1 diatas yakni uji heterokedastisitas *scatterplot* diketahui bahwa titik-titik menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0 pada sumbu Y dan tidak terdapat pola yang jelas pada gambar serta titik-titik juga

tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja. Jadi dapat disimpulkan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Tabel 4.16

Uji Glejser

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5,096	4,89		1,042	0,307
1 MOTIVASI	0,102	0,158	0,209	0,642	<b>0,526</b>
1 PENGETAHUAN PRODUK PERBANKAN SYARI'AH	-0,167	0,215	-0,252	-0,775	<b>0,445</b>

a. Dependent Variable: Abs\_Res

Sumber: data primer yang diolah, 2020.

Berdasarkan tabel 4.16 diatas yakni uji *glejser* diketahui nilai signifikansi dari variabel motivasi ( $X_1$ ) sebesar  $0.526 > 0.05$  dan signifikansi dari variabel pengetahuan produk Perbankan Syari'ah ( $X_2$ ) sebesar  $0.445 > 0.05$  yang berarti dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

## 4) Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t sebelumnya. Dasar pengambilan keputusan jika  $du < d < 4-du$  maka tidak terdapat autokorelasi. Uji statistik yang digunakan pada penelitian ini adalah uji *Durbin Watson*. Dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.17  
Uji Autokorelasi

B  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,798 <sup>a</sup>	,637	,610	6,373	<b>1,965</b>

a. Predictors: (Constant), PENGETAHUAN PRODUK PERBANKAN SYARI'AH, MOTIVASI

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN NASABAH

Sumber: data primer yang diolah, 2020

a

rkan tabel 4.17 yakni uji autokorelasi diketahui bahwa nilai DW (*Durbin Watson*) sebesar 1.965. Dalam penelitian ini pembandingan menggunakan nilai signifikansi 5%, jumlah sampel 30 (n) dan jumlah variabel *independent* 2 (k=2), maka pada tabel *Durbin Watson* akan didapat nilai  $dL=1.283$  dan nilai  $dU=1.566$  karena nilai DW sebesar 1.965 terletak diantara nilai 1.566 (du) dan  $4-du$  (2.434) dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi.

#### F. Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel bebas yakni motivasi ( $X_1$ ) dan pengetahuan peroduk Perbankan Syari'ah ( $X_2$ ) terhadap keputusan (Y) menjadi nasabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup. Berikut dapat dilihat hasil uji regresi linier berganda:

Tabel 4.18  
Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	<b>25,135</b>	6,975		3,604	,001
MOTIVASI	<b>,490</b>	,204	,448	2,399	,024
PENGETAHUAN PRODUK PERBANKAN SYARI'AH	<b>,435</b>	,220	,370	1,982	,058

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN NASABAH

Sumber: data primer yang diolah, 2020.

Berdasarkan tabel 4.18 analisis data dengan menggunakan SPSS v 20, maka dapat diperoleh hasil persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \epsilon$$

$$Y = 25.135 + 0.490X_1 + 0.435X_2 + \epsilon$$

Keterangan:

$Y$  = Keputusan nasabah (Variabel *Dependent*)

$a$  = Konstanta

$X_1$  = Motivasi ( Variabel *Independent*)

$X_2$  = Pengetahuan produk Perbankan Syari'ah ( Variabel *Independent*)

Persamaan regresi diatas memperlihatkan hubungan antara variabel *independent* dengan variabel *dependent* secara parsial, dari persamaan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa:



- 1) *Constanta* memiliki angka 25.135 yang berarti nilai *constant* positif menunjukkan pengaruh positif variabel *independent* yakni motivasi ( $X_1$ ) dan pengetahuan produk Perbankan Syari'ah ( $X_2$ ). Bila variabel *independent* naik atau berpengaruh satu satuan, maka variabel keputusan menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup (Y) akan naik sebesar 25.135.
- 2) Nilai beta dalam *Unstandardized Coefficients* menunjukkan nilai koefisien regresi variabel motivasi sebesar 0.490 artinya jika motivasi ( $X_1$ ) mengalami kenaikan satu satuan, maka keputusan menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0.490 dimana koefisien tersebut bernilai positif. Maka variabel motivasi memiliki pengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup .
- 3) Nilai beta dalam *Unstandardized Coefficients* menunjukkan nilai koefisien regresi variabel pengetahuan produk Perbankan Syari'ah ( $X_2$ ) sebesar 0.435 artinya jika variabel pengetahuan produk Perbankan Syari'ah ( $X_2$ ) mengalami kenaikan satu satuan, maka keputusan menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup akan mengalami peningkatan sebesar 0.435 dimana koefisien tersebut bernilai positif. Maka variabel pengetahuan produk Perbankan Syari'ah memiliki pengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup.

## G. Uji Hipotesis

### 1) Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji T)

Uji parsial pada penelitian ini digunakan untuk menguji signifikan model regresi variabel *independent* yakni motivasi ( $X_1$ ) dan pengetahuan produk Perbankan Syariah ( $X_2$ ) secara parsial (sendiri) yang ditimbulkan dari masing-masing variabel baik itu  $X_1$  ataupun  $X_2$  terhadap variabel *dependent* yakni terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup (Y). Secara terperinci dapat dijelaskan pada hasil  $t_{hitung}$  sebagai berikut:

Tabel 4.19

K

Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	25,135	6,975		3,604	,001
	MOTIVASI	,490	,204	,448	<b>2,399</b>	<b>,024</b>
	PENGETAHUAN PRODUK PERBANKAN SYARI'AH	,435	,220	,370	<b>1,982</b>	<b>,058</b>

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN NASABAH

Sumber: data primer yang diolah, 2020.

### n Regresi Parsial (uji T)

Dasar pengambilan keputusan untuk uji T pada penelitian ini yakni jika nilai  $\text{sig} < 0.05$  atau  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka terdapat pengaruh variabel X terhadap Y dan sebaliknya jika nilai  $\text{sig} > 0.05$  atau  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap Y. Pada penelitian ini

menggunakan signifikansi 5% (0.05) dan rumus  $t_{\text{tabel}} = t(\alpha/2; n-k-1) = t(0.05/2; 30-2-1) = t(0.025; 27) = 2.05183$ . Jadi df sebesar 27 sehingga ditemukan atau  $t_{\text{tabel}}$  sebesar 2.05183, dapat diketahui hasil uji parsial (uji T) adalah sebagai berikut:

- a) Berdasarkan tabel 4.19 di atas hasil uji Regresi Parsial antara variabel motivasi ( $X_1$ ) terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup (Y) menunjukkan nilai  $t_{\text{hitung}}$  2.399 dan *p value* (Sig) sebesar 0.024 lebih kecil dari alpha 5% (0.05), sehingga dapat dikatakan bahwa  $t_{\text{hitung}} (2.399) > t_{\text{tabel}} (2.05183)$ . Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis ( $H_1$ ) diterima yang berarti variabel motivasi berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup.
- b) Berdasarkan tabel 4.19 di atas hasil uji Regresi Parsial antara variabel pengetahuan produk Perbankan Syariah ( $X_2$ ) terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup (Y) menunjukkan nilai  $t_{\text{hitung}}$  1.982 dan *p value* (Sig) sebesar 0.058 lebih besar dari alpha 5% (0.05), sehingga dapat dikatakan bahwa  $t_{\text{hitung}} (1.982) < t_{\text{tabel}} (2.05183)$ . Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis ( $H_2$ ) ditolak yang berarti pengetahuan produk Perbankan Syariah berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup.

## 2) Uji Koefisien Regresi Simultan (Uji F)

Uji Simultan (Uji F) pada penelitian ini digunakan menguji variabel *independent* yakni motivasi ( $X_1$ ) dan pengetahuan produk Perbankan Syariah ( $X_2$ ) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel *dependent* yakni keputusan menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup (Y). Secara terperinci dapat dijelaskan pada hasil  $t_{hitung}$  sebagai berikut:

Tabel 4.20

U  
j  
K  
o  
o  
e

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	694,827	2	347,414	<b>19,122</b>	<b>,000<sup>b</sup></b>
	Residual	490,539	27	18,168		
	Total	1185,367	29			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN NASABAH

b. Predictors: (Constant), PENGETAHUAN PRODUK PERBANKAN SYARI'AH, MOTIVASI

Sumber: data primer yang diolah, 2020.

s

i

## Uji F pada Regresi Simultan (Uji F)

Dasar pengambilan keputusan untuk uji F pada penelitian ini yakni jika nilai  $\text{sig} < 0.05$  atau  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka terdapat pengaruh variabel  $X_1$  dan  $X_2$  secara simultan terhadap Y. Pada penelitian ini menggunakan signifikansi 5% (0.05) sehingga ditemukan  $F_{tabel}$  sebesar yakni hasil dari rumus dari  $F_{tabel} = F(k; n-k) = F(2; 30-2) = F(2; 28) = 3.34$ . Maka

berdasarkan tabel 4.17 uji Koefisien Regresi Simultan (Uji F) diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh motivasi ( $X_1$ ) dan pengetahuan produk Perbankan Syari'ah ( $X_2$ ) secara simultan (bersama-sama) terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup (Y) adalah sebesar  $0.000 < 0.05$  dan nilai  $F_{hitung}$  ( $23.704$ )  $> F_{tabel}$  ( $3.34$ ) maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis ( $H_3$ ) diterima yang berarti terdapat pengaruh motivasi ( $X_1$ ) dan pengetahuan produk Perbankan Syari'ah ( $X_2$ ) secara simultan (bersama-sama) terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup (Y).

### 3) Uji Koefisien Determinasi

Uji Koefisien Determinasi berfungsi untuk mengetahui berapa persen pengaruh yang diberikan variabel *independent* yakni motivasi ( $X_1$ ) dan pengetahuan produk Perbankan Syari'ah ( $X_2$ ) secara simultan terhadap variabel *dependent* (Y) keputusan menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup (Y). Secara terperinci perhatikan tabel berikut ini:

Tabel 4.21

Uji  
Koef  
isien  
Deter  
mina  
si

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,766 <sup>a</sup>	,586	,556	4,262

a. Predictors: (Constant), PENGETAHUAN PRODUK PERBANKAN SYARI'AH, MOTIVASI

Sumber: data primer yang diolah, 2020.

Berdasarkan tabel 4.21 diatas nilai *R Square* sebesar 0.586, hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variabel motivasi ( $X_1$ ) dan pengetahuan produk Perbankan Syariah ( $X_2$ ) secara simultan terhadap variabel keputusan menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup (Y) sebesar 58.6% sedangkan sisanya 41.4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan oleh penulis. maka dalam hal ini menunjukkan bahwa terdapat variabel *independent* lainnya yang mempengaruhi variabel keputusan menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup

#### **H. Pembahasan Hasil Penelitian**

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan sampel sebanyak 30 orang, dari populasi nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup yang ada di Dusun Curup yakni berjumlah 300 orang. Cara menentukan sampelnya yaitu jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Jadi untuk penelitian ini dengan jumlah 3 variabel  $X_1$ ,  $X_2$ , dan Y, maka jumlah sampel yang diambil yakni  $3 \times 10 = 30$  responden. Dengan kata lain sampel dalam penelitian ini adalah 30 responden nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup yang ada di Dusun Curup dan teknik yang digunakan adalah teknik *nonprobability sampling* yakni menggunakan teknik *purposive sampling* yang mana teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan khusus sehingga layak dijadikan sampel. Berdasarkan penelitian yang dilakukan dan diperoleh penulis untuk mengetahui pengaruh antara motivasi dan pengetahuan produk Perbankan Syariah terhadap keputusan

menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup. Hal ini dibuktikan dengan olahan SPSS v 20 dalam uji validitas dan reliabilitas semua variabel penelitian yang menunjukkan bahwa seluruh nilai  $r$  hitung lebih besar dari pada  $r$  tabel yang artinya seluruh pernyataan bersifat valid dan masing-masing variabel memiliki *Cronbach's Alpha* lebih dari 0.60 yang artinya  $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $Y$  dinyatakan reliabel.

Hasil yang didapatkan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan dalam rumusan masalah dapat disimpulkan sebagai berikut:

4. Rumusan masalah yang pertama yakni bagaimana pengaruh motivasi nasabah di Dusun Curup terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup. Berdasarkan hasil olahan SPSS v 20 pada tabel 4.18 uji regresi linier berganda yang memperoleh nilai sig 0.024 dengan *alpha* 5% dan dapat dilihat nilai beta dalam *Unstandardized Coefficients* menunjukkan nilai koefisien regresi variabel motivasi sebesar 0.490 artinya jika motivasi ( $X_1$ ) mengalami kenaikan satu satuan, maka keputusan menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup ( $Y$ ) akan mengalami peningkatan sebesar 0.490 dimana koefisien tersebut bernilai positif. Hal ini sejalan dengan hasil hipotesis yang menunjukkan bahwa  $t_{hitung}$  (2.399) >  $t_{tabel}$  (2.05183) dengan sig 0.024 lebih kecil dari *alpha* 5% dapat dilihat pada tabel 4.19 dalam hal ini dapat diartikan bahwa semakin banyak lingkungan sekitar memotivasi seseorang untuk memilih jasa perbankan maka semakin banyak pula yang memutuskan untuk memilih menabung di

Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan faktor motivasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup dapat diterima yang artinya variabel motivasi berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup.

5. Rumusan masalah yang kedua yakni bagaimana pengaruh pengetahuan produk Perbankan Syari'ah nasabah di Dusun Curup terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup. Berdasarkan hasil olahan SPSS v 20 pada tabel 4.18 uji regresi linier berganda yang memperoleh nilai sig 0.058 dengan *alpha* 5% dan dapat dilihat nilai beta dalam *Unstandardized Coefficients* menunjukkan nilai koefisien regresi variabel pengetahuan produk Perbankan Syari'ah ( $X_2$ ) sebesar 0.435 artinya jika variabel pengetahuan produk Perbankan Syari'ah ( $X_2$ ) mengalami kenaikan satu satuan, maka keputusan menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup mengalami peningkatan sebesar 0.435 dimana koefisien tersebut bernilai positif. Berdasarkan hasil uji hipotesis yang menunjukkan signifikansi pengetahuan produk Perbankan Syari'ah ( $X_2$ ) sebesar 0.058 lebih besar dari *alpha* 5% sedangkan  $t_{hitung} (1.982) < t_{tabel} (2.05183)$ . Dalam hal ini dapat diartikan bahwa pengetahuan produk Perbankan Syari'ah berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah. Hasil penelitian ini berarti menolak indikator yang



menyatakan bahwa: Pertama, Pengetahuan produk, adalah sekumpulan informasi yang diketahui mengenai produk. Kedua, Pengetahuan Pembelian, Keputusan konsumen masalah tingkat pembelian produk akan sangat dipengaruhi oleh pengetahuannya. Ketiga, Pengetahuan Pemakaian, Jika produk telah dipakai atau dikonsumsi oleh konsumen pasti konsumen tersebut merasakan manfaat dari produk yang dipakai atau dikonsumsi. Sehingga dapat disimpulkan hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh signifikan antara pengetahuan produk Perbankan Syari'ah terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup tidak dapat diterima.

6. Rumusan masalah yang ketiga yakni bagaimana pengaruh secara simultan antara motivasi dan pengetahuan produk Perbankan Syari'ah nasabah di Dusun Curup terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup. Berdasarkan hasil olahan SPSS v 20 uji koefisien regresi simultan (Uji F) pengaruh antara motivasi ( $X_1$ ) dan pengetahuan produk Perbankan Syari'ah ( $X_2$ ) secara bersama-sama terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup ( $Y$ ) dapat dilihat pada tabel 4.20 (*Anova*) dimana memperoleh nilai  $F_{hitung}$  (19.122) lebih besar dari  $F_{tabel}$  (3.34) dengan taraf signifikansi 0.00 lebih kecil dari 0.05. Maka dapat dijelaskan bahwa kedua variabel *independent* yakni antara motivasi ( $X_1$ ) dan pengetahuan produk Perbankan Syari'ah ( $X_2$ ) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah Bank

Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup (Y). Dalam hal ini dapat diartikan dimana keputusan menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup sangat terpengaruh oleh kedua variabel tersebut. Sehingga disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara motivasi dan pengetahuan produk Perbankan Syari'ah terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup diterima dan terbukti berpengaruh.

Hasil uji koefisien determinasi yang menunjukkan *R Square* atau koefisien ( $R^2$ ) adalah 0.586 dapat dilihat pada tabel 4.21, yang berarti 58.6% variabel terikat (keputusan menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup) dijelaskan ataupun dipengaruhi oleh variabel bebas (motivasi dan pengetahuan produk Perbankan Syari'ah) sedangkan sisanya 41.4% (100-58,6%) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan oleh penulis.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Jenis penelitian ini yakni penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif, cara penentuan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan *nonprobability sampling* yaitu teknik *purposive sampling*, adapun teknik yang digunakan dalam pengumpulan data yaitu berupa penyebaran kuesioner (angket) kepada nasabah yang akan diteliti, serta teknik analisis data yang digunakan yaitu SPSS v 20. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan variabel dalam penelitian ini, seperti teori motivasi, teori pengetahuan, serta teori yang membahas mengenai keputusan konsumen dalam memilih jasa perbankan. Penelitian ini berlokasi di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup yang mana nasabah pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup merupakan sumber data data utama dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian sebelumnya, maka kesimpulan yang diperoleh oleh penulis adalah sebagai berikut:

- 5) Variabel motivasi ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup (Y). Sehingga dapat dikatakan bahwa semakin banyak lingkungan sekitar memotivasi seseorang untuk memilih jasa perbankan maka semakin banyak pula yang akan memutuskan untuk memilih menabung di Bank Muamalat

Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup. Hal ini ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung}$  (2.399) lebih besar dari  $t_{tabel}$  (2.05183) dengan sig 0.024 lebih kecil dari  $alpha$  (0.05). Dengan demikian hipotesis pertama ( $H_1$ ) yang menyatakan “ada pengaruh motivasi terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup” diterima dan terbukti.

- 6) Variabel pengetahuan produk Perbankan Syari’ah ( $X_2$ ) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup (Y). Sehingga dapat dikatakan pengetahuan produk Perbankan Syari’ah tidak secara otomatis meningkatkan keputusan menjadi nasabah. Hal ini ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung}$  (1.982) lebih kecil dari  $t_{tabel}$  (2.05183) dengan sig 0.058 lebih besar dari  $alpha$  (0.05). Dengan demikian hipotesis kedua ( $H_2$ ) yang menyatakan “ada pengaruh pengetahuan produk Perbankan Syari’ah terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup” ditolak dan tidak terbukti.
- 7) Variabel motivasi ( $X_1$ ) dan pengetahuan produk Perbankan Syari’ah ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup (Y). Sehingga dapat dikatakan variabel *independent* tersebut secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh bagi keputusan menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup. Hal ini ditunjukkan dengan nilai  $F_{hitung}$  (19.122) lebih besar dari  $F_{tabel}$  (3.34)

dengan taraf signifikansi 0.000 lebih kecil dari 0.05. Dengan demikian hipotesis ketiga ( $H_3$ ) yang menyatakan “ada pengaruh motivasi ( $X_1$ ) dan pengetahuan produk Perbankan Syariah ( $X_2$ ) terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup” diterima dan terbukti.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian maka penulis, menyarankan sebagai berikut:

1. Sebaiknya Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup tetap mempertahankan kualitasnya dari segi kemampuan mempromosikan jasa bank syariah baik melalui lingkungan masyarakat, keluarga, dan teman lainnya serta selalu memberikan penjelasan yang sekiranya mudah dipahami oleh calon nasabah akan produk-produk yang ditawarkan oleh Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup. Dengan demikian, nasabah akan berminat memilih menabung di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup dorongan dari lingkungan masyarakat, keluarga, atau lainnya serta pengetahuan nasabah akan produk Perbankan Syariah.
2. Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan dapat melakukan penelitian yang menggunakan variabel yang lebih baik lagi dan luas karena diketahui pada pembahasan sebelumnya yakni uji determinasi didapat variabel lain diluar variabel yang diteliti oleh penulis yakni sebesar 41.4%. Sehingga terdapat peluang bagi peneliti lain untuk meneliti variabel lain tersebut yang

memiliki pengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alkali, Asad M, *Kamus Indonesia Arab*, Jakarta: Bulan Bintang, Cet. Ke-5, 1993.
- Aprianto, Kelik, ( *Sub Branch Operation Supervisor BMI KCP Curup*), *Wawancara*, 27 Februari 2020, Pukul 16:38 WIB
- Arif, M. Nur Rianto Al, *Dasar Dasar Pemasaran Bank Syari'ah*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- Arifin, Zainul, *Memahami Bank Syari'ah*, Jakarta: Alvabeta, 2000.
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2006.
- Badroen, Faisal dan Arief Mufraeni, *Etika Bisnis Dalam Islam*, Jakarta: Fajar Interpretama Mandiri, 2006.
- Bank Muamalat Indonesia, *Produk-Layanan*, <http://www.bankmuamalat.co.id/produk-layanan-consumer>, diakses pada tanggal 14 April 2020, Pukul 02:04 WIB.
- Bank Muamalat Indonesia, *Profil Bank Muamalat* , <http://www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat>, diakses pada tanggal 14 April 2020, Pukul 02:04 WIB.
- Bank Muamalat Indonesia, *Visi-Misi Muamalat*, <http://www.bankmuamalat.co.id/visi-misi-muamalat>, diakses pada tanggal 14 April 2020, Pukul 02:24 WIB.
- Bank Muamalat Indonesia, *Pengertian Bank Muamalat Indonesia*, [https://id.wikipedia.org/wiki/Bank\\_Muamalat\\_Indonesia](https://id.wikipedia.org/wiki/Bank_Muamalat_Indonesia). Diakses pada tanggal 20 Juni 2020, pukul 17:34 WIB.
- Darmawan, Deni, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Bandung: Rosda, 2013.
- Djamarah, Syaiful Bahri Djamarah, *Psikologi Belajar*, Jakarta: PT Rineka cipta, 2002.
- Fahmi, Irham, *Manajemen Pengambilan Keputusan*, Bandung: Alvabeta, 2013.
- \_\_\_\_\_, *Manajemen Strategi Teori dan Aplikasi*, Bandung: Alfabeta, 2015.
- Fatmawati, Fitria, *Pengaruh Faktor Sosial dan Tingkat Pendidikan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Koperasi Jasa Keuangan Syariah Berkah Bersama Kepahiang*” Skripsi, STAIN Curup, 2016.
- Idri, *Epistemologi Ilmu Pengetahuan dan Keilmuan Hukum Usaha*, Jakarta: Lintas Pustaka, 2008.
- Karnaen, Perwataatmadja dan Muhammad Syafi'i Antonio, *Apa dan Bagaimana Bank Islam*, Yogyakarta: Dana Bakti Wakaf, 2004.

- Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran Edisi ke Tiga Belas.*, terj. Bob Sabran, Yogyakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2008.
- Kurniawan, Albert, *Metode Riset Untuk Ekonomi dan Bisnis Teori, Konsep dan Praktik Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2014.
- Noor, Juliansyah, *Metodologi Penelitian (Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah)*, Jakarta: Kencana, 2011.
- Novi Nugrahani, Kusumawati, *Pengaruh Pengetahuan Dan Motivasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bri Syariah Kcp Ponorogo*. Skripsi, IAIN Ponorogo, 2019.
- Nurachadijat, Kun dan Dodi Ahmad Fauzi, *Membangun Motivasi Kepemimpinan*, Jakarta: Edsa Mahkota, 1996.
- Nurdin, Muhammad, *Kiat Menjadi Guru Profesional*, Yogyakarta: Prismsophie, Cet. Ke-1, 2004.
- Perbankan Syari'ah Lokal VI.A, *Ekonometrika*, Curup: STAIN Curup, 2017-2018.
- Prasetijo, Ristiyani dan John J.O.I Ihalaw, *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: ANDI, 2005.
- Prasetyo, Bambang dan Lina Miftahul Jannah, *Metodel Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*, Ed. 1, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2006.
- Purwanto, M. Ngalim, *Psikologi Pendidikan*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013.
- Putri, Oktaria Ade, *Pengaruh Experiential–Marketing Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah (Studi Kasus pada PT Bank Muamalat Indonesia Tbk. Kantor Cabang Pembantu Curup)*. Skripsi—STAIN Curup, 2014.
- Putri, Rini Evi, *Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Tentang Perbankan Syari'ah Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syari'ah Mandiri Curup Di Kelurahan Air Bang Kecamatan Curup Tengah*. Skripsi, . Skripsi—STAIN Curup, 2012.
- Riduwan, *Metode Dan Teknik Menyusun Proposal Penelitian*, Bandung: Alfabeta, 2013.
- \_\_\_\_\_, *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*, Bandung: Alfabeta, 2005.
- Sadirman, *Interaksi Dan Motivasi Belajar Mengajar*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2014.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah, *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, Yogyakarta: ANDI, 2013.
- Saputra, Ihsan, *Pengaruh Rasio Likuiditas (FDR, STM, STMP) Terhadap Rasio Profitabilitas (ROE) Pada PT. Bank Muamalat Indonesia tbk Tahun 2012-*



2016. Skripsi. (Jurusan syariah dan ekonomi islam program studi perbankan syariah IAIN Curup, 2018)
- Setiawan dan Dwi Endah Kusriani, *Ekonometrika*, Yogyakarta: ANDI, 2010.
- Soemanto, Wasty, *Psikologi Pendidikan*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 1998.
- Soemitra, Andi, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2009.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- Sujarweni, V. Wiratna, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, Yogyakarta: PT. Pustaka Baru, 2015.
- Suriasumantri, Jujun S., *Ilmu dalam Perspektif Sebuah Kumpulan Karangan Tentang Hakekat Ilmu*, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, Cet. ke-16, 2006.
- Susiani, *Uji Korelasi Pengetahuan Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Di Bmt Pat Sepakat Iain Curup*. Skripsi, Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam IAIN Curup, 2018.
- Team Pustaka Phoenix, *Kamus Bahasa Indonesia Edisi Baru*, Jakarta: Pustaka Phoenix, 2007.
- Wahyuni, Esa Nur, *Motivasi dalam Pembelajaran*, Malang: UIN-Malang Press, 2010.
- Weni, Prihatin Kristiya, *Pengaruh Pengetahuan Mahasiswa Tentang Ekonomi Islam Terhadap Preferensi Memilih Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Pendidikan Agama Islam Semester 7 STAIN Curup*. Skripsi—STAIN Curup, 2016.
- Wibowo, Muladi, *Jurnal Dinamika Manajemen*, Jawa Tengah, Vol. I, 2010.
- Widiasworo, Erwin, *Menyusun Penelitian Kuantitatif untuk Skripsi dan Tesis*, Yogyakarta: Arasaka Publisher, 2019.
- Zainal, Veishal Rival, et al, *Islamic Marketing Management*, Jakarta: Sinar Grafika Offset, 2016.

**A. Variabel Motivasi Nasabah (X<sub>1</sub>)**

No	Pernyataan	Skala Likert				
		SS	S	RR	TS	STS
1	Masyarakat ditempat tinggal saya banyak yang menggunakan Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup					
2	Masyarakat selalu memotivasi saya agar menggunakan jasa dan layanan Bank Muamalat KCP Curup					
3	Bapak/Ibu mengikuti sosialisasi tentang penggunaan bank syari'ah yang diselenggarakan oleh pihak masyarakat setempat					
4	Menabung di Bank Muamalat KCP Curup lebih hemat					
5	Mendapatkan keuntungan yang besar					
6	Jaminan yang diberikan Bank Muamalat KCP Curup tidak merugikan saya					
7	Adanya rekomendasi dari keluarga, teman, dan lingkungan sosial untuk menabung di Bank Muamalat KCP Curup					
8	Bapak/Ibu memutuskan untuk menabung karena ada saudara/rekan nasabah yang bekerja di Bank Muamalat KCP Curup					
9	Bapak/Ibu memilih menabung di Bank Muamalat KCP Curup atas kemauan diri sendiri					
10	Bapak/Ibu memilih menabung di Bank Muamalat KCP Curup karena sebatas rasa ingin tahu saja					
11	Bapak/Ibu yakin dalam memilih Bank Muamalat KCP Curup sebagai bank pribadi					
12	Bank Muamalat KCP Curup Berpedoman pada Al-Qur'an dan Al-Hadist					
13	Bapak/Ibu menabung di Bank Muamalat KCP Curup agar terhindar dari dosa riba yang sesuai dengan hukum islam					
14	Alasan Bapak/Ibu memilih Bank Muamalat KCP Curup untuk berinvestasi karena investasinya hanya pada kegiatan yang halal-halal saja					

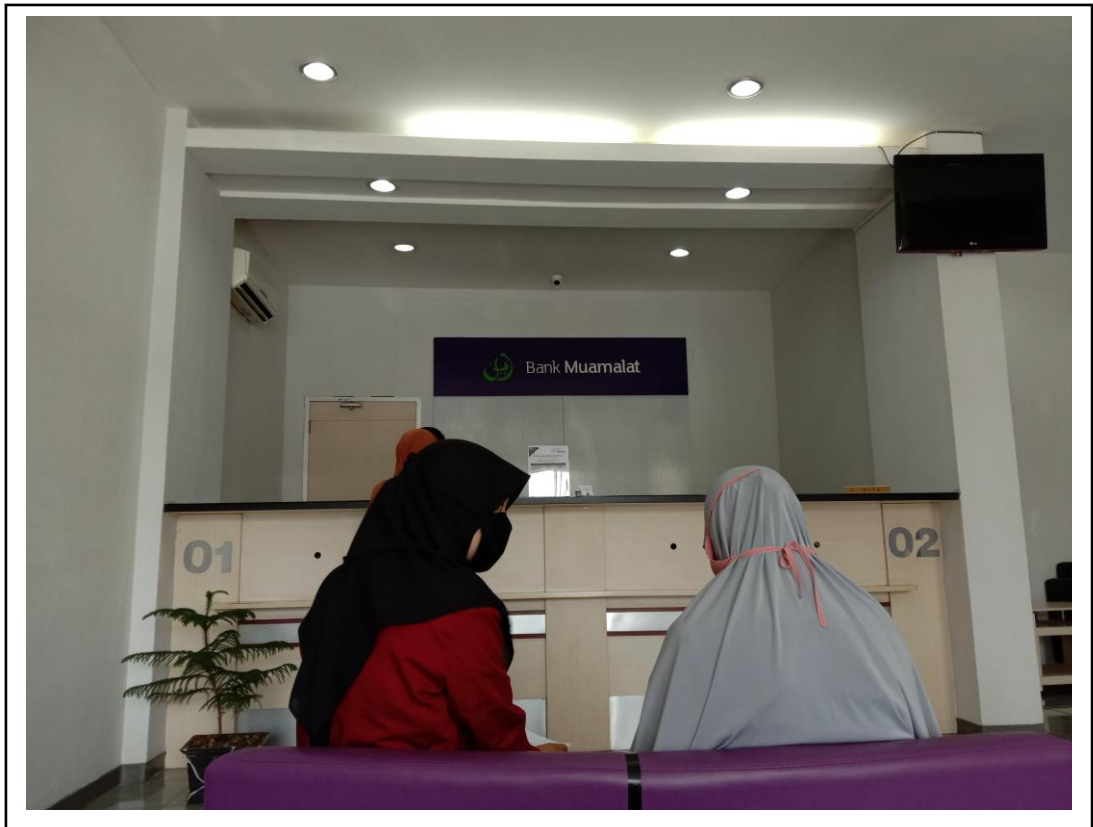
**B. Variabel Pengetahuan Produk Perbankan Syari'ah (X<sub>2</sub>)**

No	Pernyataan	Skala Likert				
		ST	T	RR	TT	STT
15	Bapak/Ibu mengetahui informasi tentang ragam produk yang ditawarkan Bank Muamalat KCP Curup					
16	Bapak/Ibu mengetahui informasi tentang produk tabungan yang berupa tabungan IB Hijrah Haji, IB Hijrah, IB Hijrah Valas, Tabunganku, IB Hijrah Rencana, IB Hijrah Prima, IB Prima, Muamalat Prima IB					
17	Bapak/Ibu mengetahui informasi tentang produk Giro seperti IB Hijrah Attijary, dan IB Hijrah Ultima					
18	Bapak/Ibu mengetahui informasi tentang produk Deposito seperti IB Hijrah					
19	Bapak/Ibu mengetahui informasi tentang produk pembiayaan seperti KPR IB Muamalat, IB Muamalat Pensiun, IB Muamalat Multiguna					
20	Bapak/Ibu mengetahui informasi tentang produk Investasi seperti Sukuk Tabungan					

21	Bapak/Ibu mengetahui informasi tentang produk Jasa seperti <i>Wakalah, Kafalah, Hawalah, Rahn, dan Qardh</i>					
22	Bapak/Ibu mengetahui informasi tentang produk Jasa Layanan seperti ATM, Salam Muamalat, Pembayaran ZIS, Internet Banking Muamalat, Mobile Banking Muamalat, Jasa-jasa lainnya DPLK					

**C. Variabel Keputusan Nasabah (Y)**

No	Pernyataan	Skala Likert				
		SS	S	RR	TS	STS
23	Tabungan yang ditawarkan Bank Muamalat KCP Curup sangat menarik					
24	Bank Muamalat KCP Curup memiliki produk Tabungan yang beragam					
25	Tabungan yang ditawarkan Bank Muamalat KCP Curup sesuai dengan prinsip syari'ah					
26	Pegawai Bank Muamalat KCP Curup terampil dan sopan dalam melayani nasabah					
27	Pegawai Bank Muamalat KCP Curup selalu mengucapkan salam kepada setiap nasabah					
28	Pegawai Bank Muamalat KCP Curup selalu berpenampilan rapi					
29	Brosur Bank Muamalat KCP Curup jelas dan menarik nasabah untuk menabung di Bank Muamalat KCP Curup					
30	Bank Muamalat KCP Curup memberikan penjelasan yang jelas kepada nasabah tentang produk yang ditawarkan					
31	Bapak/Ibu memilih Bank Muamalat KCP Curup karena citra yang baik dikalangan masyarakat					
32	Letak kantor Bank Muamalat KCP Curup mudah untuk dijangkau					
33	Letak kantor Bank Muamalat KCP Curup sangat strategis karena dekat dengan instansi-instansi publik					
34	Memiliki mesin ATM yang terletak disebelah kantor Bank Muamalat KCP Curup					
35	Bank Muamalat KCP Curup memiliki ruang tunggu yang nyaman					
36	Bank Muamalat KCP Curup memiliki tempat parkir yang memadai					
37	Teknologi yang digunakan sudah modern					
38	Memiliki mesin ATM yang terjamin kualitas dan kebersihannya					



## **DOKUMENTASI PENELITIAN**



## **RIWAYAT HIDUP**

### **PENULIS**

**INTAN KARIMAH**, dilahirkan di Kabupaten Kaur, tepatnya di Desa Sekunyit, Kecamatan Bengkulu Selatan, Provinsi Bengkulu, pada hari Minggu tepatnya dipagi hari, tanggal **22 Februari 1998**. Merupakan Anak ke tujuh dari tujuh bersaudara, lima perempuan dan dua laki-laki, yakni anak

pertama wong **NURUL FADHILLA, S.Pd (Almh)**., Ke-2 Ingah **YENI AFRIANTI, S.Pd.**, Ke-3 dodo **EMILIA GUSTINA**, Ke-4 abang **KOPRAL. FACHRUDIN.**, Ke-5 su **REZA MAYASARI, S.Pd.I.**, Ke-6 dongah **IMAM SAMAWI, S.Pd.**, dan Anak Ke-7 adalah sipenulis yaitu **INTAN KARIMAH, S.E**. Ke tujuh bersaudara tersebut terlahir dari pasangan yang sangat romantis yaitu Ayahanda **MUSLIM.HZ** dan Ibunda tercinta **ASNIDARTI AHMAD**. Adapun Riwayat Pendidikan penulis, yakni dari Sekolah Dasar **di SD Negeri 10 Kaur**, dari tahun masuk 2006 sampai tahun lulus 2010. Dilanjutkan dengan Sekolah Menengah Pertama di **SMP Negeri 01 Tetap**, dari tahun masuk 2010 sampai dengan tahun lulus 2013. Dilanjutkan dengan Sekolah Menengah Atas di **SMA Negeri 01 Kaur**, dari tahun masuk 2013 sampai dengan tahun lulus 2016. Dan melanjutkan ke jenjang pendidikan Strata Satu (S1) di **Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup**, berasal dari Mahasiswi Fakultas Syari'ah yaitu Prodi Perbankan Syari'ah, dari tahun masuk 2016 sampai dengan tahun lulus 2020.