

**PENGARUH MOTIVASI MENGHINDARI RIBA DAN PENGETAHUAN PRODUK
PERBANKAN SYARIAH TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH TABUNGAN
MARHAMAH PADA PT BANK SUMUT SYARIAH CABANG MEDAN**

**THE EFFECT OF MOTIVATION TO AVOID USURY AND THE KNOWLEDGE OF PRODUCT
ON BANKING OF SYARIAH TOWARD THE DECISION TO BE A CUSTOMER OF
MARHAMAH SAVING AT PT BANK OF SUMUT SYARIAH OF BRANCH MEDAN**

Hafni Rahmayani^{1a}; Muhammad Zuhirsyan²; Hubbul Wathan³

^{1a}Prodi Keuangan dan Perbankan Syariah, Politeknik Negeri Medan, Jl. Almamater No.1,
Padang Bulan, Kec. Medan Baru, Kota Medan, Sumatera Utara 20155, Email:
Hrahmayani57@gmail.com

²Prodi Keuangan dan Perbankan Syariah, Politeknik Negeri Medan, Jl. Almamater No.1,
Padang Bulan, Kec. Medan Baru, Kota Medan, Sumatera Utara 20155

³Prodi Keuangan dan Perbankan Syariah, Politeknik Negeri Medan, Jl. Almamater No.1,
Padang Bulan, Kec. Medan Baru, Kota Medan, Sumatera Utara 20155

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh motivasi menghindari riba dan pengetahuan produk perbankan syariah terhadap keputusan menjadi nasabah tabungan marhamah secara parsial dan simultan. Jenis penelitian ini menggunakan kuantitatif. Data yang diperoleh adalah data primer dengan sampel penelitian sebanyak 99 orang responden, dianalisis dengan regresi linier berganda dengan bantuan software SPSS 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi menghindari riba secara parsial berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah tabungan marhamah. Sedangkan pengetahuan produk perbankan syariah secara parsial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah tabungan marhamah dengan tingkat signifikan sebesar 0,000. Sedangkan secara simultan variabel bebas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah dengan tingkat signifikan sebesar 0,000

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

ABSTRACT

The destination main of this research is to understand the effect of motivation to avoid usury and the knowledge of product on Banking of Syariah Toward the decision to be a customer of Marhamah Saving on partial and simultaneous. The genre of this research used quantitative method. The data was taken is primary data with sample around 99 people, and analyzed by regress of double linier with software equipment of SPSS 22. The final result showed that the effect of motivation to avoid usury as partial influenced positive but it didn't be going on significant toward on the decision as the member of customer of marhamah save, and for the knowledge of Product on Banking Of Syariah Toward the decision to be a customer of Marhamah Saving at PT Bank of Sumut Syariah of Branch Medan influenced positive and significant toward the decision of marhamah save with the level significant around 0,000. Meanwhile as simultaneous of independent variable influenced positive and significant toward the decision as a customer with the level significant around 0,000.

Keywords: Motivation to Avoid Usury, Product Knowledge, Banking of Syariah, Decision be a Customer.

Rahmayani, Hafni, Zuhirsyan, Muhammad & Wathan, Hubbul. 2021. Pengaruh Motivasi Menghindari Riba Dan Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Marhamah Pada PT Bank Sumut Syariah Cabang Medan. *Jurnal Syarikah: Jurnal Ekonomi Islam* 7 (2): 153 – 162.

PENDAHULUAN

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia diiringi dengan perkembangan industri keuangan syariah yang diawali dari inspirasi masyarakat Indonesia yang mayoritas muslim untuk memiliki sebuah alternatif sistem perbankan yang Islami. Karakteristik bank konvensional dan syariah dapat mempengaruhi perilaku calon nasabah dan menentukan sikap mereka terhadap pemilihan antara kedua tipe bank (Kiki, 2010:5). Dengan adanya perbankan syariah, saat ini nasabah mempunyai beberapa pertimbangan dan alasan dalam mengambil keputusan menjadi nasabah di bank syariah.

Alternatif yang ditawarkan oleh Islam sebagai pengganti riba/bunga yang utama adalah praktek bagi hasil. Ketika peminjam dan yang meminjamkan berbagi dalam risiko dan keuntungan dengan pembagian sesuai kesepakatan. Dalam hal ini tidak ada pihak yang ditindas (dizalimi) oleh yang lain (www.bi.go.id diakses pada tanggal 16 Juni 2019 pukul 23:01 WIB).

Bank syariah merupakan bank yang kegiatannya mengacu pada hukum Islam, dan dalam kegiatannya tidak membebaskan bunga maupun tidak membayar bunga kepada nasabah. Imbalan yang diterima oleh bank syariah maupun yang dibayarkan kepada nasabah tergantung dari akad dan perjanjian antara nasabah dan bank. Perjanjian (akad) yang terdapat di perbankan syariah harus sesuai dengan aturan dalam syariah Islam.

PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan melakukan kegiatan menghimpun dana dan menyalurkannya kembali kepada

masyarakat tanpa adanya sistem bunga. Salah satu cara dalam meningkatkan penghimpunan dana yang berasal dari masyarakat adalah tabungan. PT Bank Sumut Cabang Syariah menawarkan produk seperti tabungan iB Martabe. Bagi Hasil mudharabah (marhamah) yaitu salah satu produk tabungan yang berdasarkan prinsip mudharabah mutlaqah investasi yang dilakukan oleh nasabah (*shahibul maal*) dan bank (*mudharib*) dengan nisbah bagi hasil yang telah ditentukan (www.banksumut.com diakses pada tanggal 08 Juli 2019 Pukul 23:56)

Tabungan marhamah merupakan salah satu sumber pendanaan yang cukup besar. Sumber dana paling dominan berasal dari prinsip mudharabah mutlaqah yang biasanya mencapai lebih dari 60 persen dan berbentuk tabungan (www.bi.go.id diakses tanggal 09 Juli 2019 Pukul 08.00). Oleh karena itu, PT Bank SUMUT Cabang Syariah Medan senantiasa dituntut untuk melakukan usaha yang dapat menarik masyarakat untuk menjadi nasabah tabungan marhamah agar target kenaikan jumlah nasabah yang diharapkan pihak bank dapat terus meningkat dalam setiap tahunnya (Budi, 2018:3).

Motivasi merupakan suatu keadaan yang terdapat dalam diri manusia sebagai "harapan, arahan, dorongan". (Hidayat dan Rifa'i, 2018:161), Motivasi merupakan kekuatan yang ada pada diri seseorang yang mendorong atau menggerakkan untuk melakukan sesuatu guna mencapai tujuan, dalam hal ini mencapai kemaslahatan. Motivasi sangat berpengaruh di dalam pertimbangan seseorang dalam berperilaku karena memberikan suatu

dorongan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan.

Pemahaman dan pengetahuan mengenai bank syariah akan mempengaruhi keputusan yang akan dipilih oleh masyarakat. Jika pengetahuan tentang bank syariah rendah maka dalam memandang dan keinginan untuk menjadi nasabah bank syariah pastinya rendah pula (Irsyad, 2016). Oleh karena itu, upaya untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang bank syariah menjadi isu strategis dalam pengembangan bank syariah di masa yang akan datang. Semakin baik pengetahuan tentang bank syariah semakin tinggi kemungkinan untuk mengadopsi bank syariah (Sunardi dan Maftukhah, 2015:37).

Berikut ini tampilan tabel perkembangan jumlah nasabah tabungan marhamah pada PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan tiga tahun terakhir dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1.

Data Jumlah Nasabah Tabungan marhamah PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan

Tahun	Jumlah Nasabah	Persentase Kenaikan / Penurunan
2016	6501	-
2017	6503	0,03%
2018	6328	-2,77%

Sumber : Data diolah dengan Excel 2010

Berdasarkan tabel 1 terlihat bahwa jumlah nasabah tabungan marhamah pada PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan mengalami kenaikan sebesar 0,03% pada tahun 2017 dan mengalami penurunan sebesar 2,77% pada tahun 2018.

Menurut Azizah (2016), fenomena yang ada dalam perbankan syariah adalah kebanyakan masyarakat memang sudah tahu apa itu bank syariah, tetapi mereka tidak tahu produk-produk yang ditawarkan bank syariah, seperti akad mudharabah sehingga masyarakat yang tidak tahu produk-produk bank syariah tentunya tidak akan berminat untuk menggunakan jasa bank syariah karena mereka menganggap bahwa fasilitas penunjang yang diberikan masih kalah dengan fasilitas

yang ditawarkan oleh bank konvensional, kecuali orang yang mempunyai keinginan kuat menabung pada bank syariah dikarenakan menghindari unsur riba.

MATERI DAN METODE

Terdapat beberapa penelitian yang membahas mengenai variabel motivasi yang mempengaruhi keputusan menjadi nasabah. Menurut penelitian yang dilakukan Shinta Rawaini (2015) yang berjudul Pengaruh Pengetahuan Nasabah, Motivasi Nasabah dan Penjualan Perorangan terhadap Keputusan menjadi Nasabah Asuransi Syariah PT Prudential Life Assurance cabang Yogyakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel motivasi nasabah berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah. Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan oleh Neneng Nelvi (2015) skripsi berjudul Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah (Studi kasus pada nasabah BNI Syariah Yogyakarta). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan motivasi berpengaruh terhadap keputusan nasabah sedangkan secara parsial motivasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan memilih bank syariah.

Menurut Suwarman dalam Achmad Fauzi (2017:7) pengetahuan konsumen akan mempengaruhi keputusan pembelian. Ketika konsumen memiliki pengetahuan yang lebih banyak, maka ia akan lebih baik dalam menentukan dan mengambil keputusan. Ia akan lebih efisien dan tepat dalam mengolah suatu informasi sehingga mampu *me-recall* atau memperjelas kembali secara lebih baik. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Hidayatullah (2014) skripsi berjudul Pengaruh Pengetahuan Konsumen terhadap Keputusan Menjadi Nasabah pada PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Makasar menunjukkan bahwa pengetahuan konsumen yang terdiri dari atribut produk (X1), manfaat produk (X2), nilai kepuasan

produk (X3) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah di Makasar. Sedangkan penelitian yang lain dilakukan oleh Fenty Rismayanti (2005) skripsi berjudul “Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Tbk Cabang Bandung” menunjukkan bahwa pengetahuan konsumen cenderung kurang baik pada item atribut produk, dan baik item manfaat serta nilai kepuasan produk karena mayoritas responden menjawab kurang mengetahui dan mengetahui terhadap variable yang diteliti.

Metodologi Penelitian

Metodologi dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian ini terdapat dua variabel independen dan satu variabel dependen. Variabel independen yaitu motivasi menghindari riba dan pengetahuan produk perbankan syariah. Sedangkan variabel dependen adalah keputusan menjadi nasabah mudharabah. Lokasi penelitian di Bank Sumut Cabang Syariah Medan, dengan objek penelitian adalah nasabah tabungan marhamah PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan.

Data digunakan merupakan data primer diperoleh melalui kuisisioner yang disebarkan kepada 99 responden dari 6.287 orang. Penentuan sample dilakukan dengan menggunakan rumus slovin. Teknik analisis data adalah teknik yang digunakan adalah analisis regresi berganda dengan spss 22.

Berikut kisi-kisi instrumen variabel dapat dilihat pada tabel 2 berikut ini :

Tabel 2
Kisi-Kisi Instrumen Variabel

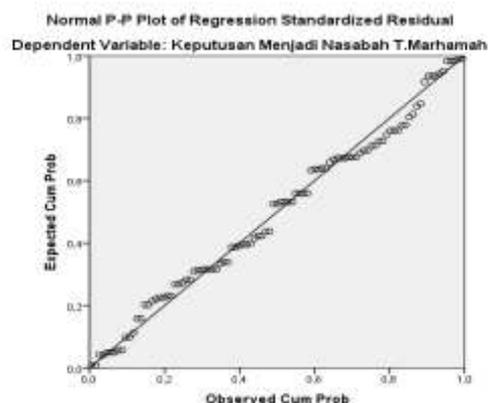
Variabel	Indikator
Motivasi Menghindari Riba (X1)	1. Kebutuhan Fisiologis
	2. Kebutuhan Keamanan
	3. Kebutuhan Sosial
	4. Kebutuhan Harga Diri
	5. Kebutuhan Aktualisasi Diri
Pengetahuan Produk Perbankan Syariah (X2)	1. Pengetahuan Atribut Produk
	2. Pengetahuan Manfaat Produk
	3. Pengetahuan Kepuasan Produk
Keputusan Menjadi Nasabah (Y)	1. Pengenalan Kebutuhan
	2. Pencarian Informasi
	3. Evaluasi Alternatif
	4. Keputusan Nasabah
	5. Pasca Pembelian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu sebagai berikut:

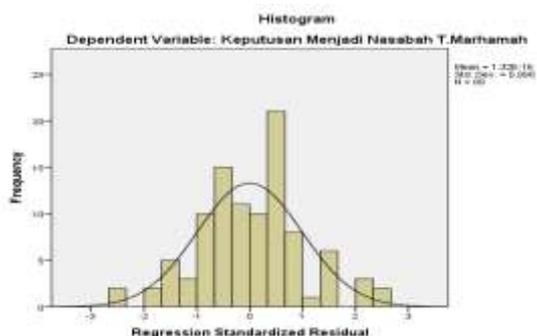
1) Uji Normalitas



Gambar 1. Grafik P-P Plot
Sumber : Data diolah dengan SPSS 22

Uji normalitas menggunakan grafik P-Plot untuk mengetahui apakah data yang diuji berdistribusi normal atau tidak. Data dikatakan berdistribusi normal apabila data atau titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Dari gambar grafik di atas menunjukkan pola grafik P-P Plot yang normal. Terlihat

dari titik distribusi data menyebar disekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti garis diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa data berdistribusi normal dan asumsi normalitas terpenuhi. Adapun histogram uji normalitas adalah sebagai berikut :

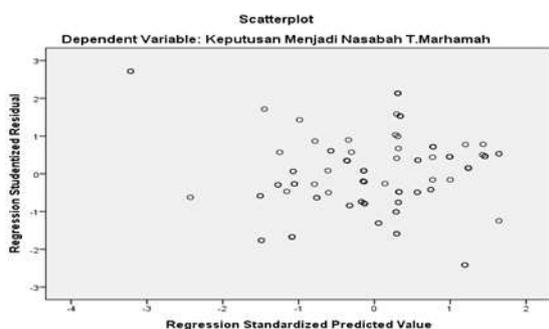


Gambar 2. Histogram

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22

Berdasarkan grafik histogram dapat dilihat bahwa perbandingan antara data observasi dengan distribusi mendekati distribusi normal. Terlihat bahwa grafik histogram menunjukkan pola distribusi yang mendekati normal, sehingga bisa disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

2) Uji Heteroskedastisitas



Gambar 3

Scatterplot Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22

Berdasarkan gambar scatterplot di atas, dapat diketahui titik-titik menyebar secara acak. Dapat dikatakan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas.

Regresi Linier Berganda

Regresi linear berganda adalah alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap satu variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya pengaruh fungsional atau pengaruh kausal antara dua variabel bebas atau lebih dengan satu variabel terikat.

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,569	,294		1,937	,056
Motivasi Menghindari Riba	,039	,104	,043	,379	,706
Pengetahuan Produk Perbankan Syariah	,810	,125	,736	6,455	,000

Analisis regresi berganda digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen yaitu motivasi menghindari riba dan pengetahuan produk perbankan syariah terhadap keputusan menjadi nasabah tabungan *marhamah*. Berdasarkan perhitungan pada tabel diatas, dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda yaitu sebagai berikut:

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 0,569 + 0,039X_1 + 0,810X_2 + e$$

Adapun interpretasi dari persamaan regresi linear berganda tersebut adalah:

- Konstanta (a) sebesar 0,569..
- Apabila motivasi menghindari riba mengalami kenaikan sebesar 1 (satu) maka nilai keputusan menjadi nasabah akan mengalami kenaikan sebesar 0,039.
- Apabila nilai pengetahuan produk perbankan syariah mengalami kenaikan sebesar 1 (satu) maka nilai keputusan menjadi nasabah akan mengalami kenaikan sebesar 0,810.

Uji F (Simultan)

Berikut ini hasil perhitungan Uji F dari data penelitian yang diperoleh.

Tabel 5. Hasil Uji F ANOVAa

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	21,297	2	10,649	70,878	,000 ^b
Residual	14,423	96	,150		
Total	35,721	98			

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat F_{hitung} sebesar 70,878 dengan nilai F_{tabel} adalah sebesar 3,09 sehingga nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $70,878 > 3,09$ dan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Sehingga hasil uji hipotesisnya yaitu H_1 diterima dan H_0 ditolak. Hal ini dapat diartikan bahwa variabel motivasi menghindari riba(X_1) dan pengetahuan produk perbankan syariah (X_2) secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah tabungan *marhamah*.

Uji t (Parsial)

Berikut ini hasil perhitungan uji t dari data yang telah diperoleh.

Tabel 6. Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,569	,294		1,937	,056
Motivasi Menghindari Riba	,039	,104	,043	,379	,706
Pengetahuan Produk Perbankan Syariah	,810	,125	,736	6,455	,000

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22

Berdasarkan tabel diatas dengan mengamati baris, kolom t dan sig maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Pengaruh Motivasi Menghindari Riba Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan *Marhamah*

Variabel motivasi menghindari riba (X_1) berpengaruh secara positif dan tidak signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah tabungan *marhamah*. Hal ini terlihat dari signifikan motivasi menghindari riba (X_1) $0,706 > 0,05$ dan nilai $t_{tabel} = (\alpha/2; n-k-1) = t(0,05/2; 99-2-1) = (0,025; 96) = 1,98498$. Berarti nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} ($0,379 < 1,98498$). Maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Sehingga hipotesis yang berbunyi tidak ada pengaruh yang signifikan antara motivasi menghindari riba (X_1) terhadap keputusan menjadi nasabah tabungan *marhamah* secara parsial diterima.

2) Pengaruh Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan *Marhamah*

Variabel pengetahuan produk perbankan syariah (X_2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah tabungan *marhamah*. Hal ini terlihat dari signifikan pengetahuan produk perbankan syariah (X_2) $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{tabel} = (\alpha/2; n-k-1) = t(0,05/2; 99-2-1) = (0,025; 96) = 1,98498$. Berarti nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($6,455 > 1,98498$). Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga hipotesis yang berbunyi terdapat pengaruh yang signifikan antara pengetahuan produk perbankan syariah (X_2) terhadap keputusan menjadi nasabah tabungan *marhamah* secara parsial diterima.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Berikut ini hasil perhitungan uji koefisien determinasi dari data yang telah diperoleh.

Tabel 7. Hasil Uji Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,772 ^a	,596	,588	,38761

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22

Hasil perhitungan pada tabel 4.22. menunjukkan bahwa nilai (R) yang dihasilkan sebesar 0,772 atau 77,2 persen artinya mempunyai hubungan kuat. Nilai adjusted R square adalah 0,588 atau 58,8 persen artinya pengaruh semua variabel motivasi menghindari riba (X1), pengetahuan produk perbankan syariah (X2) terhadap variabel keputusan menjadi nasabah tabungan *marhamah* adalah sebesar 58,8 persen dan sisanya sebesar 41,2 persen dipengaruhi variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

Tabel 8. Uji Signifikansi Parameter Individual

Model	t	Sig.	Hipotesis
1 (Constant)	1,937	,056	
Motivasi Menghindari Riba	,379	,706	Ditolak
Pengetahuan Produk Perbankan Syariah	6,455	,000	Diterima

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22

Motivasi Menghindari Riba Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan *Marhamah* pada PT Bank Sumut Syariah Cabang Medan

Tingkat signifikan variabel motivasi menghindari riba adalah sebesar 0,706 yang artinya lebih besar dari 0,05 ($0,706 > 0,05$) dan t_{hitung} sebesar 0,379 lebih kecil dibandingkan dengan t_{tabel} 1,98498 ($0,379 < 1,98498$), maka dapat dikatakan bahwa motivasi menghindari riba berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah tabungan *marhamah* pada PT Bank Sumut Syariah Cabang Medan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Shinta Rawaini dengan judul “Pengaruh Pengetahuan Nasabah, Motivasi Nasabah

dan Penjualan Perorangan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Asuransi Syariah PT Prudential Life Assurance Cabang Yogyakarta” Menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif tetapi tidak signifikan Pengetahuan Nasabah dan Motivasi Nasabah secara parsial terhadap Keputusan menjadi Nasabah Asuransi Syariah PT Prudential Life Assurance Cabang Yogyakarta.

Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan *Marhamah* pada PT Bank Sumut Syariah Cabang Medan

Tingkat signifikan variabel pengetahuan produk perbankan syariah adalah sebesar 0,000 yang artinya lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) dan t_{hitung} sebesar 6,455 lebih besar dibandingkan dengan t_{tabel} 1,98498 ($6,455 > 1,98498$), maka dapat dikatakan bahwa pengetahuan produk perbankan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi tabungan *marhamah* pada PT Bank Sumut Syariah Cabang Medan. Temuan penelitian ini sejalan dengan pendapat Muhammad Hidayatullah dengan judul “Pengaruh Pengetahuan Konsumen terhadap Keputusan Menjadi Nasabah pada PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Makasar ” Menyatakan hasil analisis regresi nampak bahwa pengetahuan konsumen yang terdiri dari atribut produk (X1), manfaat produk (X2), nilai kepuasan produk (X3) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah di Makasar.

Pengetahuan produk (product knowledge) merupakan pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen mengenai produk/jasa yang akan dikonsumsi. Begitu juga dengan nasabah pada Bank Sumut Syariah Cabang Medan mereka memutuskan menjadi nasabah karena pengetahuannya tentang produk perbankan syariah yang dimiliki. Menurut Lamb, et.al (2001) semakin banyak pengetahuan dan informasi terhadap produk yang dimiliki oleh konsumen, maka konsumen akan semakin cepat dalam

memutuskan pembelian terhadap suatu produk.

Pengaruh Motivasi Menghindari Riba dan Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan *Marhamah* pada PT Bank Sumut Syariah Cabang Medan

Berdasarkan hasil uji signifikansi simultan menunjukkan bahwa tingkat signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) dan Fhitung sebesar 70,878 lebih besar dari Ftabel 3,09 ($70,878 > 3,09$), hal tersebut sesuai dengan hipotesis bahwa motivasi menghindari riba dan pengetahuan produk perbankan syariah secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah tabungan *marhamah* pada PT Bank Sumut Syariah Cabang Medan. Sedangkan berdasarkan nilai *Adjusted R-Square* yang besarnya 0,588 menunjukkan bahwa proporsi variabel motivasi menghindari riba dan pengetahuan produk perbankan syariah mempengaruhi keputusan menjadi nasabah tabungan *marhamah* pada PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan adalah sebesar 58,8%, sedangkan sisanya sebesar 41,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis memberikan kesimpulan yaitu:

1. Variabel motivasi menghindari riba menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah tabungan *marhamah* pada PT Bank Sumut Syariah Cabang Medan dengan nilai signifikansi sebesar 0,706.
2. Variabel pengetahuan produk perbankan syariah menunjukkan bahwa pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah tabungan *marhamah* pada PT

Bank Sumut Syariah Cabang Medan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000, dengan korelasi yang kuat.

3. Variabel motivasi menghindari riba dan pengetahuan produk perbankan syariah berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap keputusan menjadi nasabah tabungan *marhamah* pada PT Bank Sumut Syariah Cabang Medan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000, dengan korelasi yang kuat. Koefisien determinasi sebesar 58,8%, sedangkan sisanya sebesar 41,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Tanzeh. 2011. *Metodologi Penelitian Praktis*. Yogyakarta: Teras.
- Al Rochmanto Bayu dan Widiyanto. 2015. *Pengaruh Pengetahuan Produk dan Norma Religius Terhadap Sikap Konsumen Dalam Niat Mengkonsumsu Produk Makanan dan Minuman Halal*. Vol 4 No.1
- Ayuningtyas, Suci. 2014. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa Perbankan Syariah (PS) IAIN Tulungagung Untuk Menabung Perbankan Syariah*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas IAIN Tulungagung.
- Azizah Ervita Fiona. 2016. *Pelaksanaan Bagi Hasil Dalam Penyaluran Dana Masyarakat Pada Bank Muamalat KCP* JOMBANG. <http://eprints.perbanas.ac.id/3050/3/ARTIKEL%20ILMIAH.pdf>
- Aziz Abdul. 2016. *Aplikasi Sistem Keuangan Syariah Pada Perbankan*. Vol 2 No.1 ISSN. 2502-6976
- Chair Wasilul. 2014. *Riba dalam Perspektif Islam dan Sejarah*. Jurnal Iqtishadia. Vol.1 No.1
- Damanik Elsyé Rumondang. 2013. *“Bagaimana Product Knowledge dan Product Involvement Memotivasi*

- Konsumen*”, Jurnal Humaniora, Vol. 4, No. 2
- Departemen Agama RI, Al-qur’an dan Terjemahannya. Jakarta: Mekar Surabaya
- Djaali. 2013. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Fauzi, Achmad. 2017. Variabel yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Pesantren Menggunakan Produk Perbankan Syariah di Daerah Istimewa Yogyakarta. Jurnal Ekonomi dan Bisnis (JEB). Vol.2 No.1, hal 1-25.
- Gampu Novita Anggita, Kawet Lotje Kawet dan Uhing Yantje. 2015. *Analisis Motivasi, Persepsi, dan Pengetahuan terhadap Keputusan Nasabah Memilih PT. Bank Sulutgo Cabang Utama Manado*. Vol.3 No.3
- Gautama Budi. 2018. *Pengaruh Produk dan Promosi terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Marhamah pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sidempuan*. Vol.4 No.1
- Ghozali, Iman. 2017. *Aplikasi Analisis Multivariate*. Semarang
- Hamzah. 2014. *Teori Motivasi & Pengukurannya Analisis di Bidang Pendidikan*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Hidayat Rahmat, Rifa’i Muhammad. 2018. *Etika Manajemen Perspektif Islam*. Medan:LPPPI
- Hidayatullah Muhammad. 2014. Pengaruh Pengetahuan Konsumen Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT Bank Syariah Bukopin Cabang Makassar. Hasanuddin University
- Irham Fahmi.2013. *Manajemen Pengambilan Keputusan*. Bandung:Alfabeta
- Ismail. 2011. *Perbankan Syariah*. Jakarta:Prenadamedia Group
- _____.2017. *Perbankan Syariah*. Jakarta:Prenadamedia Group
- Iwan Laengge, Hans F. Wowor, dan Muhammad D. Putro. 2016 “*Sistem Pendukung Keputusan Dalam Menentukan Dosem Pembimbing Skripsi*”. Vol.9 No. 1, ISSN – E-Journal Teknik Informatika.
- Kasmir, 2006. *Dasar-Dasar Perbankan*, Jakarta: Penerbit PT. Raja Grafindo Persada.
- Kiki. 2010. *Perilaku pembelian debitur KPR di wilayah bogor*. Bogor: Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis Institut Pertanian Bogor.
- Kotler dan Armstrong. 1996. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Laengge Iwan, Hans F.Wowor, dan Muhammad D.Putro. 2016. *Sistem Pendukung Keputusan Dalam Menentukan Dosem Pembimbing Skripsi*. Vol.9 No. 1, ISSN – E-Journal Teknik Informatika.
- Moh. Pabundu Tika. *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006.
- Muklis dan Siti fauziah. 2015. *Mudharabah, Murabahah, dan Musyarakah Pengaruhnya Terhadap Laba Bersih BUS di Indonesia*. Vol 6, No.2
- Nata Abuddin. 2018. *Islam dan Ilmu Pengetahuan*. Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP
- Nelvi Neneng. (2015). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah (Studi Kasus Pada Nasabah BNI SYARIAH YOGYAKARTA)*. Fakultas Syariah dan Hukum. Universitas UIN KALIJAGA YOGYAKARTA
- Noor, Juliansyah. 2011. *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah Edisi Pertama*. Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP
- Peter, J.P., & Olson, J.C. 2008. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Edisi 8. Terjemahan*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Priyatno. 2013. Analisis Korelasi, Regresi dan Multivariate dengan SPSS. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Rawaini Shinta. 2015. Pengaruh Pengetahuan Nasabah, Motivasi Nasabah dan Penjualan Perorangan terhadap Keputusan menjadi Nasabah Asuransi Syariah PT Prudential Life

- Assurancecabang Yogyakarta. Akuntansi. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Rismayanti, Fenti. 2005. Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Bandung. Universitas Padjajaran
- Schiffman dan Kanuk. 2004. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Prentice Hall.
- Setiadi, Nugroho J. 2003, *Perilaku Konsumen*. Kencana. Jakarta.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif-Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- _____. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- _____. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- _____. 2012. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung : Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. 2003. *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Ghalia Indonesia
- Sumarwan. 2011 . *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Sunardi, dan Ana Maftukhah. 2015. *Pengetahuan Konsumen dan Keputusan Menjadi Nasabah*. Vol.6 No.02
- Suprapti Sri. 2010. *Perilaku Konsumen*. Denpasar: Udayana University Press
- Syafi'i Antonio. 2006. *Dasar Manajemen Bank Syariah*. Jakarta: Pustaka Alfabeta, Cet ke 4.
- Syafitri Permata Dita. 2014. *Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan menjadi Donatur Baitul Maal Hidayatullah Cabang*. Vol 1 No.2
- Tho'in, Muhammad. 2016. *LARANGAN RIBA DALAM TEKS DAN KONTEKS (Studi Atas Hadits Riwayat Muslim Tentang Pelaknatan Riba)*. Vol.02 No.02, ISSN : 2477-6157 JURNAL ILMIAH EKONOMI ISLAM
- Triandaru, Sigit & Budisantoso, Totok. 2006. *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*. Jakarta. Salemba Empat Cet. II
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008
- Wahbah Az-Zuhayli. 2007. *Fiqh Islam Wa Adillatuhu*. Jakarta:Gema Insani
- Wijono Sutarto. 2010. *Psikologi Industri & Orgasisasi Dalam Suatu Bidang Gerak Psikologi Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Prenadamedia Group
- Willis Nanda Syafitro. 2018. *Pengaruh Pengetahuan, Motivasi, dan belajar pasar modal syariah terhadap minat mahasiswa uin raden intan lampung berinvestasi di pasar modal syariah*. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung
- Wirosa. 2011. *Produk Perbankan Syariah*. Jakarta: LPFE Usakti
- www.banksumut.com diakses_pada tanggal 08 Juli 2019 Pukul 23:56
- www.bi.go.id diakses tanggal 16 Juni 2019 Pukul 23:01