



**PENGARUH MOTIVASI MENGHINDARI RIBA DAN PERSEPSI
TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH BANK SYARIAH
INDONESIA MELALUI PENGETAHUAN SEBAGAI
VARIABEL MODERATING
(STUDI PADA BANK SYARIAH INDONESIA KABUPATEN PINRANG)**

Yunita Yusri¹, Ilham Gani², Nasrullah Bin Sapa³

yunitayusri19@gmail.com

ilhamgani@gmail.com

nasrullah.sapa@uin-alauddin.ac.id

¹²³Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

Abstract

The purpose of this study is to determine the influence of motivation to avoid usury on the decision to become a customer of Bank Syariah Indonesia, Pinrang Regency. The type of analysis that will be used in this study is quantitative analysis with a form of correlational research (correlational research). Preliminary analysis data in this writing can be obtained from filling out questionnaires about Bank Syariah Indonesia customers in Pinrang Regency. The data collection technique in this study used a questionnaire technique (questionnaire). The results of the research conducted are the high motivation to avoid usury has a positive and significant effect on the decision to become a customer at a Pinrang Islamic bank, the high perception of positive and significant influence on the decision to become a customer of Bank Syariah Pinrang, the high motivation to avoid usury and the perception of simultaneously affecting the decision to become a customer at Bank Syariah Pinrang, High knowledge of being able to moderate the relationship between motivation avoiding usury with the decision to become a customer at Bank Syariah Pinrang, High knowledge is able to moderate the relationship between perceptions and the decision to become a customer of Bank Syariah Pinrang

Keywords: Motivation to Avoid Usury, Perception, Knowledge, Customer

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh motivasi menghindari riba terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia Kabupaten Pinrang. Jenis analisis yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif dengan bentuk penelitian korelasional (*correlational research*). Data analisis awal dalam penulisan ini dapat diperoleh dari pengisian kuesioner mengenai nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Pinrang. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik kuesioner (angket). Hasil dari penelitian yang dilakukan adalah tingginya motivasi

menghindari riba berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah pada bank syariah Pinrang, tingginya persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Syariah Pinrang, Tingginya motivasi menghindari riba dan Persepsi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menjadi nasabah pada Bank Syariah Pinrang, Tingginya pengetahuan mampu memoderasi hubungan antara motivasi menghindari riba dengan keputusan menjadi nasabah pada Bank Syariah Pinrang, Tingginya pengetahuan mampu memoderasi hubungan antara persepsi dengan keputusan menjadi nasabah Bank Syariah Pinrang

Kata kunci: Motivasi Menghindari Riba, Persepsi, Pengetahuan, Nasabah

PENDAHULUAN

Keberadaan dan peran perbankan di Indonesia baik pada masyarakat, industri besar, menengah ataupun bawah memiliki peran dan dampak yang sangat signifikan. Hal ini terjadi karena kebutuhan akan bank baik untuk penguatan modal atau penyimpanan uang oleh masyarakat sudah menjadi hal yang biasa. Pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia sejalan dengan pertumbuhan keuangan syariah sebagai hasil inspirasi dari penduduk Indonesia yang mayoritas Muslim (Zainuddin, dkk., 2017)

Bank Syariah merupakan bank yang memiliki ciri khusus dalam operasionalnya dengan menerapkan syariah yaitu berbagi keuntungan dan kerugian baik dalam penghimpunan dana dan pembiayaan maupun dalam produk jasa. ada perbedaan antara bank berdasarkan prinsip syariah, dibanding dengan bank konvensional yaitu bank syariah melakukan usaha berdasarkan prinsip berbagi keuntungan dan kerugian, sedangkan bank konvensional melakukan penghimpunan dana dan penyaluran dana dalam bentuk kredit berbasis bunga (supriadi, 2017)

Dalam keuangan Islam, bunga uang diklasifikasikan sebagai riba, yang menunjukkan perilaku terlarang. Di beberapa negara mayoritas Muslim yang menganut agama Islam, upaya sedang dilakukan untuk mendirikan bank alternatif non-ribawi. Melihat gagasan niat untuk membebaskan diri dari mekanisme bunga, komunitas perbankan syariah sering mulai menimbulkan keraguan. Sebagai akibat dari kesadaran bahwa sistem perbankan bebas bunga adalah sesuatu yang terlarang dan tidak lazim, maka timbullah situasi tersebut di atas, sehingga menimbulkan pertanyaan bagaimana bank Islam tersebut akan mengubah prosedur operasionalnya (Agustin, 2021).

Table 1 Jaringan Kantor Perbankan Syariah 2016-2020

Uraian	2016	2017	2018	2019	2020
Bank Umum Syariah					
Jumlah Bank	13	13	14	14	14
Jumlah Kantor	1869	1825	1875	1919	1943
Unit Usaha Syariah					

Jumlah Bank Umum Konvensional yang Memiliki UUS	21	21	20	20	20
Jumlah Kantor UUS	332	334	354	381	390
Bank Pembiayaan Rakyat Syariah					
Jumlah Bank	166	167	167	164	163
Jumlah Kantor	453	441	495	617	624
Total Kantor	2654	2610	2724	2917	2957

Sumber : Statistic Perbankan Syariah, 2022

Berdasarkan tabel di atas, jumlah kantor Bank Syariah di Bank Umum Syariah pada tahun 2016 sekitar 1.869 kantor, namun pada tahun 2017 terjadi penurunan sekitar 1.825 kantor. Nantinya dari tahun 2018 hingga 2020 akan bertambah menjadi 1.943 kantor yang tersedia di Bank Umum Syariah. Selain itu, jumlah kantor Unit Usaha Syariah meningkat dari tahun ke tahun; pada tahun 2016 terdapat sekitar 332 kantor, dan pada tahun 2020 akan menjadi 390 kantor. Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) pada tahun 2016 jumlah kantornya sebanyak 453 kantor dan ditahun 2017 terjadi penurunan sebesar 441 kantor. Tetapi ditahun 2018 sampai 2020 mengalami peningkatan sebanyak 624 kantor. Dilihat dari total keseluruhan kantor antara Bank Umum Syariah, Unit Usaha Syariah, serta Bank Perkreditan Rakyat Syariah pada tahun 2016 sebanyak 2.645 kantor dan pada tahun 2018 sampai tahun 2020 mengalami peningkatan

Mayoritas penduduk Indonesia yang beragama islam menjadi faktor pendorong di balik pertumbuhan bank-bank syariah, seperti yang ditunjukkan pada tabel di atas. Meskipun mayoritas penduduk Indonesia adalah beragama Islam, perbandingan penduduk Muslim terhadap nasabah Bank Syariah sangat tinggi: dari 180 juta Muslim di Indonesia, hanya 30,37 juta yang menjadi nasabah Bank Syariah. Itu menunjukkan bahwa masih 150 juta penduduk muslim yang tidak menggunakan Bank Syariah tetapi menggunakan Bank Konvensional. Hal ini berdasarkan rilisnya data terakhir Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengenai jumlah penduduk diatas 15 tahun yang menabung di Bank Syariah pada tahun 2018-2019, dapat dilihat pada tabel 2 berikut:

Tabel 2 Presentase Jumlah Nasabah Bank Syariah dan Jumlah Penduduk Di Atas 15 Tahun Periode 2018-2019

Uraian	2018	2019
Jumlah Penduduk	194.528.600	197.438.800
Jumlah Nasabah Bank Syariah	24.334.556	27.015.606
Presentase	12,51%	13,68%

Sumber : Statistic Perbankan Syariah, 2022

Berdasarkan data di atas, persentase jumlah nasabah yang menabung di Bank Syariah pada tahun 2018 dan 2019 masing-masing sekitar 12,51% dan 13,68%. Hal ini menunjukkan bahwa persentasenya masih sangat rendah. ini menunjukkan bahwa masyarakat secara umum kurang memiliki motivasi untuk membuka rekening Bank Syariah.

Ada beberapa faktor yang melatar belakangi Nasabah dalam memilih Bank Syariah, baik yang berasal dari luar maupun dari nasabah itu sendiri. Faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi nasabah untuk menggunakan layanan perbankan syariah tertentu antara lain, yaitu motivasi menghindari riba yaitu dorongan yang muncul dari dalam atau dari luar diri seseorang (lingkungan) yang menjadi faktor penggerak untuk menghindari riba baik dalam transaksi jual beli ataupun pinjam meminjam dengan jalan yang bathil (Mawardi, 2020).

Kedua, persepsi yang dipahami nasabah menjadi faktor yang mempengaruhi preferensi nasabah dalam memilih layanan perbankan syariah. Beragamnya persepsi, sikap dan perilaku masyarakat terhadap bank syariah, diantaranya disebabkan oleh rendahnya pemahaman dan pengetahuan masyarakat terhadap bank syariah (Imran Dan Hendrawan, 2017).

Variabel moderating pengetahuan dipilih dalam model ini, Pengetahuan nasabah dalam hal ini terkait dengan semua informasi yang dimiliki nasabah mengenai berbagai macam produk dan jasa serta pengetahuan lainnya khususnya tentang perbankan syariah,. Secara umum, pengetahuan nasabah mengenai Bank Syariah mencakup pengetahuan produk, pelayanan, serta kesadaran akan praktik perbankan syariah yang sesuai dengan prinsip syariah. Pemahaman dan pengetahuan Bank Syariah akan meningkatkan persepsi masyarakat terhadap Bank Syariah itu sendiri. Jika seseorang memiliki pemahaman menyeluruh tentang Bank Syariah, maka seseorang harus memiliki motivasi dan tekad yang diperlukan untuk menjadi nasabah (Irsyad, 2016).

Sebelumnya telah ada beberapa penelitian yang membahas tentang variable motivasi mempengaruhi keputusan menjadi nasabah, sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Elfira Khusma Fairuz pada tahun 2015 tentang pengaruh motivasi mahasiswa terhadap keputusan menabung di Bank Syariah (studi kasus di Bank Syariah). Menyebutkan bahwa kebutuhan fisiologis, kebutuhan keamanan, kebutuhan sosial, kebutuhan harga diri, dan kebutuhan aktualisasi diri semuanya berpengaruh pada motivasi seseorang untuk menabung di Bank Syariah.

Shinta Rawaini (2015) menyelesaikan penelitiannya dengan judul Pengaruh Customer Knowledge, Customer Motivation, dan Individual Sales Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Asuransi Syariah PT Prudential Life Assurance Cabang Yogyakarta. Menyatakan bahwa variable motivasi berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah.

TINJAUAN TEORITIS

1. Perilaku konsumen

The American Marketing Association (1995) dalam Peter dan Olson (2010:5) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai “The dynamic interaction of affect and cognition, behavior and environmental events by which human beings conduct the exchange aspect of their lives”, artinya perilaku konsumen diartikan sebagai hubungan dinamis antara afeksi, kognisi, perilaku, dan lingkungannya di mana manusia menjalankan aktivitas pertukaran dalam hidup mereka (Hafifah, 2018)

2. Motivasi Menghindari Riba

Motivasi menghindari riba yaitu dorongan yang muncul dari dalam diri atau dari luar diri (lingkungan) yang menjadi faktor penggerak untuk menghindari riba baik dalam transaksi jual beli ataupun pinjam-meminjam secara bathil, dengan tujuan untuk melakukan kegiatan muamalah sesuai dengan ajaran Islam sehingga memperoleh kesejahteraan lahir dan batin melalui kegiatan muamalah yang sesuai dengan perintah agama (Mawardi, 2020).

3. Persepsi

Persepsi adalah proses tertentu yang dihasilkan dari induksi; Namun, persepsi tidak dapat berjalan secara independen dari induksi, dan induksi adalah proses yang mengakibatkan terjadinya rangsangan persepsi yang kemudian diorganisasikan dan ditafsirkan sehingga individu dapat memahami apa yang disimpulkan. Proses yang dijelaskan di sini adalah salah satu persepsi; stimulus diberikan oleh seorang indera, dan setelah itu, proses persepsi mengubah input menjadi sesuatu yang bermakna setelah diatur dan dipahami (Sari, 2019)

4. Pengetahuan

Pengetahuan merupakan hasil dari keinginan seseorang untuk memahami orang lain saat terlibat dalam percakapan tentang objek tertentu yang dihadapi. Indera penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa, dan raba merupakan contoh panca indera yang terjadi sebagai hasil panca indera manusia. Penglihatan dan pendengaran adalah dua sumber utama pengetahuan manusia. Pengetahuan adalah keterampilan yang sangat penting untuk mengembangkan intuisi orang lain (Khairina, 2019).

5. Bank Syariah

Bank menurut bahasa diambil dalam bahasa Itali, yaitu *banco* yang berarti meja. Penggunaan metode ini dihasilkan dari kenyataan bahwa semua proses dan transaksi dilakukan di depan ruangan pada saat ini dan bahkan mungkin pada periode mendatang. Dalam bahasa Arab, istilah "bank" biasanya diterjemahkan sebagai "*mashrof*," yang mengacu pada periode waktu di mana orang terus-menerus menggerakkan hati mereka, baik untuk melakukan perdagangan atau untuk melakukan kegiatan lain selain muamalat (Djazuli & Januari, 2011)

6. Produk Bank Syariah

Pengertian Produk Jasa dalam Islam adalah suatu yang dihasilkan proses produksi yang baik, bermanfaat dapat dikonsumsi, berdaya guna dan dapat menghasilkan perbaikan material, moral dan spiritual bagi konsumen. Sesuatu yang tidak berdaya guna dan dilarang Islam merupakan pengertian produk dalam Islam. Barang dan ekonomi

konvensional adalah barang yang dapat dipertukarkan. Tetapi barang dalam ekonomi islam adalah barang yang dapat dipertukarkan dan juga berdayaguna secara moral (Usman, 2015).

METODE PENELITIAN

Jenis analisis yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif. Penelitian ini adalah bentuk penelitian korelasional (*correlational research*). Populasi adalah totalitas semua nilai yang mungkin, hasil menghitung ataupun pengukuran kuantitatif maupun kualitatif mengenai karakteristik tertentu dari semua anggota kumpulan yang lengkap dan jelas yang ingin dipelajari sifat-sifatnya. Sampel merupakan bagian dari populasi yang akan diteliti secara mendalam. Menurut Sugiyono sampel yaitu sebagian dari populasi atau dalam istilah matematika dapat disebut dengan himpunan bagian populasi. Menurut Arikunto, metode yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah metode yang digunakan peneliti saat mengumpulkan datanya sendiri (Kasiram, 2010), Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Kuesioner.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Uji Validasi

Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah suatu instrumen reliabel atau tidak dengan melihat potensi koefisien korelasinya. Pengukuran r hitung menggunakan rtabel diperlukan untuk menentukan sah atau tidaknya suatu item digunakan; signifikansi yang akan digunakan adalah 0,05 atau 5% dengan jumlah sampel 60. Sehingga membuat rtabel dalam penelitian ini adalah : $(N-2)$, $60-2=58$, maka r tabelnya = 0.2542 hasil uji validasi yang didapatkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3 Hasil Uji Validasi

Variabel	Pertanyaan	RHitung	RTabel	Keterangan
Motivasi (X1)	Pertanyaan 1	0.624	0.2542	Valid
	Pertanyaan 2	0.738	0.2542	Valid
	Pertanyaan 3	0.312	0.2542	Valid
	Pertanyaan 4	0.775	0.2542	Valid
	Pertanyaan 5	0.826	0.2542	Valid
Persepsi (X2)	Pertanyaan 1	0.821	0.2542	Valid
	Pertanyaan 2	0.845	0.2542	Valid
	Pertanyaan 3	0.847	0.2542	Valid
	Pertanyaan 4	0.860	0.2542	Valid
	Pertanyaan 5	0.860	0.2542	Valid
Pengetahuan (Z)	Pertanyaan 1	0.669	0.2542	Valid
	Pertanyaan 2	0.865	0.2542	Valid
	Pertanyaan 3	0.910	0.2542	Valid
	Pertanyaan 4	0.909	0.2542	Valid

	Pertanyaan 5	0.884	0.2542	Valid
Keputusan(Y)	Pertanyaan 1	0.878	0.2542	Valid
	Pertanyaan 2	0.866	0.2542	Valid
	Pertanyaan 3	0.878	0.2542	Valid
	Pertanyaan 4	0.910	0.2542	Valid
	Pertanyaan 5	0.897	0.2542	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah 2022

Berdasarkan Tabel 3 nilai r hitung untuk setiap pertanyaan dari keempat variabel di atas lebih besar dari nilai Tabel r . maka, dapat disimpulkan bahwa setiap pertanyaan yang diterima oleh penulis penelitian adalah sah, dan bahwa setiap pertanyaan digunakan untuk setiap model esai.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menentukan apakah temuan investigasi yang diberikan dapat dipercaya. berdasarkan Imam Gozali Jika nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0,70, variabel yang bersangkutan dianggap reliabel. Hasil penelitian reliabilitas yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Reliabilitas Coefficient	Cronbach's Alpha	Keterangan
Motivasi (X1)	5 item pertanyaan	0.704	Reliabel
Persepsi (X2)	5 item pertanyaan	0.899	Reliabel
Pengetahuan (Z)	5 item pertanyaan	0.903	Reliabel
Keputusan(Y)	5 item pertanyaan	0.931	Reliabel

Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4 dapat dilihat bahwa seluruh variabel mempunyai nilai *Cronbach's Alpha* > 0.70 , sehingga motivasi, persepsi, pengetahuan serta keputusan menjadi nasabah bisa disebut reabel.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang terkumpul berdistribusi normal atau diambil dari populasi normal. Jika sig lebih besar dari 5%, maka dapat disimpulkan residu menyebar normal, dan jika sig kurang dari 5%, maka dapat disimpulkan bahwa residu tidak menyebar normal. Adapun hasil dari hasil uji normalitas yang didapatkan pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

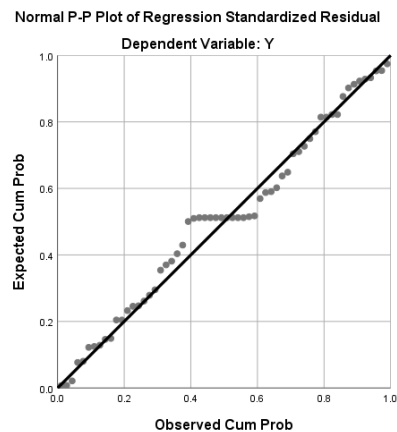
**Tabel 5 Hasil Uji Normalitas K-S
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardize d Residual
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.75258435
Most Extreme Differences	Absolute	.117
	Positive	.083
	Negative	-.117
Test Statistic		.117
Exact Sig. (2-tailed)		.354

Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

Berdasarkan table di atas dapat dilihat bahwa tingkat signifikansi lebih dari 0,354, yang lebih besar dari 0,05, yang berarti bahwa data yang dianalisis memiliki distribusi residual normal. Indikator normalitas dapat ditunjukkan di bawah ini:

Gambar 1 Hasil Uji Normalitas P-Plot



Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

Berdasarkan gambar P-Plot di atas maka data dinyatakan normal. Jika titik-titik di atas mampu mengikuti garis diagonal dan gambar di atas menunjukkan bahwa p-plot berada di sepanjang garis diagonal, jadi bisa dilihat bahwa data tersebut dapat dikatakan normal.

2. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas Digunakan untuk menguji ada atau tidaknya Multikolinieritas Dalam model. Model regresi yang baik seharusnya tidak memiliki korelasi antar variabel bebas. Hal ini dilakukan dengan melihat nilai Toleransi dan Variant Inflation (VIF). Multikolinieritas terjadi jika nilai toleransi 0,10 atau sama dengan nilai $VIF \geq 10$

Tabel 6 Hasil Uji Multikolinieritas

Model	B	Std. Error	Tolerance	VIF
Konstan	0.321	3.107		
Motivasi (X1)	0.450	0.183	0.577	1.732
Persepsi (X2)	0.534	0.125	0.577	1.732

Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

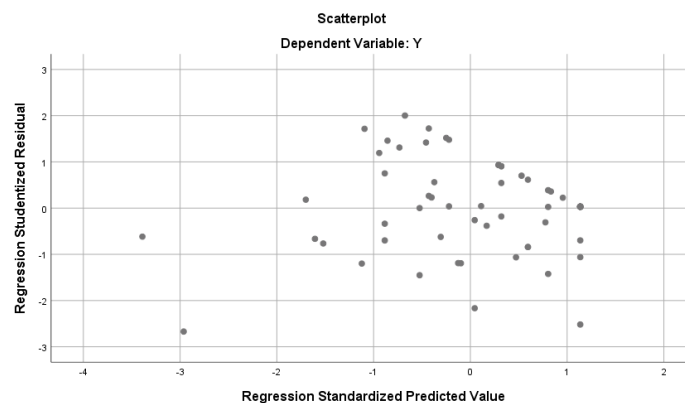
Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai VIF dari masing masing variabel X1 sebesar 1.732 dan X2 sebesar 1.732 dan masing-masing nilai tolerance 0.577. Nilai ini menunjukkan bahwa kedua variabel memiliki nilai VIF kurang dari 10 ($VIF < 10$ dan toleransi $> 0,10$, maka tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi pada penelitian ini

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji data dalam penelitian tidak mengaami Heteroskedastisitas atau homoskedastisitas (model regresi yang terjadi ketidaksamaan variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain), salah satu cara yang dapat dilakukan untuk mendeteksi heteroskedastisitas adalah dengan melihat scatter plot antara nilai prediksi variabel dependen (ZPRED) dengan residualnya SRESID menurut Ghazali, (2018). Dasar analisisnya adalah:

- Jika terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk suatu pola normal (bergelombang, melebar, lalu menyempit), maka menunjukkan telah terjadi heterokedastisitas
- Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Gambar 2 Hasil Uji Keteroskedastisitas Scatterplot



Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

Berdasarkan gambar di atas, membuktikan bahwa data tidak mengalami heterokedastisitas karena sebaran titik-titiknya tidak membentuk pola jelas serta menyebar di bawah dan di atas angka nol pada sumbu Y.

Tabel 7 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients	Std. Error	Signifikan
Konstan	8.290E-16	3.107	1.000
Motivasi (X1)	0.000	0.182	1.000
Persepsi (X2)	0.000	0.125	1.000

Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

Berdasarkan hasil Uji Glejser diatas, koefisien parameter untuk variabel independen yang signifikan adalah 1000 atau lebih besar dari 0,05 yang berarti model regresi tidak heteroskedastisitas Atau sering dikatakan model regresi dikatakan homoskedastis. Hasil ini konsisten dengan uji Scatterplot.

Uji Hipotesis

Uji statistic digunakan untuk menentukan tingkat atau keakuratan dari bentuk persamaan untuk menganalisis data. Berikut adalah hasil uji statistic dalam makalah ini :

1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk menentukan waktu yang tepat dari hubungan antara variabel dependen dan variabel independen, digunakan koefisien determinasi (R^2). Nilai koefisien deremina si terdapat di $0 < R^2 < 1$, dimana nilai R^2 yang kecil berarti menunjukkan kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas.

Tabel 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2

Model	Rsquare	Adjusted R Square	Std. Error	Durbin-Watson
	0.537	0.520	2.800	1.587

Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

Tabel 8 dapat disimpulkan bahwa Koefisien korelasi (R) sebesar 0,537 yang berarti terdapat hubungan yang kuat antara variabel bebas dan variabel terikat. (karena mendekati angka 1), kontribusi variabel tersebut untuk menggambarkan/mempengaruhi variabel terikat adalah 53%, sedangkan sisanya sebesar 47%, artinya dijelaskan/dipengaruhi oleh beberapa variabel yang ada pada luar penelitian ini.

2. Uji Statistik F (simultan)

Uji F digunakan untuk menunjukkan bahwa semua variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen secara simultan. Kriteria penilaian suatu putusan adalah sebagai berikut:

- a. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $p \text{ Value} < \alpha = 0.05$, maka hasil pengujian pengambilan keputusan yang diperoleh adalah tolak H_0 .
- b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $p \text{ Value} > \alpha = 0.05$, maka hasil pengujian pengambilan keputusan yang diperoleh adalah H_1 ditolak.

F-tabel :

(a ; k ; n-1)

F-tabel : (0.05 ; 2 ; 60-1)

F-tabel : (0.05 ; 2 ; 59)

F-tabel : (3.15)

Tabel 9 Hasil Uji Statistik F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	517.823	2	258.912	33.014	0.000
Residual	447..027	57	7.843		
Total	964.850	59			

Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

Berdasarkan data tersebut, hasil penelitian menunjukkan tingkat signifikansi sekitar 0,000 atau hanya di atas 5%. (0,05). F_{tabel} adalah 3,15, lebih besar dari F_{hitung} , yaitu 33,014 dan memiliki tolak H_0 ., hal ini membuktikan bahwa variabel independen berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen yaitu keputusan menjadi nasabah. Atau dengan kata lain terdapat minimal satu variabel independen yang signifikan memengaruhi variabel dependen, sehingga **H3 diterima**.

3. Uji Statistik t (Uji t)

Uji-t adalah prosedur yang digunakan untuk menunjukkan perbedaan antara variabel independen tunggal dan variabel yang bergantung padanya. Jika probabilitas signifikansi lebih besar dari 0,05 dan ukuran t-hitung lebih besar dari ukuran t-tabel, maka hipotesis benar (signifikasi) Namun jika signifikansi lebih besar dari 0,05 dan t-hitung lebih kecil dari t-tabel, maka hipotesis ditolak (tidak signifikan) untuk mencari t-tabel berikut:

t-tabel : (a ; n-k-1)

t-tabel : (0.05 ; 60-2-1)

t-tabel : (0.05 ; 57)

t-tabel : 1.67203

Tabel 10 Hasil Uji Statisti t

Model	B	Std. Error	T	Sig
Konstan	0.321	3.107	0.103	0.918
Motivasi (X1)	0.450	0.182	2.476	0.016
Persepsi (X2)	0.534	0.125	4.271	0.000

Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

Berdasarkan data di atas, hipotesis yang ditawarkan dan disimpulkan sebagai berikut :

- a. Hasil uji-t menunjukkan bahwa pada Motivasi (X1) nilai signifikansi 0,016 lebih kecil dari nilai signifikansi 5% (0,05), sedangkan nilai thitung 2,476 lebih besar dari nilai t-tabel sebesar 1,67203. Yang berarti bahwa H0 ditolak, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara motivasi terhadap keputusan menjadi nasabah pada Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Pinrang maka **H1 diterima**.
 - b. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Persepsi (X2) memiliki tingkat signifikansi sekitar 0,0000. Tingkat signifikansi 0,000 untuk variabel pelayanan menunjukkan angka yang kurang dari 5% (0,05) dan tingkat signifikansi 4,271 untuk t-tabel menunjukkan bahwa H0 ditolak. Dengan hasil tersebut, menunjukkan bahwa terdapat pengaruh postif antara persepsi terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia Kabupaten Pinrang Jadi **H2 diterima**.
- 4. Uji Moderated Regression Analysis (MRA)**

Uji Moderasi Regresi Analisis (MRA) adalah pengujian yang digunakan untuk menentukan apakah hubungan antara variabel independen dan dependen akan diperkuat atau diperlemah.

Tabel 11 Uji MRA

Model	B	Std. Error	T	Sig
Konstan	10.798	1.409	7.663	0.000
X1.Z	0.009	0.007	1.260	0.021
X2.Z	0.015	0.007	2.229	0.030

Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

Berdasarkan hasil pengujian di atas, diperoleh dari hasil Uji *Moderad Regression Analysis* (MRA) Moderasi 1 dengan nilai Sig X1Z sebesar 0.021 yang menunjukkan $\alpha < 0.05$, maka disimpulkan pengetahuan dapat memoderasi hubungan

antara motivasi menghindari riba terhadap keputusan menjadi nasabah BSI Kabupaten Pinrang. **H4 dalam penelitian ini diterima.**

Hasil *Uji Moderat Regression Analysis* (MRA) Moderasi 2 dengan nilai Sig X2Z sebesar 0.030 yang menunjukkan $\alpha < 0.05$, maka disimpulkan bahwa pengetahuan mampu memoderasi hubungan antara persepsi terhadap keputusan menjadi nasabah BSI Kabupaten Pinrang. **H5 dalam penelitian ini diterima.**

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Motivasi Menghindari Riba terhadap Keputusan Menjadi Nasabah

Motif menghindari bunga adalah dorongan dari dalam maupun dari luar diri seseorang untuk menghindari bahaya riba atau bunga bank yang diharamkan Allah SWT, dengan tujuan untuk melancarkan transaksi yang lebih sah dan tidak bertentangan. dalam transaksi perbankan, motivasi menghindaari riba adalah salah satu faktor yang berpengaruh terhadap pengambilan keputusan nasabah di Bank Syariah Indonesia Kabupaten Pinrang. Hal ini dibuktikan berdasarkan hasil uji t parsial bahwa motivasi menghindari riba berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di BSI Kabupaten Pinrang.

Pada variabel motivasi terdapat tiga indikator yaitu kebutuhan pengakuan bertransaksi sesuai syariah, kedua adalah kebutuhan agar hartanya bersih dari riba serta pengetahuan tentang riba. Adapun indikator paling kuat yaitu pada kebutuhan pengakuan bertransaksi secara syariah dengan nilai uji validitas sebesar 0.826 dan indikator paling lemah pada variabel motivasi adalah pengetahuan tentang bahaya riba dengan nilai uji validitas sebesar 0.312.

Variabel motivasi menghindari riba, dapat diperoleh dari nilai thitung sebesar 2.476 sedangkan nilai t-tabel sebesar 1.67203, yang dapat dinyatakan bahwa nilai thitung $>$ t-tabel yaitu ($2.476 > 1.67203$) dengan nilai B sebesar 0.450 maka H_0 ditolak. Nilai B positif membuktikan bahwa variabel X1 memiliki hubungan yang sejalan dan positif dengan Y. maka dapat dikatakan bahwa variabel motivasi menghindari riba berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah.

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat dikatakan bahwa penelitian ini mendukung hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Elfira Khusma Fairuz dengan judul “Pengaruh Motivasi Mahasiswa Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Perbankan Syariah)” menunjukkan bahwa motivasi secara positif mahasiswa berpengaruh terhadap keputusan menabung.

Motivasi adalah karakteristik pribadi seorang individu yang mendorong orang tersebut untuk melaksanakan tugas yang relevan guna mencapai suatu tujuan tertentu. Menurut Abraham Maslow, motivasi dapat dilihat sebagai sumber energi internal seseorang yang dapat membantunya mencapai tujuan, baik yang ada di dalam maupun di luar dirinya. Motivasi untuk menghindari riba antara lain berasal dari permintaan nasabah. Kebutuhan sendiri muncul karena nasabah merasa tidak nyaman antara apa yang seharusnya mereka rasakan dan apa yang sebenarnya mereka rasakan. Kebutuhan yang dirasakan ini mendorong individu untuk bertindak berdasarkan kebutuhan tersebut.

2. Pengaruh Persepsi terhadap Keputusan Menjadi nasabah

Pada tabel 4.13 hasil dari uji statistic t dalam penelitian ini menunjukkan bahwa hasil T-hitung untuk variabel Persepsi (X2) sebesar 4.271 yang lebih besardari nilai T-tabel 1.67203 dan taraf signifikansi variabel X2 sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 atau 5% sehingga ada pengaruh antara variabel persepsi terhadap keputusan menjadi nasabah pada bank syariah. Koefisien variabel X2 sebesar 0.534 artinya jika variabel Persepsi mengalami kenaikan 1% maka keputusan menjadi nasabah oleh masyarakat akan mengalami kenaikan sebesar 0.534 atau 53% dan koefisien tersebut bernilai positif sehingga terjadi hubungan positif antara Persepsi (X2) terhadap keputusan masyarakat menjadi nasabah (Y).

Selain itu nilai dari unstandarised B sebesar 0.534 yang lebih besar nilainya dibandingkan dengan variabel Motivasi sehingga juga disimpulkan bahwa variabel persepsi memiliki hubungan yang lebih kuat secara parsial terhadap variabel Y.

Pada variabel persepsi terdapat empat indikator yaitu wawasan, tanggapan, pengalaman dan pandangan. Adapun indikator paling kuat yaitu pada poin tanggapan dengan nilai uji validitas sebesar 0.860 dan indikator paling lemah pada variabel persepsi adalah poin pengalaman dengan nilai uji validitas sebesar 0.826. sedangkan Pada variabel keputusan menjadi nasabah terdapat empat indikator yaitu ketertarikan, pencarian informasi, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian. Adapun indikator paling kuat yaitu pada kepurusan pembelian dengan nilai uji validitas sebesar 0.910 dan indikator paling lemah pada variabel keputusan adalah pencarian informasi dengan nilai uji validitas sebesar 0.866.

Persepsi adalah kemampuan panca indra dalam menerjemahkan stimulus atau proses untuk menerjemahkan stimulus yng masuk ke dalam alat indra manusia. Persepsi manusia terdapat perbedaan sudut pandang dalam penginderaan yang mempersepsikan sesuatu itu baik atau persepsi yang positif maupun persepsi yang negative yang akan memengaruhi tindakan manusia yang tampak atau nyata.

Dalam proses persepsi, termasuk proses untuk memahami dan mengevaluasi bagaimana kita memahami orang lain. Kepekaan dalam diri seseorang terhadap lingkungan sekitar mulai terlihat pada proses ini. Metode pandang akan menyampaikan kesimpulan yang dicapai melalui proses persepsi.

Persepsi adalah kapasitas indra pankreas untuk merespon rangsang atau proses merespon rangsang yang masuk ke alat indra manusia. Persepsi manusia berbeda-beda dalam berbagai hal tergantung pada situasinya, apakah itu persepsi positif atau negatif yang dapat merugikan perasaan orang lain baik yang optimis maupun yang pesimis.

Sampai saat ini masih banyak persepsi yang berbeda di kalangan masyarakat tentang perbankan syariah sehingga menjadi tantangan tersendiri bagi perbankan syariah untuk menyamakan persepsi masyarakat sehingga menimbulkan kesamaan persepsi yang positif terhadap keberadaan perbankan syariah. Persepsi positif kemudian hadir karena informasi yang diperoleh dapat memengaruhi perilaku konsumen untuk berminat dan tertarik menjadi bagian dari perbankan syariah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mia Yunita dengan judul Analisis Pengaruh Persepsi Masyarakat, Citra Perusahaan dan

Pendapatan Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah, Salatiga: Skripsi 2018 yang menyatakan bahwa ketiga variabel tersebut yakni persepsi, citra perusahaan dan pendapatan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat pada bank syariah.

3. Pengaruh Motivasi menghindari riba dan Persepsi secara Simultan terhadap Keputusan Menjadi Nasabah

Motivasi adalah keadaan sifat pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melaksanakan kegiatan tertentu dalam rangka mencapai suatu tujuan. Menurut Abraham Maslow, motivasi bisa dikatakan sebagai kekuatan (energi) seseorang yang bisa menumbuhkan tingkat kegigihan dan semangat dalam melaksanakan suatu kegiatan, baik yang berasal dari dalam maupun dari luar individu itu sendiri. Termasuk motivasi untuk menghindari riba akan timbul karena kebutuhan yang dirasakan nasabah. Kebutuhan itu sendiri muncul karena pelanggan merasakan ketidaknyamanan antara apa yang seharusnya dirasakan dan apa yang sebenarnya dirasakan.

Motivasi menghindari riba adalah dorongan dari dalam dan luar diri seseorang untuk menghindari bahaya riba atau bunga bank yang telah diharamkan oleh Allah, dengan memulai transaksi yang lebih halal dan tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip menghindari riba. Dalam proses transaksi di perbankan, motivasi menghindari riba adalah salah satu factor yang mempengaruhi keputusan nasabah di Bank Syariah Indonesia Kabupaten Pinrang.

Dalam proses persepsi, termasuk proses untuk memahami dan mengevaluasi bagaimana kita memahami orang lain. Kepekaan dalam diri seseorang terhadap lingkungan sekitar mulai terlihat pada proses ini. Metode pandang akan menyampaikan kesimpulan yang dicapai melalui proses persepsi.

Persepsi adalah kapasitas indra pankreas untuk merespon rangsang atau proses merespon rangsang yang masuk ke alat indra manusia. Persepsi manusia berbeda-beda dalam berbagai hal tergantung pada situasinya, apakah itu persepsi positif atau negatif yang dapat merugikan perasaan orang lain baik yang optimis maupun yang pesimis.

Hasil uji statistic F menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0.000 lebih kecil dari signifikansi 5% atau 0.05, sedangkan nilai F hitung sebesar 33.014 lebih besar dari nilai F-tabel 3.15 dan bernilai positif sehingga disimpulkan bahwa seluruh variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen atau variabel motivasi dan persepsi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menjadi nasabah pada BSI Kabupaten Pinrang.

Pada variabel pengetahuan terdapat tiga indikator yaitu pengetahuan tentang bank syariah, pengetahuan tentang produk Bank Syariah, pengetahuan tentang manfaat produk-produk Bank Syariah. Adapun indikator paling kuat yaitu pada indikator kedua pengetahuan produk dengan nilai uji validitas sebesar 0.910 dan indikator paling lemah pada variabel pengetahuan adalah tingkat pengetahuan tentang bank syariah dengan nilai uji validitas sebesar 0.669.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ayu Kusuma Mawardi, (2020) dengan judul “pengaruh motivasi menghindari riba dan pengetahuan

produk perbankan syariah terhadap keputusan menjadi nasabah tabungan IB mashlahah di bank BJB syariah KCP kuningan” juga penelitian yang dilakukan oleh Fitria Sapta Riani, (2019) dengan judul “pengaruh persepsi masyarakat tentang perbankan syariah terhadap minat memilih produk bank syariah” yang menunjukkan hasil seluruh variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah pada bank syariah.

4. Pengetahuan Memoderasi Hubungan antara Motivasi Menghindari Riba terhadap Keputusan Menjadi Nasabah

Pada tabel 4.14 hasil Uji *Moderated Regression Analisis* (MRA) dengan melihat signifikansi $X1Z$ sebesar 0.021 yang menunjukkan < 0.005 maka dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan mampu memoderasi hubungan antara motivasi menghindari riba dengan keputusan menjadi nasabah pada bank syariah.

Motivasi adalah keadaan sifat pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melaksanakan kegiatan tertentu dalam rangka mencapai suatu tujuan. Menurut Abraham Maslow, motivasi bisa dikatakan sebagai kekuatan (energi) seseorang yang bisa menumbuhkan tingkat kegigihan dan semangat dalam melaksanakan suatu kegiatan, baik yang berasal dari dalam maupun dari luar individu itu sendiri. Termasuk motivasi untuk menghindari riba akan timbul karena kebutuhan yang dirasakan nasabah. Kebutuhan itu sendiri muncul karena pelanggan merasakan ketidaknyamanan antara apa yang seharusnya dirasakan dan apa yang sebenarnya dirasakan.

Pengetahuan produk adalah pemahaman yang dimiliki konsumen mengenai barang atau jasa yang akan mereka gunakan. Mulailah juga dengan Nasabah di BSI Kabupaten Pinrang, mereka menjadi Nasabah karena pemahaman mereka terhadap Produk Perbankan Syariah yang mereka miliki. Selain itu, semakin berpengetahuan nasabah akan elemen-elemen yang ada pada bank syariah, seperti hal-hal yang mendekati pada unsur ribawi, maka hal tersebut akan memotivasi masyarakat/nasabah untuk menghindarkan diri dari riba dan memilih bergabung menjadi bagian dari bank syariah yang sudah jelas tidak mengandung unsur ribawi pada setiap produk-produknya.

Menurut Lamb et al. (2001), ketika konsumen mendapatkan lebih banyak pengetahuan dan informasi tentang produk yang mereka miliki, maka mereka akan lebih sigap dalam memulai pembelian terkait produk tersebut. Sehingga disimpulkan bahwa pengetahuan mampu memoderasi memperkuat hubungan antara motivasi menghindari riba dengan memutuskan menjadi nasabah pada bank syariah.

5. Pengetahuan Memoderasi Hubungan antara Persepsi terhadap Keputusan Menjadi Nasabah

Pada tabel 4.14 hasil Uji *Moderated Regression Analisis* (MRA) dengan melihat signifikansi $X2Z$ sebesar 0.030 yang menunjukkan < 0.005 maka dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan mampu memoderasi hubungan antara persepsi dengan keputusan menjadi nasabah pada bank syariah.

Persepsi adalah kapasitas indra pankreas untuk merespon rangsang atau proses merespon rangsang yang masuk ke alat indra manusia. Persepsi manusia berbeda-beda

dalam berbagai hal tergantung pada situasinya, apakah itu persepsi positif atau negatif yang dapat merugikan perasaan orang lain baik yang optimis maupun yang pesimis.

Di dalam persepsi mengandung suatu proses dalam diri untuk mengetahui dan mengevaluasi sejauh mana kita mengetahui orang lain. Pada proses ini kepekaan dalam diri seseorang terhadap lingkungan sekitar mulai terlihat. Cara pandang akan menentukan kesan yang dihasilkan dari proses persepsi.

Bank Syariah selaku lembaga keuangan dalam membangun citra yang dimiliki haruslah memiliki sifat amanah atau dapat dipercaya oleh nasabah, sehingga dapat menumbuhkan minat mereka untuk memilih layanan perbankan syariah. Selain itu, dalam mengimbangi kemajuan teknologi, bank Syariah juga dituntut untuk dapat selalu berinovasi. Sehingga produk dan jasa yang ditawarkan dapat memberikan kemudahan kepada para nasabah serta tidak membuat mereka ragu untuk memilih Bank Syariah. Namun dengan catatan, inovasi yang dilakukan haruslah tetap dalam koridor nilai-nilai keislaman.

Pengetahuan produk adalah pemahaman yang dimiliki konsumen mengenai barang atau jasa yang akan mereka gunakan. Mulailah juga dengan Nasabah di BSI Kabupaten Pinrang, mereka menjadi Nasabah karena pemahaman mereka terhadap Produk Perbankan Syariah yang mereka miliki.

Dengan adanya pengetahuan yang banyak mengenai produk-produk yang ada pada bank syariah serta perbandingannya dengan produk-produk pada bank konvensional maka tentu saja hal tersebut lebih memudahkan masyarakat dalam memilih yang terbaik dengan keduanya. Selain itu, semakin banyak pengetahuan yang masyarakat atau nasabah peroleh tentang system dan keunggulan yang dimiliki oleh masyarakat maka akan membantu sebuah persepsi yang baik ditatanan masyarakat dalam melihat perbedaan bank syariah, dengan itu juga akan memicu nasabah untuk menjadi bagian dari bank syariah karena bekal persepsi yang baik tersebut.

KESIMPULAN

1. Motivasi menghindari riba berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah pada Bank Syariah yang berarti bahwa semakin tinggi motivasi menghindari riba oleh nasabah maka semakin tinggi tingkat keputusan untuk menjadi nasabah pada Bank Syariah Indonesia Kabupaten Pinrang.
2. Persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Syariah yang berarti bahwa semakin baik tingkat persepsi masyarakat tentang Bank Syariah maka semakin besar keputusan masyarakat untuk menjadi bagian dari Bank Syariah Indonesia Kabupaten Pinrang.
3. Motivasi menghindari riba dan Persepsi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menjadi nasabah pada Bank Syariah Indonesia yang berarti bahwa semakin tinggi motivasi menghindari riba dan semakin baik tingkat persepsi masyarakat terhadap Bank Syariah tersebut maka akan membuat masyarakat memutuskan menjadi nasabah pada Bank Syariah Indonesia Kabupaten Pinrang.

4. Pengetahuan mampu memoderasi hubungan antara motivasi menghindari riba dengan keputusan menjadi nasabah pada Bank Syariah Indonesia sehingga semakin banyak dan baik pengetahuan masyarakat/nasabah maka akan semakin memotivasi masyarakat untuk memutuskan menjadi nasabah pada Bank Syariah Indonesia Kabupaten Pinrang.
5. Pengetahuan mampu memoderasi hubungan antara persepsi dengan keputusan menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia sehingga semakin baik tingkat persepsi yang terbentuk di tengah masyarakat maka akan semakin yakin masyarakat memutuskan menjadi nasabah pada Bank Syariah Indonesia Kabupaten Pinrang.

DAFTAR PUSTAKA

Al Qur'an Karim

A Djazuli dan Yadi Yanuari, *Lembaga-lembaga Perekonomian Umat*, (Jakarta: Rajawali Press, 2011), hal. 53

Abdul Halim Usman, *Management Strategi Syariah Teori, Konsep dan Aplikasi*, (Jakarta: Zikrul Hakim, 2015), Hal. 133

Ahmad supriadi, "Bank Syariah Dalam Perspektif Filosofis, Yuridis Dan Sosiologis Bangsa Indonesia", jurnal Vol, 1 (2017), 3

Ayu Kusuma Mawardi, "Pengaruh Menghindari Riba Dan Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan IB Masalahah ", (Studi Kasus Pada Bank BJB Syariah KCP Kuningan), (Program Studi Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Bunga Bangsa, Cirebon,2020), Hal.16

Hamdi Agustin, "Teori Bank Syariah", Jurnal Perbankan Syariah, Vol.2 No.1 (2021) 67-68

Husain Muh Irsyad, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa FIAI UII dalam Memilih Layanan Bank (Syariah)", (Skripsi--Universitas Islam Indonesia, 2016).

Imran Dan Bambang Hendrawan, "Pengaruh Persepsi Masyarakat Batam Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah" Dalam Journal Of Business, (Batam: Politeknik Negeri Batam), Vol 1, No 2 (2017), H. 64

Masita Puspita Sari, "Persepsi Masyarakat Terhadap Perbankan Syariah (Studi Komparatif Masyarakat Urban Dan Masyarakat Rural Di Kelurahan Prlabuhan Baru dan Desa Kayu Manis)". (Skripsi Program Studi Perbankan Syariah Institute Agama Islam Negeri Curup,2019) H. 18

Moh Kasiram, *Metodologi Penelitian Kualitatif – Kuantitatif* (Malang: UIN Maliki Press, 2010), 258.

- Okta Novri, Andi Hafifah, “analisis pengaruh konsumen dalam melakukan nline shopping di kota makassar” , Jurnal Manajemen, Ide, Inspirasi (MINDS), Vol.5, No. 1, (Januari-Juni) 2018, 116
- Suharsimi Arikunto, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2002), 197.
- Yenni, M.AP, “Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai”, JURNAL MENATA, Vol. 2 No. 2, (2019), 29
- Zainuddin, Z., Hamja, Y., & Rustiana, S. H, ”Analisis Faktor dalam Pengambilan Keputusan Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Perbankan Syariah” (Studi Kasus pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Ciputat). *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 13(1) (2017), 55-76.
- Zaira Khairina, “Tingkat Pengetahuan Masyarakat Tentang Produk Perbankan Syariah (Studi Kasus Kecamatan Peukan Bada Kabupaten Aceh Besar)”, (Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, Banda Aceh, 2019)