

**PENGARUH PENGETAHUAN DAN KUALITAS PRODUK  
PEMBIAYAAN SYARIAH TERHADAP KEPUTUSAN  
NASABAH MEMILIH PEMBIAYAAN BANK  
SYARIAH DI PANGKALAN BRANDAN**

**SKRIPSI**

**M. ROHID KHADAFY  
NIM. 210440136**



**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MALIKUSSALEH  
LHOKSEUMAWE  
JUNI, 2025**

**PENGARUH PENGETAHUAN DAN KUALITAS PRODUK  
PEMBIAYAAN SYARIAH TERHADAP KEPUTUSAN  
NASABAH MEMILIH PEMBIAYAAN BANK  
SYARIAH DI PANGKALAN BRANDAN**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi

**M. ROHID KHADAFY  
NIM. 210440136**



**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MALIKUSSALEH  
LHOKSEUMAWE  
JUNI, 2025**



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS  
DAN TEKNOLOGI**

**UNIVERSITAS MALIKUSSALEH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Kampus Bukit Indah Blang Pulo Kec. Muara Satu - Lhokseumawe

Telepon. 0645-44450/08116798545 Faks. 0645-44450

Laman: <http://www.FEB.unimal.ac.id>

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Ekonomi Syariah

25 september 2025

**HALAMAN PENGESAHAN**

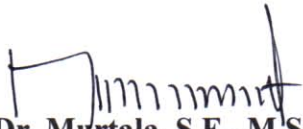
Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : M. Rohid Khadafy  
NIM : 210440136  
Judul Skripsi : Pengaruh pengetahuan dan kualitas produk pembiayaan syariah terhadap Keputusan Nasabah memilih pembiayaan bank Syariah di pangkalan brandan

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Komisi Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh.

**Menyetujui**

Ketua Jurusan,


  
**Dr. Murtala, S.E., M.Si**  
NIP. 197809092008011010

Pembimbing,

  
**Dr. Anwar Ruteh, S.E., M.E**  
NIP. 197404032005011003

**Mengetahui**  
Dekan,



  
**Jullinursyida, S.E., Ak, M.M., Ph.D**  
NIP. 197607182003122003



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS  
DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS MALIKUSSALEH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus Bukit Indah Blang Pulo Kec. Muara Satu - Lhokseumawe

Telepon. 0645-44450/08116798545 Faks. 0645-44450

Laman: <http://www.FEB.unimal.ac.id>

**PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI**

Telah diuji pada hari **Rabu** tanggal **Enam** bulan **Agustus** tahun **Dua Ribu Dua Puluh Lima**, atas Skripsi yang diajukan oleh:

Nama : M. Rohid Khadafy  
NIM : 210440136  
Judul Skripsi : Pengaruh pengetahuan dan kualitas produk pembiayaan syariah terhadap Keputusan Nasabah memilih pembiayaan bank Syariah di pangkalan brandan

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh.

**KOMISI PENGUJI**

Ketua : Dr. Anwar Puteh, S.E., M.E

Anggota 1 : Ichsan, Lc., M.E.I

Anggota 2 : Muhammad Hafizh, M.E

(.....)  
(.....)  
(.....)

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah karya sendiri dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk saya nyatakan benar. Saya juga bersedia dicabut gelar sarjana bila ditemukan pemalsuan dalam skripsi ini.

Lhoksemauwe 25 agustus 2025



M. ROHID KHADAFY

NIM. 210440136

## **PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Malikussaleh, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : M. ROHID KHADAFY

NIM : 210440136

Program Studi : Ekonomi Syariah

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Malikussaleh **Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

### **PENGARUH PENGETAHUAN DAN KUALITAS PRODUK PEMBIAYAAN SYARIAH TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH PEMBIAYAAN BANK SYARIAH DI PANGKALAN BRANDAN**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Malikussaleh berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Lhokseumawe

Pada tanggal : 25 agustus 2025

Yang menyatakan,

**M. Rohid Khadafy**

**NIM.210440136**

## **MOTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO**

Kegagalan bukan akhir dari segalanya mungkin Tuhan sedang mengarahkan mu ke tempat yg jauh lebih tepat percayalah tidak ada usaha yang sia sia dan tidak ada takdir yang salah memilih orang jangan pernah menyerah tetap tanamkan bahwa segala sesuatu yang sudah tertakar tidak akan pernah tertukar”

“bukan tentang siapa yang paling cepat tetapi tentang siapa yg mampu bertahan hingga detik ini”

### **PERSEMBAHAN**

Dengan penuh rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa,

karya skripsi ini saya persembahkan kepada:

Teruntuk kedua orang tua saya (feriyal ilham&mismah hrp)orang yang hebat yg selalu menjadi penyemangat saya terima kasih karena selalu berjuang dan berkorban untuk kehidupan saya terima kasih untuk semuanya berkat doa dan dukungan mamak dan bapak saya bisa sampai berada di titik ini

mamak dan bapak harus selalu ada di setiap perjalanan dan pencapaian hidup saya semoga sehat selalu panjang umur dan bahagia dunia akhirat

Kepada diri saya sendiri M.rohid Khadafy terima kasih sudah bertahan sejauh ini terima kasih karena selalu berusaha keras dan berjuang walaupun sering sekali merasa putus asa atas apa yg di usahakan dan belum berhasil

namun terima kasih tetap menjadi manusia yg selalu mau berusaha dan tidak lelah mencoba terima kasih karena memutuskan untuk tidak menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini ,ini merupakan pencapaian yang harus di apresiasi untuk diri sendiri

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji dan syukur saya ucapkan kehadirat Allah SWT, yang dimana telah melimpahkan rahmat dan hidayah-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir, yaitu Proposal Skripsi yang berjudul **“PENGARUH PENGETAHUAN DAN KUALITAS PRODUK PEMBIAYAAN SYARIAH TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH PEMBIAYAAN BANK SYARIAH DI PANGKALAN BRANDAN”**

Dan juga shalawat beserta salam selalu tersanjung kepada Nabi Besar Muhammad SAW, beserta keluarganya dan juga sahabatnya yang telah membawa kita dari zaman kebodohan ke alam zaman yang penuh ilmu pengetahuan, seperti yang telah kita rasakan saat ini, Proposal Skripsi ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan sebagai tugas akhir untuk kelulusan pada Universitas Malikussaleh, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, khususnya pada Prodi Ekonomi Syariah.

Penulis sangat menyadari bahwa masih banyak kekurangan serta ketidaksempurnaan baik dalam penulisan dan juga landasan teoritis yang digunakan. Dan juga penyusunan Proposal Skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini kami ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak **Prof. Dr. Ir. Herman Fithra, S.T., M.T., IPM., ASEAN, Eng** selaku Rektor Universitas Malikussaleh.
2. Ibu **Jullimursyida, S.E., Ak., M.M., Ph.D** selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Malikussaleh.
3. Bapak **Dr. Murtala, S.E., M.Si** selaku Ketua Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh.
4. Bapak **Dr Mukhlis Muhammad Nur, Lc., MA** selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh.
5. Bapak **Chalirafi, SE, M.Si** selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Malikussaleh.



6. Bapak **Dr. Anwar Puteh, S.E, M.E** selaku Dosen Pembimbing skripsi yang sangat sabar dan memberikan arahan serta saran kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
7. Teristimewa Terima Kasih yang tidak terhingga dihaturkan kepada Ayahanda **Feriyal Ilham** dan Ibunda **Mismah Hrp** tercinta serta kepada keluarga besar karena atas semua do'a yang diberikan dan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Terima kasih kepada kakak saya **Afri Aulia** yang mendukung dan mendoakandan memberi motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini
9. Seluruh Dosen dan Staf Program Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis serta Karyawan dan Karyawati perpustakaan Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Malikussaleh.

Demikian akhirnya atas segala saran dan kritikan penulis mengucapkan banyak terima kasih, semoga penulisan Proposal Skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. *Amin Ya Rabbal'alamin...*

Lhokseumawe, 19 Februari 2025

M. Rohid Khadafy  
NIM. 210440136

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>i</b>
<b>PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.2 Tujuan Penelitian.....	9
1.3 Manfaat Penelitian.....	9
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>11</b>
2.1.    Landasan Teori.....	11
2.1.1 Tinjauan Tentang Pengetahuan Nasabah Bank Syariah.....	11
2.2.    Tinjauan Tentang Kualitas Produk Pembiayaan Syariah.....	14
2.2.1 Faktor faktor kualitas produk pembiayaan syariah atau dimensi kualitas terdiri dari aspek-aspek sebagai berikut: .....	16
2.2.2 Indikator Indikator Kinerja.....	22
2.2.3 Unsur-Unsur Pembiayaan.....	25
2.2.4 Tujuan Pembiayaan .....	26
2.3 Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah.....	28
<b>2.3.1 Keputusan Nasabah.....</b>	<b>28</b>
2.6 Kajian Terdahulu .....	35
2.7 Kerangka Konseptual .....	38
2.8 Hipotesis .....	41
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>42</b>
3.1 Pendekatan Penelitian.....	42
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	42
3.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	42
3.3 Populasi dan Sampel.....	42
<b>3.3.1 Populasi.....</b>	<b>42</b>
<b>3.3.2 Sampel.....</b>	<b>43</b>
3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	45
3.4.1 Variabel Dependen.....	45
3.4.2 Variabel Independen .....	45
3.5 Teknis Analisa Data .....	47
<b>3.5.1 Angket (Kueisoner).....</b>	<b>47</b>

3.6 Pengukuran Instrumen Penelitian .....	48
<b>3.6.1 Uji validitas</b> .....	48
<b>3.6.2 Uji Relibilitas</b> .....	49
3.7 Uji asumsi klasik .....	49
<b>3.7.1 Uji Normalitas</b> .....	49
<b>3.7.2 Uji Multikolinearitas</b> .....	50
<b>3.7.3 Uji Heteroskedastitas</b> .....	51
3.8 Pengujian Hipotesis .....	51
3.8.1 Uji F ( Simultan ) .....	51
3.8.2 Uji T ( Parsial ) .....	52
3.8.3 Uji Koefisien Determinasi (R2) .....	53
3.8.4 Analisis Regresi Berganda .....	53
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>55</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	55
<b>4.1.1 Gambaran Umum Bank Syariah Indonesia</b> .....	55
<b>4.1.2 Visi Dan Misi Serta Logo PT. Bank Syariah Indonesia</b> .....	56
4.1.3 Sturuktur Organisasi PT. Bank Syariah Indonesia .....	57
<b>4.2 Hasil Pengumpulan Data</b> .....	<b>57</b>
4.2.1 Statistik Deskriptif .....	57
4.2.2 Karakteristik Jawaban Responden .....	58
<b>4.3 Pengujian Validitas dan Realibilitas</b> .....	<b>62</b>
4.3.1 Uji Validitas .....	63
4.3.2 Uji Realibilitas .....	64
<b>4.4 Uji Asumsi Klasik</b> .....	<b>65</b>
4.4.1 Pengujian Normalitas .....	65
4.4.2 Pengujian Heteroskedastisitas .....	66
4.4.3 Pengujian Multikolinearitas .....	67
<b>4.5 Hasil Pengujian Hipotesis</b> .....	<b>68</b>
4.5.1 Hasil Pengujian Hipotesis Secara Parsial ( t ) .....	68
4.5.2 Hasil Pengujian Hipotesis Secara Simultan ( f ) .....	69
4.5.3 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi R2 .....	70
4.5.3.1 Uji Determinasi R2 .....	71
<b>4.6 Pembahasan Hasil Penelitian</b> .....	<b>71</b>
4.6.1 Pengaruh Pengetahuan Terhadap Keputusan Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Pangkalan Brandan .....	71
4.6.2 Pengaruh Kualitas Produk Pembiayaan Terhadap Keputusan Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Pangkalan Brandan .....	72
4.6.3 Pengaruh Pengetahuan Nasabah dan Kualitas Produk Pembiayaan Terhadap Keputusan Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Pangkalan Brandan .....	73
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>76</b>
5.1 Hasil Penelitian .....	76
5.2 Saran .....	77
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>79</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>81</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Jumlah Nasabah .....	43
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	46
Tabel 3. 3 Skala Likert .....	48
Tabel 4. 1 Tabel Jumlah Kuesioner.....	58
Tabel 4. 2 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	58
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	60
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	60
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan .....	61
Tabel 4. 6 Hasil Pengujian Validitas .....	63
Tabel 4. 7 Hasil Pengujian Realibilitas .....	64
Tabel 4. 8 Hasil Pengujian Multikolinieritas .....	67
Tabel 4. 9 Hasil Pengujian Hipotesis T.....	68
Tabel 4. 10 Hasil Pengujian Hipotesis F .....	69
Tabel 4. 11 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi R2 .....	70
Tabel 4. 12 Hasil Pengujian Determinasi R2 .....	71

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan.....	7
Gambar 1.2 Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Konvensional dan Syariah.....	7
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Bank Syariah Indonesia.....	57
Gambar 4.2 Hasil Pengujian Normalitas.....	65
Gambar 4.3 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas .....	66

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner .....	81
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	84
Lampiran 3 Output SPSS .....	89
Lampiran 4 Dokumentasi.....	94

## ABSTRAK

**Nama** : M. Rohid Khadafy  
**Program Studi** : Ekonomi Syariah  
**Judul** : Pengaruh Pengetahuan Dan Kualitas Produk Pembiayaan Syariah Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan Bank Syariah Di Pangkalan Brandan

Penelitian ini membahas *pengaruh pengetahuan dan kualitas produk pembiayaan syariah terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan di Bank Syariah Indonesia*, khususnya di Pangkalan Brandan. Latar belakang penelitian ini didasari oleh rendahnya pemahaman masyarakat terhadap produk-produk bank syariah yang lebih luas dari sekadar bebas bunga, sehingga banyak yang belum mengetahui keunggulan serta kualitas produknya secara utuh. Subjek dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Indonesia di Pangkalan Brandan, sedangkan objeknya adalah tanggapan mereka terhadap aspek pengetahuan dan kualitas produk. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Januari hingga Mei tahun 2025, bertempat di kantor cabang Bank Syariah Indonesia di wilayah Pangkalan Brandan, Sumatera Utara. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 63 responden, yang ditentukan melalui rumus Slovin, dan dianalisis dengan uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, serta regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik pengetahuan nasabah maupun kualitas produk memiliki pengaruh signifikan secara simultan maupun parsial terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan bank syariah, sehingga peningkatan literasi keuangan dan mutu produk menjadi strategi penting bagi pengembangan perbankan syariah.

**Kata Kunci:** Pengetahuan Nasabah, Kualitas Produk, Pembiayaan Syariah, Keputusan Nasabah, Bank Syariah.

## ABSTRACT

**Name** : M. Rohid Khadafy  
**Study Program** : Islamic Economics  
**Title** : *The Influence and Knowledge of the Quality of Sharia Financing Products on Customer Decisions to Choose Sharia Bank Financing in Pangkalan Brandan*

*This study examines the influence of knowledge and the quality of Islamic financing products on customers' decisions to choose financing at Bank Syariah Indonesia, specifically in Pangkalan Brandan (What). The background of this research is based on the low public understanding of Islamic banking products beyond the absence of interest, resulting in limited awareness of their advantages and overall quality (Why). The subjects of this study are customers of Bank Syariah Indonesia in Pangkalan Brandan, while the objects are their responses regarding product knowledge and quality (Who). The research was conducted from January to May 2025 (When), at the Bank Syariah Indonesia branch office located in Pangkalan Brandan, North Sumatra (Where). A quantitative approach was used, distributing questionnaires to 63 respondents selected using the Slovin formula, and analyzed through validity tests, reliability tests, classical assumption tests, and multiple linear regression (How). The results show that both customer knowledge and product quality have a significant influence—both simultaneously and partially—on customer decisions in choosing Islamic financing. Therefore, improving financial literacy and product quality is a vital strategy for the development of Islamic banking.*

**Keywords:** *Customer Knowledge, Product Quality, Islamic Financing, Customer Decision, Islamic Bank.*



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Nasabah cenderung menentukan pilihan untuk menggunakan produk bank syariah apabila mereka merasakan adanya kemudahan dalam bertransaksi serta jaminan bebas dari praktik riba. Keputusan tersebut biasanya diambil setelah melalui proses pertimbangan matang, termasuk membandingkan satu produk dengan produk lainnya. Firmansyah (2018:25) menjelaskan bahwa proses pengambilan keputusan pembelian merupakan serangkaian tahapan yang ditempuh konsumen dalam memilih produk atau jasa yang akan digunakan. Dengan demikian, keputusan pembelian dapat dipahami sebagai bagian dari perilaku konsumen, yaitu suatu kajian mengenai bagaimana individu, kelompok, maupun organisasi membuat pilihan, membeli, serta memanfaatkan barang, jasa, ide, atau pengalaman guna memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

Musnaini dalam Syamsuddin (2018:178) menyebutkan bahwa prinsip dan produk dalam operasional bank syariah pada dasarnya terbagi ke dalam dua bentuk utama, yaitu penghimpunan dana dan penyaluran dana, dengan mekanisme yang seluruhnya disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah. Dalam konteks ini, calon nasabah tidak hanya mempertimbangkan aspek kehalalan produk, tetapi juga cenderung memilih bank yang mampu memberikan keuntungan serta kemudahan dalam menabung. Oleh karena itu, layanan yang optimal, ditunjang dengan proses

transaksi yang selaras dengan kaidah Islam, menjadi faktor penting yang memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.

Perbankan syariah merupakan salah satu industri jasa yang menunjukkan perkembangan cukup pesat dengan menerapkan prinsip-prinsip Islam dalam setiap aktivitas operasionalnya. Seiring dengan meningkatnya intensitas persaingan di sektor jasa keuangan, bank syariah dituntut untuk merumuskan strategi yang tepat agar mampu bertahan sekaligus memenangkan persaingan tersebut. Upaya pemasaran yang efektif dalam memperkenalkan produk menjadi hal yang sangat krusial, karena hanya dengan strategi yang terencana bank syariah dapat memastikan masyarakat memperoleh pemahaman yang menyeluruh mengenai kualitas produk yang ditawarkan. Sumarwan (2022:199) menegaskan bahwa pengetahuan konsumen mencakup seluruh informasi yang dimiliki mengenai beragam produk dan jasa, termasuk pemahaman terkait fungsi serta peranannya sebagai konsumen. Oleh karena itu, bank syariah perlu menekankan strategi pemasaran yang tepat untuk memperkenalkan produk sekaligus menegaskan kualitasnya, sehingga dapat memengaruhi keputusan masyarakat dalam memilih layanan perbankan syariah. Dengan demikian, kualitas produk menjadi aspek utama yang harus ditunjukkan dan dihadirkan kepada nasabah.

Kualitas produk (product quality) dapat dipahami sebagai kemampuan suatu produk dalam menjalankan fungsinya, yang mencakup aspek daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan penggunaan, perawatan, serta atribut bernilai lainnya (Syarifuddin, 2021:30). Dalam konteks pemasaran, kualitas merupakan instrumen penting untuk membangun posisi dan citra produk di mata konsumen.

Kualitas produk sendiri memiliki dua dimensi utama, yaitu tingkat kualitas dan konsistensi. Menurut Kotler (2019:143), produk dikatakan berkualitas baik apabila sesuai dengan spesifikasi yang telah ditetapkan perusahaan, sedangkan produk yang tidak memenuhi standar atau menghasilkan cacat dianggap berkualitas rendah. Dengan demikian, kualitas merepresentasikan tingkat kesesuaian produk terhadap standar dan harapan yang telah ditentukan sebelumnya. Dalam perbankan syariah, kualitas produk menjadi salah satu faktor penentu dalam menarik minat masyarakat. Bagi nasabah muslim, produk perbankan yang sesuai dengan prinsip syariah, khususnya bebas dari unsur riba, merupakan pertimbangan utama. Apabila nasabah memiliki pengetahuan yang memadai mengenai produk bank syariah dan menilai produk tersebut berkualitas, maka kecenderungan mereka untuk memilihnya akan semakin besar. Oleh karena itu, kualitas produk berperan signifikan dalam memengaruhi minat dan keputusan nasabah untuk menggunakan layanan perbankan syariah.

Salah satu produk unggulan yang ditawarkan oleh bank syariah adalah pembiayaan syariah yang berbasis pada sistem bagi hasil. Produk ini menjadi pilihan utama bagi nasabah yang menginginkan transaksi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Berdasarkan Undang-Undang Perbankan No. 10 Tahun 1998, pembiayaan didefinisikan sebagai penyediaan dana atau tagihan yang dipersamakan dengannya, yang diberikan melalui persetujuan atau kesepakatan antara bank dan pihak penerima pembiayaan, dengan kewajiban untuk mengembalikan dana tersebut dalam jangka waktu tertentu disertai imbalan atau bagi hasil. Sementara itu, Ridwan (2007:92) menjelaskan bahwa pembiayaan

berbasis syariah adalah dana yang diberikan melalui kesepakatan antara bank dan nasabah, di mana pihak peminjam wajib melunasi kewajibannya dalam jangka waktu tertentu dengan mekanisme bagi hasil sebagai pengganti bunga. Mekanisme ini menegaskan bahwa pembiayaan syariah menekankan prinsip kemitraan melalui pembagian hasil usaha, bukan melalui penerapan bunga. Dengan sistem tersebut, nasabah tidak terbebani oleh kewajiban bunga bank konvensional, sehingga pembiayaan syariah berpotensi besar memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk perbankan syariah.

Produk perbankan yang ditawarkan harus memiliki kualitas yang mampu menjawab kebutuhan masyarakat serta didukung oleh layanan yang optimal. Kasmir (2019:76) menegaskan bahwa kualitas produk sangat erat kaitannya dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan bank, sehingga mutu pelayanan menjadi faktor penentu keunggulan suatu produk. Apabila pelayanan diberikan secara profesional dan memuaskan, nasabah akan memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai produk tersebut. Hal ini memudahkan mereka untuk lebih cepat mengenali, mengerti, dan memahami produk yang disediakan oleh bank syariah dibandingkan dengan produk perbankan lainnya.

Salah satu keunggulan utama perbankan syariah terletak pada kemampuannya menciptakan rasa aman bagi nasabah, karena tidak mendasarkan keuntungan pada sistem bunga. Hal ini sejalan dengan larangan praktik riba dalam ajaran Islam. Perbedaan mendasar inilah yang menjadikan perbankan syariah terbebas dari praktik riba, sehingga memberikan nilai tambah dan daya tarik tersendiri bagi masyarakat atau konsumen dibandingkan dengan produk perbankan konvensional.

Perbankan syariah dari waktu ke waktu menunjukkan perkembangan dengan tetap menekankan nilai-nilai agama dan etika, sehingga mampu memberikan keuntungan yang adil bagi kedua belah pihak. Orientasi perbankan syariah tidak hanya berfokus pada aspek komersial, tetapi juga memiliki tujuan yang lebih luas, yakni meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Salah satu faktor yang membuat perbankan syariah dapat tumbuh secara stabil adalah tidak adanya beban pembayaran bunga simpanan kepada nasabah, karena sistem yang digunakan berbasis bagi hasil. Dengan demikian, perbankan syariah berperan dalam membangun perekonomian masyarakat yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Sebagaimana dijelaskan oleh Pradja (2015:7), ekonomi syariah melepaskan diri dari praktik riba, maisyir (spekulasi atau perjudian), dan gharar (ketidakjelasan). Praktik riba digantikan dengan instrumen mudharabah (profit and loss sharing), maisyir diganti dengan prinsip antaraadhin minkum (kerelaan kedua belah pihak dalam bertransaksi), dan gharar digantikan dengan prinsip keterbukaan dalam transaksi.

Dalam praktik operasionalnya, instrumen-instrumen perbankan syariah terintegrasi dengan berbagai prinsip utama, seperti prinsip *al-adalah* (keadilan), *nubuwwiyah* (kenabian), *illahiyyah* (ketuhanan), *hurriyyah* (kebebasan), *khuliqiyah* (moral dan etika), *insaniyyah* (kemanusiaan), serta *iqtishadiyah* (keseimbangan ekonomi). Kehadiran ekonomi syariah melalui lembaga perbankan syariah menjadi bukti nyata bahwa nilai-nilai syariah tidak hanya bersifat normatif, melainkan dapat diimplementasikan secara praktis dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam aktivitas perekonomian masyarakat.

Literasi keuangan dapat dipahami sebagai pemahaman terhadap produk serta konsep-konsep keuangan yang didukung oleh informasi dan saran yang memadai, sehingga individu mampu mengidentifikasi serta memahami berbagai risiko keuangan dalam rangka mengambil keputusan yang tepat. Selain itu, literasi keuangan juga mencakup kemampuan untuk menilai dan mengevaluasi instrumen keuangan, termasuk instrumen yang baru maupun yang bersifat kompleks, sehingga seseorang dapat melakukan pertimbangan secara cermat sebelum mengambil keputusan finansial.(Putri, 2022)

Menurut kajian yang dilakukan oleh Djuwita dan Yusuf (2018), tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia dapat dikategorikan ke dalam empat kelompok. Pertama, *well literate*, yaitu individu yang memiliki pemahaman mendalam dan kepercayaan penuh terhadap lembaga jasa keuangan, termasuk pengetahuan mengenai produk, fitur, manfaat, risiko, hak, serta kewajiban, disertai kemampuan dalam memanfaatkan produk jasa keuangan secara optimal. Kedua, *sufficient literate*, yakni individu yang juga memiliki pemahaman dan kepercayaan terhadap lembaga jasa keuangan serta mengetahui produk, fitur, manfaat, risiko, hak, dan kewajiban, namun belum sepenuhnya memiliki keterampilan dalam memanfaatkannya. Ketiga, *less literate*, yaitu kelompok individu yang hanya memiliki pengetahuan terbatas mengenai lembaga jasa keuangan dan produk yang ditawarkan. Terakhir, *not literate*, yakni individu yang sama sekali tidak memiliki pemahaman, kepercayaan, maupun keterampilan dalam menggunakan produk dan layanan jasa keuangan.(MUHAMMAD ARIF, 2023a)

### Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan

Indeks	Hasil Survei
Literasi	65,43%
Inklusi	75,02%
Gap	9,59%

Gambar 1.1 Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan

### Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Konvensional dan Syariah

Keterangan		Hasil Survei
Literasi	Konvensional	65,08%
	Syariah	39,11%
Inklusi	Konvensional	73,55%
	Syariah	12,88%

Gambar 1.2 Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Konvensional dan Syariah  
*Sumber data : OJK (Otoritas Jasa Keuangan, 2024)*

Permasalahan yang muncul dalam konteks perbankan syariah adalah masih banyak nasabah maupun masyarakat yang belum memiliki pemahaman memadai mengenai kualitas produk yang ditawarkan. Persepsi masyarakat umumnya hanya terbatas pada anggapan bahwa bank syariah berbeda dari bank konvensional karena tidak menggunakan sistem bunga. Pengetahuan masyarakat mengenai keunggulan dan kualitas produk perbankan syariah masih sangat terbatas. Firmansyah (2019:17) mencatat, berdasarkan penelitian yang dilakukan Bank Indonesia pada tahun 2000, kesan umum yang berkembang di masyarakat adalah bahwa bank syariah identik dengan sistem bagi hasil serta dipandang sebagai bank yang Islami. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tingkat pengetahuan konsumen mengenai bank syariah masih relatif rendah dan hanya sebatas pemahaman dasar.

Dalam penelitian ini, penulis berfokus pada nasabah di lingkungan Fakultas Ekonomi Syariah, yang secara akademis seharusnya memiliki pengetahuan lebih luas mengenai kualitas produk perbankan syariah. Namun, kenyataannya banyak dari mereka yang belum memiliki pemahaman yang baik terkait kualitas produk tersebut. Hal ini terlihat dari masih sedikitnya mahasiswa yang benar-benar menjadi nasabah di bank syariah di Indonesia. Berdasarkan kondisi tersebut, penulis merasa penting untuk melakukan penelitian dengan judul yang relevan dengan permasalahan ini.

**“Pengaruh Pengetahuan dan Kualitas Produk Pembiayaan Syariah terhadap Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan bank Syariah di Pangkalan Berandan”.**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian diatas, maka yang menjadi rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah pengetahuan berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih Pembiayaan bank Syariah di Pangkalan Berandan ?
2. Apakah kualitas produk pembiayaan Syariah berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih Pembiayaan bank Syariah di Pangkalan Berandan ?
3. Apakah pengaruh pengetahuan dan kualitas produk Pembiayaan Syariah berpengaruh terhadap keputusan Nasabah memilih Pembiayaan Bank Syariah di Pangkalan Berandan ?



## **1.2 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui tujuan pengaruh pengetahuan terhadap keputusan nasabah memilih Pembiayaan bank Syariah di Pangkalan Berandan.
2. Untuk mengetahui tujuan produk pembiayaan Syariah terhadap keputusan nasabah memilih Pembiayaan bank Syariah di Pangkalan Berandan.
3. Untuk mengetahui tujuan pengaruh pengetahuan dan kualitas produk Pembiayaan Syariah terhadap keputusan Nasabah memilih Pembiayaan Bank Syariah di Pangkalan Berandan.

## **1.3 Manfaat Penelitian**

1. Bagi Peneliti.

Sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana ekonomi Islam dan sebagai pendukung untuk merealisasikan pengetahuan teoritis yang telah di peroleh Penulis saat kuliah.

2. Bagi Akademik

Dapat dijadikan salah satu sumber rujukan yang relevan terhadap penelitian yang memiliki variabel yang sama dan dapat dijadikan perbandingan dalam melakukan penelitian pada bidang perbankan Islam khususnya tentang pengaruh pengetahuan dan kualitas produk pembiayaan syariah terhadap keputusan Nasabah memilih Jasa Bank Syariah.

3. Bagi Perusahaan Bank

Penelitian ini dapat digunakan untuk mengetahui kerja dan layanan bank terutama pada pengaruh pengetahuan dan kualitas produk pembiayaan syariah terhadap keputusan Nasabah untuk memilih Jasa Bank Syariah khususnya di Pangkalan Berandan.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 Tinjauan Tentang Pengetahuan Nasabah Bank Syariah**

Landasan teori dalam penelitian ini diawali dengan pembahasan mengenai variabel penelitian, yang secara berurutan dimulai dari pengetahuan nasabah terhadap bank syariah. Pemahaman nasabah mengenai bank syariah menjadi aspek yang sangat penting untuk diberikan secara tepat, karena nasabah Bank Syariah Indonesia seharusnya mengetahui secara menyeluruh terkait lembaga tersebut, baik dari segi jenis maupun produk yang ditawarkan, sehingga pada akhirnya dapat memperoleh kepuasan. Sumarwan (2022:199) menjelaskan bahwa pengetahuan konsumen mencakup seluruh informasi yang dimiliki mengenai berbagai produk dan jasa, termasuk pengetahuan tambahan yang terkait dengan fungsi konsumen itu sendiri. Hal ini juga berlaku pada konteks bank syariah, yang memiliki beragam produk dan layanan perbankan yang ditawarkan kepada nasabah sebagai konsumennya.

Nasabah sebagai konsumen perbankan perlu memiliki pemahaman yang memadai mengenai produk yang ditawarkan. Nugraha dkk. (2021:124) menjelaskan bahwa pengetahuan konsumen mencakup informasi mengenai nama produk, manfaat yang diberikan, segmentasi pengguna, harga, serta tempat produk tersebut dapat diperoleh. Dari uraian ini dapat disimpulkan bahwa pengetahuan

konsumen pada dasarnya merupakan kumpulan informasi yang dimiliki seseorang terkait berbagai jenis produk barang maupun jasa.

Dalam perspektif Islam, sumber pengetahuan berasal dari dua hal utama, yaitu akal dan wahyu, yang keduanya tidak dapat dipertentangkan. Syarifuddin (2020:29) menegaskan bahwa pengetahuan yang bersumber dari wahyu Allah bersifat abadi dan memiliki kebenaran mutlak, sedangkan pengetahuan yang diperoleh melalui akal manusia bersifat relatif karena bergantung pada kemampuan dan proses berpikir manusia itu sendiri.

Dalam pandangan Islam, orang yang berilmu memiliki kedudukan yang lebih tinggi, yang menunjukkan betapa pentingnya pengetahuan dalam kehidupan. Dalam konteks perbankan, pengetahuan mengenai produk menjadi aspek yang sangat penting bagi nasabah. Dengan pemahaman yang memadai terhadap suatu produk perbankan, nasabah akan lebih mampu menentukan dan memilih produk yang sesuai dengan kebutuhannya. Pengetahuan produk sendiri dapat dimaknai sebagai pemahaman konsumen terhadap suatu produk yang hendak dibeli, di mana informasi yang diperoleh mengenai produk tersebut sangat beragam, sehingga diperlukan pemahaman yang baik untuk membuat keputusan yang tepat.

Selain pengetahuan produk, nasabah juga perlu memiliki pemahaman terkait proses pembelian. Syarifuddin (2020:29) menyatakan bahwa pengetahuan pembelian mencakup pemahaman tentang cara melakukan pembelian serta saluran distribusi yang digunakan. Pengetahuan ini terdiri atas berbagai informasi yang dimiliki konsumen dan berhubungan langsung dengan proses pemerolehan produk.

Selain pengetahuan tentang produk dan proses pembelian, konsumen atau nasabah juga perlu memiliki pemahaman mengenai cara penggunaan suatu produk. Pengetahuan pemakaian menekankan bahwa sebuah produk hanya akan memberikan manfaat apabila benar-benar digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen. Sumarwan (2022:199) menjelaskan bahwa pengetahuan pemakaian mencakup informasi yang tersimpan dalam ingatan mengenai bagaimana produk tersebut dapat digunakan serta apa saja yang dibutuhkan agar produk dapat dimanfaatkan secara optimal. Dengan demikian, seluruh informasi yang diperoleh konsumen akan menjadi bagian dari pengetahuan yang mendukung keputusan mereka.

Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Peter dan Olson, terdapat sejumlah indikator yang dapat digunakan untuk mengukur sejauh mana tingkat pengetahuan konsumen terhadap suatu produk:

1. Pengetahuan mengenai atribut produk merujuk pada informasi yang dimiliki konsumen terkait dengan karakteristik serta keunggulan suatu produk. Atribut ini dianggap penting karena menjadi dasar utama dalam proses pengambilan keputusan pembelian. Unsur-unsur yang termasuk dalam atribut produk antara lain merek, kemasan, jaminan atau garansi, kualitas pelayanan, dan faktor lain yang relevan dengan kebutuhan konsumen.
2. Pengetahuan mengenai manfaat produk adalah pemahaman konsumen terhadap manfaat yang dapat diperoleh setelah menggunakan produk tersebut. Manfaat ini terbagi menjadi dua kategori, yaitu manfaat

fungsional dan manfaat psikososial. Manfaat fungsional bersifat langsung dan fisiologis, yakni manfaat nyata yang dirasakan konsumen ketika menggunakan produk. Sementara itu, manfaat psikososial berkaitan dengan aspek psikologis seperti perasaan dan emosi, serta aspek sosial yang berhubungan dengan persepsi orang lain terhadap diri konsumen setelah menggunakan produk atau jasa tersebut.

3. Pengetahuan mengenai nilai kepuasan produk mengacu pada informasi yang dimiliki konsumen mengenai tingkat kepuasan pribadi yang diperoleh dari suatu produk. Menurut Kotler (dalam Maulana, 2020:22), kepuasan dapat dipahami sebagai perasaan senang atau kecewa yang timbul dari hasil perbandingan antara kinerja aktual produk dengan harapan konsumen terhadap produk tersebut. Dengan demikian, tingkat kepuasan berkaitan erat dengan pengalaman nasabah dalam menggunakan produk yang dipilihnya.

#### 2.1.2 Tinjauan Tentang Kualitas Produk Pembiayaan Syariah

Pembahasan berikutnya berfokus pada variabel kualitas produk pembiayaan syariah (X2) pada bank syariah. Kualitas produk (*product quality*) dapat diartikan sebagai kemampuan suatu produk dalam menjalankan fungsinya, yang mencakup aspek daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan penggunaan, perawatan, serta berbagai atribut bernilai lainnya (Syarifuddin, 2020:29). Dalam konteks pemasaran, kualitas menjadi salah satu instrumen utama yang digunakan untuk membangun posisi produk di pasar.

Lebih lanjut, kualitas produk memiliki dua dimensi penting, yaitu tingkat dan konsistensi. Kotler (2019:143) menjelaskan bahwa produk dikatakan berkualitas baik apabila sesuai dengan spesifikasi yang telah ditetapkan oleh perusahaan, sedangkan produk dianggap berkualitas buruk apabila tidak memenuhi standar yang ditentukan serta menghasilkan produk yang cacat. Dengan demikian, kualitas mencerminkan tingkat kesesuaian produk terhadap standar dan harapan yang telah ditetapkan sebelumnya, sekaligus menegaskan bahwa suatu produk dengan kualitas yang baik akan mampu memberikan nilai lebih bagi konsumen.

Kualitas suatu produk mencerminkan pengakuan dari berbagai kalangan terhadap nilai dan manfaat yang dimilikinya. Kotler dan Armstrong (2018:287) mendefinisikan kualitas produk sebagai kemampuan suatu produk dalam menjalankan seluruh fungsinya, yang mencakup aspek daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan penggunaan, kemudahan perbaikan, serta atribut pendukung lainnya. Dalam perspektif Islam, kualitas produk juga menempati posisi yang sangat penting, sejalan dengan anjuran untuk menggunakan produk yang baik dan bermanfaat. Prinsip *halalan thayyiban* (halal dan baik) merepresentasikan standar kualitas yang tidak hanya menekankan pada kehalalan, tetapi juga pada kebermanfaatan produk bagi manusia. Oleh karena itu, lembaga perbankan, khususnya bank syariah, perlu memperhatikan aspek halal, baik, dan bermanfaat dalam setiap produk yang ditawarkan agar selaras dengan nilai-nilai syariah sekaligus memberikan kepuasan kepada nasabah.

2.2.1 Faktor faktor kualitas produk pembiayaan syariah atau dimensi kualitas terdiri dari aspek-aspek sebagai berikut:

1. Pertama, kinerja (performance) merujuk pada karakteristik utama dari produk inti, termasuk merek, atribut terukur, serta aspek kinerja individual. Kinerja suatu produk umumnya dipengaruhi oleh preferensi subjektif konsumen, meskipun pada dasarnya bersifat universal. Dalam konteks perbankan, kinerja menjadi aspek penting dalam menentukan kualitas suatu produk.
2. Kedua, keragaman produk (features), yaitu unsur tambahan yang melengkapi produk inti dan berfungsi meningkatkan nilai produk. Penilaian terhadap fitur biasanya bersifat subjektif, bergantung pada masing-masing individu, sehingga menunjukkan adanya perbedaan persepsi kualitas antar konsumen (Hariadi & Iqbal, 2021:159). Oleh karena itu, pengembangan produk harus bersifat fleksibel agar mampu menyesuaikan diri dengan dinamika permintaan pasar.
3. Ketiga, keandalan (reliability), yang berhubungan dengan kemungkinan suatu produk mengalami kegagalan fungsi dalam periode tertentu. Aspek ini menjadi krusial karena produk yang tidak andal dapat menimbulkan biaya tambahan, baik untuk pemeliharaan maupun penggantian, sehingga memengaruhi keputusan konsumen.
4. Keempat, kesesuaian (conformance), yaitu tingkat kesesuaian suatu produk dengan standar yang berlaku dalam industrinya. Dalam sektor jasa, kesesuaian dapat diukur melalui ketepatan waktu, tingkat akurasi, serta



minimnya kesalahan atau keterlambatan yang terjadi. Hal ini menegaskan pentingnya konsistensi antara apa yang dijanjikan dengan kenyataan yang diterima konsumen saat bertransaksi (Hariadi & Iqbal, 2021:159).

5. Kelima, daya tahan (*durability*) yang mencakup aspek teknis maupun ekonomis. Dari sisi teknis, ketahanan produk diukur dari jumlah penggunaan sebelum kualitasnya menurun. Sedangkan dari sisi ekonomis, daya tahan dipahami sebagai usia ekonomis produk, yang ditentukan oleh sejauh mana produk dapat digunakan sebelum akhirnya memerlukan penggantian.
6. Keenam, kemampuan pelayanan (*serviceability*) yang menggambarkan kemudahan suatu produk dalam mendapatkan layanan perbaikan. Dimensi ini meliputi kecepatan, kompetensi staf, kemudahan komunikasi, frekuensi layanan, hingga penjadwalan perbaikan. Faktor-faktor tersebut membentuk persepsi subjektif konsumen terkait kualitas pelayanan yang menyertai produk.
7. Ketujuh, estetika (*aesthetics*) yang bersifat paling subjektif, karena penilaian didasarkan pada pengalaman inderawi konsumen. Estetika suatu produk dapat dilihat dari tampilan visual, suara, rasa, maupun aroma yang ditimbulkan, sehingga menjadi refleksi dari kesan personal konsumen.
8. Terakhir, kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*), yaitu penilaian konsumen terhadap kualitas produk meskipun informasi yang mereka miliki seringkali terbatas. Konsumen biasanya mendasarkan persepsinya pada

indikator tidak langsung seperti merek, reputasi produsen, atau asal negara produk (Hariadi & Iqbal, 2021:159).

Dalam konteks kualitas produk, salah satu aspek penting yang menjadi cerminan adalah kinerja. Suatu perusahaan dapat dikategorikan baik dan sehat apabila memiliki sumber daya manusia dengan kinerja yang optimal. Kinerja karyawan tidak terlepas dari pengaruh kepemimpinan, di mana kemampuan seorang pemimpin dalam menjalankan fungsi leadership akan berdampak pada integritas, kedisiplinan, serta loyalitas karyawan terhadap perusahaan.

Untuk menilai kualitas kerja karyawan, perusahaan perlu menetapkan standar evaluasi yang menjadi acuan dalam proses penilaian kinerja. Evaluasi ini memiliki berbagai manfaat strategis, antara lain sebagai upaya meningkatkan prestasi kerja, menetapkan standar kompetensi yang layak, menempatkan karyawan sesuai dengan kapasitasnya, serta menyediakan dasar bagi pelatihan, pengembangan, dan pengelolaan jenjang karier. Selain itu, evaluasi kinerja juga berfungsi untuk menata struktur staf, menyediakan data informasi yang relevan, mengidentifikasi kesalahan, sekaligus menciptakan peluang kerja yang adil bagi seluruh karyawan (Machmed, 2018:125). Dengan penerapan evaluasi yang tepat, perusahaan dapat membentuk kualitas kerja yang lebih baik dan menghasilkan kinerja yang memuaskan, baik bagi organisasi maupun bagi para pemangku kepentingan.

Pemahaman mengenai kinerja karyawan dapat ditelusuri dari makna dasar istilah *kinerja* itu sendiri. Beberapa ahli mendefinisikan kinerja sebagai hasil kerja, baik dari segi kualitas maupun kuantitas, yang dicapai oleh seorang pegawai dalam

menjalankan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang telah diberikan (Akmal, 2024:67).

Lebih lanjut, kinerja dipandang sebagai konsep yang memiliki cakupan luas karena merupakan perpaduan antara kemampuan individu dengan usaha nyata yang dilakukan. Sulistiyani dan Rosidah, sebagaimana dikutip oleh Hartini dkk. (2024:223), menegaskan bahwa kinerja seseorang merupakan gabungan dari kemampuan, usaha, serta kesempatan yang dimiliki, yang kemudian tercermin dalam hasil kerja yang dapat diukur. Dari perspektif ini, kinerja senantiasa dinilai berdasarkan kesesuaian antara hasil kerja yang dicapai dengan standar yang telah ditetapkan. Dengan demikian, suatu kinerja dapat dikatakan baik apabila memenuhi kriteria dan harapan perusahaan secara optimal..

Kinerja seorang mahasiswa dapat diamati dari sejauh mana kecakapannya dalam menyelesaikan tugas yang diberikan. Kinerja yang optimal biasanya tercermin dari pengalaman kerja yang pernah dijalani, yang dikerjakan dengan penuh kesungguhan serta rasa tanggung jawab. Selain itu, aspek ketepatan waktu menjadi indikator penting, karena menunjukkan sikap profesional dan keseriusan mahasiswa dalam menjalankan kewajibannya. Sejalan dengan hal tersebut, Burhanudin dan Russell dalam Hartini dkk. (2024:223) mendefinisikan kinerja sebagai hasil kerja yang dicapai individu dalam melaksanakan tugas-tugas yang diberikan, yang didasarkan pada kecakapan, pengalaman, kesungguhan, serta ketepatan waktu.

Lebih lanjut, kinerja mahasiswa perlu dilakukan penilaian agar dapat diketahui tingkat perkembangan serta mutu hasil kerjanya. Penilaian tersebut, sebagaimana dijelaskan Hartini dkk. (2024:87), merupakan proses menilai perbandingan antara hasil kerja nyata dengan standar kualitas maupun kuantitas yang telah ditetapkan. Hal ini sejalan dengan tuntutan dunia kerja, di mana setiap karyawan dituntut untuk menunjukkan profesionalisme, sehingga tercipta hubungan yang saling menguntungkan antara individu dengan perusahaan.

Menurut Andrew F. Sikula, penilaian kinerja merupakan suatu proses evaluasi yang dilakukan secara sistematis terhadap hasil pekerjaan karyawan, yang tujuan utamanya adalah untuk mendukung pengembangan diri dan peningkatan kualitas kerja (Hartini dkk., 2024:87). Melalui penilaian ini, perusahaan dapat memperoleh dasar yang kuat untuk melakukan evaluasi sehingga kualitas kerja karyawan dapat ditingkatkan pada periode kerja berikutnya. Pentingnya penilaian kinerja terletak pada perannya dalam menentukan arah kemajuan sebuah perusahaan. Apabila penilaian dilakukan secara objektif, maka hasilnya dapat dijadikan acuan dalam menetapkan langkah-langkah perbaikan dan strategi pengembangan perusahaan ke depan.

Sebaliknya, kinerja yang tidak memperoleh penilaian justru berpotensi menurunkan motivasi kerja karyawan. Kondisi ini dapat memicu munculnya perilaku yang merugikan perusahaan karena tidak adanya umpan balik yang jelas mengenai kualitas kerja mereka. Sesungguhnya, penilaian kinerja juga memberikan keuntungan bagi karyawan, karena melalui proses tersebut mereka dapat mengetahui sejauh mana kualitas kerja yang telah dicapai serta membandingkannya

dengan kinerja sebelumnya. Sejalan dengan hal ini, Dale Yoder dalam Hartini dkk. (2024:87) mendefinisikan penilaian kinerja sebagai prosedur formal yang dilakukan organisasi untuk mengevaluasi pegawai, termasuk kontribusi serta perannya bagi keberlangsungan organisasi.

Dengan kerangka pemikiran yang sama, mahasiswa pun dituntut untuk menunjukkan kontribusi nyata dalam dunia pendidikan, khususnya melalui pencapaian kualitas dalam proses pembelajaran yang dijalankannya. Hal ini menegaskan bahwa penilaian, baik dalam konteks kerja maupun pendidikan, memiliki fungsi strategis dalam mendorong tercapainya mutu dan profesionalisme.

Barry menegaskan bahwa efektivitas manajemen kinerja dapat menjadi salah satu tantangan terbesar yang dihadapi organisasi (Nurul Mufida Lubis dkk., 2024:85). Apabila suatu organisasi atau perusahaan memiliki sistem manajemen kinerja yang baik, maka kualitas maupun kuantitas hasil kerja pegawai dapat tercapai sesuai dengan tugas dan tanggung jawab yang telah dibebankan. Tinggi rendahnya kinerja pegawai sangat berkaitan dengan sistem penghargaan yang diterapkan oleh lembaga. Pemberian penghargaan yang tidak tepat justru dapat menurunkan motivasi dan berimplikasi pada rendahnya kinerja. Oleh karena itu, diperlukan sistem manajemen kinerja yang tepat guna agar pegawai dapat mencapai hasil kerja optimal sesuai dengan tujuan yang diharapkan bersama. Dengan manajemen kinerja yang terarah, maka kualitas kinerja pegawai akan semakin baik.

Berdasarkan uraian di atas, kinerja dapat dipahami sebagai hasil kerja atau tingkat keberhasilan seseorang dalam melaksanakan pekerjaannya, yang dinilai

berdasarkan kriteria tertentu serta dievaluasi oleh pihak yang berwenang, khususnya atasan langsung. Apabila proses ini berjalan dengan baik, maka kinerja dalam suatu instansi dapat dikelola secara efektif. Selain itu, aspek lain yang tidak kalah penting dalam mendukung kualitas produk adalah kesesuaian, daya tahan, serta ketahanan produk yang ditawarkan, karena faktor-faktor tersebut juga menjadi indikator utama dalam menjaga mutu dan kepercayaan konsumen terhadap lembaga atau organisasi.

#### 1.1.2 Indikator Indikator Kinerja

Adapun Indikator nya adalah sebagai berikut :

1. Pertama, kualitas, yaitu sejauh mana hasil kerja yang dicapai sesuai dengan standar yang telah ditetapkan perusahaan. Indikator ini dapat diukur melalui persepsi responden mengenai sejauh mana seorang mahasiswa mampu bekerja sesuai dengan prosedur yang berlaku di perusahaan.
2. Kedua, kuantitas, yakni jumlah unit pekerjaan yang dapat diselesaikan sesuai dengan target yang telah ditentukan. Aspek ini diukur dari persepsi responden mengenai kemampuan mahasiswa dalam menghasilkan output kerja sesuai target perusahaan.
3. Ketiga adalah ketepatan waktu, yang mengacu pada penyelesaian tugas sesuai dengan batas waktu yang telah ditetapkan. Penilaian ini dilihat dari persepsi responden mengenai kedisiplinan mahasiswa dalam menyelesaikan pekerjaannya tepat waktu.
4. Keempat, efektivitas, yaitu sejauh mana hasil kerja yang diperoleh mampu mencerminkan tujuan yang telah ditetapkan perusahaan. Indikator ini

diukur berdasarkan persepsi responden terhadap kesesuaian kinerja mahasiswa dengan sasaran yang ingin dicapai oleh perusahaan (Ahmad Firdaus, 2019:47).

Selain kinerja yang menjadi faktor penting, aspek pelayanan juga perlu mendapatkan perhatian utama dalam upaya memenuhi kebutuhan nasabah atau pelanggan. Pelayanan dapat dipahami sebagai bentuk aktivitas yang diberikan oleh produsen kepada konsumen, atau oleh suatu perusahaan maupun instansi kepada publik, dengan tujuan memberikan kepuasan serta menanggapi kebutuhan dan respon konsumen. Makna pelayanan sendiri memiliki ragam definisi yang berbeda sesuai dengan sudut pandang masing-masing individu. Namun demikian, pelayanan yang diberikan secara istimewa dan berkesan mampu menumbuhkan loyalitas pelanggan. Hal ini dapat tercermin melalui layanan pra-penjualan, proses penjualan, hingga layanan purna jual yang dilaksanakan secara profesional dan andal.

Di samping pengetahuan mengenai produk, konsumen atau nasabah juga penting memiliki pengetahuan tentang proses pembelian. Pengetahuan ini mencakup pemahaman mengenai tata cara pembelian serta saluran distribusi yang tersedia. Menurut Syarifuddin (2020:29), pengetahuan pembelian terdiri atas berbagai informasi yang berkaitan dengan proses perolehan produk. Pemahaman semacam ini tidak hanya bermanfaat bagi individu dalam mengambil keputusan yang tepat, tetapi juga dapat menjadi bekal untuk membantu orang lain yang belum memiliki pengetahuan memadai terkait suatu produk maupun proses pembeliannya.

Salah satu layanan utama yang ditawarkan oleh bank syariah adalah pembiayaan syariah, yang diperuntukkan bagi nasabah yang membutuhkan tambahan modal usaha. Untuk memahami konsep ini, penting meninjau terlebih dahulu pengertian pembiayaan. Berdasarkan Undang-Undang Perbankan No. 10 Tahun 1998, pembiayaan dimaknai sebagai penyediaan sejumlah dana atau tagihan yang dipersamakan dengan itu, yang diberikan atas dasar persetujuan atau kesepakatan antara bank dan pihak penerima pembiayaan, dengan kewajiban bagi penerima untuk mengembalikannya dalam jangka waktu tertentu disertai imbalan atau bagi hasil. Lebih lanjut, Taqdir (2022:92) menjelaskan bahwa pembiayaan yang berlandaskan prinsip syariah merupakan bentuk penyediaan dana yang dilaksanakan melalui akad pinjam-meminjam antara bank dan nasabah, di mana nasabah berkewajiban melunasi pembiayaan tersebut sesuai jangka waktu yang telah ditetapkan, dengan tambahan mekanisme bagi hasil sebagaimana disepakati bersama.

Pembiayaan dapat dipahami sebagai suatu bentuk penyediaan dana yang diberikan oleh satu pihak kepada pihak lainnya dengan tujuan mendukung terlaksananya investasi yang telah direncanakan, baik investasi yang dilakukan secara individu maupun melalui suatu lembaga. Dengan kata lain, pembiayaan merupakan alokasi dana yang disalurkan untuk menunjang realisasi suatu rencana investasi. Secara umum, pembiayaan dapat dikategorikan ke dalam dua jenis utama, yang masing-masing memiliki karakteristik dan tujuan yang berbeda sesuai dengan kebutuhan pihak penerima.:



- a. Pembiayaan Pertama, pembiayaan konsumtif yaitu jenis pembiayaan yang diperuntukkan bagi kebutuhan konsumsi pribadi, seperti pembelian rumah, kendaraan bermotor, biaya pendidikan, maupun kebutuhan lain yang bersifat non-produktif..
- b. Kedua, pembiayaan produktif yakni pembiayaan yang dialokasikan untuk mendukung sektor-sektor yang bersifat produktif, misalnya pembiayaan modal kerja, pembelian barang modal, serta berbagai kebutuhan usaha lainnya yang bertujuan untuk mendorong pertumbuhan sektor riil..

Dalam sistem perbankan syariah, istilah *kredit* sebagaimana dikenal pada bank konvensional tidak digunakan, karena mekanisme penyaluran dana memiliki karakteristik yang berbeda. Bank syariah menyalurkan dana kepada nasabah melalui skema pembiayaan syariah, yang pada hakikatnya tidak diposisikan sebagai hubungan utang-piutang, melainkan sebagai bentuk investasi yang diberikan oleh bank untuk mendukung kegiatan usaha nasabah. Dengan demikian, pembiayaan syariah menekankan prinsip kemitraan dan keberlanjutan usaha, di mana kedua belah pihak diharapkan memperoleh manfaat secara adil sesuai dengan prinsip syariah.

### 2.2.3 Unsur-Unsur Pembiayaan

Dalam pembiayaan harus ada unsur tertentu yang harus terpenuhi yaitu :

1. Pertama, bank berperan sebagai badan usaha yang menyalurkan pembiayaan kepada pihak yang membutuhkan dana untuk berbagai keperluan usaha.

2. Kedua, mitra usaha atau *partner* merupakan pihak penerima pembiayaan, yakni pengguna dana yang disediakan oleh bank syariah.
3. Ketiga, aspek kepercayaan (*trust*) menjadi dasar dalam pembiayaan syariah, di mana bank meyakini bahwa mitra usaha akan memenuhi kewajiban pengembalian dana sesuai dengan jangka waktu yang telah disepakati.
4. Keempat, adanya akad atau perjanjian yang sah secara hukum dan syariah, yang menjadi landasan formal hubungan antara bank dan nasabah.
5. Kelima Pembiayaan juga mengandung risiko, yaitu kemungkinan dana yang telah disalurkan tidak dapat kembali sehingga berpotensi menimbulkan kerugian bagi bank.
6. Unsur lainnya adalah jangka waktu, yakni periode tertentu yang diberikan kepada nasabah untuk melunasi pembiayaan beserta bagi hasil sesuai ketentuan.
7. Terakhir, terdapat aspek balas jasa, yaitu imbalan yang dibayarkan nasabah kepada bank berdasarkan kesepakatan dalam akad, sebagai bentuk penghargaan atas dana yang telah disalurkan (Ismail, 2018: 107–108).

#### 2.2.4 Tujuan Pembiayaan

Pemberian pembiayaan oleh bank tidak semata-mata bertujuan untuk memperoleh keuntungan, melainkan juga memiliki nilai manfaat yang lebih luas, baik bagi nasabah maupun bagi perekonomian secara keseluruhan. Melalui penyaluran pembiayaan, nasabah memperoleh dukungan permodalan yang dapat dimanfaatkan untuk berbagai kebutuhan, termasuk pengembangan usaha. Di sisi lain, semakin banyak pembiayaan yang disalurkan, maka semakin besar pula

kontribusinya terhadap pertumbuhan dan perputaran ekonomi masyarakat. Dengan demikian, pembiayaan tidak hanya berfungsi sebagai instrumen bisnis perbankan, tetapi juga sebagai sarana penting dalam mendorong perkembangan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat:

- a. Pertama, pembiayaan berperan dalam meningkatkan daya guna uang, di mana dana yang dihimpun dari para *shahibul maal* dalam bentuk tabungan, deposito, giro, dan instrumen lainnya dikelola oleh bank agar lebih produktif dan memberikan nilai tambah.
- b. Kedua, pembiayaan juga dapat meningkatkan daya guna barang, sebab dengan adanya dukungan permodalan dari bank, produsen memiliki kemampuan untuk mengolah bahan mentah menjadi barang jadi, serta mendistribusikannya kepada konsumen yang membutuhkan, sehingga nilai manfaat barang tersebut meningkat.
- c. Meningkatkan peredaran uang, baik dalam bentuk giral maupun kartal, melalui aktivitas usaha para pelaku bisnis yang memperoleh dana dari bank.
- d. Pembiayaan dapat menumbuhkan semangat berusaha, karena kendala keterbatasan modal dapat diatasi dengan adanya dukungan permodalan. Hal ini membuka peluang bagi masyarakat yang memiliki potensi usaha untuk mengembangkannya melalui kerja sama dengan bank syariah.
- e. mendorong stabilitas ekonomi nasional. Dalam kondisi ekonomi yang tidak stabil, pembiayaan berperan dalam menekan laju inflasi, mendorong

ekspor, memperkuat nilai investasi, serta membantu mengatasi berbagai permasalahan makroekonomi.

f. meningkatkan pendapatan nasional, sebab produktivitas yang tumbuh melalui modal usaha membawa dampak pada meningkatnya kesejahteraan masyarakat secara luas.

g. Terakhir, pembiayaan juga berfungsi sebagai alat hubungan ekonomi internasional, karena pemberian pembiayaan maupun jaminan berupa garansi bank dapat memperkuat kerja sama perdagangan antarnegara (Taqdir, 2022: 96–97).

### **2.3 Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah**

#### **2.1.3 Keputusan Nasabah**

Tingkat pengetahuan nasabah mengenai produk ( $X1$ ) serta kualitas produk pembiayaan syariah ( $X2$ ) pada bank syariah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah ( $Y$ ). Setiap individu yang berniat menjadi nasabah pada suatu bank tentu melalui proses pengambilan keputusan yang didasarkan pada berbagai pertimbangan pribadi. Menurut Schiffman, keputusan dapat dipahami sebagai proses seleksi terhadap dua atau lebih alternatif pilihan. Dalam konteks konsumsi, misalnya, seorang konsumen akan dihadapkan pada beragam merek yang menawarkan produk serupa, sehingga ia perlu memilih salah satu di antaranya (Fajar Maulana, 2020:30). Dengan demikian, keputusan nasabah dalam menentukan bank syariah yang dipilih akan sangat memengaruhi keberlangsungan serta perkembangan produk yang ditawarkan bank tersebut.

Keputusan seseorang dalam memilih suatu produk biasanya diambil setelah melalui proses pertimbangan serta perbandingan antara satu produk dengan produk lainnya. Firmansyah (2018:25) menjelaskan bahwa proses keputusan pembelian merupakan serangkaian tahap yang dilalui konsumen dalam menentukan pilihan terkait produk maupun jasa yang akan dibeli. Keputusan pembelian sendiri merupakan bagian dari kajian perilaku konsumen, yaitu studi mengenai bagaimana individu, kelompok, maupun organisasi membuat keputusan dalam memilih, membeli, serta menggunakan barang, jasa, ide, atau pengalaman guna memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Dengan demikian, keputusan pembelian tidak dapat dilepaskan dari karakteristik konsumen, sebab setiap individu memiliki kecenderungan dan kebiasaan yang berbeda dalam melakukan proses pembelian suatu produk.

Keputusan pembelian konsumen pada hakikatnya merupakan proses psikologis mendasar yang berperan penting dalam memahami bagaimana konsumen benar-benar menentukan pilihannya. Perusahaan yang berorientasi pada kepuasan pelanggan akan berusaha memahami keseluruhan proses tersebut, mulai dari pengalaman konsumen dalam belajar, memilih, menggunakan, hingga akhirnya melepaskan suatu produk. Proses ini tidak hanya terjadi pada saat pembelian aktual, melainkan telah dimulai jauh sebelumnya dan bahkan menimbulkan konsekuensi setelah pembelian dilakukan (Kotler, 2017:188).

Secara umum, pengambilan keputusan dapat dipahami sebagai suatu proses penelusuran masalah yang diawali dengan latar belakang permasalahan, identifikasi, hingga menghasilkan kesimpulan atau rekomendasi tertentu.

Rekomendasi tersebut kemudian menjadi acuan utama dalam menentukan langkah atau pilihan yang diambil. Oleh karena itu, kualitas keputusan sangat bergantung pada ketepatan analisis, sebab kesalahan dalam pengkajian masalah dapat berakibat pada rekomendasi yang keliru dan berdampak negatif pada hasil keputusan (Fahmi, 2014:165). Dengan demikian, setiap keputusan yang diambil harus melalui proses pencarian informasi yang cermat dan akurat agar hasilnya tepat serta sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen atau nasabah.

Berdasarkan berbagai definisi yang telah dikemukakan, dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian merupakan suatu aktivitas yang melibatkan konsumen, baik secara individu, kelompok, maupun organisasi, dalam menentukan pilihan untuk membeli produk yang ditawarkan dari berbagai alternatif yang tersedia. Pada dasarnya, proses pengambilan keputusan konsumen dapat dipandang sebagai bentuk pemecahan masalah, di mana sebagian besar konsumen, baik perorangan maupun organisasi, melalui tahapan mental yang relatif serupa ketika menentukan produk atau merek yang akan dipilih.

Dalam konteks industri perbankan, konsumen yang dimaksud adalah nasabah yang memanfaatkan produk maupun layanan yang disediakan oleh bank. Hal ini sejalan dengan Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, yang menyebutkan bahwa nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa Bank Syariah dan/atau Unit Usaha Syariah. Lebih lanjut, undang-undang tersebut membedakan nasabah ke dalam tiga kategori, yaitu nasabah penyimpan, nasabah investor, dan nasabah penerima fasilitas.

- a. Nasabah penyimpan dana merupakan pihak yang menempatkan sejumlah dana pada Bank Syariah dalam bentuk simpanan. Penempatan dana tersebut dilakukan berdasarkan suatu akad yang disepakati antara Bank Syariah dengan nasabah, sehingga hubungan hukum dan kepercayaan menjadi dasar utama dalam pengelolaan dana tersebut.
- b. Nasabah investor adalah pihak yang mengalokasikan dananya pada Bank Syariah dalam bentuk investasi. Penanaman modal ini dilaksanakan berdasarkan akad yang telah disepakati antara Bank Syariah dengan nasabah, sehingga dana yang ditempatkan tersebut dikelola untuk tujuan pengembangan investasi sesuai prinsip syariah..
- c. Nasabah penerima fasilitas adalah pihak yang mendapatkan akses pendanaan atau fasilitas sejenis dari Bank Syariah, yang penyalurannya dilakukan berdasarkan prinsip-prinsip syariah sebagaimana diatur dalam Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.

Kotler menyatakan bahwa proses pengambilan keputusan merupakan suatu mekanisme psikologis mendasar yang berperan penting dalam memahami bagaimana konsumen secara nyata menentukan pilihan pembelian (Anang Firmansyah, 2018:25). Proses ini menjadi aspek yang sangat signifikan dalam perilaku konsumen, karena mencakup serangkaian tahapan yang berlangsung secara sistematis sebelum keputusan akhir ditetapkan. Dengan demikian, keputusan pembelian baru dapat diambil ketika konsumen telah memperoleh pemahaman yang jelas mengenai produk yang dibutuhkan atau diinginkan.

Keputusan pembelian pada dasarnya merupakan suatu proses pemecahan masalah yang dilakukan konsumen ketika memilih alternatif terbaik dari dua pilihan atau lebih, yang kemudian dianggap sebagai langkah paling tepat dalam melakukan pembelian. Proses ini tidak terjadi secara instan, melainkan melalui serangkaian tahapan pengambilan keputusan. Dalam konteks penelitian ini, terdapat lima tahapan utama yang dijalani konsumen, dan tahapan tersebut akan dijadikan indikator dalam mengukur keputusan nasabah dalam menentukan pilihan mereka, yaitu:

- a. Proses pengambilan keputusan pembelian oleh konsumen dimulai dari tahap pengenalan masalah atau kebutuhan. Pada tahap ini, konsumen menyadari adanya kebutuhan yang harus dipenuhi atau masalah yang perlu diselesaikan. Kebutuhan tersebut dapat dipicu oleh faktor internal, seperti dorongan dari dalam diri, maupun faktor eksternal, seperti pengaruh lingkungan sekitar (Anang Firmansyah, 2018:27). Dalam situasi ini, konsumen berusaha mengidentifikasi apa yang sebenarnya mereka perlukan atau inginkan, baik kebutuhan yang telah direncanakan sebelumnya maupun yang muncul secara mendadak. Ketidaksesuaian antara kondisi yang diharapkan dengan kondisi aktual akan menimbulkan dorongan yang mengaktifkan proses pencarian solusi terhadap kebutuhan tersebut.
- b. Tahap pencarian informasi muncul setelah konsumen menyadari adanya kebutuhan yang harus dipenuhi. Pada tahap ini, konsumen terdorong untuk memperoleh informasi lebih lanjut mengenai produk atau jasa yang dapat menjadi solusi atas kebutuhannya. Aktivitas pencarian informasi ini dapat



dilakukan secara aktif maupun pasif, serta bersumber dari dalam diri (internal) maupun dari luar diri konsumen (eksternal) (Anang Firmansyah, 2018:28). Pencarian informasi aktif, misalnya, dilakukan dengan mengunjungi beberapa toko untuk membandingkan harga dan kualitas produk. Sebaliknya, pencarian informasi pasif biasanya hanya dilakukan melalui membaca iklan di media cetak seperti majalah atau surat kabar tanpa adanya niat khusus untuk mendalami gambaran produk tertentu. Dalam proses ini, konsumen umumnya mengandalkan empat kelompok utama sumber informasi yang menjadi acuan dalam menentukan pilihan, yaitu :

- 1) Pertama, sumber pribadi, yakni opini, pengalaman, serta pandangan yang diperoleh dari orang-orang terdekat seperti teman, keluarga, maupun rekan.
- 2) Kedua, sumber komersial, yang mencakup informasi yang disampaikan melalui iklan, penyalur produk, hingga kemasan yang ditawarkan produsen.
- 3) Ketiga, sumber publik, yaitu informasi yang berasal dari media massa serta lembaga atau organisasi konsumen yang memberikan penilaian secara lebih objektif.
- 4) Keempat, sumber pengalaman, yakni informasi yang diperoleh konsumen melalui keterlibatan langsung, baik dengan memeriksa maupun menggunakan produk tersebut secara nyata (Fajar Maulana, 2020:30).

Dalam upaya memenuhi kebutuhan dan keinginannya, konsumen akan mencari alternatif yang dianggap paling sesuai. Setelah memperoleh gambaran mengenai produk yang tepat, konsumen kemudian melakukan proses penilaian yang disertai dengan berbagai pertimbangan. Pertimbangan tersebut umumnya didasarkan pada informasi yang telah diperoleh sebelumnya, termasuk ketersediaan waktu serta kemampuan finansial yang dimiliki untuk melakukan pembelian.

c. Evaluasi alternatif merupakan tahap di mana, setelah mengumpulkan informasi secara komprehensif, konsumen melakukan penilaian komparatif terhadap beberapa opsi yang tersedia. Pada tahap ini konsumen menimbang keunggulan dan keterbatasan tiap alternatif untuk kemudian menentukan pilihan dan langkah tindak lanjut yang paling sesuai dengan kebutuhan serta kondisi sumber daya yang dimilikinya.

d. Keputusan pembelian merupakan tahapan akhir setelah konsumen melewati serangkaian proses pertimbangan sebelumnya. Pada fase ini, konsumen menentukan apakah akan melakukan pembelian atau tidak. Keputusan tersebut mencakup berbagai aspek, antara lain pemilihan produk yang akan dibeli, penentuan untuk membeli atau menunda, pemilihan waktu dan lokasi pembelian, serta metode pembayaran yang akan digunakan.

e. Perilaku pasca-pembelian mencerminkan respons konsumen setelah melakukan transaksi, yang dapat berupa tingkat kepuasan atau ketidakpuasan terhadap produk yang dibeli. Ketidakpuasan dapat muncul apabila harga

dianggap terlalu tinggi atau produk tidak sesuai dengan harapan dan ekspektasi sebelumnya. Oleh karena itu, bank dituntut untuk mampu menghadirkan kepuasan bagi nasabahnya, karena hal ini akan memberikan dampak positif terhadap reputasi dan pertumbuhan institusi perbankan tersebut.

## 2.2 Kajian Terdahulu

Penelitian sebelumnya yang relevan terkait penelitian mengenai *Pengaruh Pengetahuan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Jasa Bank Syariah* adalah penelitian dilakukan oleh :

1. Penelitian oleh Muhammad Arif Firmansyah Syarifuddin tahun 2020 yang berjudul, “ *Pengaruh pengetahuan, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah*”. Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pengetahuan masyarakat akan bank syariah, maka semakin tinggi pula peluang masyarakat untuk memutuskan menabung di bank syariah. Diperlukannya peningkatan pengetahuan masyarakat tentang bank syariah seperti sosialisasi agar dapat meningkatkan nasabah tabungan bank syariah itu sendiri. kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar. Hal ini menunjukkan bahwa semakin bagus kualitas produk yang disajikan oleh bank syariah, maka semakin tinggi pula peluang masyarakat untuk memutuskan menabung di bank syariah. Perbedaanannya dengan yang

peneliti lakukan adalah pada variabel dependennya yaitu penelitian tersebut membahas mengenai promosi sedangkan peneliti tidak ada membahas mengenai promosi. Perbedaan lainnya pada subyek yang diteliti, dimana penelitian di atas subyeknya nasabah secara umum sedangkan peneliti subyeknya adalah khusus mahasiswa di fakultas ekonomi syariah STAI-Jamiyah Mahmudiyah Tanjung Pura. Persaaan yang ada terkait bahasan tentang pengetahuan, kualitas produk dan keputusan.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Fajar Rezky Maulana tahun 2020 yang berjudul “, *Pengaruh pengetahuan produk dan word of mount terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah*”. Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa Berdasarkan hasil uji t (parsial) yang dilakukan diperoleh hasil bahwa pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel ( $4,223 > 1,984$ ) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan hasil uji t (parsial) yang dilakukan diperoleh hasil bahwa *Word of mouth* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah karena memiliki nilai t hitung lebih besar dari t tabel ( $5,103 > 1,984$ ) dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Perbedaannya dengan yang peneliti lakukan adalah pada variabel dependennya yaitu penelitian tersebut membahas mengenai pengetahuan produk dan *word of mounth* sedangkan peneliti membahas mengenai pengetahuan dan kualitas produk. Perbedaan lainnya pada subyek yang diteliti, dimana penelitian di atas subyeknya nasabah secara umum

sedangkan peneliti subyeknya adalah khusus mahasiswa di fakultas ekonomi syariah STAI-Jamiyah Mahmudiyah Tanjung Pura. Persaaan yang ada terkait bahasan tentang pengetahuan, kualitas produk dan keputusan.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Erdin Syamsudin tahun 2020 yang berjudul: ” *Pengaruh produk dan layanan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa bank syariah Mandiri* ”. Hasilnya menyimpulkan bahwa Produk berpengaruh positif, tetapi tidak signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan jasa bank syariah. Hal ini dibuktikan dengan nilai thitung variabel produk sebesar 1,703 dengan taraf signifikansi sebesar 0,092 lebih besar dari 0,05. maka semakin banyak ragam produk tabungan, semakin menarik produk tabungan, dapat memberi kemudahan bagi nasabah dan sesuai dengan kebutuhan nasabah, maka keputusan nasabah untuk menggunakan jasa bank syariah, akan semakin tinggi. Dengan demikian,  $H_0$  ditolak, dan  $H_a$  diterima. Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan jasa bank syariah. Hal ini dibuktikan dengan “t”hitung variabel pelayanan sebesar 5,164 dengan taraf signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 sehingga semakin tinggi kualitas pelayanan, maka semakin tinggi juga keputusan nasabah untuk menggunakan jasa bank syariah. Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Pelayanan ini adalah bentuk jasa yang dilakukan oleh pihak Mandiri Syariah, dengan bentuk pelayanan Mahasiswa yang ramah, sopan, perhatian, sabar, dapat memberikan info yang akurat, cepat tanggap, dan berpenampilan rapi. Produk, Pelayanan

secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan jasa bank syariah. Hal ini dibuktikan dengan Fhitung 86.942 dengan signifikansi 0,000, lebih kecil dari 0,05. Perbedaannya dengan yang peneliti lakukan adalah pada variabel dependennya yaitu penelitian tersebut membahas mengenai produk dan layanan bank syariah sedangkan peneliti membahas mengenai pengetahuan dan kualitas produk bank syariah. Perbedaan lainnya pada subyek yang diteliti, dimana penelitian di atas subyeknya nasabah secara umum sedangkan peneliti subyeknya adalah khusus mahasiswa di fakultas ekonomi syariah STAI-Jamiyah Mahmudiyah Tanjung Pura.

### **2.3 Kerangka Konseptual**

Pengetahuan konsumen mencakup keseluruhan informasi yang dimiliki individu mengenai berbagai produk dan jasa, termasuk pemahaman terkait fungsi dan kegunaan produk tersebut dalam memenuhi kebutuhan mereka sebagai konsumen. Hal ini juga berlaku pada konteks perbankan syariah, di mana bank menawarkan berbagai produk dan layanan kepada nasabah sebagai konsumennya. Nasabah perlu memiliki pemahaman yang memadai tentang produk yang tersedia, meliputi nama produk, manfaat, target pengguna, harga, serta tempat atau cara memperoleh produk tersebut. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pengetahuan konsumen mencakup seluruh informasi yang relevan mengenai berbagai produk atau jasa yang digunakan.

Dalam perspektif pemikiran Islam, sumber pengetahuan terbagi menjadi dua, yaitu akal dan wahyu, yang keduanya bersifat komplementer dan tidak dapat

dipertentangkan. Pengetahuan yang bersumber dari wahyu Allah bersifat abadi dan mutlak kebenarannya, sedangkan pengetahuan yang diperoleh melalui akal manusia bersifat relatif dan dapat berkembang seiring pengalaman. Dengan pemahaman yang memadai, nasabah dapat menilai kualitas suatu produk.

Kualitas produk, atau *product quality*, merujuk pada kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya secara optimal, mencakup daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasional, perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Kualitas merupakan salah satu instrumen utama yang digunakan pemasar untuk menetapkan posisi produk di pasar. Dimensi kualitas produk terbagi menjadi tingkat (*level*) dan konsistensi (*consistency*). Produk dikategorikan berkualitas baik jika memenuhi spesifikasi yang telah ditetapkan perusahaan, sedangkan produk dianggap buruk apabila tidak sesuai spesifikasi dan berpotensi mengalami kerusakan.

Secara umum, kualitas menunjukkan sejauh mana produk memenuhi standar dan harapan yang telah ditentukan, serta diakui oleh banyak kalangan. Hal ini mencakup kemampuan produk dalam menampilkan fungsinya, meliputi durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, perbaikan, dan atribut lain yang bernilai. Salah satu indikator yang mencerminkan kualitas produk adalah kinerja, yang menggambarkan seberapa efektif produk tersebut memenuhi fungsinya dan memberikan manfaat yang diharapkan oleh konsumen.

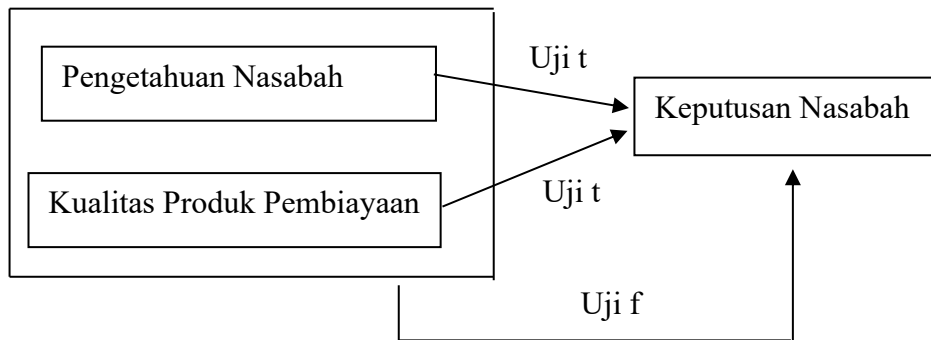
Sebuah perusahaan yang dianggap baik dan sehat tentunya ditopang oleh kinerja Mahasiswa yang unggul. Kinerja tersebut tidak lepas dari kemampuan

kepemimpinan pimpinan yang membimbingnya. Mahasiswa yang memiliki kinerja baik tercermin dari kualitas kerja mereka, termasuk integritas, disiplin, dan loyalitas terhadap institusi. Untuk menilai kualitas kerja Mahasiswa, perusahaan biasanya menetapkan standar evaluasi sebagai acuan dalam penilaian kinerja.

Selain kinerja, aspek kesesuaian, ketahanan, dan daya tahan produk juga menjadi perhatian penting dalam menentukan kualitas produk dan layanan, sehingga nasabah dapat membuat keputusan yang tepat dalam menggunakan jasa bank syariah. Keputusan sendiri merupakan proses seleksi terhadap dua atau lebih alternatif. Sebagai contoh, dalam memilih produk, konsumen sering dihadapkan pada beberapa merek dengan penawaran serupa. Keputusan diambil setelah melalui proses pertimbangan dan perbandingan antar produk.

Proses pengambilan keputusan pembelian melibatkan tahapan-tahapan yang harus dilalui konsumen dalam menentukan pilihan terkait produk atau jasa yang akan dibeli. Keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen, yakni kajian mengenai bagaimana individu, kelompok, atau organisasi memilih, membeli, dan menggunakan barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Proses ini tidak dapat dilepaskan dari karakter masing-masing konsumen, karena kebiasaan dan preferensi individu akan memengaruhi cara mereka melakukan pembelian.





**Gambar 2.1**  
**Kerangka Konseptual**

## 2.4 Hipotesis

Peneliti perlu merumuskan hipotesis penelitian sebagai dugaan sementara untuk dilakukan pengujian dan menemukan jawabannya. Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah:

Ho: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara Pengetahuan dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan bank Syariah Indonesia di Pangkalan Berandan.

Ha: Terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara Pengetahuan dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan bank Syariah Indonesia di Pangkalan Berandan.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu penelitian yang menekankan pada pengujian teori-teori, dan atau hipotesis-hipotesis melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dalam angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik dan permodelan matematis (Sujoko Eferin, 2018 :47).

#### **3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di bank syariah Indonesia yang ada di pangkalan Berandan. Penelitian ini dilakukan pada bulan Januari sampai dengan Mei 2025.

#### **3.3 Subjek dan Objek Penelitian**

Subjek dalam penelitian ini adalah nasabah pada bank syariah Indonesia kantor cabang yang ada di pangkalan Berandan. Sedangkan objek dalam penelitian ini ialah hasil kuesioner yang telah diisi oleh nasabah yang ada di bank syariah Indonesia yang ada di pangkalan Berandan yang berhubungan dengan penelitian ini.

#### **3.4 Populasi dan Sampel**

##### **3.4.1 Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah

nasabah bank syariah Indonesia yang ada di pangkalan Berandan yaitu 168 orang nasabah . Populasi ini merupakan seluruh nasabah yang ada di pangkalan berandan sehingga hasil penelitiannya akan lebih baik.

Tabel 3. 1  
Jumlah Nasabah

Jenis Kelamin	Jumlah
Laki laki	98
Perempuan	70
Total	168

Sumber Data : Bank syariah indonesia pangkalan brandan

Populasi ini mencakup seluruh anggota masyarakat desa sei bilah pkl brandan yang memiliki potensi untuk menjadi nasabah bank syariah atau yang sudah aktif menggunakan layanan bank syariah di daerah tersebut. Untuk mempermudah pengambilan data, penelitian ini menggunakan teknik sampling dengan memilih sampel yang representatif dari populasi untuk dianalisis lebih lanjut.

#### 3.4.2 Sampel

Sampel merupakan sebagian dari keseluruhan populasi yang mencerminkan karakteristik populasi tersebut. Ketika populasi terlalu besar dan peneliti tidak memungkinkan untuk mempelajari seluruh anggota populasi, baik karena keterbatasan dana, tenaga, maupun waktu, penggunaan sampel menjadi alternatif yang tepat. Hasil penelitian yang diperoleh dari sampel diharapkan dapat digeneralisasikan atau berlaku untuk keseluruhan populasi. Oleh karena itu, pemilihan sampel harus dilakukan dengan

cermat agar benar-benar mewakili populasi. Berdasarkan pertimbangan tersebut, peneliti menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan sebesar 10% untuk menentukan jumlah sampel yang diperlukan (Sugiyono, 2019) :

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

Keterangan:

$N$  (*ukuran populasi*)

$n$  (*ukuran sampel*)

$e$  (*error atau Margin of Error*)

Dengan menggunakan margin of error sebesar 10%, maka jumlah sampel minimal yang dapat diambil sebesar:

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

$$n = \frac{N}{1 + (Ne^2)} = \frac{168}{1 + 168 \cdot 0,01^2} = 62.687$$

62.687 dan dibulatkan menjadi 63

Berdasarkan hasil perhitungan, maka jumlah sampel yang akan digunakan sebanyak 63 responden.

Berdasarkan perhitungan di atas, dengan populasi sebanyak 168 orang dan tingkat kesalahan 10% (0,10), maka jumlah sampel yang direkomendasikan adalah 63 responden.

Rumus Slovin digunakan untuk memastikan bahwa sampel yang diambil dari populasi cukup representatif untuk dianalisis, tetapi tetap mempertimbangkan keterbatasan sumber daya, seperti waktu dan biaya penelitian.

### **3.5 Definisi Operasional Variabel Penelitian**

Variabel penelitian dapat didefinisikan sebagai segala hal yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dengan tujuan memperoleh informasi yang kemudian digunakan untuk menarik kesimpulan. Variabel-variabel ini secara umum dibagi menjadi dua kelompok utama, yaitu variabel dependen dan variabel independen. Selanjutnya, penelitian ini akan menguraikan pengukuran masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian:

#### **3.5.1 Variabel Dependen**

Variabel dependen yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain. Variabel ini dinyatakan dalam tanda Y. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan nasabah memilih jasa bank syariah Indonesia yang ada di pangkalan Berandan untuk menjadi nasabah bank syariah Indonesia tersebut.

#### **3.5.2 Variabel Independen**

Variabel independen yaitu variabel yang mempengaruhi variabel lain, variabel tersebut dalam penelitian ini dinyatakan dalam tanda X. Variabel independen dalam penelitian ini yaitu pengetahuan (X1) dan kualitas produk pembiayaan syariah (X2) yang ada pada bank syariah Indonesia di Pangkalan Berandan.

Tabel 3. 2  
Definisi Operasional Variabel

<b>Variabel</b>	<b>Indikator Pernyataan</b>	<b>Definisi Operasional</b>	<b>Skala Pengukuran</b>
Pengetahuan Nasabah (X1)	1. Bank syariah menerapkan sistem syariah Islam	Tingkat pemahaman nasabah mengenai prinsip, layanan, dan praktik perbankan syariah	Likert 1–5
	2. Tidak ada bunga		
	3. Ketentuan produk Islami		
	4. Bagi hasil investasi		
	5. Pegawai sopan		
	6. Pegawai berpengetahuan		
	7. Perhatian individual		
	8. Pelayanan tepat waktu		
	9. Produk sesuai syariah		
	10. Sistem perbankan modern		
Kualitas Produk (X2)	1. Puas atas Keputusan	Persepsi nasabah terhadap keunggulan, kepuasan, dan kelayakan produk Bank Syariah	Likert 1–5
	2. Keputusan benar		
	3. Keinginan pribadi		
	4. Kesadaran Keputusan		
	5. Bagi hasil sesuai Islam		
	6. Kepuasan nasabah		
	7. E-service memudahkan		
	8. Pemahaman produk syariah		
	9. Risiko produk pasar modal		

---

Keputusan Nasabah (Y)	10. Rekomendasi produk untuk umat Islam		
	1. Sesuai kebutuhan	Tindakan atau intensi nasabah	Likert 1–5
	2. Sesuai prinsip hidup	dalam memilih dan terus	
	3. Rekomendasi orang lain	menggunakan produk perbankan	
	4. Pengaruh iklan/info	syariah	
	5. Solusi kebutuhan		
	6. Pengelolaan dana		
	7. Pilihan sesuai keuangan		
	8. Kemudahan pembayaran		
	9. Kepuasan penggunaan		
	10. Niat terus menggunakan		

---

### 3.6 Teknis Analisi Data

Teknik pengumpulan data yang dikumpulkan kepada responden melalui penyebaran kuesioner dan dokumentasi

#### 3.6.1 Angket (Kueisoner)

Angket atau kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan menyajikan daftar pertanyaan atau pernyataan yang harus diisi oleh responden sesuai dengan variabel penelitian yang sedang diteliti. Pemberian kuesioner umumnya ditujukan kepada sejumlah besar responden yang memiliki kemampuan minimal membaca dan menulis dengan baik. Selain itu, kuesioner dilengkapi dengan petunjuk pengisian untuk memastikan bahwa responden dapat menjawab pertanyaan sesuai dengan arahan dan pedoman yang telah ditetapkan oleh peneliti.(Muhammad darwin, 2021). Peneliti menggunakan metode Skala Likert

yaitu dengan cara responden di minta untuk memilih lima alternatif jawaban yang telah tersedia. Menurut (Maulana Ihsan Yusufi Suyatno et al., 2024) Skala Likert digunakan dalam kuesioner adalah Skala Likert yang dibuat pada tahun 1932 dan terdiri dari empat atau lebih pertanyaan yang dikombinasikan untuk menghasilkan skor atau nilai yang menunjukkan sifat individu, seperti pengetahuan, sikap, dan perilaku.

Skala likert yang digunakan ini membuat variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi dimensi, kemudian di jabarkan menjadi indikator, dan indikator menjadi sub- indikator yang dapat di ukur. Hasil yang di tunjukan setiap item instumen ini memiliki gradisi dari sangat positif menjadi sangat negatif menggunakan 5 alternatif jawaban masing masing sebagai berikut:

Tabel 3. 3  
Skala Likert

<b>Pernyataan</b>	<b>Nilai</b>
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

### 3.7 Pengukuran Instrumen Penelitian

#### 3.7.1 Uji validitas

Menurut Sanusi (2017) dalam (Mardiana et al., 2021) Uji validitas adalah untuk mengevaluasi kebenaran dan keabsahan instrumen penelitian untuk



menentukan sah atau tidaknya suatu kuesioner. Item kuesioner atau instrumen dikatakan valid jika nilainya kurang dari 0,05 atau 5%.

- Jika  $r$  hitung  $>$  dari  $r$  tabel dan nilai positif, maka dinyatakan valid.
- Jika  $r$  hitung  $<$  dari  $r$  table maka pernyataan dapat dikatakan tidak valid.

### 3.7.2 Uji Relibilitas

(Abdul Malik, ahmad syahrizal, 2021) Uji reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi butir-butir kuesioner yaitu dengan menguji Cronbach Alpha. Suatu variabel dikatakan reliabilitas jika memberikan nilai Cronbach Alpha ( $\alpha$ )  $>$  0,60.

## 3.8 Uji asumsi klasik

### 3.8.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen dan variabel dependen mengikuti distribusi normal. Data dikatakan memiliki distribusi normal apabila titik-titik data cenderung mengikuti garis diagonal dan tersebar di sekitar garis tersebut. Tujuan dari uji normalitas adalah untuk menilai apakah nilai residual yang telah distandarisasi pada model regresi memiliki distribusi normal. Residual dianggap berdistribusi normal apabila sebagian besar nilai residual terstandarisasi mendekati rata-ratanya.

Nilai residual terstandarisasi dikatakan berdistribusi normal jika ketika digambarkan dalam bentuk kurva membentuk pola lonceng (bell-shaped curve), dengan kedua sisi yang memanjang hingga tak terhingga. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan menggunakan analisis grafik, sehingga memungkinkan untuk menilai tingkat korelasi antar variabel yang diteliti adalah sebagai berikut :

- 1) Histogram: Apabila Histogram dari Residual Regresi Terstandarisasi menampilkan bentuk kurva menyerupai lonceng, maka residual tersebut dianggap berdistribusi normal, sehingga hasil uji histogram dapat diterima secara statistik.
- 2) Normal Probability Plot (Normal P-P Plot): Metode ini membandingkan distribusi kumulatif data aktual dengan distribusi kumulatif distribusi normal. Distribusi normal direpresentasikan oleh garis diagonal lurus dari kiri bawah ke kanan atas. Apabila data mengikuti distribusi normal, maka titik-titik yang mewakili data aktual akan cenderung menempel atau sejajar dengan garis diagonal tersebut.
- 3) Uji Kolmogorov-Smirnov: Peneliti menerapkan uji normalitas menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov. Residual yang telah terstandarisasi dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi (Sig) lebih besar dari alpha ( $\alpha$ ) atau jika nilai K-hitung lebih kecil dari K-tabel.

### 3.8.2 Uji Multikolinearitas

(Nengsih et al., 2021) Uji multikolinearitas dilakukan untuk menilai apakah terdapat korelasi antar variabel bebas (independen) dalam model regresi. Pada pengujian ini, nilai Variance Inflation Factor (VIF) dari masing-masing variabel independen diperiksa. Apabila nilai VIF kurang dari 10 dan nilai toleransi lebih besar dari 0,10, hal ini menunjukkan bahwa data tidak mengalami masalah multikolinearitas.

### 3.8.3 Uji Heteroskedastitas

Heteroskedastisitas merupakan kondisi di mana semua residual atau error memiliki varians yang tidak konstan dan cenderung berubah-ubah. Untuk mengetahui apakah data mengalami heteroskedastisitas, diperlukan pengujian tertentu. Dalam penelitian ini, pengujian heteroskedastisitas dilakukan menggunakan metode Analisis Grafik dan metode Rank Spearman agar lebih mudah dipahami.

Metode analisis grafik dilakukan dengan mengamati scatterplot, di mana sumbu horizontal merepresentasikan Predicted Standardized, sedangkan sumbu vertikal menunjukkan nilai Residual Studentized. Apabila scatterplot menampilkan pola tertentu, hal tersebut mengindikasikan adanya masalah heteroskedastisitas dalam model regresi yang dibangun berdasarkan data penelitian.

## 3.9 Pengujian Hipotesis

Dalam melakukan pengujian hipotesis, penulis memakai  $\alpha = 5\%$  (0,05) atau tingkat kepercayaan 95%. Metode pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

### 3.9.1 Uji F ( Simultan )

Uji F, atau yang dikenal juga sebagai uji simultan, dilakukan untuk menilai apakah seluruh variabel bebas yang dimasukkan ke dalam model secara kolektif memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Penilaian ini dilakukan dengan melihat besarnya nilai probabilitas signifikansi. Menurut Imam Ghozali (2018:115), apabila nilai probabilitas signifikansi kurang dari 5% ( $\alpha < 0,05$ ), maka

seluruh variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Dasar pengambilan keputusan pada uji F adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai  $F_{hitung} < F_{tabel}$  dan probabilitas signifikansi  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima, yang berarti variabel independen secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan probabilitas signifikansi  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak, yang menunjukkan bahwa variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

### 3.9.2 Uji T ( Parsial )

Uji t digunakan untuk menilai pengaruh masing-masing variabel independen secara individual atau parsial terhadap variabel dependen. Pada tingkat signifikansi 0,05, apabila pengujian menunjukkan adanya pengaruh, maka variabel independen tersebut dianggap memengaruhi variabel dependen. Nilai t hitung digunakan sebagai dasar untuk menguji pengaruh setiap variabel secara parsial, sehingga dapat diketahui apakah variabel tertentu memiliki kontribusi signifikan terhadap variabel dependen atau tidak..

Adapun dasar yang digunakan dalam pengambilan keputusan Uji t adalah sebagai berikut :

1. Jika nilai  $sig < 0,05$ , atau  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka terdapat pengaruh variabel X terhadap Y.

2. Jika nilai  $\text{sig} > 0,05$ , atau  $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$  maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap Y.

### 3.9.3 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk menilai sejauh mana garis regresi mencerminkan data aktual (goodness of fit). Koefisien ini menunjukkan persentase total variasi pada variabel dependen (Y) yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen dalam model regresi. Nilai  $R^2$  berkisar antara 0 hingga 1 ( $0 < R^2 < 1$ ). Semakin mendekati 1, model regresi dianggap semakin baik, sedangkan semakin mendekati 0, variabel independen secara keseluruhan kurang mampu menjelaskan variabel dependen. Dengan demikian, kualitas hasil penelitian sangat dipengaruhi oleh seberapa baik model regresi tersebut.

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk menilai sejauh mana variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen. Nilai  $R^2$  berkisar antara 0 hingga 1, di mana semakin mendekati 1, garis regresi mampu menjelaskan hampir seluruh variasi pada variabel dependen (Y). Sebaliknya, apabila nilai  $R^2$  mendekati 0, garis regresi kurang mampu menjelaskan variasi dalam Y. Koefisien determinasi mencerminkan besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat; semakin tinggi nilai  $R^2$ , semakin besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan perubahan yang terjadi pada variabel dependen.

## 3.10 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh beberapa variabel independen terhadap satu variabel dependen (Sugiyono, 2004:234). Persamaan regresi berganda dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Nasabah

X<sub>1</sub> = Pengetahuan

X<sub>2</sub> = Kualitas Produk

a = Angka konstan koefisien regresi

b<sub>1</sub>+b<sub>2</sub> = koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada perubahan variabel independen.

e = eror term

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Hasil Penelitian**

##### **4.1.1 Gambaran Umum Bank Syariah Indonesia**

PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) menandai tonggak baru dalam sejarah perbankan Indonesia dengan resmi beroperasi pada 1 Februari 2021 (19 Jumadil Akhir 1442 H), dan peresmian tersebut dilakukan langsung oleh Presiden Joko Widodo di Istana Negara. BSI lahir dari hasil penggabungan tiga bank syariah milik BUMN, yakni PT Bank BRI syariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri, dan PT Bank BNI Syariah, dengan izin merger yang diterbitkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada 27 Januari 2021. Penggabungan ini menyatukan keunggulan masing-masing bank, sehingga menciptakan layanan yang lebih komprehensif, jangkauan yang lebih luas, serta kapasitas permodalan yang lebih kuat. Struktur kepemilikan saham BSI terdiri dari PT Bank Mandiri (Persero) Tbk sebesar 50,83%, PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk sekitar 24,85%, dan PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk sebesar 17,25%, sementara sisanya dimiliki oleh pemegang saham lain di bawah 5%.

BSI diharapkan menjadi bank syariah kebanggaan umat yang menjadi energi baru dalam pembangunan ekonomi nasional dan berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat luas. Bank ini juga mencerminkan wajah perbankan syariah Indonesia yang modern, universal, dan memberikan manfaat bagi seluruh alam (Rahmatan Lil 'Aalamiin). Dengan dukungan sinergi perusahaan dan

komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, BSI didorong untuk bersaing di tingkat global dan menjadi fasilitator utama dalam ekosistem industri halal nasional, memanfaatkan potensi Indonesia sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia.

Singkatnya, Bank Syariah Indonesia lahir dari konsolidasi strategis tiga bank syariah BUMN pada awal 2021, menjadi bank syariah terbesar di Indonesia yang siap mendukung perkembangan ekonomi syariah nasional dan global.

#### 4.1.2 Visi Dan Misi Serta Logo PT. Bank Syariah Indonesia

Visi Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah menjadi Top 10 Global Islamic Bank. Visi ini mencerminkan ambisi BSI untuk menjadi salah satu bank syariah terkemuka di dunia dengan standar global yang tinggi.

1. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia

Melayani >20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan aset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025

2. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham

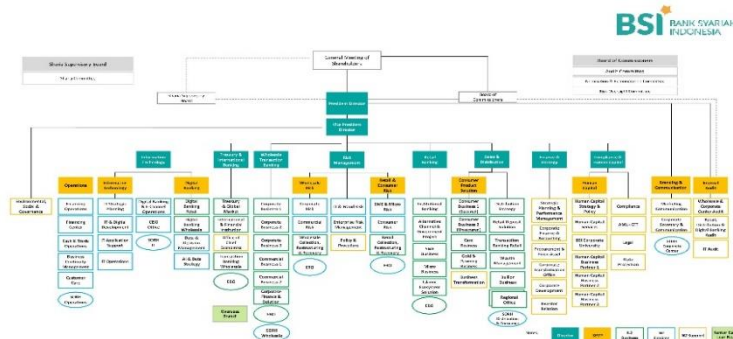
Top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2).

3. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia

Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.



#### 4.1.3 Sturuktur Organisasi PT. Bank Syariah Indonesia



**Gambar 4.1**  
**Struktur Organisasi PT. Bank Syariah Indonesia**

#### 4.1.3 Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner Umum yang telah disebarkan dari tanggal 3 Juni 2025 sampai tanggal 5 Juni 2025. Untuk kegiatan pengisian dengan 30 pernyataan di ajukan dalam kuesioner ini. Kuesioner kemudian disebarkan kepada masyarakat terkhususnya Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia di pangkalan berandan. Sebanyak responden yang telah memberikan respon kedalam kuesioner dan dinyatakan valid. Berikut table profil responden yang terdiri dari tiga kategori seabgail berikut :

##### 4.1.3.1 Statistik Deskriptif

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Pengetahuan Nasabah dan Kualtias Produk Pembiayaan terhadap Keputusan Nasabah Bank Syariah Indonesia di Pangkalan Berandan

Pada penelitian ini kuesioner yang disebar sebanyak 63 responden dengan menggunakan Kuesioner Umum, total kuesioner yang dibagikan dalam bentuk Kuesioner Umum sebanyak 63 Tingkat pengembalian Kuesioner Kuesioner Umum

Sebanyak 63 yang peneliti sebar. Rincian pengembalian kuesioner oleh para responden sebagai berikut:

**Tabel 4.1**  
**Tabel Jumlah Kuesioner**

<b>Sumber Data</b>	<b>Jumlah Kuesioner Umum</b>	<b>Persentase %</b>
Jumlah kuesioner yang di sebar	63	100%
Jumlah kuesioner yang kembali	63	100%
Jumlah kuesioner yang dapat di olah	63	100%

Sumber : Data diolah peneliti, 2025

#### 4.1.4 Karakteristik Jawaban Responden

Frekuensi data berfungsi untuk melihat hasil dari jawaban responden terhadap pertanyaan yang diberikan melalui kuesioner atau persentasinya. Skala pengukuran pada tabel disingkat, seperti Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Netral (N), Setuju (S) dan Sangat Setuju (ST).

##### 4.1.4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

**Tabel 4. 2**  
**Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

<b>Usia</b>					
		<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>	<b>Valid Percent</b>	<b>Cumulative Percent</b>
Valid	18 Tahun	1	1,6	1,6	1,6
	20 Tahun	2	3,2	3,2	4,8
	21 Tahun	1	1,6	1,6	6,3
	22 Tahun	1	1,6	1,6	7,9
	23 Tahun	1	1,6	1,6	9,5
	24 Tahun	2	3,2	3,2	12,7
	25 Tahun	4	6,3	6,3	19,0
	26 Tahun	10	15,9	15,9	34,9

27 Tahun	5	7,9	7,9	42,9
28 Tahun	9	14,3	14,3	57,1
29 Tahun	4	6,3	6,3	63,5
30 Tahun	2	3,2	3,2	66,7
31 Tahun	1	1,6	1,6	68,3
32 Tahun	4	6,3	6,3	74,6
33 Tahun	1	1,6	1,6	76,2
35 Tahun	2	3,2	3,2	79,4
36 Tahun	2	3,2	3,2	82,5
37 Tahun	1	1,6	1,6	84,1
38 Tahun	1	1,6	1,6	85,7
39 Tahun	2	3,2	3,2	88,9
40 Tahun	1	1,6	1,6	90,5
41 Tahun	2	3,2	3,2	93,7
42 Tahun	2	3,2	3,2	96,8
45 Tahun	1	1,6	1,6	98,4
47 Tahun	1	1,6	1,6	100,0
Total	63	100,0	100,0	

Sumber : Data diolah peneliti, 2025

Hasil uji responden berdasarkan usia menunjukkan bahwa mayoritas responden berada pada rentang usia dewasa muda hingga dewasa awal, yaitu antara 25 hingga 30 tahun. Usia terbanyak adalah 26 tahun dengan jumlah 10 responden atau sebesar 15,9 persen dari total 63 responden, diikuti oleh usia 28 tahun sebanyak 9 responden atau 14,3 persen. Kelompok usia 20-an mendominasi distribusi, mencerminkan bahwa populasi penelitian ini lebih banyak diikuti oleh individu yang berada dalam usia produktif awal. Sementara itu, jumlah responden dengan usia di bawah 20 tahun maupun di atas 40 tahun sangat sedikit, masing-masing hanya sekitar satu hingga dua responden. Hal ini menunjukkan bahwa keterlibatan responden dalam penelitian ini lebih terkonsentrasi pada usia kerja aktif, yang umumnya lebih responsif terhadap survei atau uji yang dilakukan. Dengan demikian, distribusi usia responden cukup beragam, tetapi dengan kecenderungan dominan pada usia muda-dewasa.

#### 4.1.4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4. 3 Karakteristik  
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	24	38,1	38,1	38,1
	Perempuan	39	61,9	61,9	100,0
	Total	63	100,0	100,0	

Sumber : Data diolah peneliti, 2025

Hasil uji responden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa dari total 63 responden, mayoritas berjenis kelamin perempuan sebanyak 39 orang atau 61,9 persen, sedangkan laki-laki berjumlah 24 orang atau 38,1 persen. Proporsi ini memperlihatkan bahwa keterlibatan responden perempuan dalam penelitian ini lebih tinggi dibandingkan laki-laki. Hasil ini juga mencerminkan adanya ketimpangan jumlah antara kedua jenis kelamin, namun tetap memberikan gambaran yang representatif untuk analisis berdasarkan perbedaan gender.

#### 4.1.4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tabel 4. 4  
Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S1	34	54,0	54,0	54,0
	SMA	29	46,0	46,0	100,0
	Total	63	100,0	100,0	

Sumber : Data diolah peneliti, 2025

Hasil uji responden berdasarkan tingkat pendidikan menunjukkan bahwa dari total 63 responden, sebagian besar memiliki latar belakang pendidikan Sarjana (S1), yaitu sebanyak 34 orang atau 54 persen. Sementara itu, sebanyak 29

responden atau 46 persen memiliki tingkat pendidikan terakhir Sekolah Menengah Atas (SMA). Data ini mengindikasikan bahwa mayoritas responden telah menempuh pendidikan tinggi, namun selisih antara responden berpendidikan SMA dan S1 tidak terlalu besar. Hal ini menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini berasal dari latar belakang pendidikan yang relatif seimbang antara pendidikan menengah dan pendidikan tinggi.

#### 4.1.4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan

Tabel 4. 5  
Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan

Tingkat Pendapatan		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.000.000 Rp	11	17,5	17,5	17,5
	1.300.000 Rp	1	1,6	1,6	19,0
	1.400.000 Rp	1	1,6	1,6	20,6
	1.500.000 Rp	10	15,9	15,9	36,5
	1.700.000 Rp	1	1,6	1,6	38,1
	1.800.000 Rp	1	1,6	1,6	39,7
	2.000.000 Rp	9	14,3	14,3	54,0
	2.300.000 Rp	1	1,6	1,6	55,6
	2.500.000 Rp	4	6,3	6,3	61,9
	3.000.000 Rp	5	7,9	7,9	69,8
	3.500.000 Rp	2	3,2	3,2	73,0
	4.000.000 Rp	2	3,2	3,2	76,2
	5.000.000 Rp	4	6,3	6,3	82,5
	500.000 Rp	4	6,3	6,3	88,9
	7.000.000 Rp	1	1,6	1,6	90,5
	8.000.000 Rp	2	3,2	3,2	93,7
	800.000 Rp	4	6,3	6,3	100,0
	Total	63	100,0	100,0	

Sumber : Data diolah peneliti, 2025

Hasil uji responden berdasarkan tingkat pendapatan menunjukkan bahwa responden memiliki tingkat pendapatan yang sangat beragam, mulai dari Rp500.000 hingga Rp8.000.000. Pendapatan yang paling banyak dimiliki

responden adalah sebesar Rp1.000.000 dengan jumlah 11 orang atau 17,5 persen, disusul oleh pendapatan Rp1.500.000 sebanyak 10 orang atau 15,9 persen, serta Rp2.000.000 yang dimiliki oleh 9 orang atau 14,3 persen. Sebagian besar responden berada pada kisaran pendapatan di bawah Rp3.000.000, menunjukkan dominasi kelompok ekonomi menengah ke bawah. Meskipun demikian, terdapat juga responden dengan pendapatan yang cukup tinggi, seperti Rp7.000.000 dan Rp8.000.000, meskipun jumlahnya sangat sedikit. Secara keseluruhan, data ini mencerminkan bahwa mayoritas responden berada pada tingkat pendapatan rendah hingga sedang, dengan sebaran yang cukup merata di berbagai tingkatan pendapatan.

#### 4.1.5 Pengujian Validitas dan Realibilitas

Uji validitas merupakan uji yang berfungsi untuk melihat apakah suatu alat ukur tersebut valid (sahih) atau tidak valid. Alat ukur yang dimaksud disini merupakan pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan tersebut pada kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner.

Kriteria dalam menentukan validitas suatu kuisisioner adalah sebagai berikut:

1.  $H_0$  diterima apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  , (alat ukur yang digunakan valid atau sah),
2.  $H_0$  ditolak apabila  $r_{statistik} \leq r_{tabel}$ . (alat ukur yang digunakan tidak valid atau sah).

Jadi untuk menentukan nilai  $r$  tabel ditentukan dengan tingkat signifikan 10% atau 0,10 dengan derajat kebebasan  $df = (n-2)$ . Maka telah diterapkan pada uji validitas yang merangkap seluruh hasil pernyataan kuisioner dan membuktikan validnya seluruh indikator pernyataan pada kuisioner variabel independen (X1), (X2) dan dependen (Y).

#### 4.1.5.1 Uji Validitas

Tabel 4. 6  
Hasil Pengujian Validitas

Variabel	Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
Pengetahuan Nasabah (X1)	X1.1	0.339	0.275	Valid
	X1.2	0.596	0.275	Valid
	X1.3	0.554	0.275	Valid
	X1.4	0.573	0.275	Valid
	X1.5	0.627	0.275	Valid
	X1.6	0.385	0.275	Valid
	X1.7	0.553	0.275	Valid
	X1.8	0,547	0.275	Valid
	X1.9	0,574	0.275	Valid
	X1.10	0.338	0.275	Valid
Kualitas Produk Pembiayaan (X2)	X2.1	0.316	0.275	Valid
	X2.2	0.314	0.275	Valid
	X2.3	0.432	0.275	Valid
	X2.4	0.349	0.275	Valid
	X2.5	0.408	0.275	Valid
	X2.6	0.406	0.275	Valid
	X2.7	0.363	0.275	Valid
	X2.8	0.509	0.275	Valid
	X2.9	0.506	0.275	Valid
	X2.10	0.389	0.275	Valid
Keputusan Nasabah (Y)	Y1.1	0.592	0.275	Valid
	Y1.2	0.402	0.275	Valid
	Y1.3	0.648	0.275	Valid
	Y1.4	0.603	0.275	Valid
	Y1.5	0.561	0.275	Valid
	Y1.6	0.443	0.275	Valid
	Y1.7	0.434	0.275	Valid
	Y1.8	0.317	0.275	Valid

Y1.9	0.315	0.275	Valid
Y1.10	0.333	0.275	Valid

Sumber : Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan table diatas, terlihat bahwa dari 30 pernyataan, semua memiliki  $r$  hitung diatas  $r$  tabel yaitu 0,275. Maka hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan angket pada satu variabel independen dan satu variabel dependen dinyatakan valid. Dinyatakan valid dikarenakan  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel dengan nilai signifikan setiap pernyataan 10%. Hal ini menunjukkan bahwa masing-masing pernyataan angket sah/ valid dan dapat dipercaya untuk mengambil data penelitian.

#### 4.1.5.2 Uji Realibilitas

Tabel 4. 7  
Hasil Pengujian Realibilitas

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Keterangan
Pengetahuan Nasabah (X1)	0,696	
Kualitas Produk Pembiayaan (X2)	0,650	
Keputusan Nasabah (Y)	0,688	

Sumber : Data diolah peneliti, 2025

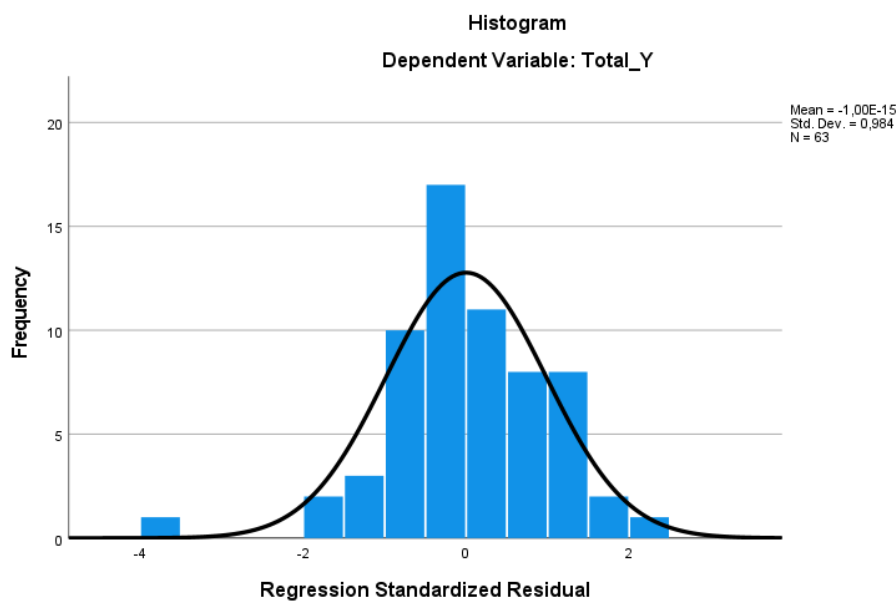
Berdasarkan table diatas, terlihat bahwa hasil Cronbach's Alpha dari variabel (X1) yaitu sebesar  $0,696 > 0,60$ , variabel (X2) yaitu sebesar  $0,650 > 0,60$ , dan variabel ( Y ) yaitu sebesar  $0,688 > 0,60$  Maka dari semua butir-butir pernyataan variabel independen dan dependen adalah reliable, dan hasil kuisioner yang digunakan dalam penelitian ini layak untuk diuji lebih lanjut.



#### 4.1.6 Uji Asumsi Klasik

##### 4.1.6.1 Pengujian Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak.



Sumber :  
Data diolah peneliti, 2025

Gambar 4. 2  
Hasil Pengujian Normalitas

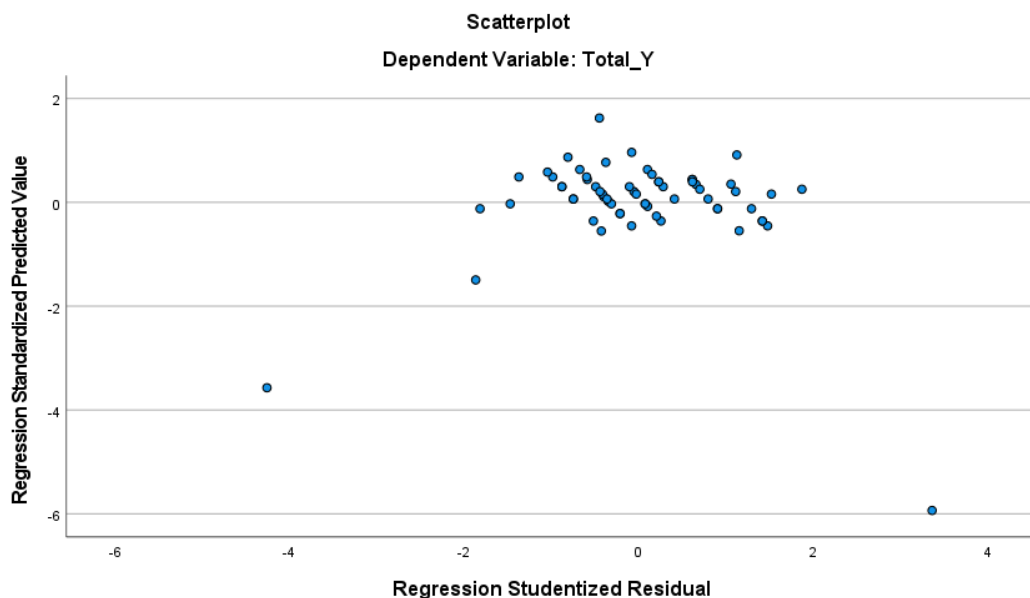
Model data yang baik adalah berdistribusi normal. Pada analisis grafik yaitu dapat dilihat dengan grafik Histogram. Apabila tampilan grafik histogram distribusi data membentuk lonceng (bell shaped), tidak condong ke kiri atau condong ke kanan sehingga data dengan pola seperti ini memiliki distribusi normal.

Dapat dilihat pada grafik di atas berbentuk lonceng dan tidak condong ke kiri atau condong ke kanan sehingga data dengan pola seperti di atas ini berdistribusi normal.

#### 4.1.6.2 Pengujian Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji model regresi memiliki ketidaksamaan varian dari satu residual pengamatan ke pengamatan lainnya. Salah satu cara untuk mendeteksi heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik scatter plot antara lain prediksi variabel terikat (ZPREID) dengan residualnya (SRELSIID), yaitu apabila scatterplot yang diamati memiliki pola tertentu maka terjadi adanya masalah heteroskedastisitas pada model regresi yang disusun. Sedangkan apabila scatterplot menyebar tanpa menciptakan pola tertentu atau secara acak maka tidak terjadi adanya masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

Uji heteroskedastisitas menghasilkan grafik pola penyamaran titik (scatterplot) seperti pada gambar 4.2 dibawah ini:



Sumber :  
Data diolah peneliti, 2025

Gambar 4. 3  
Hasil Pengujian Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar dapat dilihat bahwa titik-titik tersebar pada beberapa arah, naik diatas angka 0 maupun pada sumbu Y dan tidak membentuk pola apapun. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga layak digunakan untuk penelitian ini.

#### 4.1.6.3 Pengujian Multikolinearitas

Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dapat dilihat pada nilai tolerance dan VIF. Apabila nilai toleransi di atas 0,1 dan nilai VIF di bawah 10 maka tidak terjadi multikolinieritas(Ahmad Nor Soleh, Cicik Harini, 2018). Hasil uji multikolinieritas untuk model regresi pada penelitian ini disajikan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4. 8  
Hasil Pengujian Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Pengetahuan Nasabah	,933	1,072	Tidak Terjadi Multikolinieritas
Kualitas Produk Pembiayaan	,933	1,072	Tidak Terjadi Multikolinieritas

Sumber : Data diolah peneliti, 2025

Dari tabel diatas dapat kita lihat bahwa tolerance untuk total X1 dan X2 memiliki nilai lebih dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antara variabel independen.

#### 4.1.7 Hasil Pengujian Hipotesis

##### 4.1.7.1 Hasil Pengujian Hipotesis Secara Parsial ( t )

Tabel 4. 9  
Hasil Pengujian Hipotesis T

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,629	7,738		,598	,552
	Total X1	,346	,104	,368	3,310	,002
	Total X2	,522	,171	,340	3,053	,003

a. Dependent Variable: Total Y

Sumber : Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa Hasil Uji t (parsial) menunjukkan bahwa nilai signifikan Pengetahuan Nasabah (X1), Kualitas Produk Pembiayaan ( X2 ) Keputusan Nasabah ( Y ) adalah 0,005 dan nilai t hitung 0,598 > nilai t table 0.275 untuk mengetahui tingkat signifikan secara parsial pada Keputusan Nasabah 90% pengujian hipotesis dengan Uji t dilakukan dengan membandingkan antara t hitung dengan t tabel. Sebagai berikut:

##### 1. Pembuktian pengujian Hipotesis Variabel Pengetahuan Nasabah ( X1 )

Secara parsial (Uji t) yang di peroleh dari nilai t hitung pada persamaan regresi linear berganda menyatakan bahwa Pengetahuan Nasabah (X1) berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah dikarenakan t hitung sebesar 3,310 dan t tabel 0,275.

##### 2. Pembuktian Pengujian Hipotesis Variabel Kualitas Produk Pembiayaan (X2)

Secara persial (Uji t) yang di peroleh dari nilai t hitung pada persamaan regresi linear berganda menyatakan bahwa Kualitas Produk Pembiayaan (X2) berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah dikarenakan t hitung sebesar 3,053 dan t tabel 0,275.

#### 4.1.7.2 Hasil Pengujian Hipotesis Secara Simultan ( f )

Tabel 4. 10  
Hasil Pengujian Hipotesis F

ANOVAa

Model		Sum Squares	of df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	174,760	2	87,380	14,659	,000b
	Residual	357,653	60	5,961		
	Total	532,413	62			

a. Dependent Variable: Total\_Y

b. Predictors: (Constant), Total\_X2, Total\_X1

Sumber : Data diolah peneliti, 2025

1. Jika nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka hipotesis ditolak, artinya secara bersama-sama variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka hipotesis diterima, artinya secara bersama-sama variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Bedasarkan tabel 4.10 diatas, dapat diliat bahwa nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau 14,659 > 3.15 dan berpengaruh secara signifikan dapat diliat nilai signifikannya 0.000 dibawah 0.05. pengujian hipotesis dengan uji F dilakukan dengan membandingkan antara  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$ . Dengan demikian berarti secara simultan variable Pengetahuan Nasabah (X1) Kualitas Produk Pembiayaan (X2) Keputusan Nasabah (Y) sehingga hasil penelitian menerima  $H_a$  dan menolak  $H_o$  artinya Pengetahuan

Nasabah dan Kualitas Produk Pembiayaan berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah.

#### 4.1.7.3 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi R<sup>2</sup>

Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Oleh sebab itu digunakan analisis regresi linear berganda untuk menganalisis pengaruhnya. Hasil analisis linear berganda dengan program SPSS versi 27.0 didapatkan antara lain:

Tabel 4. 11  
Hasil Pengujian Koefisien Determinasi R<sup>2</sup>

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	4,629			,598	,552
	Total X1	,346	,104	,368	3,310	,002
	Total X2	,522	,171	,340	3,053	,003

a. Dependent Variable: Total\_Y

Sumber : Data diolah peneliti, 2025

Bedasarkan tabel diatas dapat dilihat koefisien dari masing-masing variabel dan konstanta yang menjadi observasi dalam penelitian ini adalah koefisien (X1) 0,346 (X2) 0,522 konstanta 4,629. Hal ini berarti variabel independen berpengaruh positif terhadap Keputusan nasabah, secara persamaan dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y=4,629+0,346 X_1 + 0,522 X_2 + e$$

Dari persamaan tersebut dapat dinyatakan bahwa Pengetahuan Nasabah dan Kualitas Produk Pembiayaan berpengaruh terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui ada tidaknya hubungan kuat maupun lemahnya hubungan antara

variabel Pengetahuan Nasabah (X1), Kualitas Produk Pembiayaan (X2), Keputusan Nasabah (Y) dapat dilihat dari koefisien korelasi (R). Dari pengolahan data r hasil sebesar 0.573, hal ini berarti bahwa hubungan antara variabel Pengetahuan Nasabah (X1), Kualitas Produk Pembiayaan (X2), Keputusan Nasabah (Y) memiliki kekuatan hubungan sebesar 57%.

#### 4.1.7.4 Uji Determinasi R<sup>2</sup>

Tabel 4. 12  
Hasil Pengujian Determinasi R<sup>2</sup>

##### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,573a	,328	,306	2,44149

a. Predictors: (Constant), Total\_X2, Total\_X1

Sumber : Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan Tabel 4.16 dapat diketahuil bahwa nilai koefesien korelasi R sebesar 0,328 menunjukkan ada hubungan yang kuat didalam Pengetahuan Nasabah (X1), Kualitas Produk Pembiayaan (X2), dan Keputusan nasabah (Y) sebesar 32%. nillail *Adjusted* R<sup>2</sup> adalah 0.306 hal ini menunjukkan bahwa Pengetahuan Nasabah (X1), Kualitas Produk Pembiayaan (X2), dan Keputusan Nasabah (Y) sebesar 30,6%, sedangkan sisanya sebesar 69,4% dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel ilndependen.

## 4.2 Pembahasan Hasil Penelitian

### 4.2.1 Pengaruh Pengetahuan Terhadap Keputusan Nasabah Bank Syariah

#### Indonesia Di Pangakalan Brandan

Pengetahuan nasabah sebagai variabel pertama dalam penelitian ini menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah. Berdasarkan

hasil uji validitas, seluruh indikator yang mewakili variabel ini dinyatakan valid karena nilai  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel. Uji reliabilitas juga menunjukkan bahwa pengetahuan nasabah memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,696, yang berarti memenuhi kriteria reliabilitas dan dapat dipercaya untuk mengukur persepsi responden terhadap pengetahuan mereka tentang produk dan layanan bank syariah. Secara parsial, pengetahuan nasabah memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah dengan nilai  $t$  hitung sebesar 3,310 dan signifikansi 0,000. Ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pengetahuan yang dimiliki nasabah, maka semakin besar kecenderungan mereka dalam mengambil keputusan yang berkaitan dengan penggunaan produk pembiayaan di Bank Syariah Indonesia. Sejalan dengan penelitian Muhammad Arif Firmansyah Syarifuddin (2020) yang menemukan bahwa pengetahuan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar. Dan juga Mendukung penelitian Fajar Rezky Maulana (2020) yang menyimpulkan pengetahuan produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah

#### 4.2.2 Pengaruh Kualitas Produk Pembiayaan Terhadap Keputusan Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Pangkalan Brandan

Kualitas produk pembiayaan sebagai variabel kedua dalam penelitian ini juga diuji dari sisi validitas dan reliabilitas. Seluruh indikator yang digunakan dinyatakan valid, dan nilai reliabilitasnya sebesar 0,650 menunjukkan bahwa instrumen tersebut cukup konsisten dalam mengukur persepsi responden terhadap kualitas produk pembiayaan. Meskipun demikian, hasil uji parsial menunjukkan bahwa variabel ini berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah secara



individu, dengan nilai  $t$  hitung sebesar 3,053 dan signifikansi 0,00. Hal ini mengindikasikan bahwa kualitas produk pembiayaan yang dirasakan oleh nasabah cukup kuat untuk mempengaruhi keputusan mereka secara langsung, atau mungkin ada faktor lain yang lebih dominan dalam menentukan keputusan nasabah. Sejalan dengan penelitian Muhammad Arif Firmansyah Syarifuddin (2020) yang menunjukkan kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menabung. Berbeda dengan penelitian Erdin Syamsudin (2020) yang menyatakan produk berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan nasabah. Perbedaan ini bisa terjadi karena karakteristik responden: nasabah umum lebih fokus pada pelayanan, sedangkan mahasiswa lebih memperhatikan kualitas produk digital dan kemudahan akses

#### 4.2.3 Pengaruh Pengetahuan Nasabah dan Kualitas Produk Pembiayaan Terhadap Keputusan Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Pangkalan Brandan.

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel  $X_1$ , yaitu Pengetahuan Nasabah, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel  $Y$ , yaitu Keputusan Nasabah. Berdasarkan uji parsial (uji  $t$ ), nilai  $t$  hitung untuk  $X_1$  sebesar 3,310 dengan signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa Pengetahuan Nasabah secara signifikan memengaruhi keputusan dalam menggunakan produk pembiayaan Bank Syariah Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pengetahuan yang dimiliki oleh nasabah mengenai produk dan layanan bank syariah, maka semakin besar pula kecenderungan mereka untuk mengambil keputusan dalam memilih produk pembiayaan syariah.

Sementara itu, variabel X2, yaitu Kualitas Produk Pembiayaan, menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Nasabah jika dilihat secara parsial. Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t hitung untuk X2 sebesar 3,053 dengan signifikansi 0,000, yang lebih kecil dari 0,05. Ini mengindikasikan bahwa kualitas produk pembiayaan yang ditawarkan cukup memengaruhi keputusan nasabah secara langsung, atau terdapat faktor lain yang lebih dominan dalam membentuk keputusan tersebut.

Hasil ini mendukung penelitian Erdin Syamsudin (2020) yang menemukan produk dan layanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Juga menguatkan temuan Arif dan Fajar bahwa kombinasi faktor internal (pengetahuan) dan faktor eksternal (produk/layanan) sama-sama memengaruhi keputusan nasabah.

Namun demikian, hasil uji simultan (uji F) menunjukkan bahwa secara bersama-sama Pengetahuan Nasabah dan Kualitas Produk Pembiayaan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah. Nilai F hitung sebesar 14,659 dengan signifikansi 0,000 menunjukkan bahwa model regresi yang dibentuk signifikan dan dapat menjelaskan variabel dependen. Artinya, Kualitas Produk Pembiayaan berpengaruh secara parsial, dalam kaitannya dengan Pengetahuan Nasabah, keduanya bersama-sama memiliki kontribusi terhadap terbentuknya keputusan nasabah.

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0.306 menunjukkan bahwa 30,6 persen variabel Keputusan Nasabah dapat dijelaskan oleh variabel Pengetahuan Nasabah

dan Kualitas Produk Pembiayaan, sedangkan sisanya sebesar 69,4 persen dijelaskan oleh faktor lain di luar penelitian ini. Temuan ini memperkuat kesimpulan bahwa pengetahuan menjadi faktor dominan yang mendorong pengambilan keputusan, sementara kualitas produk perlu penguatan lebih lanjut agar dapat berdampak secara langsung terhadap perilaku nasabah.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Hasil Penelitian**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh Pengetahuan Nasabah dan Kualitas Produk Pembiayaan terhadap Keputusan Nasabah Bank Syariah Indonesia di Pangkalan Berandan, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Pengetahuan nasabah (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah (Y). Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pemahaman nasabah terhadap produk dan layanan bank syariah, maka semakin tinggi pula kecenderungan mereka dalam mengambil keputusan untuk menggunakan produk pembiayaan syariah. Pengetahuan menjadi faktor dominan yang memengaruhi perilaku pengambilan keputusan.
2. Kualitas produk pembiayaan (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah (Y). Kualitas produk merupakan aspek penting dalam kepuasan pelanggan, dalam penelitian ini kualitas produk cukup kuat untuk memengaruhi keputusan nasabah secara langsung. Hal ini dapat disebabkan oleh persepsi nasabah yang sepenuhnya merasakan manfaat atau keunggulan dari produk pembiayaan yang ditawarkan.
3. Secara simultan, variabel pengetahuan nasabah dan kualitas produk pembiayaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung yang lebih besar dari F tabel dan tingkat signifikansi di bawah 0,05. Artinya, kombinasi

antara pengetahuan dan persepsi terhadap kualitas produk secara bersama-sama membentuk keputusan nasabah.

4. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,232 menunjukkan bahwa sebesar 23,2% variasi keputusan nasabah dapat dijelaskan oleh variabel pengetahuan nasabah dan kualitas produk pembiayaan, sementara sisanya sebesar 76,8% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disampaikan, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bank Syariah Indonesia diharapkan dapat meningkatkan program edukasi dan literasi keuangan syariah kepada nasabah, baik melalui media sosial, seminar, maupun layanan informasi langsung. Peningkatan pengetahuan nasabah akan membantu mereka dalam memahami manfaat serta mekanisme produk pembiayaan syariah secara menyeluruh.
2. Meskipun kualitas produk pembiayaan belum menunjukkan pengaruh signifikan secara parsial, pihak bank perlu tetap memperhatikan dan meningkatkan kualitas layanan dan fitur produk pembiayaan agar lebih kompetitif dan sesuai dengan kebutuhan nasabah. Hal ini dapat dilakukan dengan inovasi produk dan peningkatan pelayanan.
3. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain yang diduga dapat memengaruhi keputusan nasabah, seperti faktor kepercayaan, kepuasan, atau promosi, agar model penelitian menjadi lebih

komprehensif dan memberikan hasil yang lebih representatif terhadap perilaku konsumen bank syariah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Quranul Karim* (2029) diterbitkan di Surabaya oleh CV. Diponegoro.
- Arikunto Suharsini. (2016). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Departemen Agama RI, (2018). *Alquran dan terjemahannya*, Jakarta: Pustaka Assalam.
- Didik Harjadi dan Iqbal Arraniri, (2021), *Experiental Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*, Cirebon : Insania.
- Fernandes Yolanda Darma dan Doni Marlius. (2019). *Peranan Customer Service Dalam Meningkatkan Pelayanan Kepada Nasabah Pada PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Utama Padang*, Artikel Akademi Keuangan dan Perbankan Padang.
- Firmansyah Arief Firidy, (2019). *Pengaruh pengetahuan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah perbankan syariah*, (Jurnal: Ekonomi Islam UIN Surabaya).
- Firmansyah M. Anang. (2018). *Perilaku Konsumen: Sikap dan Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Jefri Putri Nugraha, (2021), *Teori Prilaku Konsumen*, Pekalongan: Nasya Expanding management.
- Kasmir. (2019). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Kotler Philip dan Kevin Lane Keller, (2019). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*, terj. Bob Sabran, Jakarta: Erlangga.
- Kotler Philip and Gary Armstrong, (2019). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1.
- Maulana Fajar Rezky, (2020). *Pengaruh pengetahuan produk dan word of mount terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah*, Skripsi: Fakultas Ekonomi UIN Ar-Aniry Banda Aceh.
- Machmed Tun Ganyang, (2018), *Manajemen sumber daya manusia, konsep dan realita*, Bogor: In Media.
- Hartini, (2021), *Kinerja Karyawan, Konsep Penilaian Kinerja di Perusahaan*, Bandung: Bkati Persada.

- Muhamad Akmal dan Imas masriyah, (2024), *manajemen kinerja, teori dan praktik*, Purbalingga: Media Aksara
- Nurul Mufida Lubis dkk, (2024), *Manajemen Kinerja Dalam Meningkatkan Kualitas Kerja Pegawai*, Medan: Jurnal ilmiah multidisipliner.
- Taqdir dkk (2022), *Pembiayaaan Syariah, perspektif hukum Islam dan hukum positif*, (Riau: Perdana publishing.
- Sumarwan, (2022). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Syamsudin Erdin dkk, (2020). *Pengaruh produk dan layanan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa bank syariah Mandiri*, (Pamulang: Webiner fakultas akuntansi Universitas Pamulang.
- Undang-Undang Nomor. 21 tahun 2008 tentang *Perbankan Syariah*, Jakarta: Gramedia.
- Yuniarti Sri Vinna, (2015). *Perilaku Konsumen: Teori dan Praktik*. Bandung: Pustaka Setia.



## LAMPIRAN

### Lampiran 1 Kuisisioner

Responden yang terhormat,

Saya **M. Rohid Khadafy** dari mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis program studi Ekonomi Syariah Universitas Malikussaleh, memohon kesediaan bapak/ibu untuk mengisi angket kuesioner yang nantinya berguna untuk membantu proses pengumpulan dan pengolahan data skripsi saya, angket kuesioner dibawah ini mengenai “*Pengaruh Pengetahuan dan Kualitas Produk Pembiayaan Syariah Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan Bank Syariah di Pangkalan Brandan*”, angket kuesioner ini semata-mata hanya kuesioner untuk akademik, dimohon kejujuran dan keterbukaan dari bapak/ibu. Atas waktu, kesedian dan kerjasamanya dalam mengisi angket kuesioner, saya ucapkan terimakasih.

### BAB VI Identitas Responden:

Nama :  
 Alamat :  
 Telp :  
 Umur :  
 Jenis kelamin :  
 Pendidikan :

#### Petunjuk Pengisian:

1. Berilah tanda (√) pada salah satu jawaban disamping pertanyaan yang anda anggap paling tepat.
2. Pilih Jawaban :  
           SS : Sangat Setuju (4)  
           S : Setuju (3)

### Pengetahuan Nasabah

No	Pernyataan	Nilai				
		SS	S	TS	STS	Ket
1	Bank syariah Indonesia merupakan bank yang menerapkan sistem syariah Islam					
2.	Tidak ada bunga yang diambil atau diberikan pada produk pembiayaan atau tabungan					
3.	Ketentuan produk dan layanan yang Islami.					
4.	Ketentuan produk-produk investasi bagi hasil.					
5.	Pegawai Bank Syariah bersikap sopan kepada nasabah.					

6.	Pegawai Bank Syariah memiliki pengetahuan dan pengalaman yang baik					
7.	Bank Syariah memberi perhatian individual kepada nasabah					
8.	Bank Syariah memberikan pelayanan tepat waktu sesuai dengan yang dijanjikan					
9.	Bank syariah memiliki berbagai produk yang sangat membantu nasabah dan sesuai syariah Islam					
10.	Bank Syariah memiliki peralatan dan sistem perbankan yang modern					

### Kualitas Produk

No	Pernyataan	Nilai				
		SS	S	TS	STS	Ket
1	Saya puas dengan keputusan saya untuk menggunakan produk dan Layanan dari Bank Syariah					
2.	Saya telah melakukan hal yang benar dengan menggunakan produk dan Layanan dari Bank Syariah					
3.	Pilihan saya untuk menggunakan produk dan Layanan dari Bank Syariah merupakan keinginan saya					
4.	Saya sadar keputusan saya untuk menggunakan produk dan Layanan dari Bank Syariah					
5.	Bank syariah memberikan bagi hasil yang sesuai dengan ketentuan Islam					
6.	Saya mendapatkan kepuasan dengan menjadi nasabah pada bank syariah Indonesia					
7.	Bank syariah memiliki e-service yang dapat memudahkan nasabah melakukan transaksi dimanapun sedang berada					
8.	Saya memahami tentang pengetahuan keuangan syariah dan produk-produk bank syariah					
9.	Saya mengetahui bahwa produk pasar modal yang ada di bank syariah tidak beresiko tinggi					
10.	Produk –produk yang ada pada bank syariah sangat direkomendasikan bagi umat Islam					

### Keputusan Nasabah

No	Pernyataan	Nilai				
		SS	S	TS	STS	Ket
1	Saya menggunakan produk Bank Syariah karena sesuai dengan kebutuhan saya					

2	Saya menggunakan produk Perbankan Syariah karena sesuai dengan prinsip hidup saya					
3.	Saya menggunakan produk perbankan syariah karena rekomendasi dari orang tua/saudara/teman					
4.	Saya menggunakan produk perbankan syariah karena melihat iklan atau informasi nasabah lain					
5.	Bank Syariah memberikan solusi atas kebutuhan saya					
6.	Produk bank syariah mampu memenuhi kebutuhan saya terkait pengelolaan dana					
7.	Bank Syariah mampu memberikan pilihan produk yang sesuai dengan keadaan keuangan saya					
8.	Saya menggunakan produk bank syariah karena memiliki kemudahan metode pembayaran					
9.	Saya merasa puas menggunakan produk produk yang ada pada bank syariah					
10.	Saya akan terus menggunakan produk bank syariah karena sesuai dengan syariah dan prinsip hidup saya					

## Lampiran 2 Tabulasi Data

Pengetahuan Nasabah X1										
P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	Total
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	45
5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	45
5	4	5	4	3	4	4	5	4	4	42
5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	46
4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	44
4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	48
5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	45
5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	46
5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	46
5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	47
5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	47
5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	45
4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	44
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	48
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	45
5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	44
4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	46
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	46
4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	44
4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	45
4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	46
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	45
5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	44
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	45
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	45
5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	46
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	45
5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	46
5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	45
5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	46
4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	45
5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	46
5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	46

4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	46
4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	46
4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	46
5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	47
5	2	3	2	3	5	4	2	3	5	34
5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	47
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	45
4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	44
5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	44
5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	47
4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	44
5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	46
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	45
5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44
5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	45
5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44
5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	46
5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	45
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	45
4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	46
5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	45
4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	45
3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	26
3	3	5	4	5	3	2	5	5	5	40

Kualitas Produk X2										
P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	Total
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	44
4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	43
4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	46
5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	44
5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	42
4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	45
5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	44
4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	43

5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	44
5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	45
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	46
4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	44
5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	46
5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	47
5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	45
4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	45
4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	44
5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	47
4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	47
5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	44
5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	44
5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	46
5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	48
3	4	5	4	5	4	5	5	5	5	45
5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	47
5	4	5	3	5	4	5	4	5	4	44
5	4	4	5	5	4	4	3	5	4	43
5	3	5	4	5	4	5	4	5	5	45
5	5	5	3	5	4	5	4	5	5	46
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	46
4	5	4	4	5	5	3	4	4	4	42
5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	47
5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	45
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	46
5	5	3	3	5	4	5	5	4	5	44
4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	45
5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	48
4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	46
5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	48
5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	45
5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44
4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	45
4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	48
5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	45
5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	45
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	45
5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	47

4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	45
5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	45
5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	48
5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	46
5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	46
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	47

Keputusan Nasabah Y										Total
P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	4	P10	
5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	46
5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	46
4	5	4	5	4	4	5	4	3	5	43
4	4	4	5	4	5	4	5	4	3	42
5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	44
4	5	4	5	4	5	4	5	4	3	43
4	5	4	5	4	5	4	5	4	3	43
5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	43
4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	45
4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	44
5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	47
5	5	5	4	5	4	5	3	3	4	43
5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	46
4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	46
5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	47
4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	45
5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	46
5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	46
4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	47
5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	46
4	5	4	5	4	5	4	5	4	3	43
4	4	4	4	5	5	5	5	3	3	42
5	4	5	4	5	4	5	5	3	4	44
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	42
4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	44
4	4	5	4	5	4	5	5	4	3	43
5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	46
5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	45
5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	46
4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	42
5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	48

4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	47
5	4	5	4	5	4	5	3	5	3	43
4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	45
4	5	5	4	4	4	5	4	4	3	42
5	4	5	5	4	5	4	5	4	3	44
5	5	5	4	3	5	5	5	4	4	45
5	5	5	4	5	4	3	5	3	4	43
4	5	5	5	4	5	4	4	3	4	43
4	5	5	4	5	4	5	4	3	4	43
4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	45
2	3	2	3	2	3	2	3	5	4	29
4	5	5	5	5	4	4	3	5	5	45
4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	44
4	4	4	4	5	5	5	3	5	5	44
5	5	5	4	4	4	4	3	5	5	44
5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	48
5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	47
4	4	4	4	5	5	5	3	5	4	43
5	5	5	5	4	4	4	5	5	3	45
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
4	4	4	4	4	5	5	5	4	3	42
5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	44
5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	47
4	4	4	4	4	5	5	3	4	4	41
4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	40
4	4	4	4	5	5	5	3	4	5	43
4	4	4	4	5	5	5	3	3	5	42
4	4	4	4	5	5	5	3	3	5	42
5	5	5	5	4	4	4	3	3	5	43
5	5	5	5	4	4	4	3	3	3	41
5	5	3	3	3	4	5	3	3	3	37



## Lampiran 3 Output SPSS

Sumber Data	Jumlah Kuesioner Umum	Persentasi %
Jumlah kuesioner yang di sebar	63	100%
Jumlah kuesioner yang kembali	63	100%
Jumlah kuesioner yang dapat di olah	63	100%

Usia					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18 Tahun	1	1,6	1,6	1,6
	20 Tahun	2	3,2	3,2	4,8
	21 Tahun	1	1,6	1,6	6,3
	22 Tahun	1	1,6	1,6	7,9
	23 Tahun	1	1,6	1,6	9,5
	24 Tahun	2	3,2	3,2	12,7
	25 Tahun	4	6,3	6,3	19,0
	26 Tahun	10	15,9	15,9	34,9
	27 Tahun	5	7,9	7,9	42,9
	28 Tahun	9	14,3	14,3	57,1
	29 Tahun	4	6,3	6,3	63,5
	30 Tahun	2	3,2	3,2	66,7
	31 Tahun	1	1,6	1,6	68,3
	32 Tahun	4	6,3	6,3	74,6
	33 Tahun	1	1,6	1,6	76,2
	35 Tahun	2	3,2	3,2	79,4
	36 Tahun	2	3,2	3,2	82,5
	37 Tahun	1	1,6	1,6	84,1
	38 Tahun	1	1,6	1,6	85,7
	39 Tahun	2	3,2	3,2	88,9
	40 Tahun	1	1,6	1,6	90,5
	41 Tahun	2	3,2	3,2	93,7
	42 Tahun	2	3,2	3,2	96,8
	45 Tahun	1	1,6	1,6	98,4
	47 Tahun	1	1,6	1,6	100,0
	Total	63	100,0	100,0	

## Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	24	38,1	38,1	38,1
	Perempuan	39	61,9	61,9	100,0
	Total	63	100,0	100,0	

## Tingkat Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S1	34	54,0	54,0	54,0
	SMA	29	46,0	46,0	100,0
	Total	63	100,0	100,0	

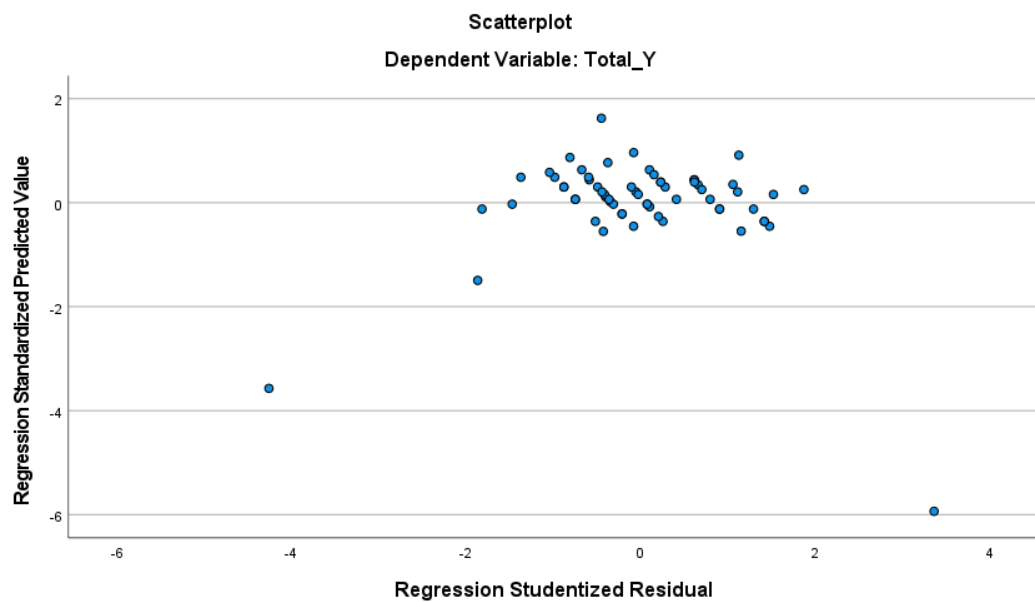
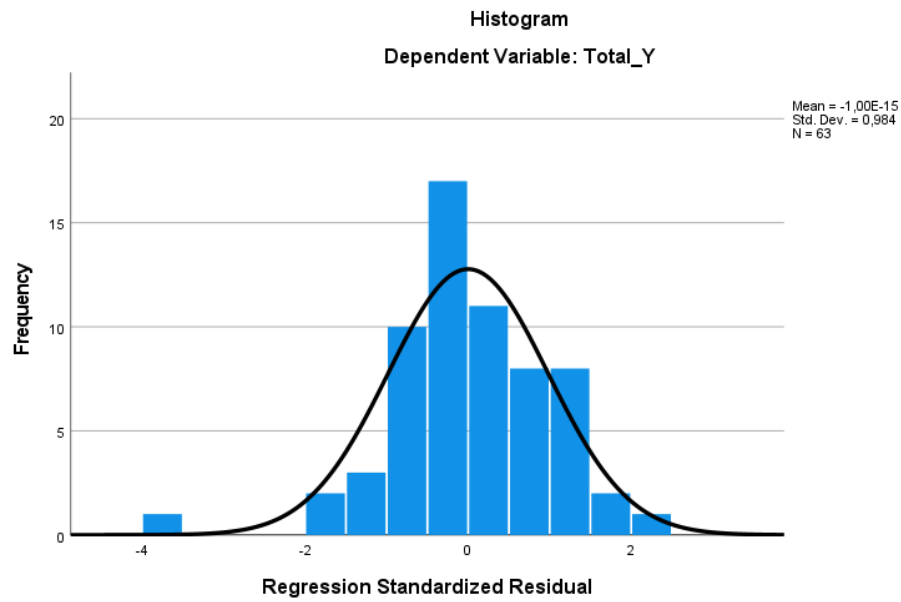
## Tingkat Pendapatan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.000.000 Rp	11	17,5	17,5	17,5
	1.300.000 Rp	1	1,6	1,6	19,0
	1.400.000 Rp	1	1,6	1,6	20,6
	1.500.000 Rp	10	15,9	15,9	36,5
	1.700.000 RP	1	1,6	1,6	38,1
	1.800.000 Rp	1	1,6	1,6	39,7
	2.000.000 Rp	9	14,3	14,3	54,0
	2.300.000 Rp	1	1,6	1,6	55,6
	2.500.000 Rp	4	6,3	6,3	61,9
	3.000.000 Rp	5	7,9	7,9	69,8
	3.500.000 Rp	2	3,2	3,2	73,0
	4.000.000 Rp	2	3,2	3,2	76,2
	5.000.000 Rp	4	6,3	6,3	82,5
	500.000 Rp	4	6,3	6,3	88,9
	7.000.000 Rp	1	1,6	1,6	90,5
	8.000.000 Rp	2	3,2	3,2	93,7
	800.000 Rp	4	6,3	6,3	100,0
	Total	63	100,0	100,0	

Variabel	Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
Pengetahuan Nasabah (X1)	X1.1	0.339	0.275	Valid
	X1.2	0.596	0.275	Valid
	X1.3	0.554	0.275	Valid
	X1.4	0.573	0.275	Valid
	X1.5	0.627	0.275	Valid
	X1.6	0.385	0.275	Valid
	X1.7	0.553	0.275	Valid

	X1.8	0,547	0.275	Valid
	X1.9	0,574	0.275	Valid
	X1.10	0.338	0.275	Valid
	X2.1	0.316	0.275	Valid
	X2.2	0.314	0.275	Valid
	X2.3	0.432	0.275	Valid
	X2.4	0.349	0.275	Valid
Kualitas	X2.5	0.408	0.275	Valid
Produk	X2.6	0.406	0.275	Valid
Pembiayaan	X2.7	0.363	0.275	Valid
(X2)	X2.8	0.509	0.275	Valid
	X2.9	0.506	0.275	Valid
	X2.10	0.389	0.275	Valid
	Y1.1	0.592	0.275	Valid
	Y1.2	0.402	0.275	Valid
	Y1.3	0.648	0.275	Valid
	Y1.4	0.603	0.275	Valid
Keputusan	Y1.5	0.561	0.275	Valid
Nasabah (Y)	Y1.6	0.443	0.275	Valid
	Y1.7	0.434	0.275	Valid
	Y1.8	0.317	0.275	Valid
	Y1.9	0.315	0.275	Valid
	Y1.10	0.333	0.275	Valid

Variabel		Nilai Cronbach's Alpha	Keterangan
Pengetahuan Nasabah (X1)		0,696	
Kualitas Produk Pembiayaan (X2)		0,650	
Keputusan Nasabah (Y)		0,688	



Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Pengetahuan Nasabah	,933	1,072	Tidak Terjadi Multikolinieritas
Kualitas Produk Pembiayaan	,933	1,072	Tidak Terjadi Multikolinieritas

Coefficientsa					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	4,629	7,738		,598
	Total X1	,346	,104	,368	,002
	Total X2	,522	,171	,340	,003

a. Dependent Variable: Total\_Y

#### ANOVAa

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	174,760	2	87,380	14,659	,000b
	Residual	357,653	60	5,961		
	Total	532,413	62			

a. Dependent Variable: Total\_Y

b. Predictors: (Constant), Total\_X2, Total\_X1

#### Coefficientsa

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,629	7,738		,598	,552
	Total X1	,346	,104	,368	3,310	,002
	Total X2	,522	,171	,340	3,053	,003

a. Dependent Variable: Total\_Y

#### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,573a	,328	,306	2,44149

a. Predictors: (Constant), Total\_X2, Total\_X1

#### Lampiran 4 Dokumentasi





## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A .DATA PRIBADI

Nama : M.Rohid Khadafy  
 Nim : 210440136  
 Tempat/Tanggal Lahir : Pkl Brandan Jln Babalan 19 oktober 2003  
 Agama : Islam  
 Pekerjaan : Mahasiswa  
 Alamat : Jalan Babalan  
 Email : Rohid.210440136@mhs.unimal.ac.id  
 Nomor Handphone : 0895-6010-78115  
 Nama Orang Tua  
 Ayah : Feriyal Ilham  
 Ibu : Mismah Hrp  
 Pekerjaan OrangTua  
 Ayah : Wiraswasta  
 Ibu : Ibu Rumah Tangga  
 Alamat OrangTua : Jln Babalan Pkl Brandan

### RIWAYAT PENDIDIKAN

SD/MI : SD Negeri 050746 (2009-2015)  
 Smp : Smp Swasta Dharma Patra (2015-2018)  
 SMA/MA : Sma Swasta Dharma Patra (2018-2021)  
 S-1 : Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas  
 Ekonomi Dan Bisnis Universitas  
 Malikussaleh(2021-2025)

**Karya Tulis :**  
 berjudul “Pengaruh Pengetahuan Dan Kualitas  
 Produk Pembiayaan Terhadap Keputusan  
 Nasabah Memilih Pembiayaan Bank Syariah Di  
 Pangkalan Brandan ”.