

**PENGARUH PENGETAHUAN PEDAGANG ATAS BAGI
HASIL DAN PRODUK BANK SYARIAH TERHADAP MINAT
MENJADI NASABAH DI BANK SYARIAH**

(Studi pada Pedagang Pasar Dolopo Kec. Dolopo Kab. Madiun)

SKRIPSI



Oleh:

Adila Kurnia Yahya

NIM 402180109

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO

2022

ABSTRAK

Yahya, Adila Kurnia. Pengaruh Pengetahuan Pedagang Tentang Bagi Hasil dan Produk Bank Syariah Terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah. *Skripsi*. 2022. Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Ponorogo (IAIN) Ponorogo, Pembimbing: Ruliq Suryaningsih, M. Pd.

Kata Kunci : Pengetahuan, Bagi Hasil, Produk Bank, Minat Menjadi Nasabah

Minat adalah suatu rasa suka dan ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh. Pada dasarnya adalah penerimaan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu. Dalam proses minat menjadi nasabah dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya pengetahuan. Pengetahuan merupakan sekumpulan informasi yang dimiliki oleh seseorang. Pengetahuan pedagang akan sistem bagi hasil pada bank syariah dan produk yang ada di bank syariah seharusnya bisa menjadi sesuatu yang bisa menumbuhkan minat pedagang untuk menjadi nasabah di bank syariah, karena jelas di bank syariah sistem bagi hasil dan produk bank selalu berlandaskan syariat islam yang dibenarkan oleh agama.

Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan pedagang mengenai bagi hasil dan produk bank syariah terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survei yaitu penelitian yang menggambarkan atau menguraikan suatu keadaan se jelas mungkin dengan cara menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data dengan metode *simple random sampling* dan metode analisis regresi linier berganda dan regresi linier sederhana. Adapun populasi dalam penelitian ini sebanyak 1.027 pedagang yang ada di Pasar Dolopo yang beralamatkan di Jl. Raya Ponorogo-Madiun, Kec. Dolopo, Kab. Madiun.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Pengetahuan pedagang atas bagi hasil berpengaruh secara signifikan terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah yang dibuktikan dengan nilai t_{hitung} 2,153 lebih besar dari t_{tabel} 1,662. (2) Pengetahuan pedagang atas produk bank berpengaruh secara signifikan terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah yang dibuktikan dengan nilai t_{hitung} 2,260 lebih besar dari t_{tabel} 1,662. (3) Pengetahuan pedagang atas bagi hasil dan produk bank berpengaruh secara signifikan terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah dibuktikan dengan nilai F_{hitung} sebesar 14,558 lebih besar dari F_{tabel} 3,100.

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

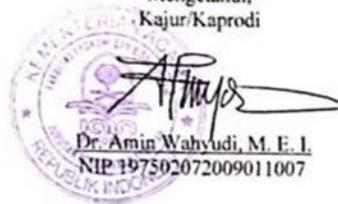
Skripsi atas nama saudara:

Nama : Adila Kurnia Yahya
NIM : 402180109
Jurusan/Prodi : Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Pengetahuan Pedagang Atas Bagi Hasil dan Produk
Bank Syariah Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank
Syariah.

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji dalam ujian Munaqasah.

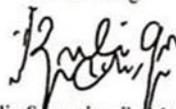
Ponorogo, 17 Oktober 2022

Mengetahui,
Kajur/Kaprodi



Dr. Amin Wahyudi, M. E. I.
NIP. 197502072009011007

Menyetujui,
Pembimbing



Ruliq Suryaningsih, M. Pd.
NIPN 2020068401



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
NASKAH SKRIPSI BERIKUT INI:

Judul : Pengaruh Pengetahuan Pedagang Atas Bagi Hasil dan Produk
 Bank Syariah Terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank
 Syariah
 Nama : Adila Kurnia Yahya
 NIM : 402180109
 Jurusan : Perbankan Syariah

Telah diujikan dalam sidang *Ujian Skripsi* oleh Dewan Penguji Fakultas
 Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu
 syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi Syariah.

DEWAN PENGUJI:

Ketua Sidang :
 Dr. H. Ely Masykuroh, M.SI.
 NIP. 197202111999032003.

Penguji I :
 Dr. Aji Damanuri, M.E.I.
 NIP. 197506022002121003.

Penguji II :
 Ruliq Suryaningsih, M. Pd.
 NIDN 2020068801

(

)
 (

)
 (

)

Ponorogo, 1 November 2022
 Mengesahkan,
 Dekan FEBI IAIN Ponorogo


Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M. Ag.
 NIP. 197207142000031005

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : ADILA KURNIA YAHYA

NIM : 402180109

Fakultas : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Program Studi : PERBANKAN SYARIAH

Judul Skripsi : PENGARUH PENGETAHUAN PEDAGANG ATAS BAGI HASIL DAN
PRODUK BANK SYARIAH TERHADAP MINAT MENJADI NASABAH
DI BANK SYARIAH

Menyatakan bahwa naskah skripsi telah diperiksa dan disahkan oleh dosen perpustakaan
IAIN Ponorogo yang dapat diakses di etheses.iainponorogo.ac.id.

Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari
penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 14 November 2022

Penulis



ADILA KURNIA YAHYA

NIM. 402180109

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Adila Kurnia Yahya

NIM : 402180109

Jurusan : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul: Pengaruh Pengetahuan Pedagang Tentang Bagi Hasil dan Produk Bank Syariah Terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah (Studi Kasus Pedagang Pasar Dolopo Kec. Dolopo Kab. Madiun).

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Ponorogo, 7 Oktober 2022

Pembuat Pernyataan



Adila Kurnia Yahya

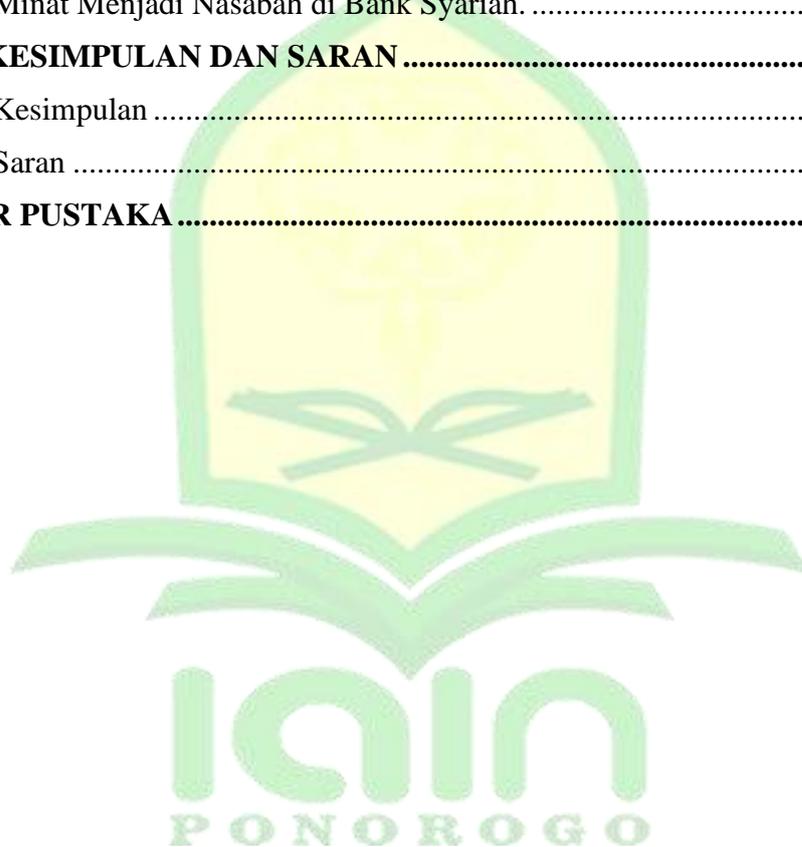
NIM 402180109

DAFTAR ISI

COVER	
ABSTRAK	i
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	v
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10
E. Sistematika Penulisan	11
BAB II PENGETAHUAN BAGI HASIL DAN PRODUK BANK SYARIAH TERHADAP MINAT MENJADI NASABAH	12
A. Landasan Teori.....	12
1. Minat.....	12
a. Pengertian Minat.....	12
b. Indikator Minat.....	13
c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat	14
2. Pengetahuan	15
a. Definisi Pengetahuan	15
b. Cara Memperoleh Pengetahuan.....	16
c. Tingkatan Pengetahuan	18
3. Bank Syariah	20
a. Definisi Bank Syariah.....	20

b.	Tujuan dan fungsi Bank syariah.....	21
c.	Sistem Bagi Hasil	23
d.	Indikator Pengetahuan Bagi Hasil	25
e.	Produk Bank.....	26
f.	Indikator Pengetahuan Produk Bank	36
B.	Kajian Pustaka.....	37
C.	Kerangka Pemikiran	47
D.	Hipotesis	49
BAB III	METODE PENELITIAN	53
A.	Rancangan Penelitian.....	53
B.	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	53
C.	Lokasi dan Periode Penelitian.....	55
D.	Populasi dan Sampel	55
E.	Jenis dan Sumber Data.....	57
F.	Metode Pengumpulan Data.....	57
G.	Instrumen Penelitian	58
H.	Teknik Pengolahan dan Analisis Data	59
BAB IV	DATA DAN ANALISA	74
A.	Gambaran Umum Obyek Penelitian	74
1.	Profil Pasar Dolopo Madiun	74
2.	Visi dan Misi Pasar Dolopo Madiun	75
3.	Struktur Organisasi Pengelola Pasar Dolopo Madiun	76
4.	Data Fisik Pasar Dolopo Madiun	77
B.	Analisis Validitas dan Reliabilitas	78
1.	Uji Validitas	79
2.	Uji Reliabilitas.....	80
C.	Hasil Analisis Deskriptif.....	80
1.	Deskripsi Responden	80
2.	Deskripsi Data Variabel	83
D.	Analisis Data	91
1.	Hasil Uji Asumsi Klasik	91
2.	Uji Analisis Regresi Sederhana	95

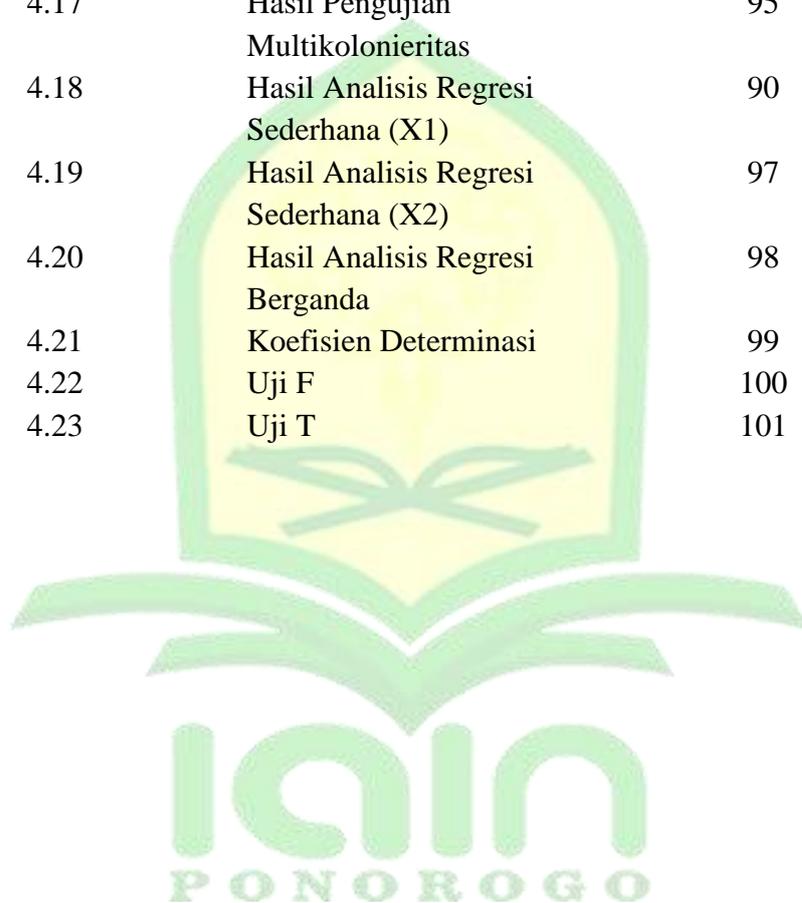
3. Uji Analisis Regresi Berganda.....	96
4. Koefisien Determinasi.....	98
5. Hasil Uji Hipotesis.....	99
E. Pembahasan Hasil Penelitian	101
1. Pengaruh Pengetahuan Atas Bagi Hasil Terhadap Minat Menjadi Nasabah.....	101
2. Pengaruh Pengetahuan Atas Produk Bank Terhadap Minat Menjadi Nasabah.....	103
3. Pengaruh Pengetahuan Atas Bagi Hasil dan Produk Bank Terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah.	104
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	106
A. Kesimpulan	106
B. Saran	106
DAFTAR PUSTAKA	109



DAFTAR TABEL

Lampiran	Judul	Halaman
2.1	Kajian Pustaka	38
3.1	Definisi Operasional Variabel	55
3.2	Tingkat Korfisien Korelasi	71
4.1	Data Fisik Pasar Dolopo	78
4.2	Jenis Dagangan	79
4.3	Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian	80
4.4	Hasil Pengujisn Relisbilits Instrumen	81
4.5	Identitas Pedagang Berdasarkan Jenis Kelamin	82
4.6	Identitas Pedagang Berdasarkan Umur	82
4.7	Identitas Pedagang Berdasarkan Pendidikan Terakhir	83
4.8	Sebaran Frekuensi Variabel Minat	86
4.9	Identifikasi Kecenderungan Variabel Minat	87
4.10	Sebaran Frekuensi Variabel Pengetahuan Bagi Hasil	88
4.11	Identifikasi Kecenderungan Variabel Pengetahuan Bagi Hasil	89
4.12	Sebaran Frekuensi Variabel Pengetahuan Produk Bank Syariah	90

4.13	Identifikasi Kecenderungan Variabel Pengetahuan Produk Bank Syariah	91
4.14	Hasil Uji Normalitas	92
4.15	HASil Pengujian Heterokedastisitas	93
4.16	Hasil Pengujian Autokorelasi	94
4.17	Hasil Pengujian Multikolonieritas	95
4.18	Hasil Analisis Regresi Sederhana (X1)	90
4.19	Hasil Analisis Regresi Sederhana (X2)	97
4.20	Hasil Analisis Regresi Berganda	98
4.21	Koefisien Determinasi	99
4.22	Uji F	100
4.23	Uji T	101



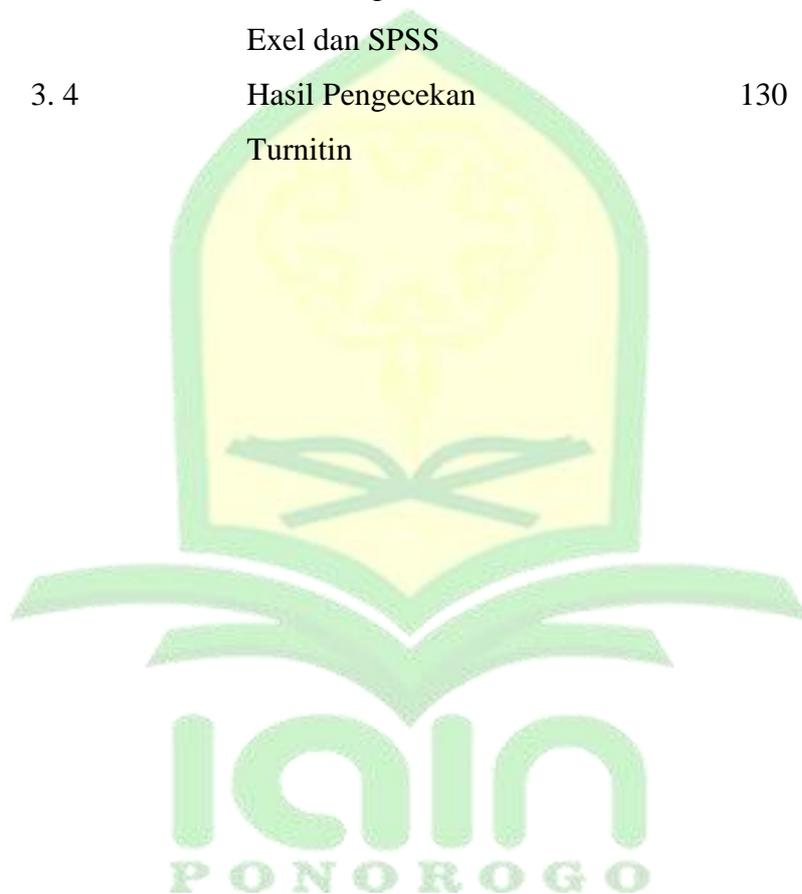
DAFTAR GAMBAR

Lampiran	Judul	Halaman
2.1	Kerangka Pemikiran	49
4.1	Struktur Organisasi Pasar Dolopo	77



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
3.1	Dokumentasi Pengisian Kuesioner Terhadap Responden	113
3.2	Kuesioner Penelitian	115
3.3	Hasil Pengolahan Ms. Exel dan SPSS	118
3.4	Hasil Pengecekan Turnitin	130



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah. Prinsip syariah adalah prinsip hukum Islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa di bidang syariah. Dalam praktiknya perbankan syariah merupakan lembaga keuangan yang memiliki tiga fungsi yaitu menerima simpanan uang, meminjamkan uang dengan cara pembiayaan dan memberikan jasa pelayanan lainnya.¹

Industri perbankan syariah di Indonesia mengalami pertumbuhan yang bervariasi sesuai dengan pertumbuhan ekonomi nasional. Pengembangan industri perbankan syariah di Indonesia di landasi oleh Undang-Undang (UU) yang dikeluarkan oleh pemerintah, maupun kebijakan-kebijakan yang dikeluarkan oleh otoritas perbankan. Salah satu UU yang melandasi awal perkembangan Perbankan Syariah adalah Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah yang terbit tanggal 16 Juli 2008. Dengan Undang-Undang tersebut, maka pengembangan industri perbankan syariah nasional memiliki landasan

¹ Adiwirman A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan Edisi Kelima* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), 18.

hukum yang cukup kuat, sehingga mendorong pertumbuhan industri ini lebih cepat.

Percepatan pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia, sampai saat ini terus di dorong oleh otoritas perbankan, yaitu Otoritas Jasa Keuangan menuju industri perbankan syariah yang sehat, berkelanjutan, dan berkontribusi positif dalam mendukung pembangunan ekonomi yang berkualitas.² Pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia yang pesat menjadikan bank syariah sebagai salah satu solusi dalam membantu pertumbuhan dan perkembangan perekonomian masyarakat yang disebabkan oleh salah satu keunggulannya yaitu terhindar dari bunga atau riba karena adanya konsep bagi hasil yang merupakan sistem dimana dilakukannya perjanjian atau ikatan bersama di dalam melakukan kegiatan usaha dengan pembagian hasil usaha harus ditentukan terlebih dahulu pada awal terjadinya kontrak (akad).

Bank syariah di Indonesia secara formal telah dimulai pada tahun 1992 dengan diberlakukannya UU No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan. Namun, pada UU tersebut belum memberlakukan landasan hukum yang cukup kuat terhadap pengembangan bank syariah karena masih belum secara tegas mencantumkan kata-kata “prinsip syariah” dalam kegiatan usahanya hanya menggunakan istilah bank bagi hasil.³ Pengertian bank bagi hasil yang dimaksudkan dalam UU tersebut belum sesuai dengan cakupan

² Hani Werdi Apriyanti, “Perkembangan Industri Perbankan Syariah Di Indonesia : Analisis Peluang Dan Tantangan,” Volume 8, Nomor 1, (2017-2018), 17.

³ Muh. Ghafur Wibowo, *Potret Perbankan Syariah Terkini : Kajian Kritis Perkembangan Perbankan Syariah Terkini* (Yogyakarta: Biruni Press, 2007), 2.

pengertian bank syariah yang relative lebih luas dari bank bagi hasil. Dengan tidak adanya pasal-pasal dalam UU tersebut yang mengatur bank syariah, maka hingga tahun 1998 belum terdapat ketentuan operasional yang secara khusus mengatur kegiatan usaha bank syariah.⁴

Adapun salah satu tujuan didirikannya bank syariah yaitu guna meningkatkan partisipasi masyarakat banyak terutama masyarakat islam dalam proses pembangunan melalui jalur ekonomi, karena pada saat itu masih banyak masyarakat yang enggan bergabung dengan bank, hal ini terjadi karena saat itu masih banyak orang islam yang mempunyai pandangan bahwa bunga bank itu sama dengan riba yang diharamkan oleh syariat islam serta banyak juga diantara masyarakat kecil yang belum mengenal dan terbiasa dengan sistem kerja di bank.⁵ Maka dengan adanya bank yang sesuai dengan syariat islam, masyarakat islam yang tadinya enggan berhubungan dengan bank diharapkan akan merasa terpanggil untuk memilih berhubungan dengan bank syariah. Tujuan lain didirikannya lembaga bank syariah ini guna berusaha membuktikan bahwa konsep perbankan menurut syariah islam dapat beroperasi, tumbuh dan berkembang melebihi bank-bank dengan sistem kerja lainnya.⁶

Faktor yang mempengaruhi minat menjadi nasabah di bank syariah adalah pengetahuan mengenai produk dan jasa bank syariah. Pengetahuan

⁴ Veithzal Rivai dan Arviyan Arifin, *Islamic Banking : Sbuah Teori, Konsep, Dan Aplikasi* (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), 107.

⁵ Rahmadi Usman, *Aspek Hukum Perbankan Syariah di Indonesia* (Jakarta: Sinar Grafika, 2014), 37.

⁶ Ibid.

adalah informasi yang diperoleh dari berbagai media masa seperti iklan, pada majalah, televisi, koran, radio, pamphlet, bahkan bisa juga melalui pengalaman seseorang. Pengetahuan merupakan pengalaman yang terekam dalam kesadaran seseorang. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia pengetahuan adalah segala sesuatu yang diketahui yang berkenaan dengan hal. Sedangkan, menurut Vinna Sri Yuniarti pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk, serta pengetahuan lainnya yang berkaitan dengan fungsinya sebagai konsumen.⁷

Pengetahuan merupakan segala sesuatu yang diketahui seseorang yang didapat dari segala hal. Menurut Bambang Prasetyo dalam bukunya yang berjudul *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*, menjelaskan bahwa sumber seseorang untuk memiliki pengetahuan dapat digolongkan menjadi dua, yaitu dengan cara *Eksperiental Reality* (ER) dan *Agreement Reality* (AR). *Eksperiental Reality* (ER) adalah pengetahuan yang didapat dengan cara mengalaminya sendiri, dengan pengalaman maka kita mengetahui akan kesepakatan antara diri kita pribadi dengan orang lain, bentuk *Agreement Reality* (AR) bermacam-macam, bisa di dapat dari informasi dari orang lain, tradisi, serta kebiasaan.⁸ Dalam marketing efektifitas sebuah iklan sering digunakan untuk menyampaikan informasi sebuah produk agar memberikan pemahaman pada konsumen tentang

⁷ Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik* (Bandung: Pustaka Setia, 2015), 130.

⁸ Bambang Prasetyo, *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi* (Jakarta: Rajawali Press, 2012), 4.

produk tersebut. Kurangnya pengetahuan tentang produk menjadi salah satu penyebab menurutnya minat masyarakat untuk menggunakan produk tersebut.⁹

Minat adalah suatu rasa suka dan ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh. Pada dasarnya adalah penerimaan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu.¹⁰ Minat diartikan sebagai keinginan untuk melakukan perilaku yang belum berupa perilakunya, tidak selalu statis, minat dapat berubah dengan berjalannya waktu.¹¹ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller mengatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat adalah pengetahuan, gaya hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, kepribadian dan konsep diri, dan promosi.¹²

Pasar Dolopo merupakan salah satu pasar yang terletak di jalan raya yang menghubungkan antara kabupaten Madiun dan Ponorogo. Menurut Bapak Supriyadi selaku kepala pengelola Pasar Dolopo, beliau mengatakan bahwa jumlah pedagang di Pasar Dolopo kurang lebih 1027 pedagang yang mayoritasnya beragama islam.¹³ Pedagang merupakan sasaran yang tepat bagi perbankan syariah untuk memperbesar pertumbuhan tabungan dan penanaman modal oleh para pedagang pasar. Melalui hasil wawancara yang peneliti lakukan, ditemukan beberapa pedagang yang kurang mengetahui

⁹ Kaerul Umam, *Manajemen Perbankan Syariah* (Bandung: Pustaka Setia, 2013), 219.

¹⁰ Slameto, *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya* (Jakarta: PT Rieneka Cipta, 1995), 180.

¹¹ Jogiyanto, *Sistem Informasi Keperilakuan* (Yogyakarta: C. V Andi Offset, 2007), 29.

¹² Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasara Jilid 1 edisi ke 13* (Jakarta: Erlangga, 2008), 172-175.

¹³ Supriyadi, *Wawancara*, 28 Januari 2022.

akan bagi hasil dan produk tabungan pada bank syariah akan tetapi berminat menjadi nasabah di bank syariah sebagaimana disampaikan oleh Ibu Martun seorang pedagang empon-empon (rempah-rempah) yang mengatakan bahwa beliau kurang mengetahui akan bagi hasil dan produk di bank syariah akan tetapi ibu Martun berminat untuk menjadi nasabah di bank syariah karena sebagian keluarganya adalah nasabah di bank syariah di daerah Dolopo.¹⁴

Begitu pula wawancara dengan ibu Ruminah seorang pedagang mncang (kebutuhan pokok) mengatakan bahwa beliau berminat menggunakan dan menjadi bank syariah sejak lama, akan tetapi beliau masih bingung dan belum mengetahui dengan prinsip bagi hasil dan produk yang ditawarkan oleh bank syariah sehingga sampai saat ini ibu Ruminah belum memakai dan menjadi nasabah di bank syariah.¹⁵

Dan sebaliknya ada beberapa pedagang yang mengetahui akan bagi hasil dan produk bank syariah akan tetapi minat untuk menjadi nasabah di bank syariah sangat rendah sebagaimana disampaikan oleh ibu Sulis seorang pedagang sayuran yang mengatakan bahwa bank syariah itu baik dan mengetahui akan prinsip-prinsip yang diharamkan karena produk yang ditawarkan memakai prinsip bagi hasil, akan tetapi ibu Sulis belum tertarik untuk menjadi nasabah di bank syariah karena beliau merupakan nasabah salah satu bank konvensional di daerah sekitar pasar Dolopo.¹⁶

¹⁴ Martun, *Wawancara*, 18 Agustus 2022.

¹⁵ Ruminah, *Wawancara*, 18 Agustus 2022.

¹⁶ Sulis, *Wawancara*, 18 Agustus 2022.

Kemudian dengan bapak Agus seorang penjual tempe mengatakan bahwa beliau tahu akan bagi hasil dan produk di bank syariah akan tetapi beliau kurang berminat menjadi nasabah di bank syariah karena beliau beranggapan lebih suka menabung di bank konvensional daripada di bank syariah.¹⁷

Hasil dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mhd. Rizki Nasution yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan Tentang Riba dan Produk Perbankan Syariah Terhadap Minat Mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara Menjadi Nasabah Bank Syariah” menunjukkan bahwa variabel pengetahuan produk perbankan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa menjadi nasabah di bank syariah.¹⁸ Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Karina Halimar Asmar yang berjudul “Pengaruh Pelayanan, Promosi, Lokasi, Dan Bagi Hasil Bank Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada PT. Bank BRI Syariah KCP Sudirman Lubuk Pakam” menunjukkan bahwa variabel bagi hasil berpengaruh positif terhadap minat nasabah menabung di PT. Bank BRI Syariah.¹⁹

Pengetahuan pedagang akan sistem bagi hasil pada bank syariah dan produk yang ada di bank syariah seharusnya bisa menjadi sesuatu yang bisa menumbuhkan minat pedagang untuk menjadi nasabah di bank syariah,

¹⁷ Agus, *Wawancara*, 18 Agustus 2022.

¹⁸ Mhd. Rizki Nasution, “Pengaruh Pengetahuan Tentang Riba Dan Produk Perbankan Syariah Terhadap Minat Mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara Menjadi Nasabah Bank Syariah,” *Skripsi* (Sumatera Utara: FEBI UIN, 2020), 70.

¹⁹ Karina Halimar, “Pengaruh Pelayanan, Promosi, Lokasi, Dan Bagi Hasil Bank Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada PT. Bank BRI Syariah KCP Sudirman Lubuk Pakam,” *Skripsi* (Medan: UIN, 2019), 99.

karena jelas di bank syariah sistem bagi hasil dan produk bank selalu berlandaskan syariat islam yang dibenarkan oleh agama. Hasil penelitian terdahulu menyebutkan bahwa pengetahuan produk perbankan dan bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat. Sehingga dapat diartikan bahwa semakin tinggi pengetahuan mengenai bagi hasil dan produk bank syariah maka semakin tinggi pula minat menjadi nasabah di bank syariah dan sebaliknya apabila pengetahuan mengenai bagi hasil dan produk bank syariah maka minat menjadi nasabah akan semakin menurun/rendah.

Berdasarkan dari hasil wawancara diatas berbanding terbalik dengan teori yang dikemukakan oleh Ujang Sumarwan yang menyebutkan bahwa pengetahuan produk merupakan kumpulan berbagai informasi mengenai produk pengetahuan ini meliputi kategori produk, merk, terminology produk, atribut atau fitur produk, harga produk dan kepercayaan mengenai produk.²⁰ Konsumen yang pengetahuannya lebih tinggi akan lebih realistis dalam pemilihan produk yang ada di bank syariah dan seseorang akan lebih cenderung berminat untuk menjadi nasabah di bank syariah karena sudah mengetahui bank syariah menggunakan sistem bagi hasil yang tidak ada unsur riba didalamnya sehingga bank syariah akan menjadi pilihan dalam pemakaian jasanya.

²⁰ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran* (Bogor Selatan: Ghaila Indonesia, 2004), 120.

Berdasarkan pemaparan hasil wawancara diatas bahwa terdapat fakta yang tercermin di lapangan menunjukkan adanya ketidaksesuaian dengan teori. Kemudian dari beberapa penelitian terdahulu ditemukannya adanya perbedaan hasil penelitian yang dilakukan. Sehingga, dari fakta di lapangan yang berbeda dengan teori dan perbedaan hasil penelitian-penelitian terdahulu, menunjukkan adanya kesenjangan. Oleh sebab itu, penulis ingin mengetahui dan melakukan penelitian lebih lanjut terkait permasalahan tersebut. Maka penulis tertarik untuk mengambil judul **“Pengaruh Pengetahuan Pedagang Tentang Bagi Hasil dan Produk Bank Syariah Terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah (Studi pada Pedagang Pasar Dolopo Kec. Dolopo Kab. Madiun)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas selanjutnya dapat dirumuskan ke dalam pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah pengetahuan pedagang atas bagi hasil berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah?
2. Apakah pengetahuan pedagang atas produk bank syariah berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah?
3. Apakah pengetahuan pedagang atas bagi hasil dan produk bank syariah berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh pengetahuan pedagang atas bagi hasil terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh pengetahuan pedagang atas produk bank syariah terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh pengetahuan pedagang atas bagi hasil dan produk bank syariah terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dapat diambil dari penelitian ini sekurang-kurangnya adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan kajian dan penunjang bagi penelitian selanjutnya dan sebagai bahan referensi yang diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan bagi pembaca terutama tentang pelaku konsumen mengenai pengetahuan konsumen terkait dengan pengaruhnya dalam proses pengambilan keputusan.

2. Manfaat praktis

Dapat memberikan informasi mengenai minat menjadi nasabah di Perbankan Syariah, serta pengetahuan pedagang tentang bagi hasil dan produk yang terdapat di bank syariah. diharapkan hal ini dapat memberikan gambaran untuk menyusun strategi yang lebih efektif dan

pemikiran yang bermanfaat bagi perusahaan dalam mengevaluasi atau memperbaiki kinerja guna memperluas pengetahuan masyarakat terutama pedagang sehingga dapat dijadikan sebagai masukan untuk memahami dan memenuhi kebutuhan masyarakat.

E. Sistematika Penulisan

Untuk dapat memberikan gambaran mengenai penelitian ini dapat disusun sistematika pembahasan penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN berisi tentang Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, Sistematika Penulisan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS berisi tentang Teori, Penelitian Terdahulu, Kerangka Pemikiran, Hipotesis Penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN berisi tentang Rancangan Penelitian, Variabel Penelitian dan Definisi Operasional, Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling, Jenis dan Sumber Data, Metode Pengolahan dan analisis Data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN berisi tentang Hasil Pengujian Instrumen (Validitas dan Reabilitas), Hasil Pengujian Deskriptif, Hasil Pengujian Hipotesis, Pembahasan.

BAB V PENUTUP berisi tentang Kesimpulan dari seluruh uraian mulai bab terdahulu dan Saran yang bisa menunjang peningkatan dari permasalahan yang diteliti.

BAB II

PENGETAHUAN BAGI HASIL DAN PRODUK BANK SYARIAH

TERHADAP MINAT MENJADI NASABAH

A. Landasan Teori

1. Minat

a. Pengertian Minat

Secara etimologi pengertian minat adalah perhatian, kecenderungan hati kepada suatu keinginan. Sedangkan menurut istilah adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka, atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu. Menurut Donni Juni Priansa minat merupakan pemusatan perhatian yang disertai dengan perasaan senang terhadap barang tersebut, kemudian minat individu tersebut menimbulkan keinginan sehingga timbul perasaan yang meyakinkan bahwa barang tersebut mempunyai manfaat sehingga ingin memiliki barang tersebut dengan cara membayar atau mengukur dengan uang.¹

Sedangkan menurut Kotler dan Keller menyatakan bahwa minat adalah perilaku konsumen yang muncul sebagai respon terhadap

¹ Muhamad Syafi'I Antonio, *Bank Syariah dan Teori ke Praktik* (Jakarta: Gema Insani, 2001), 164.

objek yang menunjukkan keinginan seseorang untuk melakukan pembelian.² Menurut Howard dan Sheth minat adalah sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu. Minat pembelian merupakan pernyataan mental dari konsumen yang mereflesikan rencana pembelian sejumlah produk merk tertentu. Hal ini sangat diperlukan oleh para konsumen untuk mengetahui minat pembelian konsumen pada produk, baik dari pemasar maupun ahli ekonomi menggunakan variabel minat untuk memprediksi perilaku konsumen yang akan mendatang.³

b. Indikator Minat

Adapun indikator minat adalah sebagai berikut :

- 1) Dorongan dari dalam individu, misalnya dorongan untuk makan, ingin tahu atau dorongan untuk menabung. Dorongan untuk makan akan membangkitkan minat untuk bekerja atau mencari penghasilan, minat terhadap produksi makanan dan lain-lain. Dorongan ingin tahu atau rasa ingin tahu akan membangkitkan minat untuk membaca, belajar, menuntut ilmu, melakukan penelitian dan lain-lain.

² Phillip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management* (New Jersey: Prentice Hall, 2012), 145.

³ Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer* (Bandung: Alfabeta, 2017), 164.

- 2) Motif sosial, dapat menjadi sesuatu yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu. Motif social, dapat menjadi sesuatu yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu. Misalnya minat terhadap pakaian timbul karena ingin mendapat perhatian orang lain. Minat untuk belajar atau menuntut ilmu pengetahuan timbul karena ingin mendapatkan penghargaan dari masyarakat.
- 3) Faktor emosional atau perasaan, artinya minat yang erat hubungannya dengan perasaan atau emosi, keberhasilan dalam beraktivitas yang didorong oleh minat akan membawa rasa senang dan memperkuat minat yang sudah ada, sebaliknya kegagalan akan mengurangi minat individu tersebut.⁴

c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller faktor-faktor yang mempengaruhi minat yaitu :

1) Pengetahuan.

Pengetahuan adalah keseluruhan gagasan, pemikiran, dan pemahaman yang dimiliki manusia tentang dunia dan segala isinya, termasuk manusia dan kehidupannya.

2) Gaya hidup.

⁴ Abdul Rahman Saleh, *Psikologi Dalam Suatu Pengantar Dalam Prespektif Islam* (Jakarta: Prenada Media, 2004), 263.

Gaya hidup merupakan pola yang tercermin dalam aktivitas, kebiasaan, minat dan opininya. Gaya hidup dapat berupa kebiasaan yang telah melekat dalam dirinya.

3) Pekerjaan dan keadaan ekonomi.

Pekerjaan dan keadaan ekonomi akan mempengaruhi minat seseorang. Terutama karena pekerjaan akan mempengaruhi minat pembelian seseorang.

4) Kepribadian dan konsep diri.

Kepribadian dan konsep diri diartikan sebagai karakteristik seseorang yang berbeda dengan orang lain yang menyebabkan tanggapan yang relative konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan.

5) Promosi.

Promosi adalah upaya untuk memperkenalkan sebuah produk kepada masyarakat. Promosi merupakan proses yang paling efektif dalam menjadi daya tarik untuk mendapatkan nasabah baru serta untuk mempertahankan nasabah lama.⁵

2. Pengetahuan

a. Definisi Pengetahuan

Pengertian pengetahuan secara sederhana, pengetahuan adalah segala sesuatu yang ada dikepala kita. Menurut Kamus Besar

⁵ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid 1 edisi ke 13* (Jakarta: Erlangga, 2008), 172-175.

Bahasa Indonesia, pengetahuan adalah segala sesuatu yang diketahui (kepandaian) yang berhubungan dengan hal (mata pelajaran). Menurut Muhammad Hatta, yang dimaksud dengan pengetahuan adalah segala sesuatu yang didapat dari membaca dan pengalaman. Pengetahaun sangat berbeda dengan ilmu pengetahuan karena ilmu pengetahuan merupakan pengetahuan yang didapat dengan jalan keterangan (analisis).⁶

Pengetahuan adalah keseluruhan gagasan, pemikiran, dan pemahaman yang dimiliki manusia tentang dunia dan segala isinya, termasuk manusia dan kehidupannya.⁷ Pengetahuan diperoleh melalui pengalaman hidup, pengalaman kerja, atau melalui pendidikan dan latihan.⁸ Pengetahuan ialah segala sesuatu yang diketahui seseorang dengan jalan apapun. Pengetahuan juga sering disebut sebagai segala sesuatu yang diketahui orang dari pengalamannya, sehingga disebut pengetahuan pengalaman. Pengetahuan pada hakikatnya meliputi semua yang diketahui seseorang tentang objek tertentu.⁹

b. Cara Memperoleh Pengetahuan

⁶ Nur Janah, "Pengaruh Pengetahuan Mahasiswa Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menjadi Nasabah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Iain Walisongo) *Skripsi* (Semarang: Iain Wali Songo, 2014), 1.

⁷ Akhyar Yusuf Lubis, *Filsafat Ilmu: Klasik hingga Kontemporer* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), 63.

⁸ Mohamad Surya, *Psikologi Guru* (Bandung: Alfabeta, 2014), 252.

⁹ Binti Maunah, *Sosiologi Pendidikan* (Sleman: Kalimedia, 2016), 20.

Secara garis besar manusia memperoleh pengetahuan melalui orang lain dan pengalaman. Orang lain memberitahukan kepada kita, baik secara langsung maupun melalui media, sesuatu yang kita anggap sebagai sesuatu yang benar. Dalam keluarga kita banyak memperoleh pengetahuan dari orang tua, sejak bayi hingga dewasa.

Ada beberapa cara yang digunakan oleh manusia untuk memperoleh pengetahuan, antara lain:

1) Metode Rasionalistik

Pengetahuan dikatakan berasal dari proses pemikiran. Pendekatan ini memandang bahwa indera manusia mudah keliru dengan menunjukkan bahwa tidak semua orang dapat melihat atau mendengar dengan sama baiknya. Pendekatan ini menyatakan bahwa hanya akal yang dapat menentukan bentuk benda yang benar dan sempurna, objek-objek di dunia yang dapat di dengan indera kita tidaklah sempurna.

2) Metode Empirik

Metode ini menganggap bahwa semua pengetahuan berasal dari indera dan menunjukkan kesulitan-kesulitan yang kita hadapi apabila kita mendasarkan pada akal. Kebenaran ilmu akan didapat apabila sesuai dengan kenyataan. Ini berarti bahwa pengetahuan empirik merupakan dasar bagi ilmu pengetahuan.

c. Tingkatan Pengetahuan

Pengetahuan atau kognitif merupakan bagian yang penting untuk terbentuknya tindakan seseorang. Perilaku yang didasari dengan pengetahuan akan lebih lama bertahan dari pada perilaku yang tidak didasari dengan pengetahuan.¹⁰

Tingkat pengetahuan di dalam domain kognitif, mencakup enam tingkatan yaitu:

1) Tahu

Tahu merupakan tingkat pengetahuan paling rendah. Tahu artinya dapat mengingat atau mengingat kembali suatu materi yang telah dipelajari sebelumnya. Kata kerja untuk mengukur bahwa seseorang itu tahu tentang apa yang dipelajarinya diantaranya menyebutkan, mendefinisikan, menguraikan, menyatakan orang dan lain sebagainya. Jika dihubungkan dengan pengetahuan produk pada tingkatan ini contohnya seperti seseorang tahu apa saja produk yang ditawarkan, apa kegunaannya dan lain sebagainya.

2) Memahami

Memahami merupakan kemampuan untuk menjelaskan dan menginterpretasikan dengan benar tentang objek yang diketahui. Seseorang yang sudah paham terhadap objek yang diketahuinya,

¹⁰ Soekidjo Notoatmodjo, *Kesehatan Masyarakat: Ilmu dan Seni* (Jakarta: Rieneka Cipta, 2007), 144

amka orang tersebut dapat menyebutkan sebuah contoh, menjelaskan dan menyimpulkan. Begitu juga ketika seseorang paham terhadap suatu produk, maka orang tersebut bisa menjelaskan dan menyimpulkan tentang kegunaan, kualitas dan keuntungan ketika memanfaatkan produk tersebut.

3) Penerapan

Penerapan merupakan kemampuan untuk menggunakan materi yang telah dipelajari pada situasi dan kondisi nyata atau dapat menggunakan hukum-hukum, rumus, metode, dalam situasi nyata. Pada tingkatan ini seseorang akan dapat menggunakan objek yang sudah dipahami untuk dapat diterapkan secara langsung. Begitu juga dengan suatu produk, maka seseorang akan menerapkan kegunaan produk tersebut secara langsung.

4) Analisis

Analisis merupakan kemampuan untuk menguraikan objek kedalam bagian-bagian lebih kecil, tetapi masih dalam suatu struktur objek tersebut, dan masih terkait satu sama lain. Setelah dilakukan suatu penerapan pada suatu objek atau produk, maka seseorang akan mencoba menguraikan terkait produk yang sudah digunakan misalkan dari segi manfaatnya.

5) Sintesis

Sintesis merupakan kemampuan untuk menghubungkan bagian-bagian di dalam suatu bentuk keseluruhan yang baru atau kemampuan untuk menyusun formulasi baru dari formulasi-formulasi yang ada. Setelah dilakukan suatu analisis, pada tahap ini seseorang akan menghubungkan dan mengkombinasikan pada tahapan-tahapan sebelumnya terkait tentang objek atau produk sebelum dilakukan dan sebuah evaluasi.

6) Evaluasi

Evaluasi merupakan kemampuan untuk melakukan penilaian terhadap suatu objek. Evaluasi dapat menggunakan kriteria yang telah ada atau disusun sendiri. Setelah melakukan kombinasi pada tahapan sebelumnya, pada tahap ini seseorang akan melakukan penilaian terhadap produk tersebut baik dari segi kelebihan dan kelemahan produk itu sendiri dan juga kelebihan dan kelemahan produk tersebut dengan produk lain.¹¹

3. Bank Syariah

a. Definisi Bank Syariah

Bank merupakan salah satu lembaga keuangan yang berfungsi untuk menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk tabungan

¹¹ Sunaryo, *Psikologi Untuk Perawat* (Jakarta: EGC, 2004), 26-27.

atau simpanan, kemudian menyalurkan dalam bentuk kredit atau pinjaman untuk mensejahterakan masyarakat.¹²

Perbankan syariah merupakan segala sesuatu yang menyangkut Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, dan proses dalam menjalankan usahanya. Bank syariah merupakan bank yang menggunakan prinsip syariah dan terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) jika digolongkan berdasarkan jenisnya.

Bank syariah merupakan bank yang beroperasi tanpa adanya konsep bunga atau riba. Kegiatan operasionalnya berdasarkan pada ajaran-ajaran Al-Qur'an dan Hadits Rosulullah. Bank syariah adalah lembaga keuangan yang berfungsi untuk menghimpun dana, menyalurkan dana dengan cara pembiayaan serta jasa lainnya yang pengoperasiannya berdasarkan prinsip syariah.¹³

b. Tujuan dan fungsi Bank syariah

Diantara keberhasilan dunia dan akhirat harus memiliki keseimbangan. Prinsip ini yang mengharuskan kepatuhan menjadi dasar dari semua aspek kehidupan, yang berarti kepatuhan bukanlah

¹² Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah, Pasal 1 ayat 2.

¹³ Muhammad, *Bank Syariah: Problem dan Prospek Perkembangan di Indonesia* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), 1.

hanya dalam ibadah tapi dalam aspek transaksi dan berbisnis juga harus sesuai prinsip syariah. Karena bank-bank islam yang dikembangkan berdasarkan prinsip syariah tidak pernah membolehkan pemisahan antara hal yang duniawi dan keagamaan.¹⁴

Bank syariah yang saat ini mempunyai tugas dan tujuan mulia selain salah satu lembaga yang komersil tetapi juga sebagai suatu lembaga yang memperhatikan berbagai aspek kesejahteraan sosial. Perbankan islam bukan hanya ditujukan terutama untuk memaksimalkan keuntungan semata, melainkan untuk memberikan keuntungan-keuntungan sosio ekonomis bagi orang-orang muslim dan masyarakat luas.¹⁵

Perbankan syariah juga adalah suatu lembaga *Intermediary* dan juga dapat menjalankan fungsi sosial sebagaimana ditegaskan dalam UU No 21 Tahun 2008 pasal 4 tentang Perbankan Syariah yang berbunyi:

- a) Bank syariah dan UUS wajib menjalankan fungsi menghimpun dana dan menyalurkan dana masyarakat.
- b) Bank syariah dan UUS dapat menjalankan fungsi sosial dalam bentuk lembaga baitul mal, yaitu menerima dana yang berasal dari zakat, infaq, sedekah, hibah, atau dana sosial

¹⁴ Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Islam dari Teori ke Praktik* (Jakarta: Gema Insani, 2004), 167.

¹⁵ Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Islam* (Jakarta: PT Pustaka Utama Grafiti, 2007), 21.

lainnya dalam menyalurkannya kepada organisasi pengelola zakat.

- c) Bank syariah dan UUS dapat menghimpun dana sosial yang berasal dari wakaf uang dan menyalurkannya kepada pengelola wakaf (*nazir*) sesuai dengan kehendak pemberi wakaf (*wakif*).¹⁶

c. Sistem Bagi Hasil

Keharaman bunga dalam syariah membawa konsekuensi adanya penghapusan bunga secara mutlak. Teori PLS (*Profit Loss Sharing*) menurut Sadeq dibangun sebagai tawaran baru di luar sistem bunga yang cenderung tidak mencerminkan keadilan karena memberikan diskriminasi terhadap pembagian risiko maupun untung bagi para pelaku ekonomi. *Profit sharing* dalam kamus ekonomi diartikan pembagian laba.¹⁷ Adapun menurut Muhamad dalam Ridwan, secara istilah profit sharing merupakan distribusi beberapa bagian laba pada para pegawai dari suatu perusahaan. Bentuk-bentuk distribusi ini dapat berupa pembagian laba akhir, bonus prestasi, dan lain-lain. Dengan demikian, bagi hasil merupakan system yang meliputi tata cara pembagian hasil usaha antara pemilik dana dan pengelola dana.¹⁸

¹⁶ A. Wangsawidjaja, *Pembiayaan Bank Syariah* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012), 14.

¹⁷ Muhamad, *Sistem dan Prosedur Operasional Bank Syariah* (Yogyakarta: UIIPress, 2015), 105.

¹⁸ Muhammad dan Dwi Suwiknyo, *Akutansi Perbankan Syariah* (Yogyakarta: Trust Media, 2009), 19.

Dalam sistem PLS harga modal ditentukan secara bersama dengan peran kewirausahaan. Dalam perjanjian bagi hasil yang disepakati adalah proporsi pembagian hasil disebut dengan nisbah bagi hasil. Nilai nominal bagi hasil yang nyata diterima, baru akan diketahui jika pemanfaatan dana tersebut benar-benar telah dilakukan. Nisbah bagi hasil ditentukan berdasarkan kesepakatan pihak-pihak yang telah bekerja sama. Besarnya nisbah akan dipengaruhi oleh pertimbangan kontribusi masing-masing pihak dalam bekerja sama dan prospek perolehan keuntungan serta tingkat resiko yang mungkin terjadi.¹⁹

Prinsip bagi hasil (*profit sharing*) merupakan karakteristik umum dan landasan operasional bank islam secara keseluruhan. Prinsip bagi hasil dalam simpanan atau tabungan tersebut menetapkan tingkat keuntungan atau pendapatan bagi tiap-tiap pihak. Pembagian keuntungan dilakukan melalui tingkat perbandingan risiko, bukan ditetapkan dalam jumlah yang pasti.²⁰ Transaksi perbankan syariah selalu dilandasi atas dasar sistem bagi hasil dan perdagangan atau yang transaksinya dilandasi oleh adanya pertukaran anatar uang dengan barang/jasa. Transaksi seperti ini akan mendorong dan melancarkan produksi barang/jasa, sehingga dapat menghindari adanya penyalahgunaan kredit, spekulasi, inflasi.

¹⁹ Muchlis Yahya dan Edy Yusuf Agunggunanto, "Teori Bagi Hasil (Profit Loss Sharing) dan Perbankan Syariah Dalam Ekonomi Islam," *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan*, Volume 1, Nomor 1, (2011), 67.

²⁰ Lukman Hakim, *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam* (Jakarta: Erlangga, 2012), 105

Bagi hasil adalah suatu system pengolahan dana dalam perekonomian islam yakni pembagian hasil usaha antara pemilik modal (*Shahibul Mal*) dan pengelola (*Mudharib*). Proses penentuan tingkat bagi hasil diperlukan kesepakatan kedua belah pihak, yang terungkap dalam nisbah bagi hasil.²¹

d. Indikator Pengetahuan Bagi Hasil

Menurut Greuning Hennie Van dalam Zamir Iqbal indikator pengetahuan bagi hasil adalah :

- a) Kejelasan besarnya nisbah, penentuan ini harus ditentukan pada awal kesepakatan dengan kemungkinan keuntungan dan rugi.
- b) Manfaat bagi hasil, artinya nasabah akan mendapatkan manfaat dari bagi hasil sehingga nasabah yang melakukan transaksi akan merasa aman dengan sistem bagi hasil yang diberikan. Hal ini kerana sistem bagi hasil merupakan pembagian keuntungan yang menjauhi riba.
- c) Bagi hasil yang kompetitif, besarnya bagi hasil ditentukan berdasarkan keuntungan yang diperoleh, keadilan dalam pembagian merupakan salah satu prinsip dalam menghitung

²¹ Muchlis Yahya dan Edy Yusuf Agunggunanto, "Teori Bagi Hasil (Profit Loss Sharing) dan Perbankan Syariah Dalam Ekonomi Islam," *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan*, Volume 1, Nomor 1, (2011), 67.

bagi hasil, sehingga nasabah merasa nyaman dengan sistem bagi hasil.²²

e. Produk Bank

Pada sistem operasi bank syariah, pemilik dana menanamkan uangnya di bank tidak dengan motif mendapatkan bunga, tetapi dalam rangka mendapatkan keuntungan bagi hasil. Dana nasabah tersebut kemudian disalurkan kepada mereka yang membutuhkan (misalnya modal usaha) dengan perjanjian pembagian keuntungan sesuai kesepakatan. Pembiayaan dalam perbankan syariah tidak bersifat menjual uang yang mengandalkan pendapatan bunga atas pokok pinjaman yang diinvestasikan, tetapi dari pembagian laba yang diperoleh pengusaha. Pendekatan bank syariah mirip dengan investment banking, dimana secara garis besar produk adalah *mudharabah* (bagi hasil) dan *musyarakah* (kerja sama), sedangkan yang bersifat investasi diimplementasikan dalam bentuk *murabahah* (jual beli). Pada dasarnya, produk yang ditawarkan oleh bank syariah dapat dibagikan menjadi tiga bagian besar, yaitu :

a. Produk Penghimpun Dana (*Funding*)

Penghimpunan dana di bank syariah dapat berbentuk giro, tabungan dan deposito. Prinsip operasional syariah yang

²²Zamir Iqbal, *Analisis Resiko Perbankan Syariah* (Jakarta: Salomba Empat, 2011), 127.a

diterapkan dalam penghimpunan dana masyarakat adalah prinsip *wadiah* dan *mudharabah*.

a) Giro *wadiah* adalah giro yang dijalankan berdasarkan akad *wadiah*, yakni titipan murni yang setiap saat dapat diambil jika pemiliknya menghendakki.

1. *Wadiah yad amanah* adalah titipan dimana barang yang dititipkan sama sekali tidak boleh digunakan oleh pihak yang menerima titipan.
2. *Wadiah yad dhamanah* adalah titipan yang mana terhadap barang yang dititipkan tersebut dapat digunakan atau dimanfaatkan oleh penerima titipan.²³

Dinyatakan beberapa ketentuan giro *wadiah* adalah sebagai berikut :

1. Dana *wadiah* dapat digunakan oleh bank untuk kegiatan komersial dengan syarat bank harus menjamin pembayaran kembali nominal dana *wadiah* tersebut.
2. Keuntungan atau kerugian dari penyaluran dana menjadi hak milik atau ditanggung bank, sedangkan pemilik dana tidak dijanjikan imbalan dan tidak menanggung kerugian. Bank dimungkinkan

²³ Adiwarmarman Karim, Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2016), 351.

memberikan bonus kepada pemilik dana sebagai suatu intensif untuk menarik dana masyarakat tapi tidak boleh diperjanjikan di muka.

3. Pemilik dana *wadiah* dapat menarik kembali dananya sewaktu-waktu (*on-call*), baik sebagian ataupun seluruhnya.²⁴

b) Tabungan syariah, merupakan tabungan yang dijalankan berdasarkan akad. Dalam hal ini nasabah sebagai penitip yang memberikan hak kepada bank syariah untuk menggunakan atau memanfaatkan uang atau barang titipannya. Sedangkan bank syariah bertindak sebagai pihak yang dititipi dana atau barang yang disertai hak untuk menggunakan atau memanfaatkan dana atau barang tersebut. Sebagai konsekuensinya, bank bertanggung jawab terhadap keutuhan harta titipan tersebut serta mengembalikannya kapan saja pemiliknya menghendakki. Tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet, giro dana tau alat lainnya.²⁵

²⁴ Ibid., 352.

²⁵ Ibid., 357.

Dalam hal pembayaran bagi hasil, bank syariah menggunakan metode *end of month* yaitu :

1. Pembayaran bagi hasil tabungan dilakukan secara bulanan, yaitu pada tanggal tutup buku setiap bulan.
2. Bagi hasil bulan pertama dihitung secara proposional hari efektif termasuk tanggal tutup buku, tapi tidak termasuk tanggal pembukuan tabungan.
3. Bagi hasil terakhir dihitung secara proposional hari efektif. Tingkat bagi hasil yang dibayarkan adalah tingkat bagi hasil tutup buku bulan terakhir.
4. Jumlah hari sebulan adalah jumlah hari kalender bulan yang bersangkutan (28 hari, 29 hari, 30 hari, 31 hari).
5. Bagi hasil bulanan yang diterima nasabah dapat diafiliasikan ke rekening lainnya sesuai permintaan nasabah.²⁶

Terdapat beberapa ketentuan umum tabungan yaitu sebagai berikut :

1. Dalam transaksi ini, nasabah bertindak sebagai *shahibul maal* atau pemilik dana, dan bank bertindak sebagai *mudharib* atau pengelola dana.

²⁶ Ibid., 360.

2. Dalam kapasitasnya sebagai mudharib, bank dapat melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan mengembangkannya, termasuk di dalamnya mudharabah dengan pihak lain.
 3. Modal harus dinyatakan dengan jumlahnya dalam bentuk tunai dan bukan piutang.
 4. Pembagian keuntungan harus dinyatakan dalam bentuk nisbah dan dituangkan dalam bentuk akad pembukaan rekening.
 5. Bank sebagai mudharib menutup biaya operasional tabungan dengan menggunakan nisbah keuntungan yang menjadi haknya.
 6. Bank tidak diperkenankan mengurangi nisbah keuntungan nasabah tanpa persetujuan yang bersangkutan.²⁷
- c) Deposito, selain giro dan tabungan produk perbankan syariah lainnya yang termasuk produk perhimpunan dana adalah deposito. Deposito syariah adalah deposito yang dijalankan berdasarkan prinsip syariah. dalam hal ini Nasional MUI telah mengeluarkan fatwa yang

²⁷ Ibid., 361.

menyatakan bahwa deposito yang dibenarkan yang berdasarkan prinsip *mudharabah*.²⁸

b. Produk Penyaluran Dana (*Financing*)

Dalam menyalurkan dananya kepada nasabah, secara garis besar produk pembiayaan syariah terbagi ke dalam empat kategori yang dibedakan berdasarkan tujuan penggunaannya yaitu pembiayaan dengan prinsip bagi hasil, dan pembiayaan dengan akad pelengkap. Pembiayaan dengan prinsip jual beli ditujukan untuk memiliki barang, sedangkan yang menggunakan prinsip sewa ditujukan mendapatkan jasa. Prinsip bagi hasil digunakan untuk usaha kerja sama yang ditujukan guna mendapatkan barang dan jasa sekaligus. Sedangkan, pembiayaan dengan akad pelengkap ditujukan untuk memperlancar pembiayaan dengan menggunakan tiga prinsip diatas.

a) Pembiayaan dengan prinsip jual beli.

1. Pembiayaan *murabahah*, merupakan transaksi jual beli dimana bank menyebut jumlah keuntungannya.
2. Pembiayaan *salam*, merupakan transaksi jual beli dimana barang dijualbelikan belum ada.

²⁸ Ibid., 363.

3. Pembiayaan *istishna'*, merupakan produk *istishna'* yang menyerupai *salam* tetapi *istishna'* pembayarannya dapat dilakukan oleh bank secara beberapa kali (cicilan).

b) Pembiayaan dengan prinsip *ijarah*

Transaksi *ijarah* dilandasi adanya pemindahan manfaat. Jadi pada dasarnya prinsip *ijarah* sama saja dengan prinsip jual beli, tapi perbedaannya terletak pada objek transaksinya. Bila pada jual beli objek transaksinya adalah barang, pada *ijarah* objek transaksinya adalah jasa.

c) Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil.

1. Pembiayaan *Musyarakah*

Adalah transaksi yang dilandasi adanya keinginan para pihak yang bekerjasama untuk meningkatkan nilai asset yang mereka miliki secara bersama-sama.

2. Pembiayaan *Mudharabah*

Adalah bentuk kerjasama antara dua orang atau lebih, dimana pihak pemilik modal menyediakan seluruh modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola.

d) Pembiayaan dengan akad pelengkap

1. *Hiwalah* adalah membantu supplier mendapatkan modal tunai agar dapat melanjutkan produksinya.
2. *Rahn* adalah menahan pemberian harta kepada orang lain yang dapat ditagih atau dapat diminta kembali atau dengan kata lain meminjamkan tanpa mengharapkan imbalan.
3. *Qard* adalah pemberian harta kepada orang lain yang dapat ditagih atau dapat diminta kembali atau dengan kata lain meminjamkan tanpa mengharapkan imbalan.
4. *Wakalah* adalah pelimpahan kekuasaan oleh seseorang kepada orang lain dalam hal yang diwakilkan.
5. *Kafalah* adalah jaminan yang diberikan oleh penanggung (*kafil*) kepada pihak ketiga untuk memenuhi kewajiban pihak kedua atau yang ditanggung.

c. Produk Jasa (*Service*)

a) *Sharf* (jual beli valuta asing)

Pada prinsipnya jual beli valuta asing sejalan dengan prinsip *sharf*. Jual beli mata uang yang tidak sejenis ini, penyerahannya harus dilakukan pada waktu yang sama

(*spot*). Bank mengambil keuntungan dari jual beli valuta asing ini.

b) *Ijarah* (sewa)

Jenis kegiatan *ijarah* antara lain penyewaan kotak simpanan (*safe deposit box*) dan jasa tata laksana administrasi dokumen (*custodian*). Bank mendapat imbalan sewa dari jasa tersebut.²⁹ Tansaksi *ijarah* dilandasi adanya perpindahan manfaat (hak guna), bukan perpindahan kepemilikan (hak milik). Jadi pada dasarnya prinsip *ijarah* sama saja dengan prinsip jual beli, tapi perbedaannya terletak pada objek transaksinya. Bila pada jual beli objek transaksinya barang, pada *ijarah* objek transaksinya adalah barang maupun jasa.

Pada dasarnya, *ijarah* didefinisikan sebagai hak untuk memanfaatkan barang atau jasa dengan membayar imbalan tertentu. Menurut fatwa Dewan Syariah Nasional, *ijarah* adalah akad perpindahan hak guna (manfaat) atau suatu barang atau jasa dalam waktu tertentu melalui pembayaran sewa atau upah, tanpa diikuti dengan perpindahan kepemilikan barang itu sendiri. Dengan demikian dalam akad *ijarah* tidak ada perubahan

²⁹ Rosyidah, Muhammad Nizar, dan Khoirul Huda, "Analisis Pengetahuan Nasabah Tentang Produk Perbankan Syariah (Studi Pada Bank Muamalat KCP Malang Kepanjen)," *Malia (Terakreditasi)*, Volume 10, Nomor 2, (2019), 3-6.

kepemilikan, tetapi hanya perpindahan hak guna saja dari yang menyewakan kepada penyewa.³⁰

Skema dan pola pembiayaan *ijarah* adalah sebagai berikut:³¹

1. Nasabah mengajukan pembiayaan *ijarah* ke bank syariah.
2. Bank syariah membeli atau menyewa barang yang diinginkan oleh nasabah sebagai objek *ijarah*, dari supplier atau penjual atau pemilik dari barang tersebut.
3. Setelah dicapai kesepakatan antara nasabah dengan bank mengenai barang objek *ijarah*, tarif *ijarah*, periode *ijarah* dan biaya pemeliharaannya, maka akad pembiayaan *ijarah* ditandatangani. Nasabah diwajibkan menyerahkan jaminan yang dimiliki.
4. Bank menyerahkan objek *ijarah* kepada nasabah sesuai akad yang disepakati. Setelah periode *ijarah* berakhir, nasabah mengembalikan objek *ijarah* tersebut kepada bank.
5. Bila bank membeli objek *ijarah* tersebut (*al-bai' wal ijarah*) setelah periode *ijarah* berakhir objek *ijarah*

³⁰ Adiwarmam Karim, *Bank Islam*, 138.

³¹ *Ibid.*, 147.

tersebut disimpan oleh bank sebagai asset yang dapat disewakan kembali. Namun bila bank menyewa objek tersebut (*al-ijarah wal ijarah*, atau *ijarah parallel*), setelah periode *ijarah* berakhir objek *ijarah* tersebut dikembalikan oleh bank kepada supplier atau penjual atau pemilik barang objek *ijarah* tersebut.

Jenis barang atau jasa yang dapat disewakan adalah sebagai berikut :³²

1. Barang modal : asset tetap misalnya bangunan, gedung, kantor, ruko, dll.
2. Barang produksi : mesin, alat-alat berat, dll.
3. Barang kendaraan transportasi : darat, laut, dll.
4. Jasa untuk membayar ongkos : uang sekolah atau kuliah, tenaga kerja, hotel, angkut dan transportasi, dsb.

f. Indikator Pengetahuan Produk Bank

- a) Pengetahuan produk, merupakan kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk. Pengetahuan ini meliputi merek, atribut atau fitur dan kepercayaan mengenai produk.
- b) Pengetahuan pembelian, merupakan berbagai macam informasi yang di proses oleh konsumen untuk memperoleh

³² Ibid., 149.

suatu produk. Pengetahuan pembelian meliputi atas pengetahuan tentang dimana membeli produk dan kapan akan membelinya.

- c) Pengetahuan pemakaian, menggambarkan dari ketiga kategori dari pengetahuan konsumen. Pengetahuan ini mencakupi informasi yang tersedia di dalam ingatan mengenai bagaimana suatu produk dapat digunakan dan apa yang diperlukan agar benar-benar menggunakan produk tersebut.

B. Kajian Pustaka

Kajian pustaka merupakan literature atau kajian terhadap topik masalah penelitian yang relevan, hal ini dimaksudkan untuk memposisikan sebuah penelitian di antara penelitian-penelitian dalam topik yang sama serta menghindari adanya plagiasi atau mengulang penelitian terdahulu. Berikut ini dipaparkan beberapa kajian pustaka :

Tabel 2.1

Kajian Pustaka

No	Nama, judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Peneletian
1	Elsa Rizka Ningsih (2022) "Pengaruh Promosi Dan Pengetahuan Pedagang Pasar Simpang Pulai Kota	Sama-sama membahas tentang pengetahuan terhadap minat pedagang.	Penelitian terdahulu menggunakan variabel promosi dan pengetahuan terhadap minat	1. Pengetahuan berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung pedagang pada bank syariah.

	Jambi Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah”.		menabung sedangkan penulis menggunakan variabel pengetahuan atas bagi hasil dan produk perbankan terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah.	2. Promosi berpengaruh secara signifikan terhadap minat pedagang menabung pada bank syariah.
2	Achmad Rosidi (2021) “Pengaruh Pengetahuan Produk, Biaya Administrasi Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Masyarakat”.	Sama-sama membahas tentang pengetahuan produk dan bagi hasil terhadap minat.	Pada penelitian Achmad Rosidi subjek penelitian adalah masyarakat secara umum sedangkan subjek penelitian penulis adalah pedagang pasar Dolopo.	Berdasarkan uji signifikan variabel bebas pengetahuan produk, biaya administrasi, dan bagi hasil secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat.
3	Abdillah Syekh Assegaf (2021) “Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Kepercayaan Masyarakat Jakarta Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah Indonesia”.	Sama-sama membahas pengetahuan produk terhadap minat.	Pada penelitian Abdillah Syekh Assegaf menggunakan variabel pengetahuan produk dan kepercayaan terhadap minat menabung sedangkan penulis menggunakan variabel pengaruh pengetahuan	1. Pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat menabung pada Bank Syariah. 2. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat menabung

			bagi hasil dan produk bank terhadap minat menjadi nasabah.	pada Bank Syariah. 3. Pengetahuan produk dan kepercayaan dan kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap minat menabung pada Bank Syariah.
4	Afrin Suryaning Tiyas (2021) “Pengaruh Motivasi Menabung Dan Pengetahuan Tentang Produk Perbankan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia KCP MT. Hariono Magetan (Studi Pada Masyarakat Desa Setren Bendo Magetan)”.	Sama-sama membahas tentang pengaruh pengetahuan tentang produk perbankan terhadap minat.	Pada penelitian Afrin Suryaning Tiyas subjek penelitian adalah masyarakat Desa Sentren Bendo Magetan sedangkan subjek penulis adalah pedagang pasar Dolopo.	1. Variabel motivasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menabung. 2. Variabel pengetahuan berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung.
5	Andi Maulana (2021) “Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk dan Lokasi Terhadap	Sama-sama membahas tentang pengaruh pengetahuan produk terhadap minat	Penelitian Andi Maulana subjek penelitian yaitu mahasiswa prodi Perbankan	1. Pengetahuan produk (X1) dan lokasi (X2) berpengaruh bersama-sama terhadap

	Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah Dengan Presepsi Generasi Milineal Sebagai Variabel Moderating”.	menjadi nasabah di bank syariah.	Syariah sedangkan subjek penelitian penulis yaitu pedagang Pasar Dolopo.	minat menjadi nasabah (Y) di bank syariah. 2. Pengetahuan produk (X1) berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah (Y) di bank syariah yang dimoderrasi dengan presepsi generasi milenial (Z). 3. Lokasi (X2) tidak berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah (Y) di bank syariah yang dimoderasi dengan presepsi generasi milenial (Z)
6	MHD Rizki Nasution (2020) “Pengaruh Pengetahuan Tentang Riba Dan Produk Perbankan Syariah Terhadap Minat Mahasiswa FEBI UIN	Sama-sama membahas tentang pengetahuan produk perbankan syariah terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah.	Penelitian MHD Rizki Nasution subjek penelitian yaitu mahasiswa FEBI UIN Sumantra Utara sedangkan subjek penulis yaitu	1. Pengetahuan tentang riba (X ₁) $t_{hitung} 2,350$ dan $t_{tabel} 1,665$ dengan tingkat signifikan $0,021 < 0,05$ artinya terdapat pengaruh signifikan

	Sumatera Utara Menjadi Nasabah Bank Syariah”.		pedagang Pasar Dolopo.	<p>pengetahuan tentang riba terhadap minat.</p> <p>2. Pengetahuan tentang produk perbankan (x_2) yaitu $t_{hitung} 2,737$ dan $t_{tabel} 1,665$ dengan tingkat signifikan $0,008 < 0,05$ artinya terdapat pengaruh signifikan produk perbankan terhadap minat.</p>
7	Yesi Feramita (2020) “Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Dan Promosi Terhadap Minat Pemilihan Produk Bank BNI Syariah”.	Sama-sama membahas pengetahuan akan perbankan syariah.	Penelitian Yesi Feramita variabel penelitian yaitu pengetahuan masyarakat tentang perbankan syariah dan promosi terhadap minat pemilihan produk sedangkan, penulis terfokus pada variabel pengetahuan akan bagi hasil dan produk	<p>1. Variabel pengetahuan memiliki nilai yang signifikan terhadap minat sebesar $0,001 < 0,05$.</p> <p>2. Variabel promosi memiliki nilai signifikan terhadap minat sebesar $0,001 < 0,05$.</p> <p>3. Variabel pengetahuan dan promosi secara stilmutan berpengaruh terhadap</p>

			perbankan terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah.	minat sebesar $0,000 < 0,05$.
8	Karina Halimar Asmar (2019) "Pengaruh Pelayanan, Promosi, Lokasi, Dan Bagi Hasil Bank Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada PT. Bank BRI Syariah KCP Sudirman Lubuk Pakam".	Sama-sama membahas variabel pengaruh bagi hasil terhadap minat.	Pada penelitian Karina Halimar Asmar penelitian pada nasabah PT Bank BRI Syariah Sudirman Lubuk Pakam, sedangkan penulis meneliti pada pedagang pasar Dolopo.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pelayanan menjadi variabel yang sangat signifikan dan berpengaruh positif terhadap peningkatan minat nasabah menabung. 2. Variabel promosi berpengaruh positif terhadap minat menabung nasabah secara signifikan. 3. Tingkat bagi hasil berpengaruh positif terhadap peningkatan minat nasabah menabung. 4. Variabel lokasi tidak berpengaruh positif terhadap minat menabung.
9	Fifin Zuriatul Casvi (2019)	Sama-sama membahas	Penelitian Fifin Zuriatul	1. Pengetahuan dan

	<p>“Pengaruh Pengetahuan, Lingkungan Sosial, Dan Lokasi Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Santri Di Bank Syariah”.</p>	<p>pengaruh pengetahuan terhadap minat, akan tetapi penulis terfokus terhadap pengetahuan atas bagi hasil dan produk perbankan syariah.</p>	<p>Casvi subjek penelitiannya yaitu minat menabung santri di bank syariah sedangkan subjek penelitian penulis yaitu minat pedagang menjadi nasabah di bank syariah.</p>	<p>lingkungan social berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung santri di bank syariah dengan nilai t-hitung sebesar 4,293 dengan signifikansi sebesar 0,000.</p> <p>2. Lokasi berpengaruh negative daan tidak signifikan terhadap minat menabung santri di bank syariah dengan nilai t-hitung sebesar -0,047 dan nilai signifikasinya sebesar 0,963.</p>
11	<p>Vino Aurefanda (2019) “Pengaruh Pengetahuan Mahasiswa Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah”.</p>	<p>Sama-sama membahas pengetahuan terhadap minat, akan tetapi penulis terfokus membahas pengetahuan atas bagi hasil dan produk perbankan terhadap minat</p>	<p>Penelitian Vino Aurefanda membahas pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung mahasiswa sedangkan penulis membahas tentang pengaruh</p>	<p>Pengetahuan mahasiswa tentang bank syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.</p>

		menjadi nasabah.	pengetahuan pedagang atas bagi hasil dan produk perbankan terhadap minat menjadi nasabah,	
12	Bayu Arifin (2018) “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah.	Sama-sama menggunakan variabel minat menjadi nasabah.	Penelitian Bayu Arifin variabel penelitiannya adalah kualitas pelayanan (X1), promosi (X2), dan pengetahuan (X3) terhadap minat menjadi nasabah (Y) di bank syariah, sedangkan variabel penulis adalah pengaruh pengetahuan atas bagi hasil (X1) dan produk perbankan (X2) terhadap minat menjadi nasaba di bank syariah.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variabel kualitas pelayanan (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel minat menjadi nasabah di bank syariah (Y). 2. Variabel promosi (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap variabel minat menjadi nasabah bank syariah (Y). 3. Variabel pengetahuan (X3) berpengaruh positif signifikan terhadap variabel minat menjadi nasabah di bank syariah (Y).

13	Nur Kayati (2018) "Pengaruh Pengetahuan Mahasiswa Tentang Hukum Dan Produk Perbankan Syariah Terhadap Minat Menjadi Nasabah Perbankan Syariah".	Sama-sama membahas tentang pengetahuan produk perbankan terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah.	Penelitian Nur Kayati subjek penelitiannya yaitu Mahasiswa sedangkan subjek penelitian penulis yaitu pedagang pasar Dolopo.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terdapat pengaruh pengetahuan mahasiswa tentang hukum perbankan syariah terhadap minat menjadi nasabah perbankan syariah dengan t-hitung $0,000 < 0,05$ maka H_a2 diterima dan H_0 ditolak. 2. Terdapat pengaruh pengetahuan mahasiswa tentang produk perbankan syariah terhadap minat menjadi nasabah perbankan syariah dengan t-hitung $0,002 < 0,05$ maka H_a2 diterima dan H_0 ditolak. 3. Terdapat pengaruh pengetahuan mahasiswa tentang hukum dan
----	---	---	---	---

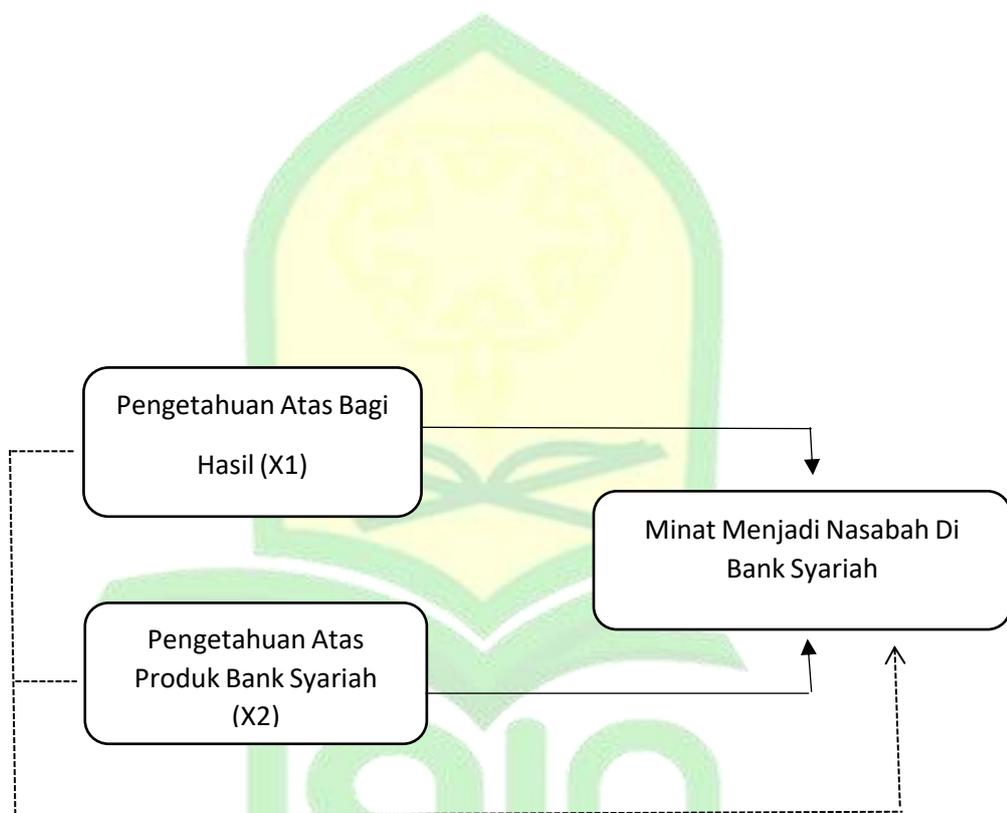
				<p>produk perbankan syariah terhadap minat menjadi nasabah perbankan syariah dengan nilai probabilitas F-hitung dalam regresi berganda sebesar $0,000 < 0,05$.</p>
14	<p>Muhammad Abrar Kasmin Hutagalung (2017) “Pengaruh Pengetahuan Dan Sikap Terhadap Minat Masyarakat Pada Bank Syariah”.</p>	<p>Sama-sama membahas variabel bagi hasil terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah.</p>	<p>Pada penelitian Muhammad Abrar Kasmin variabel penelitian yaitu pengaruh pengetahuan dan sikap terhadap minat sedangkan variabel penulis yaitu pengaruh pengetahuan atas bagi hasil dan produk bank syariah terhadap minat.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah ($p=0,000$). 2. Ada pengaruh bagi hasil terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah ($p=0,016$). 3. Ada pengaruh kualitas pelayanan dan bagi hasil terhadap minat menjadi nasabah bank syariah ($p=0,000$)
15	<p>Jalin Ridha Fithra (2017) “Pengaruh</p>	<p>Sama sama membahas pengetahuan</p>	<p>Pada penelitian penulis</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengetahuan tentang pengertian

	Pengetahuan Santri Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menggunakan Jasa Perbankan Syariah”	terhadap minat	pengetahuan terbagi menjadi pengetahuan atas bagi hasil dan pengetahuan atas produk bank syariah terhadap minat.	memiliki korelasi positif namun tidak berpengaruh terhadap minat santri menggunakan jasa perbankan syariah. 2. Pengetahuan tentang prinsip memiliki pengaruh positif terhadap minat santri menggunakan jasa perbankan syariah. 3. Pengetahuan tentang produk memiliki korelasi positif namun tidak berpengaruh terhadap minat santri menggunakan jasa perbankan syariah.
--	---	----------------	--	--

C. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan proses memilih aspek-aspek dalam tinjauan teori yang berhubungan dengan masalah penelitian. Dibuat dalam bentuk bagan merupakan satu rangkaian konsep dasar secara sistematis menggambarkan variabel dan hubungan antar variabel. Kerangka yang terdapat dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel independen atau variabel

bebas yaitu pengetahuan atas bagi hasil (X1), pengetahuan atas produk bank syariah (X2) dan satu variabel dependen atau variabel terikat yaitu minat menjadi nasabah di bank syariah (Y).



Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran

Keterangan :

- : Variabel independen dan variabel dependen
- : Pengaruh secara parsial
- : Pengaruh secara simultan

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta empiris. Dengan hipotesis, penelitian menjadi jelas arah pengujinya dengan kata lain hipotesis membimbing peneliti dalam melaksanakan penelitian di lapangan.³³

1. Hipotesis terkait dengan Pengetahuan Pedagang atas Bagi Hasil Syariah terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah

Pengetahuan menurut Mowen dan Minor merupakan sejumlah pengalaman yang telah dialami dan informasi tentang suatu produk atau jasa yang dimiliki, dan merupakan penentu utama seseorang dalam melakukan pembelian.³⁴ Bagi hasil menurut Sadeq dalam Teori PLS (*Profit Loss Sharing*) dibangun sebagai tawaran baru di luar sistem Bunga yang cenderung tidak mencerminkan keadilan karena memberikan diskriminasi terhadap pembagian resiko maupun untung bagi para pelaku ekonomi. Dalam sistem PLS harga modal ditentukan secara bersama dengan peran kewirausahaan. Dalam perjanjian bagi hasil

³³ Sugiyono, Metode Penelitian, 89.

³⁴ John C. Mowen dan Michael Minor, Perilaku Konsumen Jilid I (Jakarta: PT. Penerbit Erlangga, 2002), 135.

yang disepakati adalah proporsi pembagian hasil disebut dengan nisbah bagi hasil. Dari teori tersebut dapat disimpulkan bahwa pengetahuan bagi hasil adalah suatu kondisi dimana seseorang mengerti secara menyeluruh. Kemudian seseorang akan merasa tahu betul dengan apa itu bagi hasil. Setelah proses pengetahuan selesai, maka akan diikuti keinginan untuk mempelajari dan melakukan timbal balik dengan baik terhadap objek yang ada.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Achmad Rosidi Pengaruh Pengetahuan Produk, Biaya Administrasi Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Masyarakat dengan hasil bahwa pengetahuan bagi hasil berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat. Oleh sebab itu dalam penelitian ini diharapkan dengan meningkatnya pengetahuan bagi hasil maka akan meningkatkan pula minat pedagang Pasar Dolopo menjadi nasabah di bank syariah.

H_0 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara pengetahuan pedagang atas bagi hasil terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah.

H_1 = Terdapat pengaruh yang signifikan antara pengetahuan pedagang atas bagi hasil terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah.

2. Hipotesis terkait dengan Pengetahuan Pedagang atas Produk Bank terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah

Menurut Ujang Sumarwan, ada tiga pengetahuan produk nasabah yaitu pengetahuan mengenai karakteristik, pengetahuan mengenai manfaat, dan yang terakhir pengetahuan mengenai atribut produk. Jika ketiga pengetahuan tersebut sudah dimiliki nasabah ataupun calon nasabah maka akan memudahkan nasabah untuk memilih atau menggunakan jasa perbankan.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nur Kayati yang berjudul Pengaruh Pengetahuan Mahasiswa Tentang Hukum Dan Produk Perbankan Syariah Terhadap Minat Menjadi Nasabah Perbankan Syariah dengan hasil terdapat pengaruh pengetahuan mahasiswa tentang produk perbankan syariah terhadap minat menjadi nasabah perbankan syariah. sehingga penelitian ini diharapkan dengan meningkatnya pengetahuan produk maka akan meningkatkan pula minat pedagang Pasar Dolopo menjadi nasabah di bank syariah.

H_0 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara pengetahuan pedagang atas produk bank syariah terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah.

H_1 = Terdapat pengaruh yang signifikan antara pengetahuan pedagang atas produk bank syariah terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah.

3. Hipotesis terkait dengan Pengetahuan Pedagang atas Bagi Hasil dan Produk Bank terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah.

Menurut Sumarwan pengetahuan merupakan semua informasi yang dimiliki oleh konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa serta pengetahuan lainnya terkait dengan produk dan jasa tersebut serta segala informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen.

Penelitian terdahulu yang dilakukan Achmad Rosidi Pengaruh Pengetahuan Produk, Biaya Administrasi Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Masyarakat menunjukkan bahwa berdasarkan uji signifikan variabel bebas pengetahuan produk, biaya administrasi, dan bagi hasil secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat. Sehingga dalam penelitian ini diharapkan dengan meningkatnya pengetahuan atas bagi hasil dan produk bank maka akan semakin meningkat pula minat pedagang Pasar Dolopo menjadi nasabah di bank syariah.

H_0 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara pengetahuan pedagang atas bagi hasil dan produk bank syariah terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah.

H_1 = Terdapat pengaruh yang signifikan antara pengetahuan pedagang atas bagi hasil dan produk bank syariah terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Dalam pendekatan penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif, yaitu analisis regresi linier sederhana dan regresi linier berganda yang dilakukan untuk mengetahui apakah seluruh variabel bebas (independen) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (dependen). Penelitian ini bersifat non-eksperimental, penelitian ini dilakukan guna mengetahui pengaruh variabel pengetahuan pedagang atas bagi hasil dan produk bank syariah dalam mempengaruhi minat menjadi nasabah di bank syariah.

B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan.¹

Dalam penelitian kuantitatif ini melihat pengaruh variabel terhadap obyek yang diteliti, ada variabel dependen dan variabel independen. Dari situ dapat dicari seberapa besar pengaruh variabel dependen terhadap variabel independen.²

¹ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2011), 38.

² Elvinarno Ardianto, *Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif* (Bandung: Simbiosis Media, 2010), 39.

Terdapat dua variabel dalam penelitian ini yaitu variabel independen (variabel X) dan variabel dependen (variabel Y). Peneliti menjadikan pengetahuan pedagang atas bag hasil (X1) dan pengetahuan pedagang atas produk bank syariah (X2) sebagai variabel independen dan minat menjadi nasabah (Y) sebagai variabel dependen.

2. Definisi Operasional

Berikut adalah operasional variabel ditunjukkan pada tabel di bawah ini:

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator
1	Pengetahuan pedagang atas bagi hasil	Segala sesuatu yang diketahui oleh pedagang mengenai bagi hasil yang ada di bank syariah.	a. Kejelasan b. Manfaat bagi hasil c. Bagi hasil yang kompetitif
2	Pengetahuan pedagang atas produk bank syariah	Segala sesuatu yang diketahui oleh pedagang tentang produk-produk di perbankan syariah sebagai hasil dari proses belajar.	a. Pengetahuan Produk b. Pengetahuan Pembelian c. Pengetahuan Pemakaian
3	Minat menjadi nasabah di bank syariah	Sikap positif dari pedagang terhadap bank syariah yang disertai dengan perasaan senang dan kecenderungan untuk menyenangkan, mendekati, menerima bank syariah dengan menjadi nasabah.	a. Dorongan dari diri sendiri b. Motif sosial c. Faktor emosional

C. Lokasi dan Periode Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Pasar Dolopo Madiun yang berada di Jl. Raya Ponorogo-Madiun, Krajan, Kelurahan Bangunsari, Kecamatan Dolopo, Kabupaten Madiun. Sedangkan waktu pelaksanaan penelitian ini pada bulan Januari 2022 - Oktober 2022.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penulis untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.³ Dari hasil wawancara dengan kepala pengelola pasar yaitu bapak Supriyadi, populasi dalam penelitian ini adalah pedagang yang berdagang di pasar dolopo sejumlah kurang lebih 1027 orang.⁴

2. Sampel Penelitian

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diablil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya.⁵

Untuk mendapatkan sampel yang diinginkan berdasarkan rumus slovin sebagai berikut :

$$\frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

³ Sugiyono, *Metode*, 80.

⁴ Supriyadi, *Wawancara*, 28 Januari 2022.

⁵ Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 64.

$$n = \frac{1027}{1 + 1027 \cdot 0,1^2}$$

$$\frac{1027}{1 + 1027 \cdot 0,01}$$

$$n = \frac{1027}{1 + 10,27}$$

$$n = \frac{1027}{11,27}$$

$$n = 91,1$$

Keterangan :

N = Jumlah Populasi

n = Jumlah Sampel

e2 = Presisi (ditetapkan 10% dengan tingkat kepercayaan 90%)

Jadi sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 91,1 responden dan untuk memudahkan peneliti sehingga dibulatkan menjadi 91 responden.

Teknik pengambilan sampel atau biasa dikenal dengan teknik sampling merupakan cara yang digunakan oleh seorang peneliti untuk menentukan seberapa jumlah sampel yang dibutuhkan dalam suatu penelitian.⁶ Pengambilan sampel harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel (contoh) yang benar-benar berfungsi sebagai

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D)* (Bandung: Alfabeta, 2017) 139.

contoh yang mewakili keadaan populasi.⁷ Dari perhitungan diatas teknik pengambilan sampel dengan teknik *probability sampling* dengan metode simple random sampling yang merupakan pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak dan tidak memperhatikan strata yang terdapat di dalam populasi tersebut.⁸

E. Jenis dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang merupakan data yang dinyatakan dalam bentuk angka.⁹ Berdasarkan sumbernya, penelitian ini menggunakan data primer, yaitu data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber datanya. Data primer disebut data asli atau data baru yang memiliki sifat *up to date*. Untuk mendapatkan data primer, peneliti harus mengumpulkannya secara langsung.¹⁰ Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara dan penyebaran angket pada pedagang Pasar Dolopo.

F. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam suatu penelitian ilmiah dimaksudkan untuk memperoleh bahan-bahan yang relevan, akurat dan terpercaya. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

1. Kuisioner (Angket)

⁷ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rieneka Cipta, 2011), 176.

⁸ Sugiyono, *Metode*, 82.

⁹ Singgih Santoso, *Mahir Statistik Parametrik* (Jakarta: Alex Media Komputindo, 2018), 2.

¹⁰ Siyoto, *Dasar*, 68.

Angket adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan untuk dijawabnya.¹¹ Responden yang mengisi kuisioner ini adalah pedagang pasar Dolopo. Kuisioner (angket) dalam penelitian ini digunakan untuk mengambil data mengenai pengaruh pengetahuan pedagang atas bagi hasil dan produk bank syariah terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah.

2. Wawancara

Wawancara adalah suatu cara pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya.¹² Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam.¹³

G. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan data agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah olehnya.¹⁴ Dalam penelitian ini pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Kuisioner Tertutup (Angket Terstruktur)

¹¹ Anak Agung Putu Agung, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Malang: UB Press, 2012), 63.

¹² Ridwan, *Belajar Mudah Penelitian untuk Guru Karyawan dan Peneliti Pemula* (Bandung: Alfabeta, 2012), 74.

¹³ Sugiyono, *Metode*, 231.

¹⁴ Riduwan, *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2011), 24.

Kuisioner tertutup (angket terstruktur) yaitu angket yang disajikan dalam bentuk sedemikian rupa sehingga responden dimintai untuk memilih satu jawaban yang sesuai dengan karakteristik dirinya dengan memberikan tanda *checklist* (√).¹⁵

2. Pedoman Wawancara Tidak Terstruktur

Pedoman wawancara tidak terstruktur yaitu pedoman wawancara yang hanya memuat garis besar yang akan ditanyakan. Tentu saja kreatifitas pewawancara sangat diperlukan, bahkan hasil wawancara dengan jenis pedoman ini lebih banyak tergantung dari pewawancara. Pewawancara adalah sebagai pengemudi jawaban responden.¹⁶

H. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Pendekatan yang dibutuhkan dalam proses ini adalah pendekatan statistik inferensi yang berfungsi menentukan hasil data yang ada dengan hasil populasi.¹⁷ Analisis data merupakan upaya pengolahan data menjadi informasi, sehingga karakteristik atau sifat-sifat data tersebut dapat dipahami dan bermanfaat untuk menjawab masalah yang berkaitan dengan penelitian. Statistik inferensi atau statistik induktif adalah bagian yang berkaitan dengan penelitian. Statistik inferensi atau statistik induktif adalah bagian dari statistic yang mempelajari mengenai penafsiran dan penarikan kesimpulan yang berlaku secara umum dari data yang tersedia. Metode yang digunakan

¹⁵ Ibid., 27.

¹⁶ Siyoto, *Dasar*, 77.

¹⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 235.

penelitian ini adalah analisis linier berganda sederhana dan analisis linier berganda. Ada beberapa uji yang berkaitan dengan analisis regresi, yaitu:¹⁸

1. Pengujian Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisisioner. Kuesioner dikatakan valid jika pernyataan/pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.¹⁹ Untuk menguji validitas instrumen penelitian digunakan korelasi produk momen atau metode pearson, dengan rumus:²⁰

$$R_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n.\sum X^2 - (\sum X)^2\} \cdot \{n.\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

R_{xy} : koefisien korelasi antara x dan y

N : jumlah sampel atau subjek

$\sum xy$: jumlah perkalian antara skor x dan skor y

Y : jumlah total skor x

X : jumlah skor y

X^2 : jumlah dari kuadrat x

Y^2 : jumlah kuadrat y

¹⁸ Andhita Dessy Wulansari, *Aplikasi Statistika Parametrik dalam Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Felichia, 2016), 94.

¹⁹ Danang Sunyoto, *Praktik SPSS Untuk Kasus* (Yogyakarta: Nuha Medika, 2011), 144.

²⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 36.

Menurut Sugiyono hasil perhitungan berupa koefisien korelasi dapat menggambarkan derajat ketepatan atau derajat validitas suatu alat test, yang menurut ketentuan berkisar antara 0,00 s.d + 1,00 ($0,00 \leq K \leq +1,00$ dimana K adalah koefisien korelasi). Untuk menafsirkan tinggi rendahnya validitas dan koefisien korelasi, digunakan pedoman sebagai berikut :²¹

0,00 s.d 0,20 : hampir tidak ada korelasi (alat tes tidak valid)

0,21 s.d 0,40 : korelasi rendah (validitas rendah)

0,41 s.d 0,60 : korelasi sedang (validitas sedang)

0,61 s.d 0,80 : korelasi tinggi (validitas tinggi)

0,81 s.d 1,00 : korelasi sempurna (validitas sempurna)

Suatu instrumen dikatakan valid apabila :²²

- 1) Koefisien korelasi product moment melebihi 0,3.
- 2) Koefisien korelasi product moment $> r$ -tabel ($\alpha ; n - 2$) n = jumlah sampel.
- 3) Nilai sig. $< \alpha$.

Untuk mempermudah perhitungan peneliti menggunakan bantuan program SPSS untuk menguji validitas instrumen dengan melihat nilai sig. harus $< \alpha$ (0,05).

²¹ Ibid., 37.

²² Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan & SPSS* (Jakarta: Kencana, 2013), 38.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Butir pertanyaan/ Pernyataan dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan/ pernyataan adalah konsisten.²³ Untuk menguji reliabilitas pada umumnya menggunakan rumus yang dikenal dengan nama Rumus *Alpha Cronbach*. Adapun rumus *Alpha Cronbach* adalah sebagai berikut :

$$R_{11} = \left[\frac{n}{n-1} \right] \left[1 - \frac{\sum st^2}{st^2} \right]$$

Keterangan :

R_{11} : koefisien reliabilitas tes

N : banyaknya butir item pertanyaan/ pernyataan

1 : bilangan konstan

$\sum St^2$: jumlah varian butir skor dari tiap-tiap butir item

St^2 : variabel total

Untuk mengukur reliabilitas menggunakan uji statistic *Alpha Cronbach* dikatakan reliabel jika nilai *Alpha Cronbach* lebih besar dari 0,6.²⁴

²³ Sunyoto, *Praktik SPSS*, 110.

²⁴ *Ibid.*, 137.

2. Analisis Deskriptif

Analisis data deskriptif adalah cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi.²⁵ Analisis deskriptif bertujuan mengubah kumpulan data mentah menjadi bentuk atau gambaran yang mudah dipahami. Dalam penelitian ini, analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan secara jelas kondisi yang ada di dalam objek, untuk mengetahui dan menganalisis data mengenai pengetahuan pedagang atas bagi hasil, produk bank syariah dan minat menjadi nasabah di bank syariah. pada penelitian ini penyajian data lebih ditekankan dalam bentuk tabel.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

²⁵ Agus Purwoto, *Paduan Laboratorium Statistika Inferensial* (Jakarta: Grasindo, 2007), 1.

Salah satu cara untuk melihat adanya problem heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Cara menganalisisnya adalah sebagai berikut :²⁶

- 1) Dengan melihat apakah titik-titik memiliki pola tertentu yang teratur seperti gelombang, melebar kemudian menyempit, jika terjadi maka mengindikasikan terdapat heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak terdapat pola tertentu yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 10 pada sumbu Y maka mengindikasikan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Selain itu untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dalam suatu persamaan regresi dapat dilihat melalui Uji Glejser. Menurut Glejser varian variabel gangguan nilainya tergantung dari variabel independen yang ada dalam model. Menurutnya deteksi masalah heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melakukan regresi fungsi-fungsi residual sebagai berikut:²⁷

$$[\hat{\epsilon}_i] = \beta_0 + \beta_1 X_1 + v_i$$

$$[\hat{\epsilon}_i] = \beta_0 + \beta_1 \sqrt{X_1} + v_i$$

$$[\hat{\epsilon}_i] = \beta_0 + \beta_1 \frac{1}{X_1} + v_i$$

²⁶ Tony Wijaya, *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS* (Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 2009), 124.

²⁷ Agus Widarjono, *Analisis Multivariat Terapan Edisi Kedua* (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2015), 68.

Jika variabel independen secara statistik signifikan melalui uji t maka ada masalah heteroskedastisitas. Sebaliknya jika variabel X tidak signifikan secara statistik maka model tidak mengandung masalah heteroskedastisitas.²⁸ Dengan dasar pengambilan keputusan:

- 1) Tidak terjadi heteroskedastisitas jika nilai t hitung lebih kecil dari t tabel dan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.
- 2) Terjadi heteroskedastisitas jika nilai t hitung lebih besar dari t tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05.²⁹

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak orthogonal. Variabel orthogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas yaitu :

- 1) Nilai R^2 yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variabel bebas banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel terikat.

²⁸ Ibid.

²⁹ Andhita Dessy Wulansari, *Aplikasi Statistika*, 108.

- 2) Menganalisis korelasi antar variabel bebas. Jika antar variabel bebas ada korelasi yang cukup tinggi diatas 0,90 maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolinieritas.
- 3) Multikolinieritas dapat juga dilihat dari VIF, jika $VIF < 10$ maka tingkat kolonieritas dapat ditoleransi.
- 4) Nilai eigenvalue sejumlah satu lebih variabel bebas yang mendekati nol memberikan petunjuk adanya multikolinieritas.³⁰

c. Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara analisis grafik. Suatu variabel dikatakan normal jika gambar distribusi dengan titik-titik data yang menyebar disekitar garis diagonal dan penyabaran titik-titik data searah mengikuti diagonal. Analisis data mensyaratkan data berdistribusi normal untuk menghindari bias dalam analisis data.³¹ Uji normalitas dilakukan dengan uji nilai Kolmogrov Smirnov, jika nilai probabilitas $\geq 0,05$ maka data berdistribusi normal. Sebaliknya jika nilai probabilitas $\leq 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal.³²

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk menguji suatu model apakah antara variabel masing-masing variabel bebas saling mempengaruhi. Apabila terjadi korelasi maka menunjukkan adanya masalah

³⁰ Wijaya, *Analisis Data Penelitian*, 119.

³¹ Wijaya, *Analisis Data Penelitian*, 126.

³² Imam Gunawan, *Pengantar statistika Inferensial* (Bandung: Raja Grafindo Persada, 2017),

autokorelasi. Salah satu cara untuk mendeteksi autokorelasi adalah dengan Uji Durbin Watson, dengan pengambilan keputusan sebagai berikut:³³

1) Menentukan hipotesis.

H_0 : tidak ada autokorelasi

H_1 : ada autokorelasi

2) Menentukan besarnya nilai α dengan d tabel (n,k) yang terdiri atas d_l dan d_u .

3) Menentukan kriteria pengujian.

a) Tidak terjadi autokorelasi jika $(4-d_l) < dw < d_l$.

b) Terjadi autokorelasi positif jika $dw < d_l$, koefisien korelasinya lebih besar dari nol.

c) Terjadi autokorelasi negative jika $dw > (4-d_l)$, koefisien korelasinya lebih kecil dari nol.

d) Jika dw terletak antara $(4-d_u)$ dan $(4-d_l)$ maka hasilnya tidak dapat disimpulkan.

4. Uji regresi linier sederhana

Regresi linier sederhana digunakan hanya untuk satu variabel bebas (*independent*) dan satu variabel tak bebas (*dependent*). Kegunaan regresi dalam penelitian salah satunya adalah untuk meramalkan dan

³³ Ibid., 122.

memprediksi variabel terikat (Y) apabila variabel (X) diketahui. Rumus regresi linier sederhana.³⁴

$$Y = a + b \cdot X$$

Keterangan

Y = Variabel terikat

X = Variabel bebas

A dan b = Konstanta

5. Uji regresi linier berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh beberapa variabel X pada variabel Y. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pengetahuan atas bagi hasil (X1) dan pengetahuan atas produk bank (X2) terhadap minat menjadi nasabah (Y) dengan persamaan

.³⁵

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

Keterangan :

Y = Minat menjadi nasabah

X₁ = Pengetahuan atas bagi hasil

X₂ = Pengetahuan atas produk bank

B₁b₂ = Koefisien regresi

e = Standar error (5%)

³⁴ Siregar, *Statistik Parametrik*, 379.

³⁵ Agus Widarjono, *Analisis Multivariat Terapan*, 7.

6. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel X1 (pengetahuan atas bagi hasil), X2 (pengetahuan atas produk bank) terhadap variabel Y (minat menjadi nasabah). Adapun rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut:³⁶

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

Kd = Koefisien determinasi

r^2 = Koefisien korelasi

kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah :³⁷

- a. Jika Kd mendekati nol, maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen adalah lemah.
- b. Jika Kd mendekati satu, berarti pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen adalah kuat.

Adapun pedoman memberikan interpretasi koefisien korelasi atau seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen) digunakan pedoman :³⁸

³⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, 247.

³⁷ Ibid., 249.

³⁸ Ibid., 250.

Tabel 3.2
Tingkat Koefisien Korelasi

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

Sumber : *Pengolahan Data Primer*, 2022

7. Uji hipotesis

Secara bahas hipotesis berasal dari Bahasa Yunani yang mempunyai dua kata “*hupo*” yang berarti sementara dan “*thesis*” yang berarti pernyataan atau teori. Hipotesis merupakan suatu pernyataan yang bersifat sementara atau dugaan saja terhadap suatu permasalahan yang kebenarannya masih lemah sehingga harus diuji secara empiris.³⁹ Dalam penelitian ini uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan dua uji yaitu :

a. Uji F (simultan)

Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah secara bersama-sama koefisien variabel independen mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Uji ini dilakukan untuk membandingkan pada tingkat nilai sig dengan nilai α (5%) pada tingkat derajat 5% atau

³⁹ Siregar, *Metode Penelitian*, 396.

membandingkan F_{hitung} dan F_{tabel} . Pengambilan kesimpulannya menggunakan langkah-langkah sebagai berikut :

1) Merumuskan hipotesis

H_0 : Pengetahuan pedagang atas bagi hasil dan produk bank syariah secara simultan tidak berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah di Bank Syariah.

H_2 : Pengetahuan pedagang atas bagi hasil dan produk bank syariah secara simultan berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah di Bank Syariah.

2) Kaidah pengujian

a) Berdasarkan perbandingan antara F_{hitung} dan F_{tabel}

Jika : $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_0 diterima.

Jika : $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak.

b) Berdasarkan nilai probabilitas

Jika $P(\text{probabilitas}) > 0,05$ maka H_0 diterima.

Jika $P(\text{probabilitas}) \leq 0,05$ maka H_0 ditolak.

3) Membandingkan antara F_{hitung} dan F_{tabel}

Nilai F_{tabel} dapat dicari dengan menggunakan F dengan cara

$$F_{tabel} = F_{(1-\alpha)} (\text{dk pembilang} = m), (\text{dk penyebut} = n-m-1)$$

4) Hasil uji F bisa dilihat pada tabel Anova hasil uji regresi linier pada program SPSS dengan melihat nilai signifikansi.⁴⁰

b. Uji T (parsial)

⁴⁰ Wulansari, *Aplikasi Statistik Parametrik*, 101.

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen memiliki pengaruh pada variabel dependen dengan derajat keabsahan 5%. Pengambilan kesimpulannya dengan melihat nilai sig. dibandingkan dengan nilai α (5%) atau membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan langkah-langkah sebagai berikut :

1) Merumuskan hipotesis

H_0 : Pengetahuan pedagang atas bagi hasil dan produk bank syariah secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah di Bank Syariah.

H_2 : Pengetahuan pedagang atas bagi hasil dan produk bank syariah secara parsial berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah di Bank Syariah.

2) Kaidah pengujian

a) Berdasarkan perbandingan antara t_{hitung} dan t_{tabel} .

Jika : $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima.

Jika : $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak.

b) Berdasarkan nilai probabilitas

Jika $P(\text{probabilitas}) > 0,05$ maka H_0 diterima.

Jika $P(\text{probabilitas}) \leq 0,05$ maka H_0 ditolak.

3) Membandingkan antara t_{hitung} dan t_{tabel}

Nilai t_{tabel} dapat dicari dengan menggunakan tabel t-student dengan cara :

$$T_{\text{tabel}} = t_{(n-2)}(\alpha)$$

- 4) Hasil uji t bisa dilihat pada tabel *coefficients* hasil uji regresi linier pada program SPSS dengan melihat nilai signifikansi.⁴¹



⁴¹ Wijaya, *Analisis Data Penelitian*, 121.

BAB IV

DATA DAN ANALISA

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. Profil Pasar Dolopo Madiun

Pasar Dolopo merupakan pasar pusat perdagangan daerah Madiun bagian selatan yang berada di kecamatan Dolopo, mayoritas pedagang adalah orang-orang dari wilayah Dolopo dan sekitarnya. Barang-barang dagangan yang diperjualbelikan sangat beraneka ragam baik berupa hasil pertanian, perkebunan maupun hasil olahan pabrik maupun rumah tangga. Lokasi pasar Dolopo sangat strategis, berada di pinggir jalan utama yaitu Jl. Raya Ponorogo-Madiun, Krajan, Bangunsari Kecamatan Dolopo Kabupaten Madiun.

Pasar Dolopo memiliki luas lahan ± 1.5 Ha dan memiliki 899 bangunan yang terdiri 180 kios dan 719 bangunan los. Di pasar Dolopo ini terdapat kurang lebih 1027 pedagang yang berdagang di pasar Dolopo ini. Tempat berjualan para pedagang di pasar Dolopo Madiun sudah dibagi dengan pembagian blok bagian depan untuk berjualan aksesoris, sepatu dan tas, blok tengah untuk berjualan pakaian, blok selatan untuk berjualan sayuran, blok barat untuk berjualan semako (bahan-bahan pokok) dan daging maupun ikan, dan blok bagian utara untuk berjualan gerabah dan anyaman, sedangkan bagian belakang pasar dan jalan masuk kedalam pasar terdapat pedagang kaki lima yang menjual bebrabagi jenis

dagangan mulai dari empon-empon, tembakau, sayuran, buah, hingga pakaian.

Adapun batas-batas wilayah administrasi pasar Dolopo Madiun adalah sebagai berikut:

- a. Sebelah utara berbatasan dengan Desa Mbatil.
- b. Sebelah Timur berbatasan dengan Desa Dolopo.
- c. Sebelah selatan berbatasan dengan Desa Doho.
- d. Sebelah barat berbatasan dengan Kelurahan Bangunsari.¹

2. Visi dan Misi Pasar Dolopo Madiun

a. Visi Pasar Dolopo Madiun

Mewujudkan pasar yang bersih, indah, nyaman dan aman dalam bertransaksi.

b. Misi Pasar Dolopo Madiun

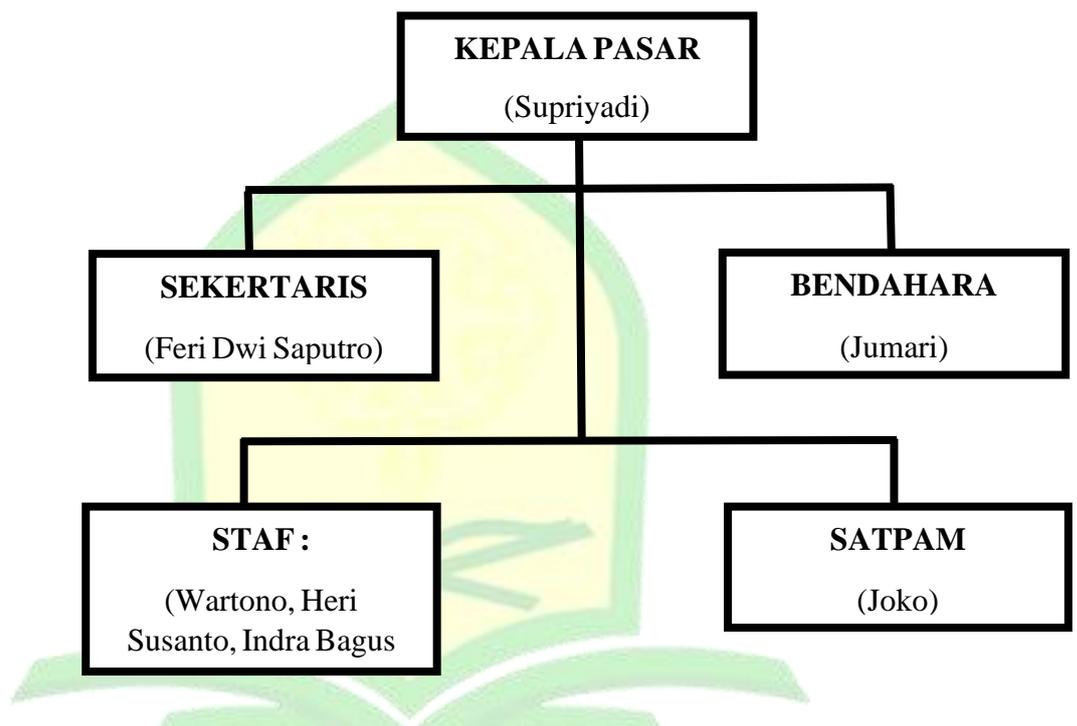
- 1) Meningkatkan kesejahteraan dan pendapatan para pedagang.
- 2) Meningkatkan pelayanan terhadap pelaku pasar.
- 3) Peningkatan kebersihan, ketertiban, dan keamanan pasar.
- 4) Peningkatan pendapatan alih daerah khususnya sektor tetrtribusi pasar.²

¹ Supriyadi, *Wawancara*, 4 Juli 2022

² Supriyadi, *Wawancara*, 4 Juli 2022

3. Struktur Organisasi Pengelola Pasar Dolopo Madiun

Untuk memudahkan pembaca melihat struktur yang ada di pasar Dolopo Madiun, maka peneliti mencantumkan struktur organisasi pengelola pasar Dolopo Madiun, yaitu sebagai berikut :



Gambar 4.1. Struktur Organisasi Pasar Dolopo

Gambar diatas memperlihatkan struktur organisasi pasar Dolopo Madiun. Pada setiap tugas dan fungsi yang berbeda, adapun tugas dari masing-masing bagian adalah sebagai berikut :

- a. Kepala Pasar : bertugas mengarahkan tugas bawahan dengan memberikan petunjuk dan bimbingan baik secara lisan maupun tertulis dan membantu seluruh aktifitas karyawan semua bagian apabila diperlukan.

- b. Sekertaris : bertugas membuat laporan-laporan penting yang dibutuhkan.
- c. Bendahara : bertugas mengelola administrasi laporan keuangan pasar.
- d. Staff : tugasnya berkaitan dengan penerimaan tetribusi pasar.
- e. Satpam : bertugas menyelenggarakan keamanan dan ketertiban di lingkungan kantor yang meliputi aspek pengamanan fisik, personel, informasi dan pengamanan teknis lainnya.

4. Data Fisik Pasar Dolopo Madiun

Fasislitas yang ada di Pasar Dolopo Madiun, antara lain terdapat ruang kantor pengelola pasar, mushola, dan kamar mandi umum. Berikut merupakan data jumlah dan luas bangunan di Pasar Dolopo Madiun :

Tabel 4.1
Data Fisik Pasar Dolopo

No	Nama Bangunan	Ukuran	Jumlah	Satuan	Keterangan
1	Kios	4x8 m	1	Bedak	
2	Kios	3x4 m	99	Bedak	
3	Kios	3x4 m	1	Bedak	Kantor Pasar
4	Kios	3x3 m	1	Bedak	Kios 86
5	Kios	3x2 m	1	Bedak	Kios 58
6	Kios	3x3 m	74	Bedak	
7	Kios	3x3 m	1	Bedak	Mushola
8	Kios	1,5x3 m	2	Bedak	Kios kecil
9	Los	2x3 m	112	Petak	
10	Los	2x2 m	192	Petak	
11	Los	2x1 m	33	petak	Blok Los 11 Blok Los V
12	Los	1x8 m	1	Petak	

		1x6 m	8	Petak	
		1x5 m	3	Petak	
		1x4 m	21	Petak	
		1x4 m	17	Petak	
		1x3 m	46	Petak	
		1x1 m	115	petak	
13	Los	6x8 m	1	Petak	Sepeda
		Total	899	Unit	

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2022

Sedangkan jenis dagangan yang ada di Pasar Dolpo Madiun sangat beraneka ragam, berikut merupakan jumlah pedagang yang terdaftar berdasarkan barang yang dijual :

Tabel 4.2
Jenis Dagangan

No	Jenis Dagangan	Jumlah
1	Sembako	231
2	Daging dan Ayam	25
3	Sayuran dan Empon-Empon	432
4	Buah	23
5	Emas dan Imitasi	14
6	Pakaian	131
7	Sandal dan Sepatu	32
8	Gerabah dan Anyaman	59
9	Tembakau	22
10	Plastik dan Buku	9
11	Warung Makan	43
12	Alat Listrik	6
Total		1027

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2022

B. Analisis Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Dalam melaksanakan pengolahan data validitas instrumen penelitian digunakan *corrected item total correlation* (r_{hitung}). Dan dibandingkan dengan r_{tabel} dengan ketentuan degree of freedom $df = n - k$, n (jumlah sampel) dan k (jumlah variabel independen). Maka r_{tabel} sebesar 0,206. Jika nilai instrument kurang dari 0,206 maka dinyatakan tidak valid. Berikut ini disajikan hasil uji validitas dengan menggunakan SPSS melalui tabel berikut :

Tabel 4.3
Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

Variabel	Kode Indikator	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Pengetahuan Atas Bagi Hasil	X1 ₁	0,814	0,206	Valid
	X1 ₂	0,720	0,206	Valid
	X1 ₃	0,562	0,206	Valid
	X1 ₄	0,598	0,206	Valid
	X1 ₅	0,676	0,206	Valid
	X1 ₆	0,588	0,206	Valid
Pengetahuan Atas Produk Bank	X2 ₁	0,702	0,206	Valid
	X2 ₂	0,712	0,206	Valid
	X2 ₃	0,674	0,206	Valid
	X2 ₄	0,303	0,206	Valid
	X2 ₅	0,568	0,206	Valid
	X2 ₆	0,699	0,206	Valid
Minat Menjadi Nasabah	Y ₁	0,535	0,206	Valid
	Y ₂	0,705	0,206	Valid
	Y ₃	0,705	0,206	Valid
	Y ₄	0,686	0,206	Valid
	Y ₅	0,736	0,206	Valid
	Y ₆	0,672	0,206	Valid
	Y ₇	0,703	0,206	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah, 2022

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas diukur dengan uji statistik *Cronbach's alpha* dengan cara membandingkan nilai Alpha dengan standarnya. Reliabilitas suatu variabel baik jika memiliki *cronbach's alpha* > 0,60. Berikut disajikan tabel hasil pengujian reliabilitas .

Tabel 4.4

Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen

Variabel	Reliability Coefficient	Cronbach's Alpha	Keterangan
X1	6 pertanyaan	0,747	Reliabel
X2	6 pertanyaan	0,667	Reliabel
Y	7 pertanyaan	0,841	Reliabel

Sumber : Diolah dari Data Primer, 2022.

C. Hasil Analisis Deskriptif

1. Deskripsi Responden

Populasi Dalam Penelitian ini adalah pedagang Pasar Dolopo, adapun jumlah responden yang ditentukan sebagai sampel adalah sebanyak 91 responden. Setiap responden diberi lembar kuesioner untuk memberikan jawaban atas pernyataan yang telah disediakan. Semua kuesioner yang diisi oleh responden tidak ada yang rusak dan semua diisi secara lengkap oleh responden. Untuk mempermudah mengidentifikasi responden dalam penelitian ini, maka diperlukan

gambaran mengenai karakteristik responden. Data responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis kelamin, usia, dan pendidikan terakhir responden. Adapun gambaran karakteristik responden adalah sebagai berikut :

a. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Tabel 4.5
Identitas Pedagang Berdasarkan Jenis Kelamin

		Jenis kelamin			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	laki-laki	25	27.5	27.5	27.5
	perempuan	66	72.5	72.5	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2022.

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 91 responden pedagang di pasar Dolopo mayoritas adalah perempuan yaitu sebesar 66 orang dengan presentase 72,5%. Sedangkan laki-laki yaitu sebesar 25 orang dengan presentase 27,5%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang yang ada di pasar Dolopo adalah perempuan.

b. Karakteristik responden berdasarkan usia

Tabel 4.6
Identitas Pedagang Berdasarkan Umur

		Umur			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang dari 20 tahun	2	2.2	2.2	2.2
	20-30 tahun	18	19.8	19.8	22.0
	31-40 tahun	14	15.4	15.4	37.4
	41-50 tahun	21	23.1	23.1	60.4
	Lebih dari 50 tahun	36	39.6	39.6	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

Sumber : *Pengolahan Data Primer, 2022.*

Usia merupakan faktor yang menentukan seseorang dalam mengambil keputusan. Dalam tabel diatas menentukan tingkat usia responden yang menjadi responden di pasar Dolopo. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa berdasarkan usia responden yang ada di pasar Dolopo diketahui dari 91 responden paling banyak adalah lebih dari 50 tahun sebanyak 36 atau 39,6% dari keseluruhan responden. Sementara tingkatan usia dengan jumlah paling sedikit adalah usia kurang dari 20 tahun sebanyak 2 orang atau hanya 2,2% dari keseluruhan responden. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian pedagang di pasar Dolopo berusia lebih dari 50 tahun.

c. Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir

Tabel 4.7
Identitas Pedagang Berdasarkan Pendidikan

		Pendidikan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SD	28	30.8	30.8	30.8
	SMP	36	39.6	39.6	70.3
	SMA	24	26.4	26.4	96.7
	D3	1	1.1	1.1	97.8
	S1	2	2.2	2.2	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2022.

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden pedagang di pasar Dolopo mayoritas SMP sebanyak 36 orang atau 39,6% dari keseluruhan responden. Dan pendidikan paling sedikit yaitu D3 sebanyak 1 orang atau 1,1% dari keseluruhan responden. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang di pasar Dolopo pendidikan terakhirnya adalah SMP.

2. Deskripsi Data Variabel

Dari hasil penelitian dari dua variabel bebas yaitu variabel pengetahuan atas bagi hasil (X1) dan pengetahuan atas produk bank syariah (X2) serta variabel terikat minat menjadi nasabah (Y). Berdasarkan data variabel selanjutnya dideskripsikan ke dalam distribusi frekuensi dan kategori kecenderungan berdasarkan pedoman dari H. A. Sturges dalam menentukan jumlah interval kelas yang kemudian disebut dengan rumus sturges, yaitu :

$$K = 1 + 3,3 \log n$$

Keterangan :

K : Jumlah interval kelas

N : Jumlah data observasi

3,3 : Bilangan konstanta

Penentuan interval kelas dilakukan dengan rumus :

$$C_i = \frac{Range}{K}$$

Keterangan :

C_i : Interval kelas

Range : Selisih data terbesar dan terkecil

K : Jumlah kelas

a. Minat Menjadi Nasabah

Data yang diperoleh dari kuesioner variabel keputusan menjadi nasabah menunjukkan bahwa skor tertinggi dicapai sebesar 28 dan skor terendah sebesar 14.

1) Penentuan kelas interval

$$K = 1 + 3,3 \log N$$

$$K = 1 + 3,3 \log 91$$

$$K = 1 + 3,3 (1,9)$$

$$K = 1 + 6,27$$

$$K = 7,27$$

$$K = 7 \text{ (dibulatkan)}$$

2) Distribusi frekuensi

$$\text{Nilai maksimum} = 28$$

$$\text{Nilai minimum} = 14$$

$$\begin{aligned} \text{Range} &= \text{Nilai maksimum} - \text{nilai minimum} \\ &= 28 - 14 \\ &= 14 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Interval kelas} &= \text{Range} / \text{jumlah kelas} \\ &= 14 / 2 \\ &= 2 \end{aligned}$$

Tabel 4.8

Sebaran Frekuensi Variabel Minat

Interval	F	Presentase
14,00 – 15,00	7	7,6%
16,00 – 17,00	1	1,%
18,00 – 19,00	4	4,3%
20,00 – 21,00	21	23%
22,00 – 23,00	16	17,5%
24,00 – 25,00	28	30,7%
26,00 – 27,00	12	13,1%
28,00 – 29,00	2	2,1%
Total	91	100%

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2022

Identifikasi kategori kecenderungan atau tinggi rendahnya variabel minat menjadi nasabah dapat dilihat dibawah ini :

$$\begin{aligned} \mu &= \frac{1}{2} (i_{\max} - i_{\min}) \sum k \\ &= \frac{1}{2} (4+1) 7 \\ &= 17,5 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\sigma &= \frac{1}{6} (X_{\max} - X_{\min}) \\ &= \frac{1}{6} (28-14) \\ &= 25,6\end{aligned}$$

Tabel 4.9

Identifikasi Kategori Kecenderungan Variabel Minat

Rumusan	Kategori	Skor Skala	Frekuensi	Presentase
$X > (\text{Mean} + 1\text{SD})$	Tinggi	$X > 25,77$	14	15,38%
$(\text{Mean} - 1\text{SD}) < X \leq (\text{Mean} + 1\text{SD})$	Sedang	$19,15 < X \leq 25,77$	65	71,43%
$X < (\text{Mean} - 1\text{SD})$	Rendah	$X < 19,15$	12	13,19%

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2022

Berdasarkan klasifikasi di atas dapat diketahui bahwa kecenderungan minat menjadi nasabah di bank syariah tergolong sedang. Hal ini memberikan gambaran bahwa tingkat minat menjadi nasabah di bank syariah tergolong masih sedang.

a. Sebaran Distribusi Frekuensi Variabel Pengetahuan Atas Bagi Hasil

Data yang diperoleh dari kuesioner variabel keputusan menjadi nasabah menunjukkan bahwa skor tertinggi dicapai sebesar 24 dan skor terendah sebesar 14.

1) Penentuan kelas interval

$$K = 1 + 3,3 \log N$$

$$K = 1 + 3,3 \log 91$$

$$K = 1 + 3,3 (1,9)$$

$$K = 1 + 6,27$$

$$K = 7,27$$

$$K = 7 \text{ (dibulatkan)}$$

2) Distribusi frekuensi

$$\text{Nilai maksimum} = 24$$

$$\text{Nilai minimum} = 14$$

$$\begin{aligned} \text{Range} &= \text{Nilai maksimum} - \text{Nilai minimum} \\ &= 24 - 14 \end{aligned}$$

$$= 20$$

$$\text{Interval kelas} = \text{Range} / \text{jumlah kelas}$$

$$= 20/7$$

$$= 2,8 = 3 \text{ (dibulatkan)}$$

Tabel 4.10

Sebaran Frekuensi Variabel Pengetahuan Atas Bagi Hasil

Interval	F	Presentase
14,00 – 15,00	6	6,5 %

16,00 – 17,00	15	16,4%
18,00 – 19,00	23	25,2%
20,00 – 21,00	23	25,2%
22,00 – 23,00	16	17,5%
24,00 – 25,00	8	8,7%
Total	91	100%

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2022

Identifikasi kategori kecenderungan atau tinggi rendahnya variabel keputusan menjadi nasabah dapat dilihat melalui tabel :

$$\begin{aligned}\mu &= \frac{1}{2} (i_{\max} - i_{\min}) \sum k \\ &= \frac{1}{2} (4+1) 6 \\ &= 15 \\ \sigma &= \frac{1}{6} (X_{\max} - X_{\min}) \\ &= \frac{1}{6} (25-14) \\ &= 1,8\end{aligned}$$

Tabel 4.11

Identifikasi Kategori Kecenderungan Variabel Pengetahuan

Atas bagi Hasil

Rumusan	Kategori	Skor Skala	Frekuensi	Presentase
$X > (\text{Mean} + 1\text{SD})$	Tinggi	$X > 22,19$	14	15,39 %
$(\text{Mean} - 1\text{SD}) < X \leq (\text{Mean} + 1\text{SD})$	Sedang	$16,83 < X \leq 22,19$	62	68,13 %
$X < (\text{Mean} - 1\text{SD})$	Rendah	$X < 16,83$	15	16,48 %

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2022

Berdasarkan klasifikasi diatas dapat diketahui bahwa kecenderungan Pengetahuan Pedagang Atas Bagi Hasil tergolong sedang. Hal ini memberikan gambaran bahwa tingkat pengetahuan pedagang atas bagi hasil tergolong sedang.

b. Sebaran Distribusi Frekuensi Variabel Pengetahuan Atas Produk Bank

Data yang diperoleh dari kuesioner variabel pengetahuan atas produk bank menunjukkan bahwa skor tertinggi dicapai sebesar 24 dan skor terendah dicapai sebesar 13.

1) Penentuan kelas interval

$$K = 1 + 3,3 \log N$$

$$K = 1 + 3,3 \log 91$$

$$K = 1 + 3,3 (1,9)$$

$$K = 1 + 6,27$$

$$K = 7,27$$

$$K = 7 \text{ (dibulatkan)}$$

2) Distribusi frekuensi

$$\text{Nilai maksimum} = 24$$

$$\text{Nilai minimum} = 13$$

$$\text{Range} = \text{Nilai maksimum} - \text{nilai minimum}$$

$$= 24 - 13$$

$$= 11$$

$$\text{Interval kelas} = \text{Range/jumlah kelas}$$

$$= 11/7$$

$$= 1,5$$

Tabel 4.12

Sebaran Frekuensi Pengetahuan Produk Bank Syariah

Interval	F	Presentase
13,00 – 14,00	4	4,3%
15,00 – 16,00	9	9,8 %
17,00 – 18,00	18	19,7%
19,00 – 20,00	25	27,4%
21,00 – 22,00	33	36,2%
24,00 – 25,00	2	2,1%
Total	91	100%

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2022

Identifikasi kategori kecenderungan atau tinggi rendahnya variabel pengetahuan atas produk bank dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

$$\mu = \frac{1}{2} (i_{\max} - i_{\min}) \sum k$$

$$= \frac{1}{2} (4+1) 6$$

$$= 15$$

$$\sigma = \frac{1}{6} (X_{\max} - X_{\min})$$

$$= \frac{1}{6} (25 - 13)$$

$$= 2$$

Tabel 4.13

Identifikasi Kategori Kecenderungan Variabel Pengetahuan

Produk Bank Syariah

Rumusan	Kategori	Skor Skala	Frekuensi	Presentase
$X > (\text{Mean} + 1\text{SD})$	Tinggi	$X > 21,72$	16	17,58 %
$(\text{Mean} - 1\text{SD}) < X \leq (\text{Mean} + 1\text{SD})$	Sedang	$16,76 < X \leq 21,72$	62	68,13 %
$X < (\text{Mean} - 1\text{SD})$	Rendah	$X < 16,76$	13	14,29 %

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2022

Berdasarkan klasifikasi diatas dapat diketahui bahwa kecenderungan pengetahuan pedagang atas produk bank tergolong sedang. Hal ini memberi gambaran bahwa tingkat pengetahuan atas produk bank sedang.

D. Analisis Data

1. Hasil Uji Asumsi Klasik

Pengujian terhadap ada tidaknya pelanggaran terhadap asumsi-asumsi klasik yang merupakan dasar dalam model regresi linier berganda. Untuk dapat mengetahui apakah model regresi linier berganda sudah memenuhi sifat Best Linear Unbiased Estimator (BLUE), dilakukan uji normalitas, uji heterokedastisitas, uji linieritas, uji multikolineritas, dan uji autokorelasi. Hasil pengujian tersebut dijelaskan sebagai berikut :

a. Analisis Uji normalitas

Uji normalitas bertujuan menguji apakah dalam penelitian ini terdistribusi normal atau tidak dideteksi melalui analisis grafik

Tabel 4.14

Hasil Pengujian Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		91
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2,82059302
Most Extreme Differences	Absolute	,126
	Positive	,098
	Negative	-,126
Kolmogorov-Smirnov Z		1,199
Asymp. Sig. (2-tailed)		,113

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : *Pengolahan Data Primer, 2022.*

Dari hasil pengujian terlihat pada tabel diatas bahwa besarnya nilai signifikasi sebesar 0,113. Jika nilai signifikasi $< 0,05$ maka distribusi data tidak normal dan jika nilai signifikasi $> 0,05$ maka data berdistribusi normal. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa signifikasi $0,113 > 0,05$ artinya data berdistribusi normal.

b. Analisis Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heterokedastisitas yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan model regresi. Berikut ini adalah hasil uji heterokedastisitas

Tabel 4.15

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.181	1.700		3.049	.003
	X1	-.051	.094	-.071	-.539	.591
	X2	-.111	.102	-.143	-1.089	.279

a. Dependent Variable: abs_res

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2022.

Hasil Pengujian Heterokedastisitas

Dari hasil pengujian terlihat pada tabel diatas bahwa besarnya nilai signifikasi pada variabel independen pengetahuan atas bagi hasil sebesar 0,591 dan pengetahuan atas produk bank syariah adalah 0,279. Karena nilai signifikasi variabel pengetahuan atas bagi hasil dan pengetahuan produk bank syariah lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heterokedastisitas pada model regresi.

c. Hasil Pengujian Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Prasyarat yang harus dipenuhi adalah tidak adanya autokorelasi dalam model regresi. Hasil uji autokorelasi dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.16

Hasil Pengujian Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.499 ^a	.249	.232	2.407	1.949

a. Predictors: (Constant), X2, X1

c. Dependent Variable: Y

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2022.

Dari hasil output di atas didapat nilai DW yang dihasilkan dari model regresi adalah 1,949. Sedangkan dari tabel DW dengan signifikansi 0,05 dan jumlah data (n) adalah 91 serta jumlah variabel independen (k) adalah 2 diperoleh nilai dL sebesar 1,6143 dan dU sebesar 1,7040. Dari hasil output diatas didapat nilai DW diperoleh nilai DW sebesar 1,949. Karena nilai $DW = 1,949 > dU = 1,704$, sehingga model regresi tidak terdapat masalah autokorelasi.

d. Analisis Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinieritas yaitu adanya hubungan linear antar variabel independen dalam model regresi. Prasyarat yang harus dipenuhi adalah tidak adanya multikolinieritas. Hasil uji multikolinieritas dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.17
Hasil Pengujian Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	10.084	2.144		4.703	.000		
X1	.256	.119	.251	2.153	.034	.630	1.586
X2	.337	.129	.305	2.620	.010	.630	1.586

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2022.

Dari hasil output diatas dapat diketahui bahwa variabel pengetahuan atas bagi hasil (X1) mempunyai nilai tolerance 0,630 dan nilai VIF sebesar 1,586. Variabel pengetahuan atas produk bank syariah (X2) mempunyai nilai tolerance 0,630 dan nilai VIF sebesar 1,586. Dengan demikian seluruh variabel bebas dalam penelitian ini mempunyai nilai VIF di atas 1 dan dibawah 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas variabel bebas terhadap variabel terikat.

2. Uji Analisis Regresi Sederhana

Analisis ini digunakan untuk mengetahui bagaimanakah pengaruh antara pengetahuan atas bagi hasil terhadap minat menjadi nasabah dan pengaruh antara pengetahuan atas produk bank syariah terhadap minat menjadi nasabah. Hasil pengujiannya adalah sebagai berikut :

Tabel 4.18
Hasil Analisis Regresi Sederhana (X1)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate

1	.448 ^a	.201	.192	2.977
---	-------------------	------	------	-------

a. Predictors: (Constant), X1

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2022.

Dari hasil output di atas menunjukkan bahwa koefisien korelasi menunjukkan nilai sebesar 0,448 yang mengartikan bahwa pengetahuan atas bagi hasil memiliki hubungan positif terhadap minat menjadi nasabah. Koefisien determinasi (Rsquare) sebesar 0,201 menunjukkan bahwa pengetahuan atas bagi hasil memiliki pengaruh sebesar 20,1% berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah dan 79,9% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain.

Tabel 4. 19

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.488 ^a	.238	.229	2.907

a. Predictors: (Constant), X2

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2022.

Dari hasil output diatas menunjukkan bahwa koefisien korelasi menunjukkan nilai sebesar 0,488 yang mengartikan bahwa pengetahuan atas produk bank syariah memiliki hubungan positif terhadap minat menjadi nasabah. Koefisien determinasi (R square) sebesar 0,238 menunjukkan bahwa pengetahuan atas produk bank syariah memiliki pengaruh sebesar 23,8% berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah dan 76,2% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain.

3. Uji Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel dependen Y . Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai independen mengalami kenaikan atau penurunan.

Adapun hasil uji regresi berganda menggunakan SPSS dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.20
Hasil Analisis Regresi Berganda

Coefficients ^a						
Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
10.084	2.144		4.703	.000		
.256	.119	.251	2.153	.034	.630	1.586
.337	.129	.305	2.620	.010	.630	1.586

a. Dependent Variable: Y

Sumber : *Pengolahan Data Primer, 2022.*

Dari hasil regresi linear berganda yang diteliti pada Pengetahuan atas bagi hasil, Pengetahuan atas produk bank terhadap Minat menjadi nasabah dapat digambarkan :

$$Y = 10,084 + 0,256X_1 + 0,337X_2$$

Berdasarkan perhitungan persamaan regresi linear berganda di atas menunjukkan bahwa :

- a. Koefisien konstanta sebesar 10,084 artinya apabila Pengetahuan atas Bagi Hasil dan Pengetahuan atas Produk Bank Syariah nilainya tetap maka minat menjadi nasabah sebesar 10,084.
- b. Hasil perhitungan nilai koefisien variabel pengetahuan Atas Bagi Hasil sebesar 0,256 artinya apabila pengetahuan meningkat sebesar 1% maka minat menjadi nasabah akan bertambah 0,256.
- c. Hasil perhitungan nilai koefisien variabel Pengetahuan atas Produk Bank Syariah sebesar 0,337 artinya apabila pengetahuan meningkat sebesar 1% maka minat menjadi nasabah akan bertambah 0,337.

4. Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel pengetahuan atas bagi hasil dan pengetahuan atas produk bank syariah terhadap variabel minat menjadi nasabah dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.21
Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.499 ^a	.249	.232	2.407	1.949

a. Predictors: (Constant), X2, X1

c. Dependent Variable: Y

Sumber : *Pengolahan Data Primer, 2022.*

Hasil output diatas menjelaskan besarnya nilai korelasi/ hubungan (R) yaitu sebesar 0,499 dan dijelaskan besarnya presentase pengaruh

variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat yang disebut koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,249 dimana mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat sebesar 24,9%, sedangkan sisanya 75,1% dipengaruhi oleh variabel lain.

5. Hasil Uji Hipotesis

a. Uji F

Uji F digunakan untuk menjelaskan variabel bebas yaitu Pengetahuan atas Bagi Hasil dan Pengetahuan atas Produk Bank Syariah secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat yaitu minat menjadi nasabah. Dengan kriteria pengambilan keputusan :

$F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima

$F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak

Hasil uji F penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4. 22

Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	168.625	2	84.312	14.558	.000 ^b
	Residual	509.661	88	5.792		
	Total	678.286	90			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2022.

Pengujian secara simultan menunjukkan bahwa nilai F sebesar 14,558 dengan nilai signifikansi 0,000. Maka pada tabel diatas didapatkan $F_{hitung} = 14,558 > F_{tabel} = 3,100$, sehingga secara simultan (bersama-sama) pengetahuan atas bagi hasil dan pengetahuan atas produk bank syariah berpengaruh signifikan positif terhadap minat menjadi nasabah.

b. Uji t (parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen memiliki pengaruh pada variabel dependen dengan drajat keabsahan 5%. Pengambilan kesimpulannya dengan melihat nilai sig. dibandingkan dengan nilai α (5%) atau membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} . Hasil uji t pada penelitian ini dapat dilihat dari tabel di bawah ini :

Tabel 4.23
Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.084	2.144		4.703	.000
	X1	.256	.119	.251	2.153	.034
	X2	.337	.129	.305	2.620	.010

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2022.

Berdasarkan tabel diatas menjelaskan bahwa:

- 1) Nilai t_{hitung} pengetahuan atas bagi hasil sebesar 2,153 dengan signifikansi 0,034 dan nilai $t_{tabel} \pm 1,662$, maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,153 > 1,662$ artinya pengetahuan atas bagi hasil berpengaruh signifikan positif terhadap minat menjadi nasabah.
- 1) Nilai t_{hitung} pengetahuan atas produk bank syariah sebesar 2,620 dengan signifikansi 0,010 dan nilai $t_{tabel} \pm 1,662$, maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,620 > 1,662$ artinya pengetahuan atas produk bank syariah berpengaruh signifikan positif terhadap minat menjadi nasabah.

E. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Pengetahuan Atas Bagi Hasil Terhadap Minat Menjadi Nasabah

Hasil analisis dengan bantuan program computer SPSS 26 menunjukkan koefisien korelasi sebesar 0,448 dan koefisien determinasi R^2 0,201 yang berarti bahwa terdapat pengaruh yang positif pengetahuan atas bagi hasil terhadap minat menjadi nasabah di Bank Syariah 20,1% dan lainnya dipengaruhi oleh faktor lain. Uji t yang dilakukan bahwa t_{hitung} pengetahuan atas bagi hasil sebesar 2,153 dengan signifikansi 0,034 dan nilai $t_{tabel} \pm 1,662$, maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,153 >$

1,662 artinya pengetahuan atas bagi hasil berpengaruh signifikan positif terhadap minat menjadi nasabah.

Pengetahuan menurut Mowen dan Minor merupakan sejumlah pengalaman yang telah dialami dan informasi tentang suatu produk atau jasa yang dimiliki, dan merupakan penentu utama seseorang dalam melakukan pembelian. Bagi hasil menurut Sadeq dalam Teori PLS (Profit Loss Sharing) dibangun sebagai tawaran baru di luar sistem Bunga yang cenderung tidak mencerminkan keadilan karena memberikan diskriminasi terhadap pembagian resiko maupun untung bagi para pelaku ekonomi. Dalam sistem PLS harga modal ditentukan secara bersama dengan peran kewirausahaan. Dalam perjanjian bagi hasil yang disepakati adalah proporsi pembagian hasil disebut dengan nisbah bagi hasil. Dari teori tersebut dapat disimpulkan bahwa pengetahuan bagi hasil adalah suatu kondisi dimana seseorang mengerti secara menyeluruh. Kemudian seseorang akan merasa tahu betul dengan apa itu bagi hasil. Setelah proses pengetahuan selesai, maka akan diikuti keinginan untuk mempelajari dan melakukan timbal balik dengan baik terhadap objek yang ada.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Achmad Rosidi Pengaruh Pengetahuan Produk, Biaya Administrasi Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Masyarakat dengan hasil bahwa pengetahuan bagi hasil berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat. Oleh sebab itu dalam penelitian ini diharapkan dengan meningkatnya pengetahuan

bagi hasil maka akan meningkatkan pula minat pedagang Pasar Dolopo menjadi nasabah di bank syariah.

2. Pengaruh Pengetahuan Atas Produk Bank Terhadap Minat Menjadi Nasabah

Hasil analisis dengan bantuan program computer SPSS 26 menunjukkan koefisien korelasi menunjukkan nilai sebesar 0,488 dan koefisien determinasi R^2 sebesar 0,238 yang berarti bahwa terdapat pengaruh yang positif pengetahuan atas produk bank terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah sebesar 23,8% dan lainnya dipengaruhi oleh faktor lain. Uji t yang dilakukan menunjukkan bahwa t_{hitung} pengetahuan atas produk bank syariah sebesar 2,620 dengan signifikansi 0,010 dan nilai $t_{tabel} \pm 1,662$, maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,620 > 1,662$ artinya pengetahuan atas produk bank syariah berpengaruh signifikan positif terhadap minat menjadi nasabah.

Menurut Ujang Sumarwan, ada tiga pengetahuan produk nasabah yaitu pengetahuan mengenai karakteristik, pengetahuan mengenai manfaat, dan yang terakhir pengetahuan mengenai atribut produk. Jika ketiga pengetahuan tersebut sudah dimiliki nasabah ataupun calon nasabah maka akan memudahkan nasabah untuk memilih atau menggunakan jasa perbankan.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nur Kayati yang berjudul Pengaruh Pengetahuan Mahasiswa Tentang Hukum Dan Produk Perbankan Syariah Terhadap Minat Menjadi Nasabah Perbankan

Syariah dengan hasil terdapat pengaruh pengetahuan mahasiswa tentang produk perbankan syariah terhadap minat menjadi nasabah perbankan syariah. sehingga penelitian ini diharapkan dengan meningkatnya pengetahuan produk maka akan meningkatkan pula minat pedagang Pasar Dolopo menjadi nasabah di bank syariah.

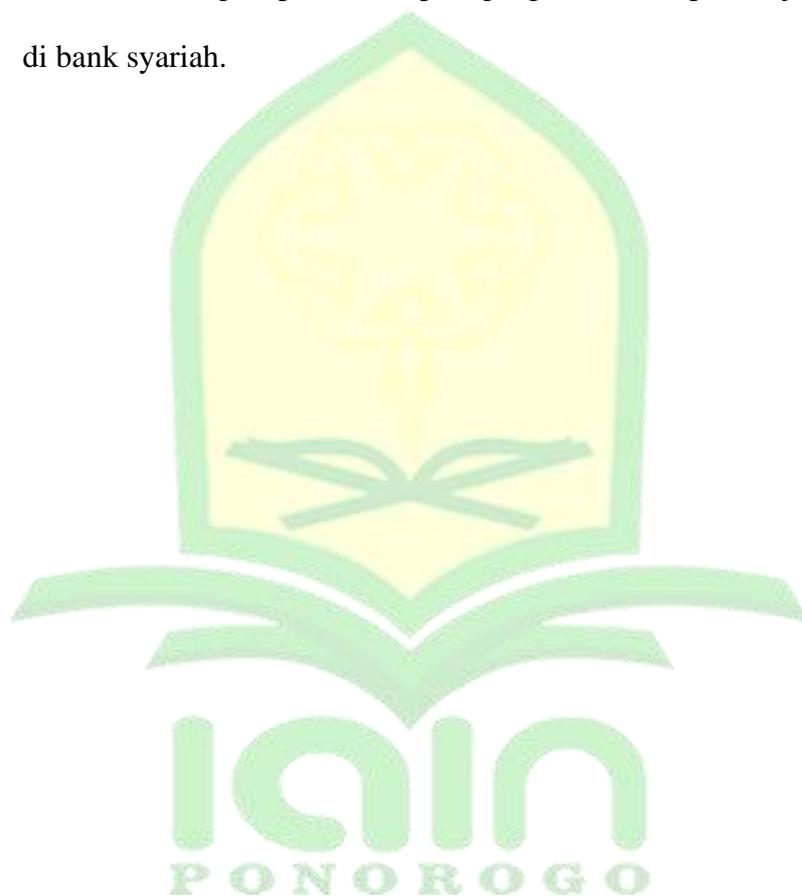
3. Pengaruh Pengetahuan Atas Bagi Hasil dan Produk Bank Terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah.

Hasil analisis dengan bantuan SPSS 26 menunjukkan koefisien korelasi 0,499 dan koefisien determinasi R^2 sebesar 0,249 yang berarti bahwa terdapat pengaruh yang positif pengetahuan atas bagi hasil dan produk bank terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah sebesar 24,9% dan lainnya dipengaruhi oleh faktor lain. Uji F yang dilakukan menunjukkan bahwa F sebesar 14,558 dengan nilai signifikansi 0,000. Sedangkan untuk F_{tabel} dikolom 2 lajur dk $(n-2) = 91 - 2 = 89$. Maka $F_{hitung} = 14,558 > F_{tabel} = 3,100$, sehingga secara simultan (bersama-sama) pengetahuan atas bagi hasil dan pengetahuan atas produk bank syariah berpengaruh signifikan positif terhadap minat menjadi nasabah.

Menurut Sumarwan pengetahuan merupakan semua informasi yang dimiliki oleh konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa serta pengetahuan lainnya terkait dengan produk dan jasa tersebut serta segala informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen.

Penelitian terdahulu yang dilakukan Achmad Rosidi Pengaruh Pengetahuan Produk, Biaya Administrasi Dan Bagi Hasil Terhadap

Minat Masyarakat menunjukkan bahwa berdasarkan uji signifikan variabel bebas pengetahuan produk, biaya administrasi, dan bagi hasil secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat. Sehingga dalam penelitian ini diharapkan dengan meningkatnya pengetahuan atas bagi hasil dan produk bank maka akan semakin meningkat pula minat pedagang Pasar Dolopo menjadi nasabah di bank syariah.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian Pengaruh Pengetahuan Pedagang Atas Bagi Hasil dan Produk Bank Terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh yang signifikan pengetahuan atas bagi hasil terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah dengan koefisien korelasi sebesar 0,448 dan koefisien determinasi R^2 sebesar 0,201 dan t_{hitung} 2,153 lebih besar dari t_{tabel} 1,662.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan pengetahuan atas produk bank terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah dengan koefisien korelasi sebesar 0,448 dan koefisien determinasi R^2 sebesar 0,238 dan t_{hitung} 2,260 lebih besar dari t_{tabel} 1,662.
3. Terdapat pengaruh yang signifikan pengetahuan atas bagi hasil dan produk bank terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah dengan koefisien korelasi sebesar 0,449 dan koefisien determinasi R^2 sebesar 0,249 dan nilai F_{hitung} sebesar 14,558 lebih besar dari F_{tabel} 3,100.

B. Saran

Berdasarkan penulisan penelitian ini, peneliti menyadari masih terdapat banyak kekurangan di dalamnya. Untuk itu, peneliti memberikan saran agar mendapat gambaran sebagai bahan pertimbangan dan penyempurna

penelitian selanjutnya yang terkait dengan penelitian serupa. Maka penulis menyarankan beberapa hal sebagai berikut :

1. Bagi Praktisi

a. Perbankan Syariah

- 1) Kepada pihak perbankan syariah agar semakin gencar mensosialisasikan produk dan jasa bank syariah kepada masyarakat, kantor dan lembaga lain agar sistem bagi hasil dan produk serta jasa bank syariah lebih diketahui masyarakat.
- 2) Kepada pihak perbankan syariah agar mengenalkan produk dan jasa serta menjelaskan sistem bagi hasil yang ada di dalamnya kepada masyarakat. Dengan demikian, orientasi masyarakat terutama pedagang yang ada di Pasar Dolopo mengetahui dan paham betul akan produk dan jasa yang ada di bank syariah serta sistem bagi hasil yang ada di bank syariah.
- 3) Kepada pihak perbankan syariah diharapkan agar terus berpartisipasi dalam kegiatan sosial atau keagamaan agar bank syariah lebih dikenal oleh masyarakat.

b. Bagi Akademisi

- 1) Penelitian ini diharapkan menjadi salah satu referensi mengenai minat menjadi nasabah di bank syariah.
- 2) Penelitian ini diharapkan dapat diperluas dan dikembangkan terkait pengetahuan atas bagi hasil dan produk bank dan minat

oleh peneliti selanjutnya sehingga sumber daya manusia perbankan syariah dapat terus meningkat.



DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Agung, Anak Agung Putu. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Malang: UB Press, 2012.
- Ardianto, Elvinarno. *Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Media, 2010.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2011.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. *Bank Islam dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani, 2004.
- Gunawan, Imam. *Pengantar statistika Inferensial*. Bandung: Raja Grafindo Persada, 2017.
- Hakim, Lukman. *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*. Jakarta: Erlangga, 2012.
- Iqbal, Zamir. *Analisis Resiko Perbankan Syariah*. Jakarta: Salomba Empat, 2011.
- Jogiyanto. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: C. V Andi Offset, 2007.
- Karim, Adiwirman A. *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan Edisi Kelima*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga, 2008.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. *Marketing Management*. New Jersey: Prentice Hall, 2012.
- Lubis, Akhyar Yusuf. *Filsafat Ilmu: Klasik hingga Kontemporer*. Jakarta: Rajawali Pers, 2016.
- Maunah, Binti. *Sosiologi Pendidikan*. Sleman: Kalimedia, 2016.
- Mowen, John C. dan Michael Minor. *Perilaku Konsumen Jilid I*. Jakarta: PT. Penerbit Erlangga, 2002.
- Muhammad. *Bank Syariah: Problem dan Prospek Perkembangan di Indonesia*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005.
- Muhamad, *Sistem dan Prosedur Operasional Bank Syariah*. Yogyakarta: UII Press, 2015.

- Notoatmodjo, Soekidjo. *Kesehatan Masyarakat: Ilmu dan Seni*. Jakarta: Rieneka Cipta, 2007.
- Prasetyo, Bambang. *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Rajawali Press, 2012.
- Priansa, Donni Juni. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Riduwan. *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2011.
- Ridwan. *Belajar Mudah Penelitian untuk Guru Karyawan dan Peneliti Pemula*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Rivai, Veithzal dan Arviyan Arifin. *Islamic Banking : Sebuah Teori, Konsep, Dan Aplikasi*. Jakarta: Bumi Aksara, 2010.
- Saleh, Abdul Rahman. *Psikologi Dalam Suatu Pengantar Dalam Prespektif Islam*. Jakarta: Prenada Media, 2004.
- Santoso, Singgih Santoso. *Mahir Statistik Parametrik*. Jakarta: Alex Media Komputindo, 2018.
- Siregar, Syofian. *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan & SPSS*. Jakarta: Kencana, 2013.
- Siyoto, Sandu dan M. Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.
- Sjahdeini, Sutan Remy. *Perbankan Islam*. Jakarta: PT Pustaka Utama Grafiti, 2007.
- Slamet. *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: PT Rieneka Cipta, 1995.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D)*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Sugiyono. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2011.
- Sumarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor Selatan: Ghaila Indonesia, 2004.
- Sunaryo. *Psikologi Untuk Perawat*. Jakarta: EGC, 2004.

- Sunyoto, Danang Sunyoto. *Praktik SPSS Untuk Kasus*. Yogyakarta: Nuha Medika, 2011.
- Surya, Mohamad. *Psikologi Guru*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Suwiknyo, Muhammad dan Dwi. *Akutansi Perbankan Syariah*. Yogyakarta: Trust Media, 2009.
- Umam, Kaerul. *Manajemen Perbankan Syariah*. Bandung: Pustaka Setia, 2013.
- Usman, Rahmadi. *Aspek Hukum Perbankan Syariah di Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafika, 2014.
- Wangswidjaja, A. *Pembiayaan Bank Syariah*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012.
- Wibowo, Muh. Ghafur. *Potret Perbankan Syariah Terkini : Kajian Kritis Perkembangan Perbankan Syariah Terkini*. Yogyakarta: Biruni Press, 2007.
- Widarjono, Agus. *Analisis Multivariat Terapan Edisi Kedua*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2015.
- Wijaya, Tony. *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS*. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 2009.
- Wulansari, Andhita Dessy Wulansari. *Aplikasi Statistika Parametrik dalam Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Felichia, 2016.
- Yuniarti, Vinna Sri. *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*. Bandung: Pustaka Setia, 2015.

Jurnal

- Yahya, Muchlis dan Edy Yusuf Agunggunanto. (2011). "Teori Bagi Hasil (*Profit Loss Sharing*) dan Perbankan Syariah Dalam Ekonomi Islam," *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan*, 1 (1).
- Huda, Rosyidah, Muhammad Nizar, dan Khoirul. (2019). "Analisis Pengetahuan Nasabah Tentang Produk Perbankan Syariah (Studi Pada Bank Muamalat KCP Malang Kapanjen)," *Malia (Terakreditasi)*, 10 (2).
- Apriyanti, Hani Werdi. (2017-2018). "Perkembangan Industri Perbankan Syariah Di Indonesia : Analisis Peluang Dan Tantangan," 8 (1).

Skripsi

Nasution, Mhd. Rizki. “Pengaruh Pengetahuan Tentang Riba Dan Produk Perbankan Syariah Terhadap Minat Mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara Menjadi Nasabah Bank Syariah,” *Skripsi Sumatera Utara*: 2020.

Halimar, Karina. “Pengaruh Pelayanan, Promosi, Lokasi, Dan Bagi Hasil Bank Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada PT. Bank BRI Syariah KCP Sudirman Lubuk Pakam,” *Skripsi, Medan*: 2019.

Janah, Nur. (2014 “Pengaruh Pengetahuan Mahasiswa Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menjadi Nasabah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Iain Walisongo)”. *Skripsi*. Semarang: 2014.

Wawancara

Agus. *Wawancara*. 18 Agustus 2022.

Martun. *Wawancara*. 18 Agustus 2022.

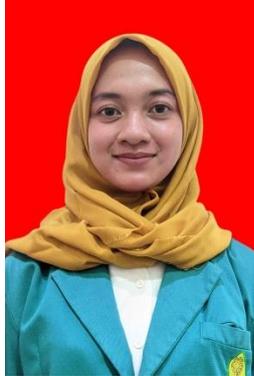
Ruminah. *Wawancara*. 18 Agustus 2022.

Sulis. *Wawancara*. 18 Agustus 2022.

Supriyadi. *Wawancara*. 28 Januari 2022.



RIWAYAT HIDUP



A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Adila Kurnia Yahya
2. Tempat & Tgl. Lahir : Madiun, 15 Maret 1998
3. Alamat Rumah : RT. 06 / RW. 02 Dsn. Sidowayah, Ds. Candimulyo, Kec. Dolopo, Kab. Madiun
4. HP : 082334156312
5. E-mail : adilakurniyahya@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1. 2002 – 2004 : TK Putra PKK Candimulyo
2. 2004 – 2010 : SD Negeri Candimulyo 1
3. 2010 – 2013 : SMP Negeri 1 Dolopo
4. 2013 – 2016 : SMA Negeri 1 Dolopo

Ponorogo 7 Oktober 2022

Adila Kurnia Yahya

NIM 402180109