

Pengaruh Pengetahuan dan Perilaku Nasabah terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk Tabungan Simpel (Simpanan Pelajar) di BPRS Lantabur Tebuireng Jombang: Studi Kasus PT. BPRS Lantabur Tebuireng Kantor Cabang Pelayanan Kas Cukir

Alfy Rizky Amalia¹, Dedi Suselo²

^{1,2}Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung
¹fhyrizky21@gmail.com, ²dedisuselo23051990@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of customer knowledge and behavior in choosing student savings at BPRS Lantabur Tebuireng, Cukir Cash Service Office. The data collection technique uses a questionnaire. The population of research subjects was 244 people with a total sample of 82 respondents using the Slovin sample. The type of research is quantitative. The data analysis techniques used include Validity Test, Reliability, Simple Linear Regression Test, Significant Test (t), and coefficient of determination (R²) using the Statistical Product and Service Solutions (SPSS) Version 21 program. The results of this study show that customer knowledge has no effect significant impact on decisions, while behavior has a positive and significant influence on customer decisions.

Keywords: *Customer Knowledge, Customer Behavior, Customer Decisions*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan dan perilaku nasabah memilih tabungan pelajar di BPRS Lantabur Tebuireng Kantor Pelayanan Kas Cukir. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Populasi pada subjek penelitian sebanyak 244 orang dengan jumlah sampel responden sebanyak 82 orang menggunakan sampel slovin. Adapun jenis penelitian adalah kuantitatif. Teknik analisis data yang digunakan meliputi Uji Validitas, Reliabilitas, Uji Linier Regresi Sederhana, Uji Signifikan (t), serta koefisien determinasi (R²) menggunakan program *Statistical Product and Service Solutions (SPSS)* Versi 21. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan nasabah tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan, sedangkan perilaku memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah.

Kata kunci: Pengetahuan Nasabah, Perilaku Nasabah, Keputusan Nasabah

PENDAHULUAN

Dalam perkembangan dunia perbankan yang semakin berkembang jika dilihat dari setiap tahunnya baik berbasis bank konvensional maupun bank syariah. Bank syariah merupakan suatu lembaga keuangan syariah yang menjalankan seluruh kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan telah menetapkan visi dan misi perbankan syariah menyusun dan mempertimbangkan strategi untuk mencapai suatu pengembangan secara objektif dengan memberikan kerangka dasar perbankan

syariah. Bank syariah menjadi salah satu pilihan untuk membantu pertumbuhan dan perkembangan perekonomian masyarakat karena pertumbuhan perbankan yang pesat dan bervariasi. Undang-undang yang dikeluarkan oleh pemerintah atau oleh otoritas perbankan sendiri merupakan landasan berkembangnya industri perbankan syariah. UU No. 21 Tahun 2008 merupakan salah satu undang-undang yang melandasi pertumbuhan perbankan syariah.

Perkembangan usaha yang semakin berkembang di dalam lingkungan masyarakat menyebabkan semakin banyak bank baru yang bermunculan. Hal tersebut mengakibatkan persaingan antar bank yang semakin ketat. Semua bank berusaha menarik minat masyarakat dengan berbagai cara baik melalui sarana dan pelayanan berupa fasilitas, produk yang menjanjikan agar berminat menabung ataupun meminjam uang pada bank tersebut. Bank melakukan berbagai strategi pemasaran agar berhasil menarik nasabah. Dengan demikian maka bank harus memiliki strategi yang benar seperti memperhatikan produk yang ditawarkan, menetapkan sasaran dengan tepat, dan melakukan promosi. Diperlukannya banyak faktor untuk menentukan perilaku konsumen dalam kegiatan di dunia perbankan, seperti budaya, strata sosial, keluarga, tingkat ekonomi, usia, profesi, serta pola kehidupan sehingga bank dapat dengan mudah memasarkan produknya secara efektif. Selain itu masih terdapat faktor yang dapat menentukan perilaku konsumen, yaitu pengetahuan. Masyarakat yang memiliki pengetahuan yang baik tentang perbankan maka akan dengan mudah menentukan pilihan suatu produk agar dapat dimanfaatkan sesuai kebutuhan.

Di negara berkembang seperti Indonesia, lembaga keuangan memegang peranan penting dalam kehidupan sehari-hari. Lembaga keuangan memainkan peran penting karena mereka berfungsi sebagai suatu lembaga yang dipercaya untuk mengelola aset (dana) di mana aset ini dikumpulkan dari masyarakat dan kemudian disalurkan kembali ke masyarakat secara efektif dan produktif. Oleh karena itu, kehadiran lembaga keuangan ini diyakini akan membawa manfaat bagi masyarakat. Akan tetapi dari perkembangan tersebut terdapat permasalahan yang harusnya menjadi sorotan dan diperhatikan oleh lembaga keuangan, permasalahan tersebut berupa kurang diimbangnya kesejahteraan masyarakat. Dalam hal ini kurang diimbangnya kesejahteraan masyarakat lebih terfokus pada masyarakat dari golongan lemah atau masyarakat golongan kebawah atau lemah memiliki artian memiliki keterbatasan ekonomi. Semakin banyaknya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) maka banyak bermunculan lembaga keuangan syariah mikro yang berbasis syariah yang tersebar di seluruh daerah, salah satunya yaitu BPRS. Tujuan dari lembaga keuangan mikro berbasis syariah ini adalah untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi umat Islam, khususnya di masyarakat kurang mampu secara ekonomi (Burhanuddin, 2016). Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Syariah telah menyalurkan bantuan atau kredit sebesar 12 triliun secara nasional sepanjang tahun 2022. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mendapat pendanaan paling besar. Dari segi pertumbuhan aset, BPRS telah mengungguli BPR konvensional di Indonesia. Total sumber daya BPRS pada tahun 2022 telah mencapai 18,2 triliun atau berpotensi menjadi konsisten di atas 20% sepanjang tahun 2022.

Dana Pihak Ketiga (DPK) juga mengalami pertumbuhan hingga 18%. Dengan perluasan tersebut, BPRS menargetkan penyaluran pembiayaan sebesar 20 triliun pada tahun 2023. BPRS mempertimbangkan untuk fokus pada manfaat peredaran dana karena melihat ekosistem syariah di Indonesia yang semakin berkembang dan semakin diterima oleh masyarakat luas sebagaimana mestinya. terlihat dari semakin banyaknya masyarakat yang menjadi Bank Syariah. sebagai keputusannya. Selain itu BPRS juga merupakan lembaga keuangan syariah yang menerapkan sistem mengharamkan bunga dan menghalalkan bagi hasil (Hendrawan, B. dan Imran, 2017). Masyarakat akan lebih cenderung mempercayakan dananya kepada bank dengan harapan mendapat imbalan bagi kedua belah pihak apabila nisbah bagi hasil tinggi. (Anshori, 2018)

Sesuai Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 yang menjelaskan bahwa bank syariah adalah bank yang melaksanakan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri dari Bank Usaha Syariah (BUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Pada hakikatnya BUS dan BPRS berfungsi sebagai lembaga pendukung dalam industri perbankan. Tujuannya adalah sebagai media bagi masyarakat yang bisa dikatakan sebagai masyarakat kelas menengah ke bawah yang akan menjalankan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sesuai syariah. Dengan hadirnya BPRS, pihaknya berencana meningkatkan perekonomian masyarakat dengan mampu mengatasi permasalahan masyarakat sesuai pembiayaan tanpa melibatkan berbagai jenis bunga atau riba sesuai prinsip syariah (Husein, 2017). Sistem keuangan dan perbankan yang semakin maju serta keberhasilan yang semakin meningkat, tuntutan masyarakat, khususnya umat Islam, telah menyebabkan meningkatnya kebutuhan akan layanan perbankan yang sesuai dengan prinsip syariah. Jika melihat perkembangan BPRS dan lembaga perbankan syariah lainnya dari waktu ke waktu, maka akan melihat bahwa jumlah bank, kantor, dan pegawai semakin meningkat dari tahun ke tahun. Salah satunya adalah BPRS Lantabur Tebuireng Jombang, yang merupakan pengembangan dari 63 BPRS se-Indonesia yang mendapat kehormatan sebagai "Hibah Infobank Syariah 2018" dan memiliki sumber daya berkisar antara 100 hingga 250 miliar. Selain itu, BPRS Lantabur Tebuireng merupakan salah satu lembaga keuangan syariah yang menjalankan tugasnya sesuai syariah (*Infobank Sharia Awards 2018*, n.d.)

Setiap lembaga keuangan syariah memiliki produk berbeda yang ditawarkan yang sesuai dengan kebutuhan nasabahnya. Salah satunya PT BPRS Lantabur Tebuireng Jombang Kantor Pelayanan Kas Cukir. Kantor cabang ini merupakan cabang dari BPRS Lantabur Tebuireng Jombang, sebuah lembaga perbankan syariah yang menawarkan produk pembiayaan, tabungan, dan deposito kepada nasabah.

Perkembangan pada bidang perbankan yang sangat cepat saat ini maka, dapat dipastikan saat ini sudah banyak sekali nasabah yang memutuskan menjadi nasabah di BPRS Lantabur Tebuireng. Dimana produk yang disediakan oleh BPRS Lantabur Tebuireng dikelola langsung secara syariah yang letaknya berada di Kabupaten Jombang telih tepatnya Cukir. Pada penelitian ini terfokus pada jenis produk tabungan yang paling diminati oleh para nasabah.

Tabel 1. Komposisi Jumlah Nasabah Tabungan PT. BPRS Lantabur Tebuireng Jombang Bulan Januari-Juni 2023

Jenis Tabungan	Jumlah Nasabah
Tabungan Tadhabbur	188
Tabungan Qolam	244
Tabungan Hijrah	-
Tabungan Taqarrub	-
Tabungan Barokah	16
Jumlah	448

Sumber: Data BPRS Lantabur Tebuireng 2023

Dapat dilihat dari table diatas dalam periode bulan Januari sampai dengan bulan Juni jumlah nasabah yang memilih berbagai produk yang ditawarkan oleh BPRS Lantabur Tebuireng Kantor Pelayanan Kas Cukir sebanyak 448 dari 5 produk yang ditawarkan. Produk tabungan yang paling banyak di minati oleh nasabah didominasi oleh produk tabungan Qolam dengan jumlah 244 yang memiliki rata-rata saldo tidak lebih dari Rp. 1.000.000. Maka dari itu dapat dilihat jika tabungan Qolam ini sangat menjadi produk andalan di BPRS Lantabur Tebuireng. Dengan itu juga membuktikan bahwa membuktikan upaya yang dilakukan oleh BPRS Lantabur Tebuireng Kantor Pelayanan Kas Cukir telah memastikan bahwa nasabah merasa puas untuk memilih produk sehingga mereka memilih dan menggunakan produk Qolam sebagai produk untuk memenuhi kebutuhannya. Sehingga dengan paling banyaknya nasabah yang memilih tabungan Qolam maka penelitian ini hanya akan terfokus pada tabungan Qolam (pelajar) saja.

Untuk mengetahui loyalitas konsumen terhadap suatu barang yang akan dibeli, sebaiknya perlu diketahui terlebih dahulu cara berperilaku yang dapat mempengaruhi pilihan pembelian nasabah. Perilaku nasabah dapat dipahami sebagai proses pengambilan keputusan nasabah tersebut untuk memperoleh, membeli, menggunakan, dan mengonsumsi produk yang diinginkan (Mulyadi, 2013)

TINJAUAN LITERATUR

Pengetahuan Nasabah

Menurut (Zarlis, M., Nasution, M. K. & Yasin, 2018), Setelah melakukan penelitian terhadap suatu pokok pembahasan tertentu maka pengetahuan atau pemahaman yang dimiliki seseorang tersebut yang disebut dengan pengetahuan. Jadi pengetahuan dapat diartikan sederhanakan yaitu suatu kapasitas untuk melakukan suatu tindakan. Sehingga semua informasi dan data yang diketahui disebut sebagai pengetahuan, dan sejumlah pertanyaan diajukan untuk menilai keterampilan yang diperoleh. *Product Knowledge* atau keterangan mengenai suatu produk adalah

informasi yang berhubungan dengan suatu produk atau jasa yang diinginkan baik mengenai manfaat dan kegunaan produk tersebut serta dapat memilih suatu produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan seseorang. (Daminik, 2013).

Setiap nasabah memiliki pengetahuan yang berbeda-beda sehingga perlu dilakukan suatu penyampaian informasi yang memudahkan nasabah atau konsumen dapat mengetahui dengan benar. Yang mempengaruhi suatu pengetahuan adalah pemahaman atau pengetahuan mengenai produk yang akan dibeli, pengetahuan mengenai jenis produk, pengetahuan mengenai kerangka yang digunakan pada produk tersebut, informasi mengenai kelebihan barang tersebut (Yuliawan, 2011).

Perilaku Nasabah

Menurut para ahli yaitu (Engel, James F., Roger D Blacwell, 2010) menyatakan bahwa perilaku nasabah adalah suatu tindakan yang dilakukan nasabah untuk mendapatkan produk atau jasa yang diinginkannya, termasuk dalam pemahaman untuk memenuhi kebutuhannya. Menurut *American Marketing Association* (AMA) mendeskripsikan perilaku nasabah sebagai kerja sama yang kuat antara dampak dan kebijaksanaan, perilaku dan kondisi di mana peristiwa terjadi di sekitar manusia tersebut (Sunyoto, 2022). Terdapat berbagai faktor perilaku nasabah yang dapat mempengaruhi suatu keputusan nasabah dalam membeli suatu produk atau jasa diantaranya yaitu, sosial ekonomi, produk, harga, promosi, dan pemasaran (Nugroho, 2010).

Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk

Menurut Kotler & Keller dalam (Sunardi, dan Maftukhah, 2015) pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pembelian merupakan metode pengambilan keputusan. Proses penyelesaian masalah dengan memilih satu pilihan dari sejumlah pilihan lain untuk memutuskan apa yang harus dilakukan saat ini atau di masa depan dikenal dengan istilah pengambilan keputusan. Posisi, masalah, situasi, kondisi, dan tujuan hanyalah beberapa faktor yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan seseorang (Hanum, 2017). Secara umum dalam menentukan sebuah keputusan nasabah tentu akan memiliki kualifikasi tersendiri dalam memilih suatu produk, baik berupa barang maupun jasa, terutama dalam menggunakan layanan perbankan syariah (Handida, 2018). Penetapan pilihan untuk membeli suatu produk atau jasa harus dapat dilakukan dengan memulai dari pengenalan masalah, pencarian data, penilaian elektif, pilihan pembelian dan perilaku pasca pembelian. Hal ini dilakukan untuk mengetahui seberapa puas nasabah dalam menentukan pilihan untuk memilih produk atau layanan yang dipilih (Kotler, 2012).

METODE PENELITIAN

Objek penelitian ini adalah PT. BPRS Lantabur Tebuireng Kantor Cabang Pelayanan Kas Cukir yang beralamat di Jalan Irian Jaya No. 47A, Cukir, Kec. Diwek, Kabupaten Jombang, Jawa Timur. Penelitian ini dilaksanakan mulai pada bulan Juli sampai saat ini. Penelitian ini dilakukan secara bertahap diawali dengan penyusunan

proposal, pengumpulan dan penyempurnaan materi, membuat instrumen penelitian, pengumpulan data primer maupun sekunder, penyebaran kuesioner penelitian, pengolahan data yang telah didapat yang terakhir penyusunan hasil. Penelitian ini menggunakan pengujian kuantitatif, yaitu suatu jenis penelitian yang dapat menghasilkan hasil penemuan yang dapat diperoleh dengan menggunakan metode *purposive sampling* dan *accidental sampling*. Dalam pendekatan kuantitatif hakikat hubungan diantara variabel-variabel yang dianalisis menggunakan teori yang objektif atau menggunakan metode yang berdasarkan suatu filsafat positivisme (Sujarweni, 2015)

Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sujarweni (2015) yang dimaksud populasi merupakan kumpulan komponen-komponen yang biasanya terdiri dari objek dan individu, yang menarik kita untuk mengkaji dan menjadikan objek penelitian. Partisipan dalam penelitian ini adalah nasabah PT yang memanfaatkan produk tabungan pelajar. Sejak Januari hingga Juli, Kantor Pelayanan Kas Cukir BPRS Lantabur Tebuireng memiliki 244 nasabah (BPRS Lantabur Tebuireng, 2023)

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi. Menurut Sujarweni (2015) artinya sampel adalah bagian dari unsur-unsur yang dimiliki oleh suatu populasi. Jika suatu populasi besar, maka peneliti akan menggunakan seluruh populasi tersebut, misalnya faktor waktu, dana, dan tenaga. Oleh karena itu, sampel yang diambil harus mewakili populasi. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Populasi

e = Toleransi *Error*

Toleransi kesalahan yang digunakan dalam penelitian ini adalah 9% karena populasi nasabah sebanyak 244 orang. Oleh karena itu, gunakan perhitungan berikut untuk menentukan sampel penelitian:

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

$$n = \frac{244}{1 + (244 \times (0,09)^2)}$$

$$n = \frac{244}{1 + (244 \times 0,0081)}$$

$$n = \frac{244}{1 + 1,9764}$$

$$n = \frac{244}{2,9764}$$

$$n = 81,9782287$$

Berdasarkan perhitungan di atas, contoh yang akan menjadi responden dalam penelitian ini adalah 81.9782287 yang dibulatkan menjadi 82 responden. Dengan ini, maka pengolahan data akan menjadi lebih mudah dan hasil pengujiannya yang lebih baik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya item-item pertanyaan pada kuesioner. Dikatakan valid apabila r hitung $>$ r tabel maka item pertanyaan dapat dikatakan valid. Dari jumlah responden dapat diketahui besaran r tabel dengan derajat kebebasan $df(N-2) = 82-2 = 80$ dengan nilai signifikan yang digunakan 0,05 atau 5% sehingga dapat diketahui nilai r tabel adalah 0,2172. Jadi untuk mengetahui valid dan tidaknya variabel ini apabila jika r hitung $>$ 0,2185. Adapun hasil perhitungan uji validitas sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Ket
Pengetahuan (X1)	Item 1	0.922	0.2172	Valid
	Item 2	0.915	0.2172	Valid
	Item 3	0.945	0.2172	Valid
Perilaku (X2)	Item 1	0.806	0.2172	Valid
	Item 2	0.917	0.2172	Valid
	Item 3	0.854	0.2172	Valid
	Item 4	0.922	0.2172	Valid
	Item 5	0.895	0.2172	Valid
Keputusan (Y)	Item 1	0.884	0.2172	Valid
	Item 2	0.843	0.2172	Valid
	Item 3	0.860	0.2172	Valid

Sumber: *Output SPSS 21, 2023*

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ditujukan untuk mengukur tingkat konsistensi responden dalam menjawab pertanyaan dalam kuisisioner yang diturunkan dari dimensi suatu

variabel dalam penelitian. uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan metode *Cronbach Alpha* (α). Pengujian reliabilitas variabel dikatakan baik apabila memiliki nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$. Adapun hasil perhitungan uji reliabilitas disajikan pada tabel berikut:

Tabel 3. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha (a)	N of Items	Keterangan
Pengetahuan (X_1)	0,919	3	Reliable
Perilaku (X_2)	0,923	5	Reliable
Keputusan (Y)	0,816	3	Reliable

Uji Koefisien Korelasi

Uji koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui tingkat hubungan variabel pengetahuan dan perilaku nasabah terhadap keputusan.

Tabel 4. Hasil Uji Korelasi Correlations

		Pengetahuan	Perilaku	Keputusan
Pengetahuan	Pearson Correlation	1	.560**	.190
	Sig. (2-tailed)		.000	.087
	N	82	82	82
Perilaku	Pearson Correlation	.560**	1	.390**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	82	82	82
Keputusan	Pearson Correlation	.190	.390**	1
	Sig. (2-tailed)	.087	.000	
	N	82	82	82

***. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).*

Dari analisis perhitungan diatas, diperoleh nilai koefisien korelasi variabel pengetahuan sebesar 0.190, dan nilai signifikansi 0.087 > 0.05 yang artinya tidak ada korelasi yang signifikan antara pengetahuan dan keputusan menabung. Sedangkan variabel perilaku memiliki nilai koefisien korelasi sebesar 0.390 dan nilai signifikansi 0.000 < 0.05 yang artinya terdapat pengaruh korelasi yang signifikan antara perilaku dan keputusan menabung.

Analisis Regresi

Analisis regresi ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh pengetahuan dan perilaku nasabah terhadap keputusan nasabah.

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi

No	Variabel	Koefisien	Standart Error
1	Konstanta (a)	59.885	13.098
2	Pengetahuan (X ₁)	-0.030	.093
3	Perilaku (X ₂)	0.399	.121

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	59.885	13.098		4.572	.000
	Pengetahuan	-.030	.093	-.041	-.325	.746
	Perilaku	.399	.121	.413	3.300	.001

a. *Dependent Variable:* Keputusan

Uji T (Parsial)

Uji t digunakan untuk melihat pengaruh secara parsial antara X₁ terhadap Y, dan X₂ terhadap Y, pada T tabel dengan nilai signifikansi (α) = 5% maka $df_{n-k-1} = df_{82-2-1} = 79$, maka nilai t tabel sebesar 1,990. dengan kaidah pengambilan keputusan sebagai berikut:

Cara 1:

- Jika Sig. > 0,05 maka H₀ diterima dan H₁ ditolak
- Jika Sig < 0,05 maka H₁ diterima dan H₀ ditolak

Cara 2:

- Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H₀ diterima dan H₁ ditolak
- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H₁ diterima dan H₀ ditolak

Berikut ini hasil perhitungan Uji-t disajikan pada tabel dibawah ini:

Tabel 6. Hasil Uji T (parsial)

No	Variabel	T hitung	T tabel	Probabilitas	Keterangan
1	Pengetahuan (X ₁)	-0.325	1,990	0,746	Tidak Signifikan
2	Perilaku (X ₂)	3.300	1,990	0,001	Signifikan

Uji F

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama berpengaruh signifikan. Pada F tabel diketahui $df_{n-k} = 81-2-1= 79$, maka nilai F tabel sebesar 3,11. Dengan kaidah pengambilan keputusan sebagai berikut:

Cara 1:

- Jika Sig. > 0,05 maka H_0 diterima dan H_1 ditolak
- Jika Sig. \leq 0,05 maka H_1 diterima dan H_0 ditolak

Cara 2:

- Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak
- Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ maka H_1 diterima dan H_0 ditolak

Berikut ini hasil perhitungan Uji-F disajikan pada tabel dibawah ini:

Tabel 7. Hasil Uji F

F hitung	F table	Prob (F-statistic)
7.136	3.11	0.001

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	269.770	2	134.885	7.136	.001 ^b
	Residual	1493.254	79	18.902		
	Total	1763.024	81			

a. *Dependent Variable:* Keputusan

b. *Predictors:* (Constant), Perilaku, Pengetahuan

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.391 ^a	.153	.132	4.348

a. *Predictors:* (Constant), Perilaku, Pengetahuan

Hasil perhitungan dengan bantuan SPSS diperoleh nilai R Square sebesar 0,153. Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel bebas yaitu pengetahuan dan perilaku berkontribusi bersama-sama sebesar 15,3 terhadap keputusan memilih produk tabungan simpanan pelajar. Sedangkan 84,7% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

Terdapat pengaruh yang tidak signifikan dalam variabel pengetahuan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan qolam di BPRS Lantabur Tebuireng Kantor Cabang Pelayanan Kas Cukir. Dimana nasabah hanya bisa merasakan manfaat dari produk yang dipilihnya tanpa mengetahui apapun mengenainya. Perilaku nasabah sangat penting untuk diperhatikan karena akan mengetahui nasabah mana yang ingin membeli atau memilih suatu produk dan yang

tidak. Karena variabel perilaku nasabah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap cara nasabah memilih produk, penting untuk memperhatikan perilaku nasabah.

SARAN

Penelitian ini terfokus pada pengaruh pengetahuan perilaku terhadap keputusan nasabah terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk. Penelitian ini juga masih sangatlah bersifat terbatas. Maka, peneliti sangat berharap kepada para peneliti selanjutnya untuk dapat mengisi dan menambahkan kekurangan di dalam penelitian ini, supaya penelitian ini lebih sempurna lagi, baik menggunakan metode kuantitatif maupun menggunakan metode kualitatif yang belum penulis lakukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anshori, A. G. (2018). *Perbankan Syariah di Indonesia*. UGM PRESS.
- Burhanuddin. (2016). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Samsung Pada Karyawan Rumah Sakit Dr. Doris Silvanus Palan Karaya. *Jurnal Komunikasi Dan Manajemen, Vol. 13 No.*
- Daminik, E. R. (2013). Product Knowledge dan Product Involvement Memotivasi Konsumen. *Jurnal Humaniora, Vol.4, No.*
- Engel, James F., Roger D Blacwell, dan P. W. M. (2010). *Perilaku Konsumen* (Alih Bahas). Binarupa Aksara.
- Handida, S. M. & R. D. (2018). Pengaruh Tingkat Pengetahuan, Kualitas Layanan, dan Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Pengambilan Keputusan Masyarakat Muslim Menggunakan Produk Perbankan Syariah di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Journal Ekonomi Dan Pendidikan, 12(2)*, 84–90.
- Hanum, Z. & H. S. (2017). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Sepatu merk Nike di Kota Medan. *Jurnal Bisnis Administrasi, 06*, 37–42.
- Hendrawan, B. dan Imran, I. (2017). Pengaruh Persepsi Masyarakat Batam Tentang Bank Syariah Terhadap Minat menggunakan Produk syariah. *Journal of Applied Business Administration, 1 (2)*, 63–72.
- Husein, U. A. (2017). Determinan Pembiayaan Pada bank Pembiayaan Rakyat Syariah di Indonesia. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen, 7*, no.1.
- Infobank Sharia Awards 2018*. (n.d.). <https://infobanknews.com/ini-dia-63-bprs-peraih-infobank-sharia-awards-2018/amp/>
- Kotler, G. A. (2012). *Prinsip-prinsip pemasaran* (Edisi 13 J). Erlangga.
- Mulyadi, N. (2013). *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan*. Alfabeta.

Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah

Volume 6 Nomor 6 (2024) 3777 - 3788 P-ISSN 2656-2871 E-ISSN 2656-4351

DOI: 10.47467/alkharaj.v6i6.1198

Nugroho, J. S. (2010). *Perilaku konsumen konsep dan implikasi untuk strategi dan penelitian pemasaran*. Kencana.

Sujarweni, V. W. (2015). *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Pustaka Baru Press.

Sunardi, dan Maftukhah, A. (2015). Pengetahuan Konsumen dan Keputusan Menjadi Nasabah (Kasus BSM KAn.Cab Pembantu BSD Tangerang Selatan). *Jurnal Islaminomic, Vol 6 No.*

Sunyoto, Y. S. dan D. (2022). *Perilaku Konsumen* (A. K. Magister (Ed.)). Eureka Media Aksara.

Yuliawan, E. (2011). Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT. Bank Syariah Cabang Bandung. *Jurnal Wira Ekonomi Mikrosil, Vol. 1 No.*

Zarlis, M., Nasution, M. K. & Yasin, V. (2018). Filsafat Logika Dan Ontologi Ilmu Komputer. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research, 2(2)*, 68–75.