



**PENGARUH PENGETAHUAN NASABAH TENTANG PRODUK BANK  
SYARIAH TERHADAP MINAT MEMILIH PRODUK BANK SYARIAH**

**(Studi Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia di KC Denpasar)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat**

**Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**

**Oleh:**

**SITI HAJAR**

**NPM: 21801083036**

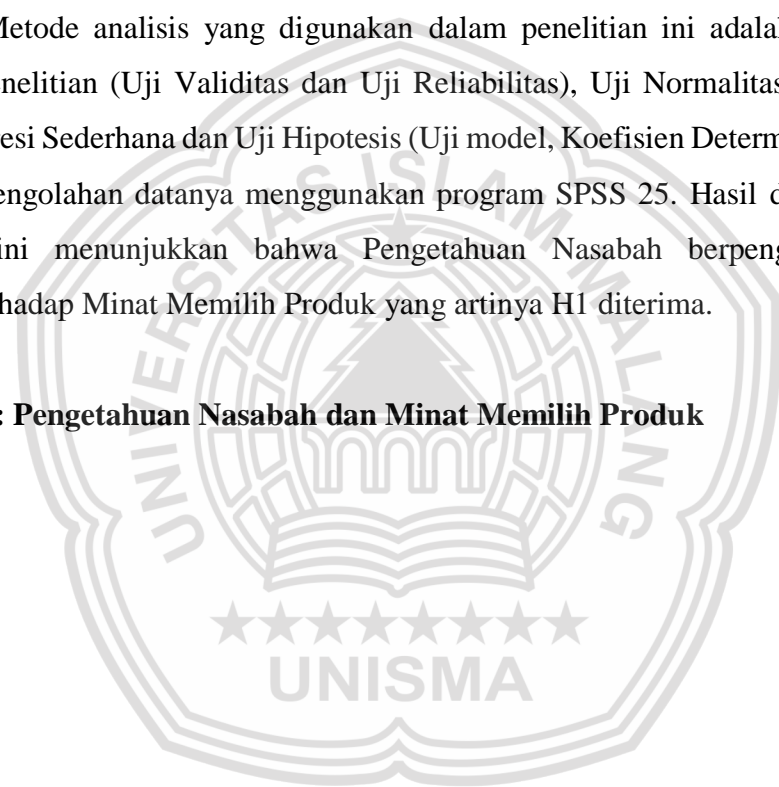


**UNIVERSITAS ISLAM MALANG  
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS  
PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
MALANG  
2023**

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis hubungan antara pengetahuan nasabah terhadap minat memilih produk Bank Syariah. Penelitian ini menggunakan studi pada Nasabah Bank Syariah Indonesia KC Denpasar, data didapatkan dengan cara menyebarkan kuesioner terhadap Nasabah Bank Syariah Indonesia KC Denpasar. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin dan didapat hasil sebanyak 100 responden. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Instrumen Penelitian (Uji Validitas dan Uji Reliabilitas), Uji Normalitas, Uji Analisis Regresi Sederhana dan Uji Hipotesis (Uji model, Koefisien Determinasi dan Uji t), pengolahan datanya menggunakan program SPSS 25. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Pengetahuan Nasabah berpengaruh signifikan terhadap Minat Memilih Produk yang artinya H1 diterima.

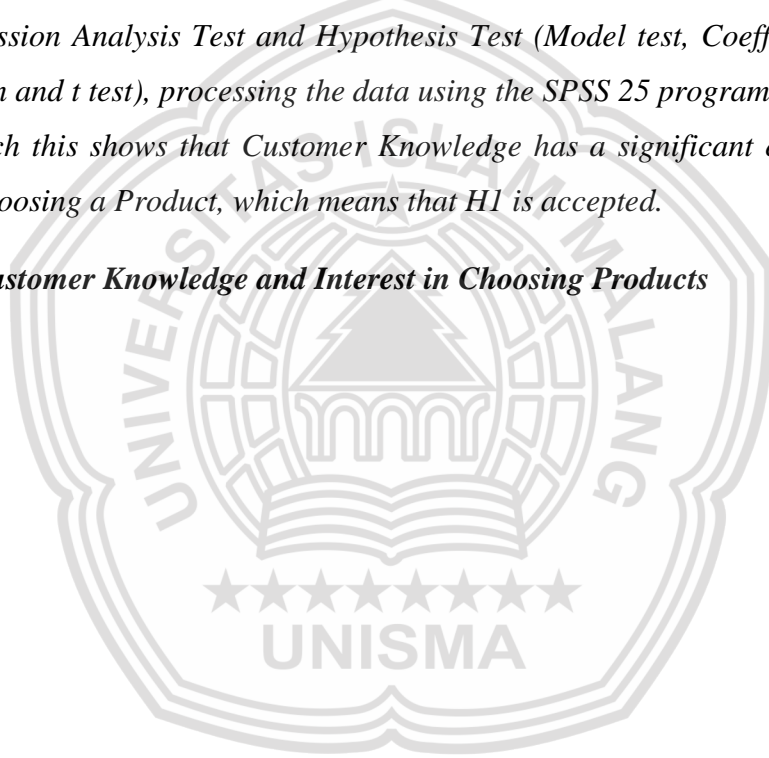
**Kata Kunci : Pengetahuan Nasabah dan Minat Memilih Produk**



### **ABSTRACT**

*This research aims to find out and analyze the relationship between customer knowledge and interest in choosing Islamic banking products. This study uses studies on Indonesian Sharia Bank customers in Denpasar KC, data obtained by distributing questionnaires to Indonesian Sharia Bank customers in Denpasar KC. Determining the number of samples in this study used the Slovin formula and the results obtained were 100 respondents. The analytical method used in this study is the Research Instrument Test (Validity Test and Reliability Test), Normality Test, Simple Regression Analysis Test and Hypothesis Test (Model test, Coefficient of Determination and t test), processing the data using the SPSS 25 program. Results in the research this shows that Customer Knowledge has a significant effect on Interest in Choosing a Product, which means that H1 is accepted.*

**Keywords:** *Customer Knowledge and Interest in Choosing Products*



## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Indonesia sebagai negara dengan masyarakat beragama islam terbanyak mencapai 237,56 juta jiwa atau 86,7% dari populasi penduduk Indonesia, (dataindonesia,2022). Indonesia menjadi pasar yang besar bagi produk-produk muslim dengan populasi muslim terbesar, hal ini dirasakan dengan terus berkembangnya sektor industri syariah mulai dari makanan halal, pariwisata halal, fashion dan keuangan syariah, (kominfo,2021). Perkembangan ekonomi dan keuangan syariah di Indonesia terus mengalami peningkatan. Dari data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menyebutkan bahwa per juni 2022 pangsa pasar keuangan syariah Indonesia berada pada angka 10,41%, meningkat dari angka 10% dari pada tahun sebelumnya, (kominfo.id, 2022).

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia dimulai sejak tahun 1970, pada tahun ini pemberian tingkat suku bunga diberikan keleluasaan dan bahkan pada tahun ini penentuan tingkat suku bunga 0% (nol persen) atau peniadaan bunga sekaligus. Kemudian pada tahun 1988 pemerintah mengeluarkan PAKTO (Paket Kebijakan Pemerintah Bulan Oktober) 1988, pemerintah memberikan izin berdirinya bank-bank baru termasuk bank syariah. Bank Muamalat sebagai pelopor bank syariah di Indonesia yang diprakarsai oleh MUI (Majelis Ulama Indonesia). Kemudian pada tahun 1998 lahirnya UU No. 10 tahun 1998 tentang perubahan atas UU No. 7 tahun 1992 tentang perbankan, telah memungkinkan bank syariah beroperasi sepenuhnya sebagai Bank Umum Syariah (BUS) atau dengan membuka Unit Usaha Syariah (UUS). Pada tanggal

16 Desember 2003 MUI (Majelis Ulama Indonesia) mengeluarkan fatwa mengenai haramnya bunga bank. Disusul dengan adanya UU No. 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah sampai puncaknya pada Oktober 2009 telah berdiri 6 BUS dan 25 UUS dengan total aset sebesar Rp 59,68 triliun. (Andrianto & Firmansyah, 2019).

Menurut UU No. 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri dari atas Bank Umum Syariah (BUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Menurut Muhammad, (2015:2) Bank syariah merupakan lembaga keuangan syariah yang berfungsi menghimpun dan menyalurkan dana ataupun jasa berasaskan keadilan, transparansi dan universal serta melakukan kegiatan usaha berlandaskan keadilan Al-Qur'an dan Hadist

Perbankan syariah memiliki fungsi utama yaitu menghimpun dana dari masyarakat dan kemudian menyalurkan dananya kembali ke masyarakat. Adapun peranan bank syariah tersebut dapat memurnikan operasional pada perbankan syariah sehingga meningkatkan suatu kepercayaan masyarakat serta dapat meningkatkan kesadaran syariah pada umat islam yang bertujuan untuk memperluas segmen dan pasar perbankan syariah, (Habibah & Hasanah, 2021).

Secara umum bank syariah sudah dikenal oleh nasabah terutama nasabah yang sudah menabung di bank syariah. Akan tetapi masih banyak nasabah yang

belum mengetahui tentang produk dari bank syariah. Dengan masih rendahnya pemahaman nasabah terhadap perbankan syariah bahkan perekonomian secara lebih luas maka perbankan syariah harus tetap berkembang dan memperbaiki kinerjanya. Sebagian besar nasabah kita tidak terlalu mengenal produk-produk bank syariah, ketidaktahuan nasabah tentang bank syariah secara utuh lebih diakibatkan kurangnya informasi dan sosialisasi yang diberikan oleh pihak bank kepada lapisan nasabah, baik yang sudah menjadi nasabah maupun yang belum menjadi nasabah, (Winarti,2021).

Kurangnya pengetahuan masyarakat tentang produk-produk perbankan syariah juga dirasakan oleh masyarakat di kota Denpasar. Kehadiran bank syariah di Denpasar awalnya mengalami kesulitan dalam pengenalan produk perbankan syariah dikarenakan minimnya pengetahuan masyarakat terhadap bank syariah, (Kurnia & Tripalupi, 2021).

Pengetahuan konsumen akan mempengaruhi minat dalam memilih produk. Menurut Wardana & Juniarta, (2022:59) pengetahuan adalah informasi yang diketahui atau didasari oleh seseorang yang memiliki kemampuan prediktif terhadap suatu objek sebagai hasil pengenalan pola dari informasi yang didapatkan. konsumen atau nasabah harus mengetahui tentang bank syariah meliputi: pengetahuan tentang produk bank syariah, pengetahuan tentang operasional dalam bank syariah dan pengetahuan bagaimana hukum dari bank syariah. Pengetahuan merupakan salah satu faktor yang menjadi dasar konsumen atau nasabah memutuskan minat dalam memilih produk dan layanan. Pengetahuan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah dalam



memilih produk seperti penelitian yang dilakukan oleh Sarita, *et al* (2022) dengan judul “Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Desa Air Molek II pada Produk Simpanan Wadi’ah di BMT Amanah Air Molek” yang menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat masyarakat, karena semakin meningkat pengetahuan masyarakat maka semakin tinggi pula minat masyarakat.

Menurut Suyono, *et al* (2012:136) minat konsumen merupakan proses pertimbangan konsumen dalam memilih dan menelaah sesuatu yang ia sukai terhadap barang atau jasa sehingga terjadinya pembelian berdasarkan pertimbangan tersebut. Minat akan tumbuh pada diri seseorang karena adanya faktor eksternal dan internal.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian untuk membuktikan apakah pengetahuan nasabah tentang produk bank syariah berpengaruh terhadap minat dalam memilih produk bank syariah. Dengan judul penelitian yang diangkat peneliti: **Pengaruh Pengetahuan Nasabah Tentang Produk Bank Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia di KC Denpasar).**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti uraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah pengetahuan nasabah tentang produk Bank Syariah berpengaruh terhadap minat dalam memilih produk Bank Syariah?

### 1.3 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

#### 1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah pengetahuan nasabah berpengaruh terhadap minat memilih produk Bank Syariah!

#### 1.3.2 Manfaat Penelitian

Dari pembahasan permasalahan dalam penelitian ini semoga bermanfaat baik, terutama:

##### a. Manfaat Teoritis

Dari hasil penelitian ini semoga dapat menambah pengetahuan yang semakin luas dibidang keilmuan maupun pengembangan ilmiah bagi peneliti ataupun pembaca tentang pengaruh pengetahuan nasabah tentang produk Bank Syariah terhadap minat memilih produk Bank Syariah Indonesia.

##### 1) Bagi Akademisi

Dari hasil penelitian ini dapat memberikan referensi dan juga diharapkan dapat menambah kepustakaan.

##### 2) Bagi Penelitian Selanjutnya

Dari hasil penelitian ini dapat menjadi acuan atau bahan tambahan informasi dan juga bermanfaat sebagai sumber referensi untuk penelitian selanjutnya, terutama yang berkeinginan untuk mengkaji tentang pengetahuan nasabah terhadap minat memilih produk Bank Syariah Indonesia.



**b. Manfaat Praktis**

1) Bagi instansi Bank Syariah Indonesia

Dengan hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran tentang pengetahuan nasabah tentang produk Bank Syariah terhadap minat memilih produk Bank Syariah Indonesia, sehingga penelitian ini dapat menjadi acuan untuk Bank Syariah Indonesia.



## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian secara simultan menunjukkan bahwa pengetahuan masyarakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat memilih produk Bank Syariah Indonesia.
2. Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa pengetahuan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat memilih produk Bank Syariah Indonesia.

#### 5.2 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat keterbatasan yang diantaranya yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya menggunakan 100 responden yang tentunya masih kurang untuk menggambarkan keadaan nasabah yang sesungguhnya.
2. Keterbatasan ruang lingkup penelitian, penelitian ini hanya dilakukan pada satu variabel independen yaitu pengetahuan nasabah, masih terdapat beberapa variabel independen lain yang mampu menjelaskan dan kemungkinan memiliki pengaruh terhadap minat memilih produk Bank Syariah Indonesia.
3. Keterbatasannya penelitian ini variabel yang digunakan hanya satu variabel independent saja.

### 5.3 Saran

Dengan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah ditetapkan. Yang selanjutnya dapat diusulkan beberapa saran untuk subjek penelitian dan untuk penelitian selanjutnya. Adapun saran yang dapat penulis sampaikan yaitu sebagai berikut:

a. Bagi Perusahaan

1. Dari pihak Bank Syariah Indonesia supaya memberikan sosialisasi terhadap nasabah.
2. Menjabarkan produk-produk Bank Syariah secara detail dan lengkap kepada nasabah dan calon nasabah.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Untuk penelitian selanjutnya, menambah responden yang lebih banyak supaya mendapatkan gambaran keadaan nasabah yang sesungguhnya.
2. Supaya menambah variabel bebas lainnya dalam penelitian selanjutnya yang mampu menjelaskan dan yang memiliki pengaruh terhadap minat memilih produk bagi nasabah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustin. (2021). *Teori Bank Syariah*. Jurnal Perbankan Syariah. 2(1). E-ISSN: 2721-7094.  
<https://ejournal.stiesyariahbengkalis.ac.id/index.php/jps/article/view/279.25.12.2022>.
- Akbar, R., & Zain, I. (2020). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. CV Budi Utama.
- Andri Soemitra. (2009). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Kencana
- Andrianto, & Firmansyah, M. A. (2019). *Manajemen Bank Syariah. (Implementasi Teori dan Praktik)*. CV. Qiara Media.
- Ascarya. (2013). *Akad & Produk Bank Syariah*. Jakarta: Rajawali Press.
- Aswad, et al. (2021). *Pengaruh Pengetahuan, Produk dan Promosi Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Di Bank Syariah*. Jurnal Akuntansi Syariah. 1(1). <https://jurnal.iain-bone.ac.id/index.php/akunsyah/article/view/2987.19.01.2023>.
- Budiman, Riyanto. (2013). *Kapita Selektakuesioner Pengetahuan dan Sikap Dalam Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Salemba Medika.
- Chaplin, J.P. (2011). *Kamus Lengkap Psikolog*. Jakarta: Rajagrafindo.
- Ferdinand, Augusty. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Edisi V. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, M. Anang. (2018). *Perilaku Konsumen: Sikap dan Pemasaran*. Yogyakarta. Deepublish.
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati. D. N. Dan D,C Porter. (2010). *Dasar-Dasar Ekonometrika*. Edisi 5. Jakarta: Salemba Empat.
- Habibah & Hasanah. (2021). *Pengetahuan Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah*. Jurnal Margin. 1(1).  
<https://e-journal.lp2m.uinjambi.ac.id/ojs/index.php/margin/article/download/841/458.26.12.2022>.

- Hakim. (2020). *Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Produk Bank Syariah*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. 15.01.2023.
- Indarti, Nurul. (2014). *Manajemen Pengetahuan.: Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Iryani & Kristanto. (2022). *Pengaruh Pengetahuan Tentang Bank Syariah, Religiusitas, Lingkungan Sosial dan Uang Saku Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Di Bank Syariah*. Jurnal Magisma. X(2). E-ISSN: 2685-1504.  
<https://jurnal.stiebankbpdjateng.ac.id/jurnal/index.php/magisma/article/view/228>. Diakses pada tgl 21.12.2022.
- Kominfo. (2021). *Wujudkan Indonesia Jadi Produsen dan Eksportir Produk Halal Terbesar Dunia*.  
[https://www.kominfo.go.id/content/detail/34870/wujudkan-indonesia-jadi-produsen-dan-eksportir-produk-halal-terbesar-dunia/0/artikel\\_gpr](https://www.kominfo.go.id/content/detail/34870/wujudkan-indonesia-jadi-produsen-dan-eksportir-produk-halal-terbesar-dunia/0/artikel_gpr). 25.12.2022.
- Kominfo. (2022). *Wapres Minta MES Kerja Cepat dan Kompak*.  
<https://www.kominfo.go.id/content/detail/44800/wapres-minta-mes-kerja-cepat-dan-kompak/0/berita>. 25.12.2022.
- Kurnia, & Tripalupi. (2021). *Persepsi Masyarakat Non-Muslim di Kecamatan Denpasar Barat Terhadap Bank Syariah*. Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika. 11(3). ISSN: 2599-2651.  
<https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/2685450>. 25.12.2022.
- Muchtar, B. Rahmidani, R., & Siwi, Menik Kurnia. (2016). *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*. Kencana.
- Muhammad. (2015). *Manajemen Dana Bank Syariah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Nasution. (2020). *Pengaruh Pengatahuan Tentang Riba dan Produk Perbankan Syariah Terhadap Minat Mahasiswa FEBI UIN Sumatra Utara Menjadi Nasabah Bank Syariah*. 15.01.2023.
- Notoadmodjo, S. (2007). *Pendidikan dan Perilaku Kesehatan*. Cetakan 2. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2019). *Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia*. <https://ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/laporan-perkembangan-keuangan-syariah->

[indonesia/Documents/LAPORAN%20PERKEMBANGAN%20KEUANGAN%20SYARIAH%20INDONESIA%202019.pdf](#). 26.12.2022.

- Pramono, Sri Sukmawati, Suyono. (2012). *Pertimbangan Dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa*. Jakarta: intidayu Press
- Rizaty. (2022). *Jumlah Penduduk Muslim Indonesia Terbesar Di Dunia Pada tahun 2022*. <https://dataindonesia.id/ragam/detail/populasi-muslim-indonesia-terbesar-di-dunia-pada-2022>. Dataindonesia.id. 27.12.2022.
- Rusby, Z. (2017). *Manajemen Perbankan Syariah*. Pusat Kajian Pendidikan Islam UR.
- Ruslan, M., & Fasiha. (2013). *Pengantar ISLAMIC ECONOMIS Mengenal Konsep dan Praktek Ekonomi Islam* (p. 100). Lumbang Informasi Pendidikan (LIPa).
- Sarita, et al., (2022). *Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Desa Air Molek II Pada Produk Simpanan Wadi'ah di BMT Amanah Air Molek*. *Jurnal Pendidikan dan Konseling*. 4(6). E-ISSN: 2685-936X. <http://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jpdk/article/view/9765>. Diakses pada tgl 21.12.2022.
- Shaleh, A.R. (2004). *Psikolog Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Prenada Media.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dab R&D*. Bandung: PT Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarno, et al., (2021). *Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Untuk Memilih Produk Bank Syariah di Bank bjb Syariah KCP Pabuaran*. *Journal of Economy and Banking*. 2(2). E-ISSN: 2747-0245. <https://journal.bungabangsacirebon.ac.id/index.php/EcoBankers/article/view/445>. Diakses pada tgl 21.12.2022.
- Sumarwan, Ujang. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Suyono, A. G., Sukmawati, S., & Pramono. (2012). *Pertimbangan Dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa*. Intidayu Press.



- Tarubali.(2022). *Tata Ruang Provinsi Bali*.  
<https://tarubali.baliprov.go.id/profil/wilayah-administrasi/>. 25.12.2022.
- Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah.  
<https://ojk.go.id/waspada-investasi/id/regulasi/Pages/Undang-Undang-Nomor-21-Tahun-2008-Tentang-Perbankan-Syariah.aspx#:~:text=Undang%2DUndang%20Nomor%2021%20Tahun%202008%20Tentang%20Perbankan%20Syariah,-16%20Juli%202008&text=Mengatur%20tentang%20tata%20cara%20dan,juga%20diatur%20di%20bab%20ini>. 25.12.2022.
- Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998.
- Wardana, Juniarta. (2022). *Pembentukan Niat Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah*. Bali: CV. Intelektual Manives Media.
- Winarti. (2021). *Pengaruh Pengetahuan Nasabah Terhadap Minat Menabung Di BNI Syariah KCP Kuningan*. Jurnal Fakultas Ilmu Keislaman. 2(2). E-ISSN: 2746-4873. <https://jurnal.unisa.ac.id/index.php/jfik/article/view/98>. 28.12.2022.
- Yusuf, I. N. Y. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang di E-commerce Shopee*. (Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Suarakarta).