



Prodi Ekonomi
Syariah

Ekobis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Syariah

Journal homepage: <http://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/ekobis>

Volume 7, No. 1
Januari - Juni 2023
Halaman: 26-33

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menjadi Nasabah Bank Aceh Syariah

Muksal, Hafas Furqani, Riska Jaya Mustika

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, Indonesia

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Submit 03 Mei 2023

Revisi 25 Mei 2023

Diterima 05 Juni 2023

Kata Kunci:

Pengetahuan;

Persepsi;

Keputusan Menjadi Nasabah.

ABSTRACT

This study examines the knowledge and perceptions of the Aceh Barat Daya Branch of Bank Aceh. This study uses three variables, namely knowledge, perception, and the decision to become a customer. This study aims to determine the effect of knowledge and perceptions on the decision to become a customer at Bank Aceh Aceh Barat Daya Branch. This research method is quantitative and data analysis method used multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that: (1) H_a is rejected and H_0 is accepted, thus knowledge (X_1) does not affect the decision to become a customer. (2) H_a is accepted and H_0 is rejected, thus perception (X_2) influences the decision to become a customer. (3) Knowledge and Perception together influence the decision to become a customer.

ABSTRAK

Penelitian ini meneliti tentang pengetahuan dan persepsi pada Bank Aceh Cabang Aceh Barat Daya. Penelitian ini menggunakan tiga variabel yaitu pengetahuan, persepsi, dan keputusan menjadi nasabah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan dan persepsi terhadap keputusan menjadi nasabah pada Bank Aceh Cabang Aceh Barat Daya. Metode penelitian ini adalah kuantitatif dan metode analisis data yang digunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) H_a ditolak dan H_0 diterima dengan demikian pengetahuan (X_1) tidak berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah. (2) H_a diterima dan H_0 ditolak dengan demikian persepsi (X_2) berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah. (3) Pengetahuan dan Persepsi bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah.

Cara Mengutip:

Muksal., Furqani, Hafas., Mustika, Riska Jaya. (2023). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Menjadi Nasabah Bank Aceh Syariah, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Syariah*, 7(1), 26-33.

1. PENDAHULUAN

Kemajuan perbankan syariah sampai saat ini belum mengarah pada perkembangan yang memberdayakan, baik secara organisasi ataupun volume usaha, dibandingkan dengan perkembangan bank konvensional. Banyak rintangan dan masalah yang sering dilalui dalam perkembangan bank syariah. Masalah yang sering terlihat antara lain adalah kurangnya kesadaran masyarakat tentang pengetahuan dan persepsi terhadap perbankan syariah. Faktanya, masih banyak orang yang percaya bahwa tabungan di bank syariah dan bank konvensional itu serupa, karena kurangnya sosialisasi dan pemahaman masyarakat tentang cara kerja lembaga keuangan syariah.

Bank Aceh adalah bank yang diklaim oleh pemerintah provinsi Aceh, sehubungan dengan pemikiran Pendirian Bank Milik pemda di Aceh dimulai dari usul Dewan Pemerintah Daerah Peralihan Provinsi Aceh (Pemprov Nanggroe Aceh Darussalam). Sesudah menerima pengesahan dari DPR untuk situasi singkat Provinsi Aceh di Kutara (Banda Aceh) menggunakan Surat Pernyataan No. 7/DPRD/5 tanggal 7 September 1957. Peraturan Daerah No. 12 Tahun 1963 menjadi alasan yang sah berdirinya Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh, tujuannya adalah untuk memberikan pembiayaan bagi pelaksanaan upaya peningkatan wilayah dalam rangka pembangunan nasional yang diatur secara luas (bankaceh.co.id).

Pada rangka pengembangan jaringan perbankan syariah, perlu dilakukan upaya meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap produk, mekanisme, dan sistem perbankan secara keseluruhan. Oleh karena itu, untuk aktivitas sosialisasi dalam

* Corresponding author: muksal

E-mail address: muksal.muksal@ar-raniry.ac.id

rangka pemahaman yang lebih baik tentang perbankan syariah oleh masyarakat luas, diperlukan informasi tentang pengetahuan, persepsi dan keputusan nasabah/debitur tentang perbankan.

Dari hasil observasi awal peneliti di Bank Aceh Syariah di Kabupaten Aceh Barat Daya terdapat peningkatan jumlah nasabah yang meningkat dari tahun 2017-2019. Pada tahun 2017 jumlah nasabah yang menabung ada 41.851 nasabah, di tahun 2018 ada 43.430 nasabah yang menabung, dan pada tahun 2019 ada 49.049 nasabah yang menabung di Bank Aceh Cabang Aceh Barat Daya. Faktor yang mempengaruhi perilaku nasabah menentukan tindakan pengambilan keputusan atau minat terhadap perbankan syariah. Sangat diperlukan sekali informasi tentang pengetahuan dan persepsi masyarakat terhadap Bank Syariah tersebut, apakah nasabah sudah memahami apa itu Bank Syariah atau belum.

Penelitian dari Kismawadi, terdapat pengaruh yang bagus terhadap persepsi masyarakat mengenai konversi Bank Konvensional ke Bank Syariah di Kota Langsa, dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa masyarakat sangat mendukung konversi Bank Konvensional ke Bank Syariah, masyarakat berharap Bank Syariah bisa memberikan fasilitas yang sangat baik dari pada menjadi Bank Konvensional sebelumnya (Kismawadi & Al Muddatstsir, 2018).

Penelitian dari Manggu dan Dalif, tentang pengaruh persepsi nasabah terhadap minat menabung di Bank Syariah di Kabupaten Polewali Mandar Sulawesi Barat menemukan bahwa ada pengaruh positif, dimana hasil penelitiannya memberitahukan bahwa berdasarkan sisi persepsi, kebanyakan individu setuju dengan eksistensi Bank Syariah yang menetapkan prinsip bagi hasil yang sesuai pada syariat Islam yang berbeda dengan sistem Bank Konvensional (Manggu, 2018).

Penelitian dari Wahyuni, pengetahuan masyarakat terdapat pengaruh yang positif pada memilih Asuransi Syariah (AJB Bumi Putera Syariah Cabang Palembang), dimana hasil penelitiannya menemukan menunjukkan pengetahuan nasabah berdampak positif terhadap keputusan pada memilih Asuransi Syariah (Wahyuni, 2017).

Penelitian dari Tanuwidjaya & Hikmah, persepsi konsumen terdapat pengaruh yang positif dalam memilih PT BPR Dana Fanindo, dimana hasil penelitiannya menemukan bahwa variabel citra merek, iklan, dan persepsi memiliki dampak yang positif terhadap pilihan pelanggan (Tanuwidjaya, 2020).

Dari penelitian sebelumnya dimana pengetahuan dan persepsi menemukan hasil yang beragam mengenai minat menabung di Bank Syariah. Peneliti ingin melihat bagaimana faktor pengetahuan dan persepsi nasabah yang memilih untuk menabung di Bank Aceh Syariah Cabang Aceh Barat Daya.

2. TINJAUAN TEORITIS

Pengetahuan Nasabah

Nitisusastro (2012), menyebutkan bahwa pengetahuan nasabah merupakan pengetahuan terhadap nama produk, tentang manfaat produk tersebut, sasaran kelompok yang menjadi target dan berapa besaran harga serta dimana produk tersebut dapat diperoleh. Berdasarkan pendapat tersebut, bahwa pengetahuan berdampak terhadap pilihan pada penggunaan produk yang ditawarkan di Perbankan Syariah.

Persepsi Nasabah

Persepsi nasabah yang dimaksudkan dalam penelitian ini dalam hal operasional bank, produk bank dengan motif religius berdasarkan prinsip syariah (Mursid & Suhartono, 2014). Hal tersebut sesuai dengan hasil tinjauan Yulianti (2015) yang menyebutkan bahwa "Hasil tinjauan menunjukkan bahwa motif keagamaan dan kualitas pelayanan secara positif mempengaruhi pilihan agar memilih produk bank syariah".

Persepsi individu dapat muncul dari perjumpaan-perjumpaan yang didapatnya, baik dari dirinya sendiri maupun dari kesan-kesan orang lain. Kumpulan wawasan yang dapat meringkai penilaian atau keputusan tentang sesuatu yang telah dialami. Perbankan Syariah dalam menjalankan operasionalnya mengedepankan pemahaman akan riba. Sehingga banyak masyarakat yang menyetujui akan kehadiran konsep syariah dalam perbankan. Seperti hasil tinjauan yang dilakukan oleh Manggu dan Dalif (2018) yang menyimpulkan bahwa "Persepsi masyarakat mengenai bank syariah menunjukkan bahwa sebagian besar setuju dengan keberadaan bank syariah yang menerapkan pedoman mengambil bagian manfaat sesuai hukum Islam dan keberadaan bank syariah yang tidak sama dengan kerangka keuangan konvensional. Namun demikian, masih ada sikap/pertanyaan yang tidak biasa dari masyarakat umum terhadap pemahaman riba yang difatwakan oleh MUI serta sistem bunga yang termasuk kedalam riba yang dijalankan oleh perbankan konvensional."

Keputusan Menjadi Nasabah

Pengambilan keputusan adalah suatu tindakan yang dilakukan dengan sengaja, memilih dari beberapa pilihan yang tersedia dengan tekad yang matang untuk memecahkan suatu masalah. Keputusan adalah keputusan yang dibuat oleh konsumen untuk memuaskan pilihan mereka untuk membeli suatu barang atau jasa. Berbagai jenis pilihan dibuat mengenai aktivitas hidup yang sering dilakukan konsumen sehari-hari, konsumen tidak menyadari bahwa mereka telah membuat keputusan sehari-hari (Reni,

2019).

Jadi, berlandaskan definisi yang telah diuraikan diatas bisa disimpulkan bahwa nasabah banyak alternatif bank yang menawarkan beberapa produk jasa untuk kebutuhan dan keinginan mereka, dan pada akhirnya nasabah membuat sebuah keputusan bank mana akan dipilih yang bisa memenuhi kebutuhan mereka dan membuat nasabah merasa puas atas keinginannya.

Pengaruh Pengetahuan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT Bank Aceh Cabang Aceh Barat Daya

Menurut Nurdin (2004) pengetahuan merupakan sesuatu yang didapatkan dari sebuah pengalaman dan membaca. Dari sebuah pengalaman yang pernah di lalui ataupun dari membaca sebuah buku ataupun koran, seseorang akan mendapatkan sebuah pengetahuan yang dari awal tidak tahu menjadi tahu.

Pengetahuan nasabah mempengaruhi pilihan untuk menjadi nasabah. Pengetahuan nasabah mempengaruhi pilihan untuk menjadi nasabah. Berdasarkan hal tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa:

H_1 : Tingkat pengetahuan berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT Bank Aceh Cabang Aceh Barat Daya

Pengaruh Persepsi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT Bank Aceh Cabang Aceh Barat Daya

Menurut Rahmawanti (2014) Persepsi adalah keyakinan individu pada sesuatu yang diperoleh dari cara yang paling umum untuk merenungkan seseorang atau sesuatu. Cara berpikir dapat diperoleh dengan apa yang mampu setiap orang dalam memahami data tentang keadaan mereka saat ini, baik itu melalui penglihatan, penghayatan, atau perasaan. Persepsi bisa dikatakan adalah pemahaman individu terhadap keadaan.

Tinjauan yang dikerjakan oleh Manggu (2018) mendapatkan hasil bahwa persepsi mempengaruhi pilihan untuk menjadi nasabah. Ulasan ini mendukung penelitian sebelumnya yang diarahkan oleh peneliti di atas dengan mendapatkan efek lanjutan dari ulasan yang persepsi mempengaruhi pilihan untuk menjadi nasabah. Berdasarkan hal tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa:

H_2 : Tingkat persepsi berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT Bank Aceh Cabang Aceh Barat Daya

Pengaruh Pengetahuan Dan Persepsi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT Bank Aceh Cabang Aceh Barat Daya

Perpaduan antara variabel (X1) dan (X2) dalam penelitian ini yaitu pengetahuan dan persepsi terhadap variabel (Y) keputusan menjadi nasabah. Menurut Nurngaeni (2018), pengetahuan masyarakat mengenai bank syariah akan berdampak pada perilaku individu. Jadi seseorang yang memiliki banyak pengetahuan dan pemahaman mengenai keuangan syariah akan berada dalam situasi yang ideal dan kemungkinan besar akan memilih agar menjadi nasabah di bank syariah. Oleh karena itu, pengetahuan harus dipikirkan secara tepat dan hati-hati agar tujuan bank syariah dapat tercapai, sehingga daerah setempat memiliki persepsi yang baik dan memutuskan agar menjadi nasabah bank syariah.

Tinjauan yang dikerjakan Gampu, dkk (2015) dari hasil tinjauan mengatakan bahwa secara simultan motivasi, persepsi, dan pengetahuan berdampak secara signifikan terhadap keputusan nasabah dan secara parsial hanya variabel motivasi yang tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah. Ulasan ini mendukung tinjauan sebelumnya yang diarahkan oleh peneliti diatas dengan memperoleh hasil tinjauan bahwa pengetahuan dan persepsi secara signifikan dan parsial mempengaruhi pilihan untuk menjadi nasabah. Berdasarkan hal tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa:

H_3 : Tingkat pengetahuan dan persepsi berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT Bank Aceh Cabang Aceh Barat Daya

Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini seperti terlihat dalam Gambar 1.



Dalam tinjauan ini, peneliti ingin mengetahui bagaimana pengaruh simultan dan parsial (pengetahuan variabel X1 dan persepsi variabel X2) pada variabel Y keputusan menjadi nasabah di Bank Aceh Syariah Cabang Aceh Barat Daya.

3. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian kuantitatif yaitu metode penelitian yang dilandaskan dengan populasi tertentu atau sampel tertentu. Teknik pengumpulan data dengan alat penelitian, dan menganalisis data. Uji kuantitatif/statistic untuk menguji hipotesis yg telah ditentukan. Penelitian kuantitatif dilakukan dengan pembagian kuesioner pada nasabah Bank Aceh Syariah Cabang Aceh Barat Daya.

Teknik Pemerolehan Data

Sumber data pada tinjauan ini, yaitu data primer berupa jawaban dari responden yang adalah nasabah Bank Aceh Syariah Cabang Aceh Barat Daya didapat dari penyebaran kuesioner. Survey tersebut merupakan rundown dari beberapa pertanyaan yang akan disebarluaskan yang terdiri dari beberapa hal pertanyaan yg akan disampaikan kepada nasabah Bank Aceh Syariah Cabang Aceh Barat Daya yang ditunjukkan dengan faktor-faktor yang diteliti. Strategi berbagai informasi dalam ulasan ini memakai skala Likert. Skala likert yaitu skala yg dapat dipakai agar mengukur perspektif, perasaan, dan kesan seseorang atau sosial. Kemudian pada saat itu faktor-faktor yang akan diestimasi dipisahkan menjadi penanda-penanda variabel, kemudian pada titik tersebut penanda- penanda tersebut digunakan sebagai tahap awal untuk mengumpulkan hal-hal instrumen yang bisa berupa penjelasan atau pertanyaan.

Teknik Analisis Data

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis data yang dipakai yaitu regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda yaitu analisis yang mengukur variabel independen atas variabel dependen. Oleh karena itu, tujuan analisis ini untuk mengukur dampak variabel bebas adalah Pengetahuan (X1) dan Persepsi (X2), terhadap variabel terikat adalah Keputusan Menjadi Nasabah (Y) yang dirumuskan sebagai berikut:

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

Dimana:

a	= Konstanta
b ₁ -b ₂	= Koefisien regresi variabel terikat
X ₁	= Pengetahuan
X ₂	= Persepsi
e	= error

Error (e) yaitu elemen variasi variabel dependen yang tidak bisa dijelaskan oleh semua variabel independen (Gudono, 2011: 220). Rumus yang dipakai untuk menghitung error yaitu sebagai berikut: $e = 1 - R^2$

Uji Simultan (Uji-F)

Nilai F hitung yang ditentukan dipakai untuk menguji model untuk konsistensi (kebaikan). Uji F juga sering disebut sebagai uji serentak untuk menguji apa variabel logis yang dipakai dalam model dapat memperjelas penyesuaian nilai variabel terikat atau tidak. Metode pengujian uji F ini adalah dengan menggunakan suatu variabel yang disebut variabel ANOVA (Analysis of Variance) dengan melihat tingkat kepentingannya (Sig. < 0,05 atau 5%). Jika nilai kritis > 0,05 maka H_a ditolak, bagaimanapun dengan asumsi nilai besar < 0,05 maka H_a diterima.

Uji Parsial (Uji-t)

Nilai T dipakai pada tinjauan ini agar mengetahui kemampuan dari masing-masing variabel yang berdampak pada variabel dependen taraf signifikansinya 5% atau 0,05. Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria:

- Apabila nilai signifikan > 0,05 maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Berarti secara parsial variabel independen tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
- Apabila nilai signifikan < 0,05 maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Berarti secara parsial variabel independen tersebut memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

R Square (R²) atau kuadrat R mewakili koefisien determinasi. Angka ini akan diubah menjadi persentase, yaitu persentase kontribusi dampak variabel independen pada variabel dependen, apabila nilai koefisien determinasi menurun (mendekati nol), berarti dampak variabel bebas pada variabel terikat menurun, apabila nilai R² mendekati 100% maka dampak variabel independen pada variabel dependen lebih besar.

4. TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Uji Regresi Linear Berganda

Tujuan pemeriksaan ini yaitu untuk mengetahui dampak pengetahuan, persepsi tentang pilihan untuk menjadi nasabah di PT Bank Aceh Cabang Aceh Barat Daya. Serta mengetahui besarnya pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat. Hasil dari pemeriksaan ini dengan menggunakan program SPSS Ver 21.0 bisa dilihat pada Tabel 1 di bawah ini :

Tabel 1
Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	32.999	5.447		6.059	.000
Persepsi	.371	.161	.250	2.307	.023
Pengetahuan	.133	.154	.094	.864	.390

Pada Tabel 1 didapat dari hasil penanganan dengan menggunakan program SPSS didapatkan sebagai berikut :

$$Y = a + P1 X_1 + P2 X_2 + e$$

$$Y = 32.999 + 0,371X_1 + 0,133X_2 + e$$

Dari hasil persamaan regresi berganda di atas memberikan pengertian bahwa:

- Nilai konstanta (a) sebesar 32.999, jadi bila variabel pengetahuan, persepsi bernilai 0 maka keputusan menjadi nasabah PT Bank Aceh Cabang Aceh Barat Daya memiliki nilai sebesar 32.999.
- Koefisien regresi X₁, diperoleh dari nilai P₁ sebesar 0,371, berarti jika variabel pengetahuan mengalami peningkatan sebesar 1 satuan diperkirakan akan meningkatkan keputusan (Y) menjadi nasabah di PT Bank Aceh Cabang Aceh Barat Daya sebesar 0,371 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi yaitu tetap.
- Koefisien regresi X₂, didapat dari nilai (P₂) sebesar 0,133 berarti jika variabel persepsi mengalami peningkatan sebesar 1 satuan diperkirakan akan meningkatkan minat masyarakat (Y) menjadi nasabah di PT Bank Aceh Cabang Aceh Barat Daya sebesar 0,133 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi yaitu tetap.

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dipakai agar memutuskan dampak dari setiap variabel bebas terhadap variabel terikat. Agar melihat apa teori yang diajukan pada tinjauan ini diterima atau ditolak, maka dilakukan uji hipotesis dengan memakai uji-t sebagai berikut:

a. Uji t (Uji Parsial)

Uji t dikerjakan agar melihat apakah variabel independen (X) secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen (Y). Adapun hasil Uji t yaitu berdasarkan pada Tabel 4.10 diketahui besarnya dampak masing variabel independen secara parsial (individual) terhadap variabel dependen yaitu sebagai berikut:

- Pengaruh pengetahuan terhadap pilihan menjadi nasabah di PT Bank Aceh Cabang Aceh Barat Daya. Hal ini terlihat bahwa koefisien pengetahuan t-hitung yaitu 0,94, sedangkan t-tabel dapat ditentukan dalam tabel uji-t, dengan $\alpha=0,05$ mengingat fakta bahwa hipotesis dua arah digunakan dan $df=98$ (diperoleh dari rumus $n-k$, di mana "n" yaitu jumlah data dan "k" yaitu jumlah variabel bebas, $100-2=98$). Maka pada saat itu diperoleh t tabel sebesar 1,984. Variabel pengetahuan memiliki nilai t-hitung sebesar 0,864 dan nilai t-tabel sebesar 1,984. Dengan melihat antara t-hitung dan t-tabel, diketahui bahwa t-hitung < t-tabel. Apalagi hasil yang didapat dari pengujian sig 0,390 > 0,05 maka bisa diduga bahwa H_a ditolak dan H_o diterima, sehingga koefisien pengetahuan tidak berpengaruh penting terhadap pilihan menjadi nasabah di PT Bank Aceh Cabang Aceh Barat Daya.
- Pengaruh persepsi terhadap pilihan menjadi nasabah di PT Bank Aceh Cabang Aceh Barat Daya. Hal ini terlihat bahwa t-hitung koefisien persepsi adalah 0,250, sedangkan t-tabel dapat ditentukan dalam tabel uji-t, dengan $\alpha=0,05$ dengan hipotesis dua arah digunakan dan $df=98$ (diperoleh dari rumus $n-k$, di mana "n" yaitu jumlah data dan "k" yaitu jumlah variabel bebas, $100-2=98$). Diperoleh t tabel sebesar 1,984. Nilai t hitung variabel persepsi sebesar 2,307 dan nilai t tabel sebesar 1,984. Dengan melihat antara t hitung dan t tabel diketahui bahwa t hitung > t tabel. Apalagi hasil yang didapat dari pemeriksaan sig 0,023 < 0,05 maka bisa diduga bahwa H_a diterima dan H_o ditolak, sehingga koefisien persepsi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pilihan menjadi nasabah di PT Bank Aceh Cabang Aceh Barat Daya.

b. Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk memutuskan apakah faktor bebas (X) secara bersama-sama mempengaruhi variabel terikat (Y). Konsekuensi dari uji F yaitu sebagai berikut :

Tabel 2
Uji Simultan (Uji F)

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	933.657	2	466.829	4.952	0.009 ^b
Residual	9143.733	97	94.265		
Total	10077.390	99			

a. Dependent Variable: Keputusan

b. Predictors: (Constant), Pengetahuan, Persepsi

Berdasarkan table 2 di atas, hasil uji F ditampilkan yang dapat digunakan untuk memperkirakan komitmen bagian-bagian pengetahuan dan persepsi terhadap pilihan untuk menjadi nasabah di PT Bank Aceh Cabang Aceh Barat Daya. Dari hasil perhitungan didapat nilai F yang ditentukan sebesar 4,952 dan F tabel sebesar 3,09 yang didapat dari $k = 2$ dan $df_2 = 100 - 2 = 98$, dengan alasan bahwa nilai F yang ditentukan $> F$ tabel ($4,952 > 3,09$) dan besarnya dari $sig\ 0,009 < 0,05$, hal ini menunjukkan bahwa variabel independen (pengetahuan dan persepsi) pada dasarnya menambah variabel dependen (pilihan menjadi nasabah di PT Bank Aceh Barat Daya Cabang), dengan tujuan agar model regresi selanjutnya sesuai untuk meramalkan. Sehingga cenderung disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti terdapat pengaruh yang saling besar antara variabel bebas (pengetahuan dan persepsi) terhadap variabel terikat (pilihan menjadi nasabah PT Bank Aceh Barat Cabang Daya).

c. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi dipakai agar mengukur tingkat hubungan antara variabel terikat dan bebas atau sebaliknya sejauh mana kontribusi variabel bebas berpengaruh. Hasil uji koefisien determinasi (R²) yaitu sebagai berikut:

Tabel 3
Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.304 ^a	.093	.074	9.709

Berdasarkan Tabel 3 terlihat bahwa koefisien determinasi (R²) yaitu 0,074, ini berarti 7,4% dari variabel terikat dalam pilihan untuk menjadi nasabah PT Bank Aceh Barat Cabang Aceh Barat Daya bisa diklarifikasi dari variabel bebas pengetahuan dan persepsi. Sementara sisa 92,6% diklarifikasi dari faktor lain yang tidak disetakan dari model pemeriksaan ini.

Pembahasan

Pengaruh Pengetahuan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di PT Bank Aceh Cabang Aceh Barat Daya

Dilihat dari hasil penggunaan SPSS, diketahui bahwa nilai t-hitung pengetahuan yaitu 0,864 dan signifikansinya adalah 0,390. Sedangkan t tabel yang diperoleh adalah 1,984 dan tingkat signifikansinya adalah 0,05, sehingga dapat dikatakan bahwa nilai t hitung $< t$ tabel dan tingkat signifikansinya adalah $0,390 > 0,05$. Berdasarkan pengujian teori, dengan asumsi t-hitung $< t$ -tabel, H_0 diterima dan H_a ditolak, yang menyiratkan bahwa tidak ada pengaruh kritis antara setiap variabel bebas (pengetahuan) dan variabel terikat (keputusan).

Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan tidak mempengaruhi pilihan untuk menjadi nasabah di PT Bank Aceh Cabang Aceh Barat Daya. Hal ini menjelaskan bahwa semakin tinggi tingkat pengetahuan atau semakin rendah tingkat pengetahuan seseorang tidak mempengaruhi pilihan untuk menjadi nasabah di PT Bank Aceh Cabang Aceh Barat Daya.

Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian Sulistyono (2016) yang menyebutkan tidak ada hubungan pengetahuan dengan keputusan menjadi nasabah dengan hasil tinjauan ini menunjukkan bahwa tingkat pendapatan masyarakat mempengaruhi pilihan masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah. Hal ini ditunjukkan dengan nilai probabilitas dan signifikansi yang lebih kecil dari 0,05, khususnya tingkat pendapatan ($0,002 < 0,05$), promosi ($0,035 < 0,05$), religiusitas ($0,012 < 0,05$), sedangkan pengetahuan ($0,275 > 0,05$) memiliki signifikansi lebih besar dari 0,05. Dari hasil tersebut disimpulkan

bahwa hal tersebut berpengaruh signifikan terhadap pilihan masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah di Kantor Kas Syariah Bank Negara Indonesia Condong Catur Yogyakarta. Sedangkan nilai r Square = 0,255, yang berarti bahwa 25,5% pilihan nasabah dipengaruhi oleh tingkat pendapatan, religiusitas, dan promosi.

Selanjutnya, hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Syarifuddin (2020) yang menyatakan dari hasil tinjauan bahwa tingkat hubungan pengetahuan masyarakat dengan pilihan menjadi nasabah memiliki hubungan yang sangat kuat dan memiliki pos positif dengan nilai r_{xy} = 0,82. Besarnya pengaruh pengetahuan masyarakat terhadap pilihan menjadi nasabah yaitu 67,24%.

Pada umumnya masyarakat membuat keputusan menjadi nasabah pada Bank Syariah dikarenakan untuk melakukan penyimpanan dana untuk kebutuhan-kebutuhan yang masa akan datang. Selain itu membuat keputusan menjadi nasabah Bank Syariah diharapkan untuk mempermudah transaksi-transaksi dalam bidang perekonomian yang dilakukan melalui lembaga keuangan, sehingga faktor pengetahuan tentang perbankan Syariah tidak menjadi faktor prioritas agar menjadi nasabah pada bank tersebut.

Pengaruh Persepsi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di PT Bank Aceh Cabang Aceh Barat Daya

Dilihat dari hasil penggunaan SPSS diketahui bahwa nilai t -hitung persepsi adalah 2,307 dan signifikansinya adalah 0,023. Sedangkan t tabel yang didapat adalah 1,989 dan tingkat signifikansi adalah 0,05, sehingga bisa dikatakan bahwa t hitung > t tabel dan tingkat signifikansinya adalah $0,023 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi secara signifikan mempengaruhi pilihan untuk menjadi nasabah di PT Bank Aceh Barat Daya Cabang, dengan tujuan agar hipotesis yang diajukan bisa diterima. Artinya jika persepsi terhadap lembaga perbankan syariah dapat ditingkatkan, maka akan meningkatkan nasabah di PT Bank Aceh Cabang Aceh Barat Daya.

Hasil analisis tinjauan ini menunjukkan bahwa persepsi secara signifikan mempengaruhi pilihan untuk menjadi nasabah di PT Bank Aceh Cabang Aceh Barat Daya. Hal ini menunjukkan bahwa meluasnya kesan masyarakat terhadap bank syariah juga akan membangun pilihan masyarakat untuk menjadi nasabah di PT Bank Aceh Cabang Aceh Barat Daya.

Temuan ini sejalan dengan penelitian hubungan antara persepsi dengan keputusan yang dilakukan oleh Zuhirsyan & Nurlinda (2018) yang menyatakan bahwa pada saat yang sama religiusitas dan persepsi nasabah secara signifikan mempengaruhi pilihan untuk memilih bank syariah. Sementara itu secara parsial, hanya variabel religiusitas yang mempengaruhi pilihan untuk memilih bank syariah.

Selanjutnya, hasil dari penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Isnaini (2016) yang menyatakan bahwa secara mandiri variabel persepsi tidak berpengaruh terhadap Pemilihan Tenaga Kerja IAIN Salatiga di Bank Umum Syariah, variabel sikap tidak berpengaruh terhadap Pemilihan Tenaga Kerja IAIN Salatiga di Bank Umum Syariah, variabel persektif berpengaruh positif dan luar biasa besar Tentang Seleksi Tenaga Kerja IAIN Salatiga di Bank Umum Syariah.

Persepsi merupakan tindakan menyusun, memahami, dan menguraikan informasi sensoris guna memberikan wawasan dan pemahaman tentang lingkungan. Persepsi masyarakat tentang baik buruknya suatu lembaga perbankan syariah menentukan apakah seseorang tersebut berkeinginan menjadi nasabah pada Bank Syariah. Persepsi negatif yang didapatkan dari pemberitaan atau informasi lainnya, akan menjadikan masyarakat tidak mau berhubungan atau menjadi nasabah Bank Syariah tersebut. Begitu juga kebalikannya, persepsi yang baik dapat membuat keputusan bagi seseorang untuk menjadi kelompok atau anggota atau nasabah dari suatu lembaga.

Pengaruh Pengetahuan dan Persepsi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di PT Bank Aceh Cabang Aceh Barat Daya

Dari hasil penggunaan SPSS diketahui bahwa nilai F yang ditentukan adalah 4,952 dan signifikansinya 0,009. Sedangkan F tabel yang didapat adalah 3,09 dan taraf signifikansi adalah 0,05, maka bisa dikatakan bahwa nilai F hitung > F tabel dan nilai signifikansinya adalah $0,023 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan dan persepsi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap pilihan menjadi nasabah di PT Bank Aceh Barat Daya Cabang (Y), sehingga hipotesis yang diajukan bisa diterima. Artinya dengan asumsi pengetahuan dan persepsi terhadap lembaga bank syariah dapat ditingkatkan, maka akan meningkatkan kuantitas nasabah di PT Bank Aceh Cabang Aceh Barat Daya.

Hasil analisis tinjauan ini menunjukkan bahwa pengetahuan dan persepsi secara signifikan mempengaruhi pilihan untuk menjadi nasabah di PT Bank Aceh Cabang Aceh Barat Daya. Hal ini menunjukkan bahwa semakin luasnya pengetahuan dan persepsi masyarakat tentang bank syariah akan turut membangun pilihan masyarakat untuk menjadi nasabah di PT Bank Aceh Cabang Aceh Barat Daya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Gampu dkk. (2015) yang menyatakan bahwa secara simultan motivasi, persepsi, dan pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan masyarakat dan hanya beberapa variabel motivasi yang tidak berpengaruh terhadap pengambilan keputusan masyarakat. Manajemen Bank SulutGo harus fokus memperhatikan persepsi dan pengetahuan masyarakat untuk mencapai tujuannya khususnya keputusan masyarakat memilih Bank SulutGo untuk membangun jumlah nasabah.

Penelitian tentang pengetahuan dan persepsi juga dilakukan oleh Oktavia (2018) yang menyatakan bahwa kesan nasabah terhadap keberadaan bank syariah dikenang untuk klasifikasi sedang dengan skor 1821 atau 56,55% dari skor ideal yang dibutuhkan 2705. Klasifikasi sedang menyiratkan bahwa nasabah tidak melihat dengan baik berkaitan dengan perbankan syariah, meskipun nasabah mengetahui keberadaan bank syariah, hal ini disebabkan oleh tidak adanya pendekatan yang dilakukan oleh

bank syariah. Sementara itu, pengetahuan nasabah tentang keberadaan bank syariah berada pada klasifikasi sedang dengan skor 745 atau 53,98% dari skor ideal yang dibutuhkan untuk tahun 1846, kelas menengah menyiratkan bahwa pengetahuan nasabah tentang bank syariah masih sangat tidak signifikan, kebanyakan nasabah hanya memahami bank syariah tanpa melihat komponennya. Alasan tidak adanya pengetahuan nasabah adalah dengan alasan bank syariah merupakan bank baru menurut nasabah, dan untuk perilaku nasabah terhadap keberadaan bank syariah berada pada kelas besar dengan skor 1287 atau 69,94% dari skor ideal. Diperlukan 1546 klasifikasi besar yang berarti perilaku nasabah terhadap kehadiran bank bank syariah memiliki reaksi yang layak, nasabah bank syariah di daerah pringsewu sangat kuat dengan asumsi bank syariah memberikan klarifikasi tentang bank syariah sehingga mereka dapat lebih efektif memiliki keakraban dengan bank syariah.

Pengetahuan dan persepsi masyarakat merupakan hal yang penting untuk mendapatkan nasabah pada Bank Syariah. Pengetahuan tentang perbankan syariah seperti pengetahuan akan produk-produk, keunggulan, manfaat serta nilai-nilai yang terkandung di dalam perbankan syariah memberikan edukasi bagi masyarakat sehingga berminat dan mau menjadi nasabah Bank Syariah. Demikian juga halnya dengan persepsi, persepsi yang baik terhadap lembaga syariah juga akan meningkatkan animo masyarakat terhadap bank tersebut sehingga berkeinginan untuk bergabung menjadi bagian dari lembaga Syariah tersebut dengan menjadi nasabah.

5. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian dan pembahasan yg didapat, maka disimpulkan bahwa pengetahuan masyarakat tidak berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di PT Bank Aceh Cabang Aceh Barat Daya. Persepsi masyarakat berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di PT Bank Aceh Cabang Aceh Barat Daya, dan pengetahuan serta persepsi masyarakat secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di PT Bank Aceh Cabang Aceh Barat Daya.

DAFTAR PUSTAKA

- Gampu, A. N., Kawet, L., & Uhing, Y. (2015). Analisis Motivasi, Persepsi, Dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Nasabah Memilih PT Bank Sulutgo Cabang Utama Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(3).
- Isnaini, N. L. (2016). *Pengaruh Persepsi, Sikap dan Perspektif Pengambilan Keputusan terhadap Keputusan Menjadi Nasabah pada Bank Syariah (Studi Kasus pada Pegawai IAIN Salatiga)*. IAIN SALATIGA.
- Kismawadi, E. R., & Al Muddatstsr, U. D. (2018). Persepsi Masyarakat Tentang Akan Di Konversikannya Bank Konvensional Ke Bank Syariah Di Aceh Studi Kasus Di Kota Langsa. *Ihtiyath: Jurnal Manajemen Keuangan Syariah*, 2(2).
- Manggu, S. A. R. (2018). *Analisis Persepsi Masyarakat terhadap Bank Syariah di Kabupaten Polewali Mandar Sulawesi Barat*.
- Mursid, A., & Suhartono, E. (2014). Faktor determinan nasabah dalam pemilihan bank syariah. *JDM (Jurnal Dinamika Manajemen)*, 5(1).
- Nitisusastro, M. (2012). Perilaku konsumen dalam perspektif kewirausahaan. *Bandung: Alfabeta*.
- Nurdin, M. (2004). Kiat menjadi guru profesional. *Yogyakarta: Prismsophie*.
- Nurngaeni, N. I. M. (2018). *Pengaruh Pengetahuan Dan Persepsi Mahasiswa Tentang Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto)*. IAIN Purwokerto.
- Oktavia, E. (2018). *Analisis Persepsi, Pengetahuan Dan Sikap Nasabah Terhadap Keberadaan Bank Syariah (Studi Pada Bank Syariah Mandiri Kabupaten Pringsewu, Lampung)*. UIN Raden Intan Lampung.
- Rahmawanti, N. P. (2014). *Pengaruh lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan (Studi pada karyawan kantor pelayanan pajak Pratama Malang Utara)*. Brawijaya University.
- Reni, R. (2019). *Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Kentucky Fried Chicken (KFC) Cabang Sipin Kota Jambi*. Universitas Batanghari.
- Sulistiyono, M. A. (2016). *Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Promosi dan Tingkat Pendapatan Konsumen Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Pada PT Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Kas FE Condong Catur Yogyakarta)*. UIN.
- Syarifuddin, M. A. F. (2020). *Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar*. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Tanuwidjaya, T. (2020). *Pengaruh Citra Merek, Periklanan Dan Persepsi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada Pt Bpr Dana Fanindo*. Prodi Manajemen.
- Wahyuni, T. (2017). *Pengaruh Pengetahuan Konsumen Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Ajb Bumiputera Syariah Cabang Lemabang Palembang*. Uin Raden Fatah Palembang.
- Yulianti, R. (2015). Pengaruh minat masyarakat Aceh terhadap keputusan memilih produk Perbankan Syariah di Kota Banda Aceh. *Jurnal Dinamika Akuntansi Dan Bisnis*, 2(1), 14–28.
- Zuhirsyan, M., & Nurlinda, N. (2018). Pengaruh Religiusitas dan persepsi nasabah terhadap keputusan memilih Bank Syariah. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syaria'h*, 10(1), 48–62.