

PENGARUH PRODUK, PELAYANAN DAN MOTIVASI MENGHINDARI RIBA TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MENJADI NASABAH BANK SYARIAH

Saskia Putri

UIN Raden Intan Lampung

sskiaptrii.19@gmail.com

Muhammad Iqbal Fasa

UIN Raden Intan Lampung

miqbalfasa@radenintan.ac.id

Suharto

UIN Raden Intan Lampung

Prof.suharto@radenintan.ac.id

Received:

April 18, 2021

1st Revision:

July 7, 2021

Published:

July 25, 2021

Abstract

This research was conducted to analyze the effect of Products, Services and Motivation to Avoid Riba on Student Decisions to become Islamic Bank Customers for Islamic Economics Students Class of 2018 UIN Raden Intan Lampung. This research uses a quantitative research type with 35 Islamic economics student respondents class 2018 UIN Raden Intan Lampung. The analysis method used in this research is multiple linear regression analysis. The findings of this study indicate that the variable decision to become a customer, namely product (X1), service (X2), individually or partially has a significant effect on the decision to become a customer, while the motivation to avoid usury (X3) has no significant effect. Based on the value (Adjusted R Square) shows that the student's decision to become a customer can be explained simultaneously by the variable Student Decision to Become a Customer, namely Product (X1), Service (X2), and Motivation to Avoid Riba(X3) by 68.3%, while the rest is influenced by other variables unknown in this study.

Keywords: Education Level, Islamic Financial Literacy, Culture, Religiosity, Interest in

Saving.

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh Produk, Pelayanan dan Motivasi Menghindari Riba Terhadap Keputusan Mahasiswa menjadi Nasabah Bank syariah pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2018 UIN Raden Intan Lampung. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan 35 responden mahasiswa ekonomi syariah angkatan 2018 UIN Raden Intan Lampung. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linier berganda. Hasil temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Keputusan Menjadi Nasabah yaitu Produk (X1), Pelayanan(X2), secara individual atau secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah, sedangkan motivasi menghindari riba(X3) tidak berpengaruh signifikan. Berdasarkan nilai (Adjusted R Square) menunjukkan bahwa keputusan mahasiswa menjadi nasabah dapat dijelaskan simultan oleh variabel Keputusan Mahasiswa Menjadi Nasabah yaitu Produk (X1), Pelayanan (X2), dan Motivasi Menghindari Riba(X3) sebesar 68,3%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diketahui dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *Produk, Pelayanan, Motivasi, keputusan.*

1. PENDAHULUAN

Keuangan Islam merupakan faktor penting Berperan dalam pengembangan implementasi Kegiatan ekonomi.(W, 2018) Indonesia adalah negara berpenduduk mayoritas Muslim, sehingga layak menjadi pelopor dalam industri perbankan dan keuangan Islam global. Mengingat populasi masyarakat yang besar, hal ini bukan tidak mungkin Muslim di tanah air ini.(Putranto, 2019)

Perekonomian Indonesia memegang peranan penting dalam industri perbankan Ini sangat penting bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia. Bank adalah Organisasi yang kegiatannya meliputi mengumpulkan dan mengelola dana dari masyarakat dalam bentuk simpan pinjam. Menurut sistem operasinya, bisnis perbankan di Indonesia terbagi menjadi Dibagi menjadi dua sistem, yaitu perbankan syariah dan perbankan konvensional. Dimana sistem perbankan syariah digunakan prinsip menggunakan syariah mengacu pada Alquran dan Hadits yang sama dengan bagi hasil. Dan sistem perbankan konvensional penggunaan sistem bunga.(Dwi, 2021)

Adanya sistem perbankan yang menggunakan prinsip hukum syariah bisa menghilangkan sistem berbasis riba, hal tersebut diharapkan dapat membantu pertumbuhan ekonomi khususnya di Indonesia. Selain itu, keberadaan bank berbasis hukum syariah tampaknya juga terinspirasi dari pola pikir masyarakat Umat Islam yang cenderung mengamalkan ajaran agama tidak hanya secara religius, dan tidak hanya untuk tata krama, tapi juga untuk kehidupan ekonomi sehari-hari, mewujudkan sistem ekonomi yang adil, damai dan bermartabat.(Wahidah, 2018). Produk bank syariah memiliki kualitas yang sangat baik. Produk halal tanpa bunga riba dan tidak mendzolimi di satu pihak.(Simamora, 2019)

Faktor dasar perkembangan perbankan syariah, ini juga dapat mempengaruhi kualitas layanan konsumen menentukan pilihan penggunaan produk perbankan syariah. Kualitas pelayanan memiliki dampak signifikan terhadap keputusan pelanggan karena layanan bekerja keras untuk memenuhi kebutuhan nasabah. (Safitri, 2020)

Faktor lain yang melatarbelakangi pilihan nasabah terhadap perbankan syariah juga datang dari dunia luar dan nasabah itu sendiri. Saat menggunakan jasa perbankan syariah tertentu, faktor yang mempengaruhi preferensi nasabah yaitu, motivasi menghindari riba adalah faktor yang ada pada diri orang yang mendorong dan mengarahkan perilaku untuk mencapai tujuan tertentu. Nasabah memutuskan untuk menghubungkan perbankan Islam dengan masalah keyakinan dan keyakinan yang melarang muslim melakukan riba. (Kholila, 2018)

Keputusan menjadi nasabah merupakan tahapan dimana konsumen dapat memilih dan mempersiapkan diri untuk melakukan transaksi pembelian atau pertukaran antar mata uang atau perjanjian pembayaran yang memiliki kepemilikan atau menggunakan produk atau jasa. Terdapat 5 dimensi dalam keputusan konsumen yaitu: pengenalan kebutuhan, pencarian informasi sebelum membeli, pemilihan alternatif, keputusan konsumen, dan evaluasi pascabeli. (Tutupobo, 2020)

Mahasiswa adalah target yang tepat untuk bank syariah Dalam hal memperluas pengembangan produknya. Produk tabungan perbankan syariah sangat dibutuhkan oleh bagi para mahasiswa yang tinggal di tempat yang jauh dari perantauan. (Fauziah, 2021) akan tetapi disini peneliti masih sering menjumpai mahasiswa ekonomi syariah UIN Raden Intan Lampung lebih banyak menjadi nasabah bank konvensional daripada bank syariah. Maka dari itu tujuan penelitian ini ialah (1) Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap keputusan mahasiswa menjadi nasabah bank syariah pada mahasiswa ekonomi syariah angkatan 2018 UIN Raden Intan Lampung (2) Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap keputusan mahasiswa menjadi nasabah bank syariah pada mahasiswa ekonomi syariah angkatan 2018 UIN Raden Intan Lampung (3) Untuk mengetahui pengaruh motivasi menghindari riba terhadap keputusan mahasiswa menjadi nasabah bank syariah pada mahasiswa ekonomi syariah angkatan 2018 UIN Raden Intan Lampung.

2. KAJIAN LITERATUR

2.1 Produk

Produk adalah sekumpulan atribut yang berwujud dan tidak berwujud, termasuk warna, harga, reputasi pabrik, reputasi pengecer, dan masalah layanan pabrik dan layanan pengecer yang diterima oleh pembeli guna memuaskan keinginannya. Selain itu, produk mengacu pada segala sesuatu yang dapat diberikan ke pasar untuk menarik perhatian, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi sehingga dapat memenuhi permintaan. (Lemiyana, 2018)

Produk adalah suatu kumpulan atribut fisik, psikis, jasa, dan simbolik yang dibuat untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan produk dibutuhkan untuk mengelola produk-produk yang ada dan diharapkan berkembang dikemudian hari, serta melepas produk-produk yang gagal. (Malik, 2018)

Menurut Wirdyaningsi et al. (2005) diantara produk yang ditawarkan oleh bank syariah kepada masyarakat pengguna jasa perbankan syariah adalah:

1. Produk funding (penghimpunan dana) yang meliputi:
 - a) Al-wadi'ah (simpanan) atau yang dikenal dengan nama penitipan barang/uang dengan pihak yang diberi tujuan untuk menjaga dengan diberi kepercayaan agar keutuhan barang/uang aman.
 - b) Al-mudharabah yaitu untuk memperoleh keuntungan atau pendapatan dengan akad antara pihak pemilik modal dengan pengelola. Pendapatan atau keuntungan tersebut dibagi berdasarkan nisbah yang telah disepakati di awal akad. (Qhaerunnisa, 2020)
 - c) Jenis-jenis mudharabah :
 - 1) Mudharabah mutlaqah atau yang disebut juga dengan istilah unrestricted mudharabah merupakan bentuk kerja sama yang memberikan kebebasan kepada mudharib untuk mengelola modal dalam bentuk usaha apapun yang bisa mendatangkan keuntungan selama tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syari'ah. (Al-Hasni, 2017)
 - 2) Mudharabah muqayyadah mempunyai akad yang berlaku dalam pembatasan atas jenis usaha, waktu dan tempat usaha sehingga jenis dan ruang lingkup usaha yang akan dilakukan oleh mudharib (nasabah penerima pembiayaan) sudah ditentukan di awal akad. (Harrieti, 2017)
 - d) Deposito mudharabah merupakan investasi nasabah kepada bank syariah, sehingga dalam akuntansinya kedudukan deposito tidak dicatat sebagai hutang bank, tetapi dicatat dan disebut sebagai investasi, biasanya disebut "investasi tidak terkait". (S. Rahayu & Siregar, 2018)
2. Produk Financing (penyaluran dana/pembiayaan) yang meliputi:
 - a. Murabahah merupakan salah satu bentuk pembiayaan yang paling dominan dalam praktik bank syariah saat ini. (Ibrahim & Rahmati, 2017)
 - b. Bai' Bithaman Ajil adalah pembiayaan untuk membeli barang dengan cicilan. (Khapsoh, 2011)
 - c. Salam adalah jual beli sesuatu dalam tanggungan yang dideskripsikan, dengan harga yang dibayarkan dimuka. (Nurfadillah & Asrul, 2019)
 - d. Bai istishna akad antara dua orang dimana salah seorang mustashni' (pemesan) meminta untuk dibuatkan sesuatu dengan karakteristik tertentu kepada pembuatnya. (P. Rahayu, 2017)
3. Produk pelengkap meliputi:
 - a. Al-Wakalah (deputyship), atau biasa disebut perwakilan, adalah pelimpahan kekuasaan oleh satu pihak (muwakil) kepada pihak lain (wakil) dalam hal-hal yang boleh diwakilkan, maka penerima kekuasaan dapat meminta imbalan tertentu dari pemberi amanah. (Aji, 2020)
 - b. Al-kafalah adalah jaminan yang diberikan oleh penanggung (kafil) kepada pihak ketiga untuk memenuhi kewajiban pihak kedua atau yang ditanggung. (Arif & Halilah, 2019)

- c. Al hiwalah adalah perjanjian dalam suatu transaksi yang tidak ditujukan untuk memperoleh laba (transaksi nirlaba). (Januri, 2021)

2.2 Pelayanan

Menurut Kotler (2002) definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Kotler juga mengatakan bahwa perilaku tersebut dapat terjadi pada saat, sebelum dan sesudah terjadinya transaksi. Pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering. (Khusna, 2021)

Menurut Tschohl dan Franzmeier (2003). ada beberapa ciri umum dari layanan yang berkualitas. antara lain:

- a) Sistem customer service yang ramah
Sistem customer service yang ramah adalah sistem yang rancangan dasarnya adalah memudahkan pelanggan. bukan sekedar memudahkan perusahaan
- b) Membutuhkan keramahan
Para karyawan haruslah diberi pengertian bahwa keramahan pada pelanggan itu diwajibkan bukan diharapkan
- c) Orang-orang yang berkualitas
Pekerjakan orang-orang yang memiliki sifat dasar suka membantu dan ramah. Kemudian latihlah para pekerja dengan teknik dan praktek layanan yang canggih.
- d) Manajemen yang berkomitmen
Suatu program layanan yang berkualitas tidak akan terlaksana tanpa komitmen manajemen yang tulus dan jelas bagi setiap karyawan.
- e) Ketersediaan layanan
Setiap karyawan harus mampu menanggapi pelanggan dengan cepat
- f) Pembaharuan dan penguatan konsep layanan
Manajemen harus sanggup memberikan perhatian yang terus menerus terhadap program layanan secara aktif. penuh komitmen. pelatihan terus menerus dan mengacu kepada standar perusahaan yang kuat
- g) Komunikasi dengan pelanggan
Membangun komunikasi yang baik dengan pelanggan. akan membuat pelanggan merasa dihargai dan diperhatikan. (Wicaksono, 2017)

2.3 Motivasi Menghindari Riba

Ada beberapa pendapat yang mengatakan bahwa motivasi berasal dari kata motive yang berarti dorongan dan berasal dari kata movere yang artinya juga sama yaitu dorongan. Menurut Santoso Saroso Motivasi adalah suatu kumpulan dari perilaku seseorang yang kemudian menjadi landasan bagi seseorang untuk bertindak dengan suatu cara dan diarahkan

ketujuan dasar yang ingin dicapai. Menurut Chung dan Meggison motivasi dirumuskan sebagai perilaku yang ditujukan pada sasaran yang ingin dicapai. Motivasi juga berkaitan dengan tingkat usaha yang dilakukan oleh seseorang dalam mengejar suatu tujuan dan berkaitan erat dengan kepuasan dan performansi pekerjaan. Jadi dapat disimpulkan bahwa motivasi adalah suatu kondisi atau keinginan yang berasal dari dalam diri manusia yang dapat mendorong dan menjadi sebab seorang manusia melakukan perbuatan (tindakan) yang dikehendaki dan semua hal tersebut berlangsung secara sadar. (Oktavi, 2020)

Riba sendiri bahasa artinya tambah, tumbuh dan membesar. Sedangkan menurut arti istilah riba diartikan sebagai tambahan dari harta pokok secara batil, baik dalam kegiatan transaksi jual-beli, pinjam-meminjam maupun dalam bentuk lainnya. Riba memiliki beberapa jenis antara lain: Pertama: Riba jahiliyyah, yaitu pembayaran hutang dibayar lebih dari pokoknya dikarenakan si peminjam tidak mampu membayar hutang tepat pada waktunya. Kedua: Riba Fadhl, yaitu pertukaran antar barang yang sejenis dengan kadar atau takaran yang tidak sama, Ketiga: Riba nasi'ah, yaitu tambahan uang dari pinjaman berdasarkan waktu yang telah ditentukan. (Suardi, 2019)

Motivasi menghindari riba yaitu dorongan internal dan eksternal dalam diri seseorang untuk menghindari bahaya riba atau bunga bank yang telah diharamkan oleh Allah dengan tujuan memulai transaksi yang lebih halal dan tidak bertentangan dengan prinsip ekonomi Islam. (Kholila, 2018)

2.4 Keputusan

Schiffman dan Kanuk yang dikutip dari Sangadji dan Sopiah mendefinisikan bahwa keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari duapilihan alternatif. Keputusan berarti pilihan, yaitu pilihan dari dua atau lebih kemungkinan, namun hampir merupakan pilihan antara yang benar dan yang salah, tetapi yang justru sering terjadi adalah pilihan antar yang „hampir benar“ dan yang „hampir salah“. Walaupun keputusan bisa dikatakan sama dengan pilihan, ada perbedaan penting diantara keduanya. Mc Kenzie melihat bahwa keputusan adalah „pilihan nyata“ karena pilihan diartikan sebagai pilihan tentang tujuan termasuk pilihan tentang cara untuk mencapai tujuan itu, apakah pada tingkat perorangan atau pada waktu tingkat kolektif. (Nanda, 2021)

Menurut Peter dan Olson pengambilan keputusan konsumen adalah proses pemecahan masalah yang diarahkan pada sasaran. Lebih lengkap lagi menyebutkan bahwa inti dari pengambilan keputusan adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih, dan memilih salah satu diantaranya. (Kurniawati, 2019)

Tahapan Pengambilan Keputusan adalah sebagai berikut:

1. Pengenalan kebutuhan: konsumen mengartikan perbedaan antara keadaan yang diinginkan dan situasi aktual yang memadai untuk membangkitkan dan mengaktifkan proses keputusan konsumen.
2. Pencarian informasi: konsumen mencari informasi yang disimpan di dalam ingatan atau mendapatkan informasi yang relevan dengan keputusan dari lingkungan.

3. Evaluasi alternatif: konsumen mengevaluasi pilihan berkaitan dengan manfaat yang diharapkan dan mengerucutkan pilihan sampai dengan alternatif pilihan.
4. Keputusan pembelian: konsumen memperoleh alternatif yang dipilih atau pengganti yang dapat diterima.
5. Perilaku pasca pembelian: konsumen mengevaluasi apakah alternatif yang dipilih dapat memenuhi kebutuhan. (Magda, 2019)

keputusan nasabah adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternative atau lebih, dan memilih salah satunya. Pengambilan keputusan konsumen dalam membeli barang disebabkan oleh perbedaan karakteristik seseorang (manfaat, kebutuhan, nilai pengalaman masa lalu, sikap dan gaya hidup) dan juga berupa pengaruh social yang meliputi kondisi keluarga maupun perbedaan kelas sosial. (Putranto, 2019)

3. METODE PENELITIAN

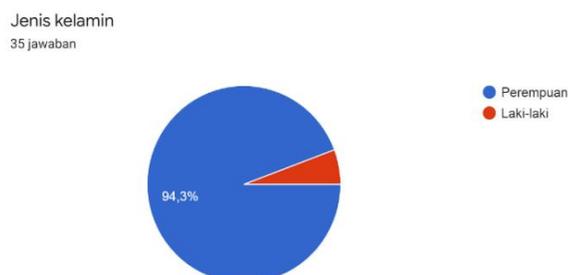
Penelitian ini merupakan penelitian dengan metode kuantitatif yang ingin mencari penjelasan dalam bentuk hubungan sebab-akibat (cause-effect) antar beberapa konsep atau beberapa variabel. Target populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Ekonomi syariah UIN Raden Intan Lampung nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Bandar Lampung. Selain itu, karena jumlah populasi tidak diketahui sehingga populasinya bersifat infinite. Dengan sample sebanyak 35 responden. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan melakukan pengisian kuesioner dan Data yang diperoleh melalui berbagai dokumen sebagaimana tersebut di atas dianalisis sebagaimana mestinya, yaitu dengan menggunakan metode analisis *regresi linier* ganda dengan menggunakan program komputer (*software*) SPSS 20 dan Microsoft Excel.(Artanti, 2014)

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data Responden

Setiap responden mempunyai karakteristik yang berbeda. Untuk itu perlu dilakukan pengelompokan dengan karakteristik tertentu. Adapun karakteristik yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis kelamin, usia, apakah responden nasabah di perbankan syariah. Berikut ini hasil pengelompokan responden berdasarkan kuesioner yang telah di sebar.

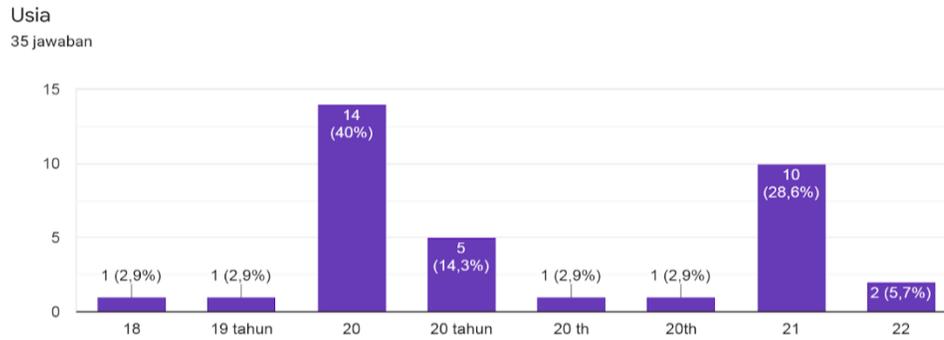
- a) Karakteristik responden dari segi jenis kelamin



Gambar 1. Diagram Pie jenis kelamin

Berdasarkan diagram pie diatas dari 35 responden dapat disimpulkan responden terbanyak adalah berjenis kelamin perempuan dengan jumlah 33 atau 94,3% responden.

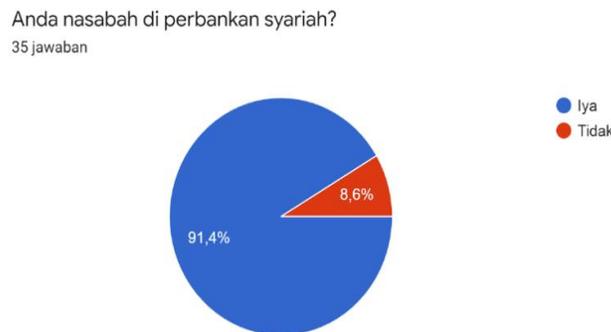
b) Karakteristik responden dari segi Usia



Gambar 2. Usia

Berdasarkan diagram diatas dari 35 responden dapat disimpulkan responden terbanyak adalah berusia 20 tahhun dengan jumlah 21 atau 60,1% responden.

c) Karakteristik responden dari segi nasabah bank syariah



Gambar 3. Diagram pie nasabah bank syariah

Berdasarkan diagram pie diatas dari 35 responden dapat disimpulkan responden terbanyak adalah nasabah bank syariah dengan jumlah 32 atau 94,3% responden

4.2 Hasil

a) Uji Hipotesis

1. Uji F (simultan)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh secara simultan variabel bebas terhadap variabelterikatnya ata untuk menguji ketepatan model (*goodness of fit*). Jika variabel bebas memilikipengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel terikat maka model

persamaan regresi masuk dalam kriteria *cocok* atau *fit*, sebaliknya, jika tidak terdapat pengaruh secara simultan maka masuk dalam kategori tidak *cocok* atau *not fit*.

Tabel 1. Uji f

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	104,493	3	34,831	25,419	,000 ^b
	Residual	42,478	31	1,370		
	Total	146,971	34			

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x3, x2, x1

Berdasarkan tabel 1 di atas nilai F diperoleh 25,419 dengan tingkat signifikansi 0,000, karena tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 dapat disimpulkan bahwa produk, pelayanan dan motivasi menghindari riba berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa menjadi nasabah bank syariah pada mahasiswa ekonomi syariah angkatan 2018 UIN Raden Intan Lampung

2. Uji t (Parsial)

Tabel 2. Uji t terhadap Produk, Pelayanan, motivasi menghindari riba

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-,529	1,862		-,284	,778
	x1	,744	,213	,516	3,487	,001
	x2	,463	,120	,465	3,874	,001
	x3	-,035	,149	-,035	-,238	,814

a. Dependent Variable: y

a) Uji t terhadap produk

Hasil perhitungan yang didapat pada tabel 2 diatas menyatakan variabel Produk memiliki nilai signifikan sebesar 0,001 yang artinya lebih kecil dari 0,05 dapat disimpulkan bahwa dapat disimpulkan X1(produk) berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa menjadi nasabah bank syariah pada mahasiswa ekonomi syariah angkatan 2018 UIN Raden Intan Lampung.

b) Uji t terhadap pelayanan

Hasil perhitungan yang didapat pada tabel diatas menyatakan variabel Pelayanan memiliki nilai signifikan sebesar 0,001 yang artinya lebih kecil dari 0,05 dapat disimpulkan bahwa dapat disimpulkan X2(pelayanan) berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa menjadi nasabah bank syariah pada mahasiswa ekonomi syariah angkatan 2018 UIN Raden Intan Lampung.

c) Uji t terhadap Motivasi menghindari riba

Hasil perhitungan yang didapat pada tabel diatas menyatakan variabel motivasi menghindari riba memiliki nilai signifikan sebesar 0,841 yang artinya lebih besar dari 0,05 dapat disimpulkan bahwa dapat disimpulkan X3(motivasi menghindari riba) tidak berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa menjadi nasabah bank syariah pada mahasiswa ekonomi syariah angkatan 2018 UIN Raden Intan Lampung.

Koefisien determinan

Tabel 3. Linear berganda

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,843 ^a	,711	,683	1,17059

a. Predictors: (Constant), x3, x2, x1

Berdasarkan tabel 3 diatas diketahui bahwa hasil nilai Adjusted R square sebesar 0,683 hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variabel X1, X2, dan X3 secara simultan terhadap variabel Y adalah sebesar 68,3%, sedangkan sisanya 31,7% dijelaskan oleh variabel lain atau sebab-sebab lainnya diluar model lain yang tidak dibahas di penelitian ini.

4.3 Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian dapat diungkapkan lebih lanjut dan pembahasan berikut:

1. Pengaruh Produk terhadap Keputusan Mahasiswa menjadi Nasabah Bank Syariah pada mahasiswa ekonomi syariah angkatan 2018 UIN Raden Intan Lampung

Produk memiliki nilai koefisien positif sebesar 0,744 dan nilai signifikansi sebesar 0,001. Hasil uji regresi menunjukkan bahwa produk berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa menjadi nasabah bank syariah pada mahasiswa ekonomi syariah angkatan 2018 UIN Raden Intan Lampung.

Karena produk bank syariah sesuai kebutuhan, inovatif dan menarik serta produk yang terjamin keamanannya maka banyak mahasiswa yang memilih untuk menjadi nasabah di bank syariah.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Iqbal Hasibuan (2017) yang berjudul “Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa FEBI IAIN Padangsidempuan menjadi nasabah bank syariah” dimana dalam penelitiannya disimpulkan bahwa secara parsial produk berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa menjadi nasabah bank syariah.(Hasibuan, 2017)

2. Pengaruh Pelayanan terhadap Keputusan Mahasiswa menjadi Nasabah Bank Syariah pada mahasiswa ekonomi syariah angkatan 2018 UIN Raden Intan Lampung

Pelayanan memiliki nilai koefisien positif sebesar 0,463 dan nilai signifikansi sebesar 0,001. Hasil uji regresi menunjukkan bahwa pelayanan berpengaruh terhadap keputusan

mahasiswa menjadi nasabah bank syariah pada mahasiswa ekonomi syariah angkatan 2018 UIN Raden Intan Lampung.

Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pelayanan yang diberikan bank Syariah maka semakin tinggi pula minat menjadi nasabah.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nindi Rasmi Agisti (2021) yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan Produk, Kepercayaan dan Pelayanan Terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah pada Mahasiswa Perbankan Syariah Angkatan 2016 IAIN Tulungagung” dimana dalam penelitiannya disimpulkan bahwa variable pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah. (Agisti, 2021)

3. Pengaruh Motivasi Menghindari Riba terhadap Keputusan Mahasiswa menjadi Nasabah Bank Syariah pada mahasiswa ekonomi syariah angkatan 2018 UIN Raden Intan Lampung

Motivasi menghindari riba memiliki nilai koefisien negatif sebesar -0,35 dan nilai signifikansi sebesar 0,814. Hasil uji regresi menunjukkan bahwa motivasi menghindari riba tidak berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa menjadi nasabah bank syariah pada mahasiswa ekonomi syariah angkatan 2018 UIN Raden Intan Lampung

Hasil ini tidak signifikan dikarenakan responden mahasiswa dalam menggunakan produk bank syariah dalam menentukan keputusan mahasiswa menjadi nasabah bukan melihat dari motivasi menghindari riba. Masih kurangnya pengetahuan yang menganggap bahwa bank syariah masih memiliki unsur riba sama dengan bank konvensional pada umumnya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Firda Adhadrianty (2020) yang berjudul “PENGARUH MOTIVASI MENGHINDARI RIBA, PENGETAHUAN PRODUK, DAN PROMOSI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH DI PT. BANK TABUNGAN NEGARA (Persero) SYARIAH KANTOR CABANG MALANG”. Dimana dalam penelitiannya disimpulkan bahwa hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa motivasi menghindari riba tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. (Adhadrianty, 2020)

Selain itu, hasil pengujian koefisien determinasi sebesar 0,683 atau 68,3%. Hasil ini menunjukkan bahwa keputusan mahasiswa menjadi nasabah bank syariah pada mahasiswa ekonomi syariah angkatan 2018 UIN Raden Intan Lampung dapat dijelaskan oleh produk, pelayanan, dan motivasi menghindari riba sebesar 68,3% sedangkan sisanya 31,7% dijelaskan pada faktor-faktor lain yang tidak dibahas di penelitian ini.

5 KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis data maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- A. Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa menjadi nasabah bank syariah pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2018 UIN Raden Intan Lampung. Hal tersebut ditunjukkan dari hasil signifikansi sebesar 0,001 dan koefisiensi regresi 0,516
- B. Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa menjadi nasabah bank syariah pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2018 UIN Raden Intan Lampung. Hal tersebut ditunjukkan dari hasil signifikansi sebesar 0,001 dan koefisiensi regresi 0,465.
- C. Motivasi menghindari riba tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa menjadi nasabah bank syariah pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2018 UIN Raden Intan Lampung. Hal tersebut ditunjukkan dari hasil signifikansi sebesar 0,814 dan koefisiensi regresi - 0,035.

Hasil uji koefisien determinasi sebesar 0,683 atau 68,3%, yang menunjukkan bahwa keputusan mahasiswa menjadi nasabah bank syariah pada mahasiswa ekonomi syariah angkatan 2018 UIN Raden Intan Lampung dapat dijelaskan oleh produk, pelayanan, dan motivasi menghindari riba sebesar 68,3% sedangkan sisanya 31,7% dijelaskan pada faktor-faktor lain yang tidak dibahas di penelitian ini.

Saran

1. Untuk peneliti selanjutnya yang tertarik terhadap judul pengaruh produk, pelayanan dan motivasi menghindari riba terhadap keputusan mahasiswa menjadi nasabah bank syariah, sebaiknya memperbanyak sampel dalam penelitian
2. Untuk bank syariah agar lebih meningkatkan produk, pelayanan dan dapat memotivasi calon nasabah agar menghindari riba supaya lebih banyak nasabah bank syariah.
3. Bagi mahasiswa Ekonomi Syariah UIN Raden Intan Lampung yang nasabah bank syariah agar tetap menjadi nasabah bank syariah tidak berpindah ke bank konvensional dan bisa mengajak atau mempromosikan bank syariah kepada masyarakat.

DAFTAR REFERENSI

- Adhadrianty, F. (2020). *Pengaruh Motivasi Menghindari Riba, Pengetahuan Produk, dan Promosi Produk Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di PT Bank Tabungan Negara (Persero) Syariah Kantor Cabang Malang*. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Agisti, N. R. (2021). *Pengaruh Pengetahuan Produk, Kepercayaan dan Pelayanan Terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah pada Mahasiswa Perbankan Syariah Angkatan 2016 IAIN Tulungagung*. IAIN Tulungagung.
- Aji, H. S. B. (2020). *Penerapan Akad Al-Wakalah dalam Pembiayaan Murabahah Jual Beli Rrumah Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Purwokerto*. Universitas Islam Indonesia.
- Al-Hasni, F. (2017). Akad Mudharabah Mutlaqah dalam Praktik Perbankan Syariah. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 9(2), 208–222.
- Arif, M. S., & Halilah, S. (2019). Kafalah dalam pandangan islam. *Jurnal Hukum Tata Negara*, 2(Desember), 54–60.
- Artanti, Y. dan A. B. I. (2014). Pengaruh Citra Merek dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Bank Syariah Mandiri. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(4).
- Dwi, M. A. (2021). *Pengaruh Persepsi, Pengetahuan, dan Motivasi Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah*. IAIN Tulungagung.
- Fauziah, N. R. (2021). *Pengaruh Religiusitas, Motivasi dan Teknologi Informasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa S1 Perbankan Syariah Angkatan 2016 IAIN Tulungagung)*. IAIN Tulungagung.
- Harrieti, N. (2017). Pelaksanaan Akad Mudharabah Muqayyadah off Balance Sheet Pada Perbankan Syariah dan Pengaturannya di Indonesia. *Jurnal Hukum POSITUM*, 1(2), 244–264.
- Hasibuan, M. I. (2017). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa FEBI IAIN Padangsidimpuan Menjadi Nasabah Bank Syariah*. IAIN Padangsidimpuan.
- Ibrahim, A., & Rahmati, A. (2017). Analisis Solutif Penyelesaian Pembiayaan Bermasalah di Bank Syariah : Kajian Pada Produk Murabahah di Bank Muamalat Indonesia Banda Aceh. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 10(1). <https://doi.org/10.21043/iqtishadia.v10i1.2319>
- Januri, N. H. dan. (2021). *Al-Hiwalah dan Implementasinya Pada Perbankan Syariah di Tinjau dari Kaidah Fiqih*. 3(1), 191–205.
- Khapsoh, S. (2011). *Pengaruh pembiayaan murabahah dan bai' bitsaman ajil (bba) terhadap profitabilitas bmt bina insani pringapus ungaran jawa tengah*. STAIN Salatiga.
- Kholila, S. (2018). *Pengaruh Motivasi Menghindari Riba dan Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Muamalat KC Surabaya – Mas Mansyur*. UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Khusna, U. (2021). *Pengaruh Pengetahuan Konsumen, Promosi, Fasilitas, Disposable Income, dan Pelayanan Perbankan Terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah IAIN Tulungagung)*. IAIN Tulungagung.
- Kurniawati, R. (2019). *Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan Murabahah pada Bank BRI Syariah KCP Ngawi*. IAIN Ponorogo.

- Lemiyana. (2018). *Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Nasabah Perbankan Syariah (Studi Kasus Perbankan Syariah di Kota Palembang)*. 4(1), 31–43.
- Magda, D. P. W. (2019). *Pengaruh Faktor Emosional dan Rasional Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Produk Perbankan Syariah di Tulungagung*. Universitas Tulungagung.
- Malik, J. A. (2018). *Pengaruh Produk, Promosi dan Service Excellence Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Pada BPRS Suriyah KC Salatiga)*. IAIN Salatiga.
- Nanda, Y. R. (2021). *Pengaruh Motivasi dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Mahasiswa Perbankan Syariah Semester 7 LAIN Tulungagung Menjadi Nasabah Bank Umum Syariah*. IAIN Tulungagung.
- Nurfadillah, A., & Asrul, A. (2019). *Fatwa DSN-MUI Tentang Salam dan Istishna' Ainun Nurfadillah*.
- Oktavi, M. M. (2020). *Pengaruh Promosi, Pengetahuan Produk dan Motivasi Menjaubi Riba Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri*.
- Putranto, M. Z. N. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Mahasiswa Menjadi Nasabah di Bank Syariah*. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Qhaerunnisa, M. (2020). *Pengaruh Produk, Religiusitas, dan Sistem Bagi Hasil Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada Bank Syariah (Studi Pada Perbankan Syariah di Kota Palopo)*.
- Rahayu, P. (2017). *Implementasi Salam dan Istishna' di Lembaga Keuangan Syariah dalam Perspektif Fiqih Kontemporer*.
- Rahayu, S., & Siregar, R. (2018). *Pengaruh Bagi Hasil Deposito Mudharabah, Suku Bunga Berjangka Bank Indonesia dan Inflasi Terhadap Jumlah Deposito Mudharabah PT. Bank Negara Indonesia (BNI) SYARIAH*. *Jurnal Riset Akuntansi Multiparadigma (JRAM)*, 5(1), 1–13.
- Safitri, M. D. (2020). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa LAIN Ponorogo Menjadi Nasabah Bank Syariah*. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
- Simamora, S. D. (2019). *Pengaruh Produk dan Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Syariah Sekota Padangsidempuan*. IAIN Padangsidempuan.
- Suardi, D. (2019). *Pandangan Riba dan Bunga; Perspektif Lintas Agama dan Perbedaannya dengan Sistem Bagi Hasil dalam Ekonomi Islam*. *Jurnal Ilmiah Perbankan Syariah*, 5(1), 59–66.
- Tutupoho, R. U. P. (2020). *Pengaruh Motivasi Menghindari Riba, Kualitas Pelayanan dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Jember*. Universitas Jember.
- W, Y. T. (2018). *Pengaruh kualitas pelayanan, pengetahuan, religiusitas, dan motivasi terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah*. IAIN Salatiga.
- Wahidah, M. F. (2018). *Analisis Pengaruh Promosi, Motivasi dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Bank Syariah Dengan Minat Sebagai Variabel Intervening*. IAIN Salatiga.
- Wicaksono, A. T. S. (2017). *Analisis gap pada pelayanan perbankan syariah*. UIN Syarif Hidayatullah.