

**PENGARUH PEMAHAMAN PRODUK (*FAMILIARITY*) PERBANKAN
SYARIAH TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENABUNG DI iB
HASANAH PT. BANK BNI SYARIAH CABANG PONTIANAK**

SKRIPSI

OLEH :

FADHIL MAHDI

NIM : 131310450



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONTIANAK**

2017

KATA PENGANTAR



Puji syukur kehadiran Allah SWT tuhan yang maha esa atas karunia dan rahmat yang dilimpahkannya sehingga atas izin-Nya pula skripsi dengan judul **“Pengaruh pemahaman produk (*familiarity*) perbankan syariah terhadap keputusan nasabah menabung di iB Hasanah PT. Bank BNI Syariah Cabang Pontianak”** dapat diselesaikan dengan baik. Shalawat dan salam semoga selalu melekat dalam lisan kita kepada nabi Muhammad SAW yang menjadi penuntun akhlak ke agama yang benar dan mencerahkan yaitu agama Islam.

Peneliti mengucapkan terima kasih banyak kepada semua pihak dan rekan yang sudah membantu baik secara moril maupun materil, khususnya kedua orang tua yang selama ini mendukung penuh peneliti selama menuntut ilmu di perguruan tinggi dan juga kepada civitas akademika Universitas Muhammadiyah Pontianak khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis serta rekan-rekan seperjuangan di Pimpinan Komisariat IMM Fakultas Ekonomi yang telah bersedia mendidik peneliti baik dalam ilmu akademik maupun non akademik.

Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk dapat dilanjutkan ke tahap penelitian selanjutnya bagi civitas akademika baik itu mahasiswa maupun dosen dan menjadi salah satu syarat untuk menyusun skripsi guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak.

Dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan baik dalam hal substansi isi maupun tata cara penulisan. Oleh karena itu dengan senang hati peneliti menerima kritik dan saran dari pembaca agar dapat turut serta menyempurnakan skripsi ini. Semoga tulisan sederhana ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan insan perbankan syariah khususnya.

Pontianak, 10Oktober 2017

Peneliti,

(Fadhil Mahdi)
NIM. 131310450

**Pengaruh Pemahaman Produk (*Familiarity*) Perbankan Syariah terhadap
Keputusan Nasabah Menabung di iB Hasanah PT. Bank BNI Syariah
Cabang Pontianak**

Tanggung Jawab Yuridis Kepada:

Fadhil Mahdi
NIM: 131310450

Program Studi Manajemen

**Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat dan Lulus Dalam Ujian
Skripsi/Komprehensif
Pada Tanggal: 10 Oktober 2017**

Majelis Penguji:

Pembimbing Utama,

Penguji Utama,

Samsuddin, SE, M.Si
NIDN 1113117701

Devi Yasmin, SE, MM
NIDN 000066701

Pembimbing Pembantu,

Penguji Pembantu,

Neni Triana. M, SE, MM
NIDN 1009028104

Edy Suryadi, SE, MM
NIDN 1110026301

Pontianak, 10 Oktober 2017
Disahkan Oleh:
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONTIANAK
DEKAN

Samsuddin, SE, M.Si
NIDN 1113117701

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	i
Lembar Pengesahan	iii
Daftar Isi.....	iv
Daftar Tabel	vi
Daftar Gambar.....	viii
Daftar Lampiran	ix

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Permasalahan.....	9
C. Pembatasan Masalah	10
D. Tujuan Penelitian.....	10
E. Manfaat Penelitian.....	10
F. Kerangka Pemikiran	11
G. Metode Penelitian.....	14
H. Teknik Analisis Data	18

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Prinsip Ekonomi Islam	23
B. Bank Syariah	25
C. Pengetahuan/Pemahaman Produk	33
D. Proses Keputusan Konsumen	36

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Pendirian Bank BNI Syariah	38
---------------------------------------------	----

B. Visi Misi Bank BNI Syariah	39
C. Struktur Organisasi Bank BNI Syariah	40
D. Sumber Daya Manusia Bank BNI Syariah.....	41
E. Pemasaran Bank BNI Syariah	46
F. Produk Bank BNI Syariah.....	47

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Responden	51
B. Uji Instrumen.....	53
C. Uji Asumsi Klasik	57
D. Regresi Linier Berganda.....	59
E. Koefisien Korelasi (R).....	61
F. Koefisien Determinasi (R^2)	61
G. Uji F.....	62
H. Uji t.....	63

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	65
B. Saran.....	66
Daftar Pustaka	68

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Bank Umum Syariah (BUS) dan Unit Usaha Syariah (UUS) di Kota Pontianak Tahun 2016	5
Tabel 1.2 Jumlah Nasabah Berdasarkan Jenis Penghimpunan Tahun 2014–2016	7
Tabel 1.3 Jumlah Nasabah Berdasarkan Jenis Tabungan Tahun 2014–2016	8
Tabel 1.4 Interpretasi Nilai r	22
Tabel 3.1 Komposisi Sumber Daya Manusia PT. Bank BNI Syariah Cabang Pontianak	41
Tabel 3.2 Biaya Tabungan iB Hasanah	48
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur, Jenis Kelamin, Agama, Pendidikan Terakhir, Pekerjaan, Pendapatan, dan Lama Menjadi Nasabah	51
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Instrumen <i>Objective Knowledge</i> (X_1)	53
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Instrumen <i>Subjective Knowledge</i> (X_2)	53
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Instrumen <i>Experience</i> (X_3)	54
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Instrumen Keputusan Menjadi Nasabah dan Menabung (Y)	55
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen <i>Objective Knowledge</i> (X_1), <i>Subjective Knowledge</i> (X_2), <i>Experience</i> (X_3) dan Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Keputusan Menjadi Nasabah dan Menabung	56
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas	57

Tabel 4.8 Hasil Uji Linieritas.....	58
Tabel 4.9 Hasil Persamaan Regresi Linier Berganda.....	59
Tabel 4.10 Hasil Persamaan Koefisien Korelasi (R)	61
Tabel 4.11 Hasil Uji Pengaruh Simultan (Uji F)	62
Tabel 4.12 Hasil Uji Pengaruh Parsial (Uji t)	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran.....	13
Gambar 2.1 Tingkat Kesulitan Konsumen dalam Mengambil Keputusan	34
Gambar 3.1 Struktur Organisasi PT. Bank BNI Syariah Cabang Pontianak	40

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	71
Lampiran 2 Lembar Kuisisioner	73
Lampiran 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Hasil Kuisisioner	77
Lampiran 4 Hasil Hitung Normalitas, Uji Linieritas, Uji Validitas, Reliabilitas dan Regresi Berganda Menggunakan SPSS.....	82
Lampiran 5 Data Primer Jumlah Nasabah PT. Bank BNI Syariah Cabang Pontianak.....	95

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sejarah ekonomi Indonesia pernah mencatat krisis moneter nasional dimulai pada awal Juli Tahun 1997 hingga memuncak pada Tahun 1998. Krisis moneter sangat berdampak pada perekonomian nasional. Sektor keuangan sangat terpukul khususnya perbankan. Fauzi Ichsan, dalam diskusi Mewujudkan Ketahanan Finansial di Indonesia, Gedung Pascasarjana UGM, Jakarta Selatan, Sabtu (5/11/2016) mengatakan bahwa pada saat krisis moneter 1998, dana asing dicabut besar-besaran, bank-bank menutup layanan keuangannya dan terjadi pelemahan rupiah terhadap dolar Amerika Serikat (AS). Hal ini menjadi faktor banyaknya perusahaan yang bangkrut termasuk perbankan. Salah satu kelemahan utamanya adalah sistem perbankan nasional yang saat itu menggunakan sistem perbankan konvensional—menggunakan tingkat suku bunga sebagai acuan utama dalam operasional.

Sistem perbankan konvensional menggunakan konsep biaya (*cost concept*) untuk menghitung keuntungan. Bank konvensional menjanjikan bunga kepada penabung yang disebut sebagai biaya yang harus dibayar. Oleh karena itu untuk menutupi biaya tersebut bank konvensional harus menyalurkan tabungan nasabah dengan bunga yang lebih tinggi. Selisih antara keduanya disebut *spread*. *Spread* bisa bernilai positif dan negatif. Jika negatif maka bank konvensional terpaksa menutupnya dengan laba yang ditahan bahkan modal.

Di tengah–tengah konsep bank konvensional tersebut muncul konsep alternatif yang menawarkan konsep baru yang memiliki tujuan yang sama. Konsep ini sama–sama menguntungkan nasabah dan bank selaku lembaga penghimpun dan penyalur dana nasabah. Alternatif tersebut adalah perbankan syariah. Bank syariah menggunakan pendekatan *profit sharing* dalam produk tabungan. Setiap dana yang diterima dari nasabah akan disalurkan dalam pembiayaan. Keuntungan yang didapat dari pembiayaan tersebut dibagi dua, untuk bank dan untuk nasabah.

Sejak dilaksanakannya lokakarya bunga bank oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) 18-20 Agustus 1990 di Cisarua, Bogor, Jawa Barat yang hasil dari lokakarya tersebut dibahas lebih lanjut pada Musyawarah Nasional IV MUI di Jakarta, 22-25 Agustus 1990. Salah satu hasil amanat Musyawarah Nasional adalah membentuk kelompok kerja untuk mendirikan bank Islam di Indonesia. Hasil dari kelompok kerja ini adalah lahirnya Bank Muamalat Indonesia pada Tanggal 1 November 1991 sebagai bank berprinsip syariah pertama di Indonesia, sehingga masyarakat Indonesia saat ini memiliki pilihan dalam menggunakan jasa perbankan dalam menyalurkan dana berlebih bagi penabung dan yang kekurangan dana untuk pembiayaan bagi peminjam dalam skema dan akad syariah.

Sejatinya baik perbankan syariah maupun perbankan konvensional adalah sama–sama lembaga penghimpun dan penyalur dana masyarakat yang menjalankan fungsinya sebagai intermediasi antara pihak yang kelebihan dana dan pihak yang kekurangan dana. Hanya saja terdapat perbedaan fundamental pada

prinsip operasionalnya yang berbasis hukum positif pada bank konvensional dan hukum positif, al-quran dan as-sunnah pada bank syariah.

Di balik pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia, Achmad (2012, Kompas.com, 13 Agustus 2012), Sekretaris Jenderal Asosiasi Bank-bank Syariah di Indonesia menjelaskan bahwa ada tiga faktor penghambat yang sekaligus menjadi permasalahan besar perbankan syariah yaitu belum semua bank syariah menerapkan prinsip syariah yang sebenarnya, pemahaman mengenai produk berbasis syariah rendah (nasabah), dan sumber daya yang terbatas. Pemahaman produk perbankan syariah pada nasabah erat kaitannya dengan upaya promosi dan edukasi yang dilakukan oleh perbankan syariah itu sendiri.

Dalam menjalankan proses bisnisnya bank syariah harus melakukan upaya promosi agar target pasar yang merupakan calon nasabah terpengaruh perilaku membelinya sehingga memutuskan untuk menjadi nasabah. Tujuan akhir promosi adalah agar calon nasabah memahami secara seksama produk jasa yang ditawarkan oleh bank syariah. Setiap nasabah memiliki memori dalam ingatan yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian.

Upaya memberikan pemahaman produk (*familiarity*) kepada calon nasabah adalah salah satu tujuan utama *marketing* agar kesadaran produk tercipta dan dapat dijaga. Perbedaan prinsip produk antara bank syariah dan konvensional menuntut bank syariah dengan strategi sedemikian rupa dapat membuat nasabah memahami perbedaan prinsip antara bank syariah dan bank konvensional terutama pada mekanisme perjanjian produk dan jasa atau biasa disebut *akad* pada bank syariah dan ada tidaknya unsur riba di dalamnya.

Perbedaan yang paling mendasar antara bank konvensional dan bank syariah adalah ada tidaknya unsur riba dalam setiap transaksi yang terjadi. Secara bahasa riba adalah tambahan dan dalam pengertian lain riba juga berarti tumbuh dan membesar. Adapun menurut istilah teknis, riba berarti pengambilan tambahan dari harta pokok atau modal secara batil. Selain riba terdapat aspek–aspek lain yang harus diperhatikan dalam perbankan syariah dan menjadikannya berbeda dengan bank konvensional. Seperti tidak boleh terdapat ketidakpastian (*ghahar*) dan judi/untung-untungan (*maisyir*).

Menurut UU No.21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, Bank Umum Syariah (BUS) dan Unit Usaha Syariah (UUS), pada BAB I Pasal 8 disebutkan bahwa: “Bank Umum Syariah adalah Bank Syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dan lalu lintas pembayaran” dan pada Pasal 10 disebutkan bahwa UUS adalah: “Unit kerja dari kantor pusat Bank Umum Konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor atau unit yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan Prinsip Syariah, atau unit kerja di kantor cabang dari suatu bank yang berkedudukan di luar negeri yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor cabang pembantu syariah dan/ atau unit syariah”.

Perkembangan perbankan syariah di Kota Pontianak sebagai ibukota Provinsi Kalimantan Barat tampak meningkat. Secara statistik terdapat 10 perbankan syariah yang berada dan beroperasi di Kota Pontianak dengan status bank umum syariah dan unit usaha syariah sebagaimana Tabel 1.1 berikut ini.

Tabel 1.1
Otoritas Jasa Keuangan (OJK)
Jumlah Bank Umum Syariah (BUS) dan Unit Usaha Syariah (UUS)
di Kota Pontianak
Tahun 2017

No	Bank Umum Syariah	Jenis
1	PT. Bank BNI Syariah	Bank Umum Syariah
2	PT. Bank Muamalat Indonesia	Bank Umum Syariah
3	PT. Bank Mega Syariah	Bank Umum Syariah
4	PT. Bank BRI Syariah	Bank Umum Syariah
5	PT. Bank Syariah Mandiri	Bank Umum Syariah
6	PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah	Bank Umum Syariah
7	PT. Bank Permata Syariah	Unit Usaha Syariah
8	PT. Bank Sinarmas Syariah	Unit Usaha Syariah
9	PT. Bank NISP Syariah	Unit Usaha Syariah
10	PT. Kalbar Syariah	Unit Usaha Syariah

Sumber: Statistik Perbankan Syariah OJK per 2017 (data olahan)

Dari 10 bank umum syariah dan unit usaha syariah di atas, PT. Bank BNI Syariah adalah salah satu bank syariah umum yang resmi berpisah baik secara manajemen maupun badan hukum (*spin off*) dari PT. Bank Negara Indonesia 46, Tbk pada Tahun 2010. Diawali dengan pendirian unit usaha syariah (UUS) pada Tahun 2000 yang terdiri dari 5 kantor cabang (Yogyakarta, Malang, Pekalongan, Jepara dan Banjarmasin) dan berkembang menjadi 8 Kantor Cabang dan 31 Kantor Cabang Pembantu.

Pada Tahun 2010 melalui Surat Keputusan Gubernur Bank Indonesia Nomor 12/41/KEP.GBI/2010 Tanggal 21 Mei 2010 mengenai pemberian izin usaha kepada PT Bank BNI Syariah. Keputusan *spin off* juga dipengaruhi faktor

eksternal berupa terbitnya UU No.19 Tahun 2008 tentang Surat Berharga Syariah Negara (SBSN) dan UU No.21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.

Satu tahun terakhir (2016) telah ada 68 Kantor Cabang, 168 Kantor Cabang Pembantu, 17 Kantor Kas, 17 Kantor Fungsional, 23 Mobil Layanan Gerak, 24 *Payment Point*, >16.000 Mesin ATM BNI dan 1.490 *Sharia Channelling Outlet*. Satu tahun setelah *spin off* yaitu Tahun 2011 PT. Bank BNI Syariah Cabang Pontianak resmi didirikan dengan alamat di Jl. Ir. H Juanda No. 65-66 Pontianak yang kini (2017) pindah ke Jl. Ahmad Yani Pontianak (depan masjid raya mujahidin).

PT. Bank BNI Syariah Cabang Pontianak sudah melakukan upaya promosi dan edukasi khususnya tentang prinsip-prinsip perbankan syariah kepada calon nasabah. Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan *Consumer Head Sales* PT. Bank BNI Syariah Cabang Pontianak, edukasi dilakukan dengan turun langsung ke calon nasabah seperti turun ke sekolah tingkat SMA. PT. Bank BNI Syariah Cabang Pontianak dengan program *BOD (Board on Director) Teaching* yang menjelaskan seputar perbankan syariah kepada pelajar sekolah menengah atas (SMA). Promosi juga dilakukan dengan cara memasang iklan di media cetak seperti buletin, *pamflet* dan brosur serta media elektronik seperti *website* resmi BNI Syariah Pusat.

Untuk melihat perkembangan jumlah nasabah PT. Bank BNI Syariah Cabang Pontianak tiga tahun terakhir yaitu periode 2014–2016 dapat dilihat pada Tabel 1.2 di bawah.

Tabel 1.2
PT. Bank BNI Syariah Cabang Pontianak
Jumlah Nasabah Berdasarkan Jenis Penghimpunan
Tahun 2014–2016
(dalam rekening nasabah)

No	Jumlah Nasabah		Jenis Penghimpunan		
			Tabungan	Giro	Deposito
1	2014	Perorangan	7.876	16	124
		Non-Perorangan	70	65	0
2	2015	Perorangan	13.144	20	143
		Non-Perorangan	85	89	1
3	2016	Perorangan	27.561	18	168
		Non-Perorangan	107	125	1

Sumber: PT. Bank BNI Syariah Cabang Pontianak 2016 (data olahan)

Pada tabel di atas menunjukkan bahwa selama tiga tahun terakhir (2014-2016) jumlah nasabah pada semua jenis penghimpunan pada PT. Bank Syariah Cabang Pontianak terus mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Nasabah perorangan menurut jenis penghimpunan tabungan, giro dan deposito masing-masing mengalami peningkatan setiap tahunnya. Pada Tahun 2015 masing-masing mengalami kenaikan sebesar 66,89 % untuk tabungan, 25,00 % untuk giro dan 15,32 % untuk deposito. Pada tahun berikutnya (2016) jumlah nasabah perorangan tersebut juga mengalami kenaikan masing-masing sebesar 109,68 % untuk tabungan dan 17,48 % untuk deposito, kecuali giro yang mengalami penurunan sebesar 10,00 %.

Untuk melihat perkembangan jumlah nasabah selama tiga tahun terakhir (2014-2016) berdasarkan jenis produk tabungan dapat dilihat di Tabel 1.3 berikut ini.

Tabel 1.3
PT. Bank BNI Syariah Cabang Pontianak
Jumlah Nasabah Berdasarkan Jenis Tabungan
Tahun 2014–2016
(dalam rekening nasabah)

No	Jumlah Nasabah		Jenis Tabungan					
			iB Hasanah	iB KTM	iB Haji Hasanah	iB Bisnis Hasanah	iB Tapenas	iB Tunas
1	2014	Perorangan	3.927	2.817	651	176	54	251
		Non-Perorangan	61	0	0	9	0	0
2	2015	Perorangan	5.214	2.722	1.911	192	129	2.976
		Non-Perorangan	73	0	0	12	0	0
3	2016	Perorangan	6.760	2.669	2.360	239	112	15.421
		Non-Perorangan	90	0	0	17	0	0

Sumber: PT. Bank BNI Syariah Cabang Pontianak 2016 (data olahan)

Pada tabel di atas dapat dilihat perkembangan jumlah nasabah berdasarkan jenis tabungan. Jika dilihat dari masing–masing produk, Tabungan iB Hasanah mengalami peningkatan 32,57 % pada Tahun 2015 dan kembali meningkat sebesar 27,86 % pada Tahun 2016. Tabungan iB KTM mengalami penurunan pada Tahun 2015 yaitu sebesar 3,37 % dan menurun kembali sebesar 1,94 % pada Tahun 2016. Pada tabungan iB Haji Hasanah naik sebesar 193 % pada Tahun 2015. iB Bisnis Hasanah juga mengalami kenaikan jumlah nasabah sebesar 10,27 % dan iB Tapenas 138 % pada Tahun 2015. Pada Tahun 2016 kembali terjadi peningkatan pada tiga jenis tabungan di atas kecuali iB Tapenas dengan masing–masing sebesar 23,49 % pada iB Haji Hasanah, 25,49 % pada iB Bisnis Hasanah dan penurunan sebesar 13,17 % pada iB Tapenas. Peningkatan yang cukup

signifikan terjadi pada produk tabungan iB Tunas yaitu sebesar 1.086 %, meningkat 10 kali lipat pada Tahun 2015 dan kembali meningkat 5 kali lipat sebesar 418 % pada Tahun 2016.

Berdasarkan data dan fakta yang sudah peneliti paparkan dapat dilihat bahwa perkembangan perbankan syariah saat ini sedang mengalami kenaikan. Seperti yang terjadi di PT. Bank BNI Syariah yang dalam waktu 6 tahun sejak Tahun 2010 setelah *spin off* dengan PT. Bank Negara Indonesia 46, mampu bertahan dan berkembang.

Terlihat juga pada Tabel 1.2 bahwa jenis penghimpunan dana yang paling banyak diminati nasabah adalah jenis penghimpunan berupa tabungan yaitu pada Tahun 2016 mengalami kenaikan menjadi dua kali lipat dari periode sebelumnya. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk meneliti jenis penghimpunan tabungan dari salah satu jenis produk tabungan PT. Bank BNI Syariah Cabang Pontianak yaitu iB Hasanah karena iB Hasanah adalah jenis tabungan yang paling banyak digunakan oleh nasabah dan menjadi tabungan umum. Selain itu, iB Hasanah juga menggunakan dua akad yang paling sering digunakan yaitu akad *wadi'ah* dan *mudharabah*.

Selanjutnya peneliti tertarik untuk meneliti pengaruh pemahaman nasabah akan produk iB Hasanah terhadap keputusannya menjadi nasabah dengan judul “Pengaruh pemahaman produk (*familiarity*) perbankan syariah terhadap keputusan nasabah menabung di iB Hasanah PT. Bank BNI Syariah Cabang Pontianak”.

B. Permasalahan

Dari penjelasan latar belakang di atas peneliti merumuskan bahwa permasalahan yang menjadi objek penelitian adalah seberapa besar pengaruh tingkat pemahaman produk (*familiarity*) bank syariah terhadap keputusan nasabah menabung di iB Hasanah PT. Bank BNI Syariah Cabang Pontianak.

C. Pembatasan Masalah

Agar penelitian ini dapat tepat sasaran dan terarah maka peneliti membatasi masalah yang menjadi objek penelitian dalam hal variabel yang digunakan yaitu pemahaman produk (*familiarity*) yang terdiri dari *objective knowledge* (informasi detail mengenai ingatan nasabah terhadap produk bank syariah), *subjective knowledge* (tentang persepsi nasabah yang meliputi apa dan seberapa banyak mengetahui dan memahami produk bank syariah), dan *experience* (pengalaman nasabah selama menggunakan produk bank syariah) dan variabel keputusan menabung di Tabungan iB Hasanah PT. Bank BNI Syariah Cabang Pontianak yang terdiri dari identifikasi kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan menabung, dan perilaku pasca menabung.

D. Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan penulisan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pemahaman produk bank syariah (*familiarity*) terhadap keputusan nasabah menabung di iB Hasanah PT. Bank BNI Syariah Cabang Pontianak.

E. Manfaat penelitian

1. Bagi Bank Syariah

Peneliti berusaha memberikan masukan ilmiah yang relevan kepada PT.- Bank BNI Syariah Cabang Pontianak khususnya pada hasil kajian mengenai

pengaruh pemahaman produk (*familiarity*) perbankan syariah terhadap keputusan nasabah menabung di produk iB Hasanah PT. Bank BNI Syariah Cabang Pontianak. Hasil ilmiah tersebut dapat digunakan oleh bank sebagai bahan pertimbangan mengambil kebijakan pemasaran.

2. Bagi Penulis

Dari penelitian ini peneliti belajar mengimplementasikan teori yang selama ini didapatkan di perkuliahan khususnya Mata Kuliah Perbankan Syariah dan juga sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak.

3. Bagi Almamater

Peneliti berharap penelitian mengenai pengaruh pemahaman produk (*familiarity*) perbankan syariah terhadap keputusan nasabah menabung di iB Hasanah PT. Bank BNI Syariah Cabang Pontianak ini dapat dijadikan referensi ilmiah bagi perkembangan khasanah ilmu pengetahuan bagi civitas akademika khususnya dalam bidang pemasaran.

F. Kerangka Pemikiran

Kegiatan pemasaran bertujuan untuk mempengaruhi calon nasabah untuk segera mengambil keputusan untuk menjadi nasabah dan menabung sesuai produk tabungan yang ditawarkan. Di samping itu saat ini konsumen memiliki banyak pengaruh atau referensi yang mereka jadikan pertimbangan dalam mengambil keputusan pembelian. Pengaruh tersebut dapat datang dari internal maupun eksternal.

Ingatan atau memori setiap nasabah memiliki peran dalam pengambilan keputusan. Solomon (2009: 130) mengatakan: *“The way we encode, or mentally program, information help to determine how we will represent it in memory”*. Artinya semua informasi dan pengetahuan yang sudah ada akan membantu bagaimana konsumen mengartikan dan menyambungkan dengan memori yang sudah ada.

Familiarity meliputi beberapa faktor sebagaimana yang dikemukakan oleh Jiang dan Rosenbloom (2013: 379): *“This study begins to fill that gap by providing insight into the relative importance of objective knowledge, subjective knowledge, and direct experience....credence products in simple or complex decision-making contexts”*. Artinya penelitian yang dilakukan menemukan hasil bahwa terdapat pengaruh terhadap keputusan konsumen dari tiga variabel dalam *familiarity: objective knowledge, subjective knowledge, dan experience*, di mana *objective knowledge* adalah informasi detail mengenai ingatan konsumen terhadap produk atau jasa. *Subjective knowledge* adalah Informasi tentang persepsi konsumen yang meliputi apa dan seberapa banyak mengetahui dan memahami produk dan *experience* adalah pengalaman konsumen selama menggunakan produk.

Pengaruh dari tingkat pemahaman (*familiarity*) memiliki hubungan sebab-akibat terhadap keputusan konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2009: 184-190) bahwa terdapat lima (5) langkah dalam proses pengambilan keputusan yaitu:

1. **Pengenalan Masalah**

Proses pembelian dimulai ketika pembeli menyadari suatu masalah atau kebutuhan yang dipicu oleh rangsangan internal atau eksternal. Dengan rangsangan internal, salah satu dari kebutuhan normal seseorang....naik ke

tingkat maksimum dan menjadi dorongan; atau kebutuhan bisa timbul akibat rangsangan eksternal.

2. **Pencarian Informasi**

Sumber informasi utama di mana konsumen dibagi menjadi empat kelompok:

- a. Pribadi: keluarga, teman, tetangga, rekan.
- b. Komersial: iklan, situs web, penyalur, kemasan, tampilan.
- c. Publik: media massa, organisasi pemeringkat konsumen.
- d. Eksperimental: penanganan, pemeriksaan, penggunaan produk.

3. **Evaluasi Alternatif**

Beberapa konsep dasar akan membantu kita memahami proses evaluasi: Pertama, konsumen berusaha memuaskan sebuah kebutuhan. Kedua, konsumen mencari manfaat tertentu dari solusi produk. Ketiga, konsumen melihat masing-masing produk sebagai sekelompok atribut dengan berbagai kemampuan untuk menghantarkan manfaat yang diperlukan untuk memuaskan kebutuhan ini.

4. **Keputusan Pembelian**

Konsumen sering mengambil “jalan pintas mental” dengan menggunakan aturan (*heuristik*) pilihan yang sederhana. *Heuristik* adalah aturan sederhana atau jalan pintas mental dalam proses keputusan.

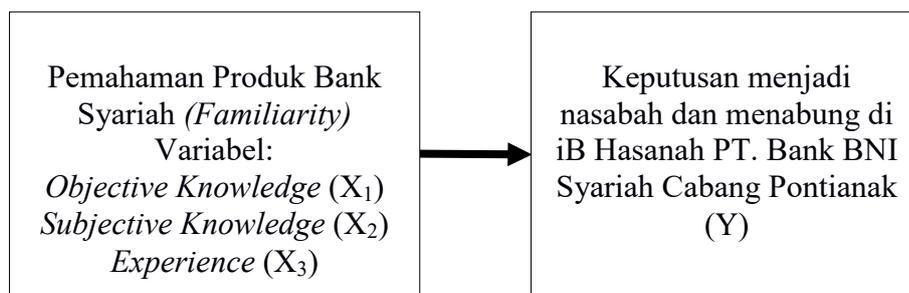
5. **Perilaku Pasca Pembelian**

Jika konsumen puas, ia mungkin ingin membeli produk itu kembali. Pelanggan yang puas juga cenderung mengatakan hal-hal baik tentang merk kepada orang lain. Di pihak lain, konsumen yang kecewa mungkin akan mengembalikan produk....Tindakan pribadi mencakup keputusan untuk berhenti membeli produk (opsi keluar) atau memperingatkan teman (opsi suara).

Peneliti melihat keterkaitan antara *familiarity* dan keputusan nasabah sebagaimana yang telah dijelaskan di atas. Berdasarkan sintesa di atas, kerangka pemikiran dalam penelitian ini dirangkum dalam Gambar 1.1 di bawah ini.

Gambar 1.1

Kerangka Pemikiran



Peneliti menggunakan dua variabel dalam penelitian yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Menurut Sugiyono (2010: 59): “Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya”. Oleh karena itu dalam penelitian ini peneliti memilih pemahaman tentang produk bank syariah (*familiarity*) sebagai variabel bebas yang terdiri dari *Objective Knowledge* (X_1), *Subjective Knowledge* (X_2), dan *Experience* (X_3).

Sugiyono (2010: 59) juga mengatakan bahwa: “Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas”. Dalam hal ini peneliti menetapkan keputusan nasabah menabung di iB Hasanah sebagai variabel terikat yang diberi tanda (Y).

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2010: 17): “Penelitian kuantitatif dalam melihat hubungan variabel terhadap obyek yang diteliti lebih bersifat sebab dan akibat (kausal), sehingga dalam penelitiannya ada variabel independen dan dependen”. Dengan bentuk penelitian ini, peneliti bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara hubungan dua variabel atau lebih dengan pendekatan generalisasi dengan sampel yang representatif agar didapat hasil yang akurat.

Peneliti menggunakan pendekatan rumusan masalah penelitian asosiatif dengan hubungan kausal. Sugiyono (2010: 55) mengatakan bahwa: “Rumusan masalah asosiatif adalah suatu pertanyaan penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih”. Sugiyono (2010: 56)

juga mengatakan bahwa: “Hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat”. Sehingga peneliti ingin mengetahui hubungan sebab akibat antara tingkat pemahaman produk perbankan syariah dengan keputusan nasabah untuk menabung di iB Hasanah PT. Bank Syariah Cabang Pontianak.

2. Teknik Pengumpulan Data

a. Data Primer

Menurut Sugiyono (2010: 193) data primer adalah: “Sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data”. Oleh karena itu peneliti menggunakan tiga cara sebagai berikut:

1) Pengamatan/Observasi

Sugiyono (2010: 172) mengatakan bahwa observasi: “Digunakan bila obyek penelitian bersifat perilaku manusia, proses kerja”. Pengamatan Dalam hal ini peneliti turun langsung ke lokasi penelitian, kantor PT. BNI Syariah Cabang Pontianak khususnya mengamati proses menjadi nasabah dan menabung.

2) Wawancara

Menurut Sugiyono (2010: 172) wawancara: “Digunakan bila ingin mengetahui hal-hal dari responden secara lebih mendalam serta jumlah responden sedikit”. Peneliti secara langsung mengajukan pertanyaan kepada manajemen bank untuk mendapatkan informasi yang valid dan relevan dengan permasalahan yang sedang diteliti. Wawancara yang dilakukan seputar strategi pemasaran PT. Bank BNI Syariah Cabang Pontianak dalam upaya memberikan edukasi dan

pemahaman kepada nasabah tentang produk perbankan syariah. Peneliti mewawancarai Kepala Bagian Pemasaran yang memiliki tugas pokok dan fungsi di bidang yang relevan terhadap permasalahan yang diteliti.

3) Kuisisioner

Menurut Sugiyono (2010: 172): “Kuisisioner digunakan bila ingin mendapatkan data yang lengkap, akurat dan konsisten”. Peneliti membuat daftar pernyataan yang relevan terhadap permasalahan yang diteliti yang ditujukan kepada nasabah mengenai pemahaman informasi produk (*familiarity*) perbankan syariah dan keputusan menjadi nasabah di PT. Bank BNI Syariah Cabang Pontianak.

b. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2010: 193): “Data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data”. Dalam penelitian ini data sekunder peneliti dapatkan dari PT. Bank BNI Syariah Cabang Pontianak berupa jumlah nasabah berdasarkan jenis penghimpunan dan jenis produk tabungan selama tiga tahun terakhir.

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut Greener dan Martelli (2015: 62) populasi adalah “*The full universe of people or things from which the sample is selected*”. Populasi adalah keseluruhan wilayah termasuk orang dan barang atau benda yang terdiri dari sampel-sampel.

Berdasarkan pendapat di atas maka peneliti menetapkan seluruh rekening nasabah PT. Bank BNI Syariah Cabang Pontianak yang menabung di produk iB Hasanah sebanyak 6.760 nasabah perorangan (menurut data 2016) sebagai populasi penelitian.

b. Sampel

Menurut Greener dan Martelli (2015: 61) sampel adalah: “*The section of the population chosen for study*”. Sampel adalah bagian dari populasi yang dipilih untuk diteliti. Selanjutnya peneliti menggunakan teknik *accidental sampling*, menurut Sugiyono (2010: 122) *accidental sampling* adalah: “Teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data”. Oleh karena itu peneliti menemui calon responden di kantor Bank BNI Syariah Cabang Pontianak saat jam kerja berlangsung.

Salah satu rumus yang bisa digunakan untuk menghitung jumlah sampel adalah rumus Slovin yang dapat dilihat perhitungannya sebagai berikut:

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

Keterangan:

n : Ukuran Sampel

N : Populasi (6.760)

e : Tingkat Kesalahan (10%)

Jika dimasukkan ke dalam perhitungan rumus di atas maka:

$$n = \frac{6.760}{1 + 6.760(0,1)^2}$$

$$n = \frac{6.760}{68,6}$$

$$n = 98,54$$

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh sampel minimal sebanyak 98 orang. Peneliti memutuskan untuk mengambil 100 orang sebagai sampel.

4. Teknik Analisis Data

a. Uji Instrumen penelitian

1) Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2010: 172): “Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur”. Uji validitas bertujuan untuk mengukur sejauh mana ketepatan dan kecermatan sebuah alat ukur. Ukuran valid adalah ketika r hitung $>$ r tabel. Jika r hitung \leq dengan r tabel maka dapat dikatakan tidak valid.

Menurut Umar (2014: 131) validitas dapat dicari dengan menggunakan rumus *product moment* berikut ini.

$$r = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{(n \sum x^2 - (\sum x)^2)(n \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan:

X : Nilai pembanding

Y : Nilai instrument yang akan dicara validitasnya

n : Jumlah responden

2) Uji Reliabilitas

Peneliti juga menggunakan uji reliabilitas sebagaimana pendapat Sugiyono (2010: 172) bahwa: “Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama”. Peneliti melakukan uji ini dengan tujuan untuk memastikan bahwa hasil pengukuran dapat konsisten dan tidak berubah jika digunakan untuk pengukuran kembali. Instrumen dikatakan reliabel jika nilai r hitung $>$ r tabel dan sebaliknya. Peneliti menggunakan tes konsistensi internal (inter-item) dengan cara mencari nilai *Cronbach Alpha*. Menurut Usman dan Akbar (2014: 290) “*Cronbach Alpha* dapat digunakan untuk menguji reliabilitas instrumen skala *Likert* (1 sampai 5)”. Rumus *Cronbach Alpha* adalah sebagai berikut:

$$\alpha = \left(\frac{k}{(k-1)} \right) \left(1 - \frac{\sum S^2_i}{S^2} \right)$$

Keterangan:

k : Jumlah instrument pertanyaan

S : Varians instrumen

b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Usman dan Akbar (2014: 109) mengatakan bahwa: “Pengujian normalitas data digunakan untuk menguji apakah data kontinu berdistribusi normal sehingga analisis dengan validitas, reliabilitas, uji t,

korelasi, regresi dapat dilaksanakan”. Data terdistribusi normal apabila signifikansi berada lebih besar dari tingkat signifikansi sebesar 5 % atau 0,05.

2) Uji Linieritas

Menurut Siregar (2013: 178) mengatakan bahwa: “Uji linieritas adalah untuk mengetahui apakah antara variabel tak bebas (Y) dan variabel bebas (X) mempunyai hubungan linier”.

Terdapat dua langkah prosedur dalam uji linieritas. Pertama, membuat hipotesis dengan ketentuan sebagai berikut:

Ho : Data kelompok A dengan kelompok B tidak berpola linier

Ha : Data kelompok A dengan kelompok B berpola linier.

Kedua, menentukan risiko kesalahan, pada tahap ini kita menentukan seberapa besar peluang membuat risiko kesalahan dalam mengambil keputusan menolak hipotesis yang benar atau biasa disebut dengan taraf signifikan.

R

h) Menghitung jumlah kuadrat regresi: $JK_{Reg [a]} = \frac{(\sum Y)^2}{n}$

h) Menghitung jumlah kuadrat regresi:

$$JK_{Reg [b|a]} = b \left\{ \sum XY - \frac{\sum X \sum Y}{n} \right\}$$

j) Menghitung jumlah kuadrat residu: $JK_{Res} = \sum Y^2 - JK_{Reg [b|a]} - JK_{Reg [a]}$

d) Menghitung rata-rata jumlah kuadrat regresi: $RJK_{Reg [a]} = \frac{JK_{Reg [a]}}{[a]}$

Menghitung rata-rata jumlah kuadrat regresi: $RJK_{Reg [b|a]} = \frac{JK_{Reg [b|a]}}{[b|a]}$

anual uji linieritas adalah sebagai berikut:

- f) Menghitung rata-rata jumlah kuadrat residu: $RJK_{Res} = \frac{JK_{Res}}{n-2}$
 Menghitung jumlah kuadrat error: $JK_E = \sum_k \left\{ \sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{n} \right\}$
- h) Menghitung jumlah kuadrat tuna cocok: $JK_{TC} - JK_E$
- i) Menghitung rata-rata jumlah kuadrat tuna cocok: $RJK_{TC} = \frac{JK_{TC}}{k-2}$
- j) Menghitung rata-rata jumlah kuadrat error: $RJK_E = \frac{JK_E}{n-k}$
- k) Mencari nilai $F_{hitung} = \frac{RJK_{TC}}{RJK_E}$

c. Analisis Regresi Linier Berganda

Peneliti menggunakan regresi linier berganda untuk mencari hubungan antar variabel. Regresi linier berganda menurut Sugiyono (2010: 277): “Analisis regresi ganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan...variabel dependen...bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor”. Model matematis ini dapat memberikan gambaran pola hubungan antara dua atau lebih variabel termasuk pola hubungan asosiatif yang menunjukkan sebab akibat antara variabel bebas dan variabel terikat. Berikut persamaan regresi linier berganda yang digunakan:

$$Y = a_0 + a_1X_1 + a_2X_2 + a_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y : Keputusan menjadi nasabah

X₁ : *Objective Knowledge*

X_2 : *Subjective Knowledge*

X_3 : *Experience*

a_0 : Konstanta Regresi

a_1 : Koefisien regresi X_1

a_2 : Koefisien regresi X_2

a_3 : Koefisien regresi X_3

e : *error*

d. Koefisien Korelasi (R)

Menurut Sugiyono (2010: 250) koefisien korelasi adalah nilai R berkisar 0 sampai 1, semakin mendekati 1 maka semakin kuat korelasi variabel bebas terhadap variabel terikat, begitu juga sebaliknya. Menurut Umar (2014: 131). Setelah didapat hasil hitung maka dapat diinterpretasikan menggunakan tabel berikut ini.

Tabel 1.4
Interpretasi Nilai r

Nilai	Keterangan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2010: 250)

e. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi dan besaran pengaruh variabel X terhadap variasi naik turunnya

variabel Y. Untuk mencari koefisien Determinasi (R^2) dapat menggunakan rumus berikut ini:

$$R^2 = \frac{\sum(Y_i - \hat{Y})^2 - \sum(Y_i - \bar{Y})^2}{\sum(Y_i - \bar{Y})^2}$$

Keterangan:

\bar{Y} : Rata-rata variabel Y

\hat{Y} : Nilai Y dari persamaan regresi

R^2 : Koefisien determinasi

f. Uji Pengaruh Simultan (Uji F)

Menurut Usman dan Akbar (2014: 314) bahwa: “Kurva distribusi F ditentukan oleh sepasang derajat-bebas yang berasal dari derajat-bebas dalam numerator dan yang kedua derajat-bebas berasal dari denominatornya”. Artinya uji F digunakan untuk menguji dan menunjukkan apakah seluruh variabel X penelitian memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel Y. Peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H_0 : *Objective knowledge, Subjective Knowledge, Experience* secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di iB Hasanah PT. Bank BNI Syariah Cabang Pontianak.

H_a : *Objective knowledge, Subjective Knowledge, Experience* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di iB Hasanah PT. Bank BNI Syariah Cabang Pontianak.

Hipotesis di atas dapat diterima dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak H_a diterima. Yaitu masing–masing variabel X secara simultan atau bersama–sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y.
- 2) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_a ditolak H_0 diterima. Yaitu masing–masing variabel X secara simultan atau bersama–sama tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y.

g. Uji Pengaruh Parsial (Uji t)

Menurut Usman dan Akbar (2014: 145): “Uji t digunakan untuk mengetahui ada atau tidak adanya perbedaan (kesamaan) dua kelompok data”. Artinya uji t digunakan untuk melihat pengaruh suatu variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Kriteria uji t yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan taraf signifikansi 5% dan distribusi t dengan derajat kebebasan (n).

Berdasarkan uraian di atas maka hipotesis yang dikemukakan adalah sebagai berikut:

1) Menguji Pengaruh Parsial *Objective Knowledge* Terhadap Keputusan Nasabah Menabung

H_0 : Tidak terdapat pengaruh signifikan *objective knowledge* terhadap keputusan nasabah menabung di iB Hasanah PT. Bank BNI Syariah Cabang Pontianak.

H_1 : Terdapat pengaruh signifikan *objective knowledge* terhadap

keputusan nasabah menabung di iB Hasanah PT. Bank BNI Syariah Cabang Pontianak.

2) Menguji Pengaruh Parsial *Subjective Knowledge* Terhadap Keputusan Nasabah Menabung

H₀ Tidak terdapat pengaruh signifikan *subjective knowledge* terhadap keputusan nasabah menabung di iB Hasanah PT. Bank BNI Syariah Cabang Pontianak.

H₂ : Terdapat pengaruh signifikan *subjective knowledge* terhadap keputusan nasabah menabung di iB Hasanah PT. Bank BNI Syariah Cabang Pontianak.

3) Menguji Pengaruh Parsial *Experience* Terhadap Keputusan Nasabah Menabung

H₀ Tidak terdapat pengaruh signifikan *experience* terhadap keputusan nasabah menabung di iB Hasanah PT. Bank BNI Syariah Cabang Pontianak.

H₃ : Terdapat pengaruh signifikan *experience* terhadap keputusan nasabah menabung di iB Hasanah PT. Bank BNI Syariah Cabang Pontianak.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang sudah peneliti paparkan pada bab sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Jumlah responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang dengan karakteristik: sebanyak 78 % responden berumur 14-30 tahun yang didominasi oleh perempuan sebesar 52 %. Sebanyak 98 % responden beragama Islam. Dilihat dari latar belakang pendidikan, mayoritas responden lulusan setingkat SMP/Sederajat sebesar 42 %. Pekerjaan responden didominasi oleh Pelajar sebanyak 46 % dengan mayoritas pendapatan sebesar <Rp. 1.000.000,00 perbulan. Sebagian besar responden baru menjadi nasabah kurang dari 1 tahun (<1 tahun) yaitu sebanyak 68 %.
2. Terdapat 5 poin kesimpulan berdasarkan hasil regresi linier berganda:
 - a. Persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut: $Y = 1,034 + 0,263 X_1 + 0,244 X_2 + 0,220 X_3$.
 - b. Nilai koefisien korelasi (R) adalah sebesar 0,719. Angka ini termasuk kategori kuat karena berada pada rentang 0,60-0,799.
 - c. Hasil koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa R^2 sebesar 0,518 yang sama dengan 51,8 %. Angka tersebut berarti sebesar 51,8 % keputusan nasabah menabung di iB Hasanah dapat dijelaskan dengan

menggunakan variabel X_1 (*objective knowledge*), X_2 (*subjective knowledge*), dan X_3 (*experience*). Sedangkan sisanya, yaitu 48,2 % dipengaruhi oleh faktor lain di luar model regresi berganda ini.

- d. Hasil uji F menunjukkan bahwa F hitung lebih besar daripada F tabel ($31,995 > 2,699$) yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima yaitu masing-masing variabel X (*familiarity*) secara simultan atau bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y (keputusan nasabah menabung di iB Hasanah PT. Bank BNI Syariah Cabang Pontianak).
- e. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel X_1 (*objective knowledge*), X_2 (*subjective knowledge*), dan X_3 (*experience*) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah menabung di iB Hasanah PT. BNI Syariah Cabang Pontianak.

B. Saran

Berdasarkan pembahasan yang mendalam dan terbagi ke dalam beberapa bab, peneliti saran ilmiah khususnya dalam bidang pemasaran. Peneliti menyarankan agar PT. Bank BNI Syariah Cabang Pontianak dapat mempertahankan dan meningkatkan pemahaman objektif (*objective knowledge*) nasabah terhadap produk perbankan syariah dengan cara mengedukasi nasabah secara rutin, baik itu nasabah lama maupun nasabah baru perihal pengetahuan perbankan syariah seputar ekonomi Islam, prinsip bank syariah, prinsip titipan dan

simpanan, prinsip bagi hasil, akad syariah dan perbedaan fundamental antara tabungan di bank syariah dengan tabungan di bank konvensional.

DAFTAR PUSTAKA

Annual Report Bank BNI Syariah 2016, 2016, dalam <http://www.bnisyariah.co.id/>, diakses pada Februari 2017

Antonio, Muhammad Syafii, (2012). *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktek*. Jakarta: Gema Insani.

Greener, Sue and Joe Martelli. (2015). *An introduction to Business Research Methods 2 nd edition, e-book, bookboon.com*.

Harian Detik Finance: Banyak Bank Tutup Akibat Krisis 1998 Jadi Alasan Dibentuknya LPS, 2016, dalam <https://finance.detik.com/moneter/3338307/banyak-bank-tutup-akibat-krisis-1998-jadi-alasan-dibentuknya-lps>, diakses pada November 2017.

Harian Kompas: Tiga Masalah Terbesar di Bank Syariah, 2012, dalam <http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2012/08/13/15282835/Tiga.Masalah.Terbesar.di.Bank.Syariah>, diakses pada Desember 2017.

Jiang, Pingjun and Bert Rosenbloom. (2013). *Consumer Knowledge and External Pre-Purchase Information Search: A Meta-Analysis of the Evidence*. Emerald Group Publishing. *Jurnal Consumer Behavior*, Volume 15, 353-386.

Kotler, P., and Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi-13, Jilid 1, terj. Bob Sabran*, Jakarta: Erlangga.

Manan, Abdul. (2012). *Hukum Ekonomi Syariah: Dalam Perspektif Kewenangan Peradilan Agama, Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

- Nitisusatro, Mulyadi. (2011). *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*, Bandung: Alfabeta.
- Suharjo, Bambang. (2013). *Statistika Terapan: Disertai Contoh Aplikasi SPSS*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Riba Jahiliah*, 2016, dalam <http://muslim.or.id/574-riba-jahiliah.html>, diakses pada Januari 2017.
- Riba Jahiliah*, 2016. dalam <http://www.ekonomisyariah.org/sejarah>, diakses pada Januari 2017.
- Rivai, Veithzal; Andi Buchari. (2009). *Islamic Economics: Ekonomi Syariah Bukan Opsi, Tetapi Solusi*. Jakarta: Bumi ASuharjoksara.
- ProfilPerusahaan, 2017*, dalam <http://www.bnisyariah.co.id/profile-perusahaan>, diakses pada Februari 2017.
- Sugiyono. (2010). *Metode penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sofyan, M. I., dan Rohman, F. (2011). *Pengaruh Familiarity dan Usability terhadap Customer Satisfaction serta Customer Loyalty pada Pengguna Facebook (Studi pada Masyarakat Kota Malang)*. Jurnal Aplikasi Manajemen, 9(1), 47-56.
- Solomon, M., Russell-Bennett, R., and Previte, J. (2009). *Consumer Behaviour*. Pearson Higher Education AU.
- Siregar, Syofian. (2013). *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara
- Usman, Husaini., Purnomo Setiady Akbar. (2014). *Pengantar Statistika Edisi Kedua*. Jakarta: Bumi Aksara.

Umar, Husein. (2014). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi 2*. Jakarta: Rajawali Press.

Lampiran 1: Definisi Operasional

VARIABEL PENELITIAN DAN DEFINISI OPERASIONAL

Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Indikator
<i>Objective Knowledge</i> (X ₁)	Informasi detail mengenai ingatan nasabah terhadap produk bank syariah	Paham tentang atribut (akad) produk tabungan bank syariah Paham prinsip bank syariah
<i>Subjective Knowledge</i> (X ₂)	Informasi tentang persepsi nasabah yang meliputi apa dan seberapa banyak mengetahui dan memahami produk bank syariah	Percaya diri ketika menabung dan menjadi nasabah <i>Word of mouth communication</i> Latar belakang agama
<i>Experience</i> (X ₃)	pengalaman nasabah selama menggunakan produk bank syariah	Durasi menjadi nasabah Pengalaman negatif / positif <i>Reduce search activity</i>
Keputusan menjadi nasabah dan menabung di iB Hasanah PT. Bank BNI Syariah Cabang Pontianak (Y)	Dimulai dari pengenalan atau identifikasi masalah, mengevaluasi, mengambil keputusan menjadi nasabah, dan perilaku pasca pembelian.	Pengamatan dan membandingkan Mencari informasi (internal dan eksternal) Evaluasi (sesuai syariah) Menjadi nasabah dan menabung Tanggapan setelah menabung dan terus melanjutkan.

Lampiran 2: Lembar Kuisisioner

KUISISIONER PENELITIAN SKRIPSI**A. Identitas Peneliti**

Nama : Fadhil Mahdi
 NIM : 131310450
 Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/Manajemen
 Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Pontianak
 No HP : 0857 8723 8628

B. Identitas Responden

Nama :
 Umur :
 Jenis Kelamin : L/P
 Agama :
 Alamat Sekarang :
 Pendidikan Terakhir :
 Pekerjaan :
 Nomor HP :
 Pendapatan : (Pilih Salah Satu)
 () < Rp. 1.000.000
 () Rp. 1.000.001 – Rp. 2.000.000
 () Rp. 2.000.001 – Rp. 5.000.000
 () > Rp. 5.000.000

Lama menjadi nasabah : (Pilih Salah Satu)
 () 0 – 1 Tahun
 () 2 – 3 Tahun
 () 4 – 5 Tahun

Nb: Identitas Responden Tidak Akan Dipublikasikan

C. Petunjuk Pengisian

Berikan tanda silang (X) pada pernyataan yang Anda anggap paling sesuai pada kolom yang tersedia:

Keterangan:

Sangat Tidak Setuju : STS

Tidak Setuju : TS

Netral : N

Setuju : S

Sangat Setuju : SS

Contoh:

<i>No</i>	<i>Pernyataan</i>	<i>Jawaban</i>				
		<i>STS</i>	<i>TS</i>	<i>N</i>	<i>S</i>	<i>SS</i>
<i>1</i>	<i>Saya mengerti tentang sistem Nisbah (bagi hasil)</i>				<i>X</i>	
<i>2</i>	<i>Saya juga mengerti tentang akad Wadiah</i>		<i>X</i>			

D. Daftar Pernyataan

<i>Objective Knowledge (X₁)</i>						
No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1	Sebagai nasabah Bank BNI Syariah, saya mengerti tentang sistem Nisbah (bagi hasil) yang digunakan dalam produk tabungan iB Hasanah.					
2	Saya juga mengerti tentang akad Wadiah atau Mudharabah yang biasa digunakan dalam produk tabungan iB Hasanah					
3	Saya memahami pengertian Riba yang dilarang di dalam Syariah					
4	Saya juga memahami perbedaan tabungan antara sistem Bank Konvensional dan Bank Syariah					

<i>Subjective Knowledge (X₁)</i>						
No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
5	Saya merasa percaya diri ketika memutuskan menjadi nasabah Bank BNI Syariah					
6	Saya juga merasa percaya diri ketika menabung di produk iB Hasanah Bank BNI Syariah					
7	Saya memutuskan menabung dan menjadi nasabah Bank BNI Syariah karena rekomendasi orang lain (teman, keluarga)					
8	Banyak orang-orang disekitar saya membicarakan soal Bank Syariah sehingga membuat saya yakin untuk menjadi nasabah					
9	Saya menjadi nasabah dan menabung di Bank BNI Syariah karena pengaruh latar belakang agama yang saya anut saat ini					

<i>Experience (X₂)</i>						
No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
10	Saya sering menambah saldo rekening tabungan iB Hasanah di Bank BNI Syariah dan merasakan manfaat yang dijanjikan oleh sistem bank syariah					
11	Sistem perbankan syariah (ditinjau dari akad syariah) di Bank BNI Syariah sudah sesuai dengan harapan saya					
12	Saya belum pernah menjadi nasabah di Bank Syariah manapun sebelum saya menjadi nasabah dan menabung di Bank BNI Syariah					
13	Saya tidak membutuhkan waktu yang lama (<i>mencari dan membandingkan dengan bank konvensional</i>) ketika saya memutuskan untuk menjadi nasabah dan menabung di Bank BNI Syariah					

<i>Keputusan menjadi nasabah dan menabung di produk iB Hasanah PT. Bank BNI Syariah Cabang Pontianak (Y)</i>						
No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
<i>Identifikasi Masalah</i>						
14	Sebelum saya memutuskan menjadi nasabah dan menabung di Bank BNI Syariah, saya memahami dengan baik alasan dibalik keputusan tersebut					
15	Setelah itu saya membandingkan sistem di Bank BNI Syariah dengan sistem di bank konvensional lain					
<i>Pencarian Informasi</i>						
16	Sebelum saya memutuskan menjadi nasabah dan menabung di Bank BNI Syariah, saya mencari informasi tentang produk tabungan iB Hasanah (akad, bagi hasil, persyaratan) di internet, brosur, orang lain atau menanyakan langsung ke <i>Costumer Service</i> di Bank BNI Syariah					
<i>Evaluasi Alternatif</i>						

17	Saya memilih produk tabungan iB Hasanah setelah membandingkan dengan jenis – jenis produk tabungan lain yang ada di Bank BNI Syariah					
18	Saya menjadi nasabah dan menabung di iB Hasanah karena saya yakin Bank BNI Syariah sudah sesuai dengan standar syariah (bebas riba)					
<i>Keputusan Menjadi Nasabah</i>						
19	Saya memutuskan menjadi nasabah dan menabung di Bank BNI Syariah karena saya paham dan memiliki pengetahuan tentang bank syariah					
<i>Perilaku Pasca Menabung</i>						
20	Saya puas dan tenang menjadi nasabah dan menabung di iB Hasanah Bank BNI Syariah					
21	Saya tidak akan beralih ke bank lain apalagi bank konvensional.					
23	Saya dengan senang hati merekomendasikan ke kerabat dan teman untuk membuka tabungan syariah di Bank BNI Syariah					

Lampiran 3: Karakteristik Responden Berdasarkan Hasil Kuisisioner.

No Urut	JK	Lama (thn)	Agama	Pendidikan	Umur	Pekerjaan	Pendapatan
1	LK	di atas 1 tahun	Islam	SMA	14	Wiraswasta	Rp. 1.001.000 – Rp. 2.000.000
2	PR	di atas 1 tahun	Islam	S1	14	PNS	> Rp. 5.000.000
3	PR	di bawah 1 tahun	Islam	Diploma	15	PNS	Rp. 2.001.000 – Rp. 5.000.000
4	LK	di bawah 1 tahun	Islam	S1	15	PNS	Rp. 2.001.000 – Rp. 5.000.000
5	PR	di bawah 1 tahun	Katolik	SMA	15	Mahasiswa	< Rp. 1.000.000
6	LK	di bawah 1 tahun	Islam	SMA	15	Wiraswasta	Rp. 2.001.000 – Rp. 5.000.000
7	LK	di bawah 1 tahun	Islam	S1	15	PNS	> Rp. 5.000.000
8	PR	di atas 1 tahun	Islam	SMA	15	Wiraswasta	Rp. 2.001.000 – Rp. 5.000.000
9	PR	di bawah 1 tahun	Islam	SMA	15	IRT	< Rp. 1.000.000
10	LK	di atas 1 tahun	Islam	SMA	15	PNS	Rp. 2.001.000 – Rp. 5.000.000
11	LK	di atas 1 tahun	Islam	SMA	15	PNS	Rp. 2.001.000 – Rp. 5.000.000
12	LK	di atas 1 tahun	Islam	S1	15	PNS	> Rp. 5.000.000
13	PR	di atas 1 tahun	Islam	S1	15	Wiraswasta	> Rp. 5.000.000
14	PR	di bawah 1 tahun	Katolik	SMA	15	Pelajar	< Rp. 1.000.000
15	PR	di bawah 1 tahun	Islam	SMA	15	Pelajar	< Rp. 1.000.000
16	LK	di atas 1 tahun	Islam	SMA	15	Wiraswasta	Rp. 2.001.000 – Rp. 5.000.000
17	PR	di bawah 1 tahun	Islam	SMA	15	Wiraswasta	Rp. 2.001.000 – Rp. 5.000.000
18	LK	di atas 1 tahun	Islam	S1	15	Wiraswasta	> Rp. 5.000.000
19	LK	di bawah 1 tahun	Islam	S1	15	PNS	Rp. 2.001.000 – Rp. 5.000.000
20	LK	di atas 1 tahun	Islam	SMA	15	Wiraswasta	Rp. 2.001.000 – Rp. 5.000.000

21	LK	di bawah 1 tahun	Islam	SMK	15	Wiraswasta	Rp. 1.001.000 – Rp. 2.000.000
22	LK	di atas 1 tahun	Islam	S1	15	Wiraswasta	> Rp. 5.000.000
23	LK	di atas 1 tahun	Islam	SMA	16	PNS	Rp. 2.001.000 – Rp. 5.000.000
24	LK	di atas 1 tahun	Islam	S1	16	Wiraswasta	Rp. 2.001.000 – Rp. 5.000.000
25	LK	di bawah 1 tahun	Islam	SMA	16	Mahasiswa	< Rp. 1.000.000
26	LK	di atas 1 tahun	Islam	SMK	16	Mahasiswa	Rp. 1.001.000 – Rp. 2.000.000
27	LK	di atas 1 tahun	Islam	S1	16	Wiraswasta	> Rp. 5.000.000
28	PR	di bawah 1 tahun	Islam	Diploma	16	Karyawan	Rp. 2.001.000 – Rp. 5.000.000
29	PR	di bawah 1 tahun	Islam	SMK	16	Karyawan	Rp. 2.001.000 – Rp. 5.000.000
30	PR	di bawah 1 tahun	Islam	SMA	16	Mahasiswa	< Rp. 1.000.000
31	LK	di atas 1 tahun	Islam	S1	16	Wiraswasta	Rp. 2.001.000 – Rp. 5.000.000
32	PR	di bawah 1 tahun	Islam	SMA	17	Pelajar	< Rp. 1.000.000
33	PR	di bawah 1 tahun	Islam	S1	17	PNS	Rp. 1.001.000 – Rp. 2.000.000
34	LK	di bawah 1 tahun	Islam	SD	17	Wiraswasta	Rp. 2.001.000 – Rp. 5.000.000
35	LK	di atas 1 tahun	Islam	S1	17	PNS	> Rp. 5.000.000
36	PR	di atas 1 tahun	Islam	S1	17	Wiraswasta	Rp. 2.001.000 – Rp. 5.000.000
37	LK	di atas 1 tahun	Islam	S1	17	Karyawan	> Rp. 5.000.000
38	LK	di atas 1 tahun	Islam	S1	17	Karyawan	Rp. 2.001.000 – Rp. 5.000.000
39	PR	di atas 1 tahun	Islam	S1	17	Karyawan	Rp. 2.001.000 – Rp. 5.000.000
40	LK	di atas 1 tahun	Islam	S1	17	Karyawan	> Rp. 5.000.000
41	PR	di atas 1 tahun	Islam	S1	17	Karyawan	> Rp. 5.000.000
42	PR	di atas 1 tahun	Islam	S1	17	Karyawan	Rp. 2.001.000 – Rp. 5.000.000
43	PR	di atas 1 tahun	Islam	S1	17	Karyawan	Rp. 2.001.000 – Rp. 5.000.000
44	LK	di atas 1 tahun	Islam	S1	18	Karyawan	Rp. 2.001.000 – Rp. 5.000.000

45	PR	di bawah 1 tahun	Islam	S1	18	Wiraswasta	Rp. 2.001.000 – Rp. 5.000.000
46	PR	di bawah 1 tahun	Islam	Diploma	19	PNS	> Rp. 5.000.000
47	LK	di bawah 1 tahun	Islam	SMA	20	Wiraswasta	< Rp. 1.000.000
48	PR	di atas 1 tahun	Islam	S1	20	Wiraswasta	Rp. 2.001.000 – Rp. 5.000.000
49	PR	di atas 1 tahun	Islam	S1	21	Wiraswasta	Rp. 1.001.000 – Rp. 2.000.000
50	PR	di atas 1 tahun	Islam	Diploma	21	Wiraswasta	Rp. 2.001.000 – Rp. 5.000.000
51	LK	di bawah 1 tahun	Islam	SMP	22	Pelajar	< Rp. 1.000.000
52	LK	di atas 1 tahun	Islam	SMP	22	Pelajar	< Rp. 1.000.000
53	PR	di bawah 1 tahun	Islam	SMP	23	Pelajar	< Rp. 1.000.000
54	PR	di bawah 1 tahun	Islam	SMP	23	Pelajar	< Rp. 1.000.000
55	PR	di bawah 1 tahun	Islam	SMP	23	Pelajar	< Rp. 1.000.000
56	PR	di bawah 1 tahun	Islam	SMP	23	Pelajar	< Rp. 1.000.000
57	LK	di bawah 1 tahun	Islam	SMP	24	Pelajar	< Rp. 1.000.000
58	PR	di bawah 1 tahun	Islam	SMP	24	Pelajar	< Rp. 1.000.000
59	LK	di bawah 1 tahun	Islam	SMP	24	Pelajar	< Rp. 1.000.000
60	PR	di atas 1 tahun	Islam	SMP	24	Pelajar	< Rp. 1.000.000
61	LK	di bawah 1 tahun	Islam	SMP	24	Pelajar	< Rp. 1.000.000
62	LK	di bawah 1 tahun	Islam	SMP	24	Pelajar	< Rp. 1.000.000
63	LK	di bawah 1 tahun	Islam	SMP	25	Pelajar	< Rp. 1.000.000
64	LK	di bawah 1 tahun	Islam	SMP	25	Pelajar	< Rp. 1.000.000
65	PR	di bawah 1 tahun	Islam	SMP	26	Pelajar	< Rp. 1.000.000
66	PR	di bawah 1 tahun	Islam	SMP	26	Pelajar	< Rp. 1.000.000
67	PR	di bawah 1 tahun	Islam	SMP	27	Pelajar	< Rp. 1.000.000
68	PR	di bawah 1 tahun	Islam	SMP	27	Pelajar	< Rp. 1.000.000

69	LK	di bawah 1 tahun	Islam	SMP	27	Pelajar	< Rp. 1.000.000
70	PR	di atas 1 tahun	Islam	SMP	27	Pelajar	< Rp. 1.000.000
71	PR	di bawah 1 tahun	Islam	SMP	28	Pelajar	< Rp. 1.000.000
72	PR	di bawah 1 tahun	Islam	SMP	28	Pelajar	< Rp. 1.000.000
73	PR	di bawah 1 tahun	Islam	SMP	29	Pelajar	< Rp. 1.000.000
74	PR	di bawah 1 tahun	Islam	SMP	29	Pelajar	< Rp. 1.000.000
75	LK	di bawah 1 tahun	Islam	SMP	29	Pelajar	< Rp. 1.000.000
76	PR	di bawah 1 tahun	Islam	SMP	29	Pelajar	< Rp. 1.000.000
77	PR	di bawah 1 tahun	Islam	SMP	30	Pelajar	< Rp. 1.000.000
78	PR	di bawah 1 tahun	Islam	SMP	30	Pelajar	< Rp. 1.000.000
79	PR	di bawah 1 tahun	Islam	SMP	32	Pelajar	< Rp. 1.000.000
80	LK	di atas 1 tahun	Islam	SMA	33	Wiraswasta	< Rp. 1.000.000
81	LK	di atas 1 tahun	Islam	S1	35	PNS	Rp. 1.001.000 – Rp. 2.000.000
82	LK	di atas 1 tahun	Islam	SMA	35	Mahasiswa	< Rp. 1.000.000
83	PR	di bawah 1 tahun	Islam	SMA	37	Mahasiswa	< Rp. 1.000.000
84	LK	di atas 1 tahun	Islam	S2	37	PNS	> Rp. 5.000.000
85	LK	di bawah 1 tahun	Islam	S1	38	Wiraswasta	Rp. 2.001.000 – Rp. 5.000.000
86	LK	di atas 1 tahun	Islam	S1	38	Wiraswasta	Rp. 1.001.000 – Rp. 2.000.000
87	LK	di atas 1 tahun	Islam	S3	39	PNS	> Rp. 5.000.000
88	PR	di bawah 1 tahun	Islam	SMP	40	Pelajar	< Rp. 1.000.000
89	PR	di bawah 1 tahun	Islam	SMP	43	Pelajar	< Rp. 1.000.000
90	PR	di atas 1 tahun	Islam	SMP	45	Pelajar	< Rp. 1.000.000
91	PR	di atas 1 tahun	Islam	SMP	45	Pelajar	< Rp. 1.000.000
92	LK	di atas 1 tahun	Islam	SMP	45	Pelajar	< Rp. 1.000.000

93	LK	di atas 1 tahun	Islam	SMP	50	Pelajar	< Rp. 1.000.000
94	LK	di atas 1 tahun	Islam	SMP	50	Pelajar	< Rp. 1.000.000
95	PR	di atas 1 tahun	Islam	SMP	52	Pelajar	< Rp. 1.000.000
96	PR	di atas 1 tahun	Islam	SMP	53	Pelajar	< Rp. 1.000.000
97	LK	di atas 1 tahun	Islam	SMP	53	Pelajar	< Rp. 1.000.000
98	LK	di bawah 1 tahun	Islam	SMP	54	Pelajar	< Rp. 1.000.000
99	PR	di atas 1 tahun	Islam	SMP	55	Pelajar	< Rp. 1.000.000
100	PR	di bawah 1 tahun	Islam	SMP	67	Pelajar	< Rp. 1.000.000

Lampiran 4: Hasil Hitung Normalitas, Uji Linieritas, Uji Validitas, Reliabilitas dan Regresi Berganda Menggunakan SPSS

1. Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		101
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.77398750
Most Extreme Differences	Absolute	.069
	Positive	.069
	Negative	-.046
Kolmogorov-Smirnov Z		.697
Asymp. Sig. (2-tailed)		.717

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

2. Uji Linieritas

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	797.818	3	265.939	31.995	.000 ^a
	Residual	797.942	96	8.312		
	Total	1595.760	99			

a. Predictors: (Constant), experience, objective knowledge, subjective knowledge

b. Dependent Variable: keputusan menjadi nasabah

3. Uji validitas

Correlations X1

		P1X1	P2X1	P3X1	P4X1	Objective Knowledge
P1X1	Pearson Correlation	1	.614**	.164	.209*	.755**
	Sig. (2-tailed)		.000	.104	.037	.000
	N	100	100	100	100	100
P2X1	Pearson Correlation	.614**	1	.240*	.164	.797**
	Sig. (2-tailed)	.000		.016	.104	.000
	N	100	100	100	100	100
P3X1	Pearson Correlation	.164	.240*	1	.418**	.612**
	Sig. (2-tailed)	.104	.016		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
P4X1	Pearson Correlation	.209*	.164	.418**	1	.578**
	Sig. (2-tailed)	.037	.104	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Objective Knowledge	Pearson Correlation	.755**	.797**	.612**	.578**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	

Correlations X2

		P5X2	P6X2	P7X2	P8X2	P9X2	Subjective Knowledge
P5X2	Pearson Correlation	1	.408**	.054	.232*	.169	.473**
	Sig. (2-tailed)		.000	.591	.020	.092	.000
	N	100	100	100	100	100	100
P6X2	Pearson Correlation	.408**	1	.026	.268**	.181	.468**
	Sig. (2-tailed)	.000		.796	.007	.071	.000
	N	100	100	100	100	100	100
P7X2	Pearson Correlation	.054	.026	1	.205*	.073	.607**
	Sig. (2-tailed)	.591	.796		.041	.469	.000
	N	100	100	100	100	100	100
P8X2	Pearson Correlation	.232*	.268**	.205*	1	.222*	.690**
	Sig. (2-tailed)	.020	.007	.041		.026	.000
	N	100	100	100	100	100	100
P9X2	Pearson Correlation	.169	.181	.073	.222*	1	.602**
	Sig. (2-tailed)	.092	.071	.469	.026		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Subjective Knowledge	Pearson Correlation	.473**	.468**	.607**	.690**	.602**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	

Correlations X3

		P10X3	P11X3	P12X3	P13X3	Experience
P10X3	Pearson Correlation	1	.390**	.126	.204*	.635**
	Sig. (2-tailed)		.000	.211	.041	.000
	N	100	100	100	100	100
P11X3	Pearson Correlation	.390**	1	.177	.254*	.591**
	Sig. (2-tailed)	.000		.078	.011	.000
	N	100	100	100	100	100
P12X3	Pearson Correlation	.126	.177	1	.105	.569**
	Sig. (2-tailed)	.211	.078		.301	.000
	N	100	100	100	100	100
P13X3	Pearson Correlation	.204*	.254*	.105	1	.586**
	Sig. (2-tailed)	.041	.011	.301		.000
	N	100	100	100	100	100
Experience	Pearson Correlation	.635**	.591**	.569**	.586**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations Y

		P14Y	P15Y	P16Y	P17Y	P18Y	P19Y	P20Y	P21Y	P22Y	Keputusan Nasabah
P14Y	Pearson Correlation	1	.142	.023	.230*	.117	.377**	.370**	.232*	.497**	.516**
	Sig. (2-tailed)		.159	.821	.021	.246	.000	.000	.020	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P15Y	Pearson Correlation	.142	1	.242*	.305**	.116	.375**	.075	.467**	.207*	.610**
	Sig. (2-tailed)	.159		.015	.002	.250	.000	.461	.000	.038	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P16Y	Pearson Correlation	.023	.242*	1	.448**	.258**	.198*	.179	.077	.112	.544**
	Sig. (2-tailed)	.821	.015		.000	.010	.048	.075	.447	.266	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P17Y	Pearson Correlation	.230*	.305**	.448**	1	.172	.236*	.289**	.291**	.292**	.654**
	Sig. (2-tailed)	.021	.002	.000		.087	.018	.004	.003	.003	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P18Y	Pearson Correlation	.117	.116	.258**	.172	1	.172	.277**	.157	.384**	.493**
	Sig. (2-tailed)	.246	.250	.010	.087		.088	.005	.118	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P19Y	Pearson Correlation	.377**	.375**	.198*	.236*	.172	1	.242*	.222*	.165	.598**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.048	.018	.088		.015	.026	.101	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P20Y	Pearson Correlation	.370**	.075	.179	.289**	.277**	.242*	1	.228*	.448**	.532**
	Sig. (2-tailed)	.000	.461	.075	.004	.005	.015		.023	.000	.000

	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P21Y	Pearson Correlation	.232*	.467**	.077	.291**	.157	.222*	.228*	1	.413**	.601**
	Sig. (2-tailed)	.020	.000	.447	.003	.118	.026	.023		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P22Y	Pearson Correlation	.497**	.207*	.112	.292**	.384**	.165	.448**	.413**	1	.616**
	Sig. (2-tailed)	.000	.038	.266	.003	.000	.101	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Keputusan Nasabah	Pearson Correlation	.516**	.610**	.544**	.654**	.493**	.598**	.532**	.601**	.616**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

4. Uji Reliabilitas

Reliability Statistics X1

Cronbach's Alpha	N of Items
.635	4

Item-Total Statistics X1

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1X1	11.41	3.355	.510	.493
P2X1	11.74	2.821	.502	.501
P3X1	11.07	4.106	.344	.611
P4X1	11.23	4.320	.329	.620

Reliability Statistics X2

Cronbach's Alpha	N of Items
.455	5

Item-Total Statistics X2

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P5X2	14.59	5.295	.288	.400
P6X2	14.60	5.374	.301	.402
P7X2	15.63	4.054	.160	.496
P8X2	15.14	3.798	.369	.292
P9X2	15.00	4.222	.236	.406

Reliability Statistics X3

Cronbach's Alpha	N of Items
.490	4

Item-Total Statistics X3

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P10X3	11.07	3.399	.333	.371
P11X3	10.77	3.835	.414	.331
P12X3	10.89	3.675	.184	.530
P13X3	10.86	3.899	.258	.443

Reliability StatisticsY

Cronbach's Alpha	N of Items
.737	9

5. Regresi Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.034	.273		3.791	.000
	Objective Knowledge	.263	.058	.354	4.511	.000
	Subjective Knowledge	.244	.074	.273	3.288	.001
	Experience	.220	.061	.297	3.595	.001

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	10.226	3	3.409	34.680	.000 ^a
	Residual	9.534	97	.098		
	Total	19.760	100			

a. Predictors: (Constant), Experience, Objective Knowledge, Subjective Knowledge

b. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.719 ^a	.518	.503	.314	2.151

a. Predictors: (Constant), Experience, Objective Knowledge, Subjective Knowledge

b. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Lampiran 5: Data Primer Jumlah Nasabah PT. Bank BNI Syariah Cabang

Pontianak

2014			
NO	PRODUK	ACCOUNT TYPE	NOA
1	DEPOSITO	3901 : Deposito 1 Bulan	20
2	DEPOSITO	3901 : Deposito 1 Bulan	2
3	DEPOSITO	3901 : Deposito 12 Bulan	95
4	DEPOSITO	3901 : Deposito 12 Bulan	5
5	DEPOSITO	3901 : Deposito 6 Bulan	1
6	DEPOSITO	3901 : Deposito 6 Bulan	1
7	GIRO	1901 : Perorangan	13
8	GIRO	1901 : Perorangan	3
9	GIRO	1902 : Perusahaan	62
10	GIRO	1902 : Perusahaan	3
11	TABUNGAN	2901 : Tabungan iB Hasanah Perorangan	3,113
12	TABUNGAN	2901 : Tabungan iB Hasanah Perorangan	797
13	TABUNGAN	2901 : Tabungan iB Hasanah Perorangan	8
14	TABUNGAN	2901 : Tabungan iB Hasanah Perorangan	9
15	TABUNGAN	2902 : Tabungan iB Hasanah Non Perorangan	56
16	TABUNGAN	2902 : Tabungan iB Hasanah Non Perorangan	5
17	TABUNGAN	2911 : Tabungan iB KTM Perorangan	2,792
18	TABUNGAN	2911 : Tabungan iB KTM Perorangan	21
19	TABUNGAN	2911 : Tabungan iB KTM Perorangan	4
20	TABUNGAN	2941 : Tabungan iB Haji hasanah Perorangan	576
21	TABUNGAN	2941 : Tabungan iB Haji hasanah Perorangan	63
22	TABUNGAN	2941 : Tabungan iB Haji hasanah Perorangan	2
23	TABUNGAN	2941 : Tabungan iB Haji hasanah Perorangan	10
24	TABUNGAN	2961 : Tabungan iB Bisnis Hasanah Perorangan	150
25	TABUNGAN	2961 : Tabungan iB Bisnis Hasanah Perorangan	24
26	TABUNGAN	2961 : Tabungan iB Bisnis Hasanah Perorangan	1
27	TABUNGAN	2961 : Tabungan iB Bisnis Hasanah Perorangan	1
28	TABUNGAN	2962 : Tabungan iB Bisnis Hasanah Non Perorangan	8
29	TABUNGAN	2962 : Tabungan iB Bisnis Hasanah Non Perorangan	1
30	TABUNGAN	1981 : Tabungan iB Tapenas Hasanah	47
31	TABUNGAN	1981 : Tabungan iB Tapenas Hasanah	7
32	TABUNGAN	2991 : Tabungan iB Tunas Perorangan	233

33	TABUNGAN	2991 : Tabungan iB Tunas Perorangan	18
----	----------	-------------------------------------	----

2015			
NO	PRODUK	ACCOUNT TYPE	NOA
1	DEPOSITO	3901 : Deposito 1 Bulan	5
2	DEPOSITO	3901 : Deposito 1 Bulan	128
3	DEPOSITO	3901 : Deposito 12 Bulan	8
4	DEPOSITO	3901 : Deposito 12 Bulan	1
5	DEPOSITO	3901 : Deposito 6 Bulan	1
6	DEPOSITO	3901 : Deposito 6 Bulan	1
7	GIRO	1901 : Perorangan	14
8	GIRO	1901 : Perorangan	3
9	GIRO	1902 : Perusahaan	84
10	GIRO	1902 : Perusahaan	4
11	GIRO	1903 : Pemerintah	1
12	GIRO	1931 : Perorangan	3
13	TABUNGAN	2901 : Tabungan iB Hasanah Perorangan	4,215
14	TABUNGAN	2901 : Tabungan iB Hasanah Perorangan	976
15	TABUNGAN	2901 : Tabungan iB Hasanah Perorangan	8
16	TABUNGAN	2901 : Tabungan iB Hasanah Perorangan	15
17	TABUNGAN	2902 : Tabungan iB Hasanah Non Perorangan	67
18	TABUNGAN	2902 : Tabungan iB Hasanah Non Perorangan	6
19	TABUNGAN	2911 : Tabungan iB KTM Perorangan	2,698
20	TABUNGAN	2911 : Tabungan iB KTM Perorangan	20
21	TABUNGAN	2911 : Tabungan iB KTM Perorangan	4
22	TABUNGAN	2941 : Tabungan iB Haji hasanah Perorangan	1,765
23	TABUNGAN	2941 : Tabungan iB Haji hasanah Perorangan	131
24	TABUNGAN	2941 : Tabungan iB Haji hasanah Perorangan	2
25	TABUNGAN	2941 : Tabungan iB Haji hasanah Perorangan	13
26	TABUNGAN	2961 : Tabungan iB Bisnis Hasanah Perorangan	159
27	TABUNGAN	2961 : Tabungan iB Bisnis Hasanah Perorangan	31
28	TABUNGAN	2961 : Tabungan iB Bisnis Hasanah Perorangan	1
29	TABUNGAN	2961 : Tabungan iB Bisnis Hasanah Perorangan	1
30	TABUNGAN	2962 : Tabungan iB Bisnis Hasanah Non Perorangan	11
31	TABUNGAN	2962 : Tabungan iB Bisnis Hasanah Non Perorangan	1
32	TABUNGAN	1981 : Tabungan iB Tapenas Hasanah	100
33	TABUNGAN	1981 : Tabungan iB Tapenas Hasanah	29

34	TABUNGAN	2991 : Tabungan iB Tunas Perorangan	2,825
35	TABUNGAN	2991 : Tabungan iB Tunas Perorangan	151

2016			
NO	PRODUK	ACCOUNT TYPE	NOA
1	DEPOSITO	3901 : Deposito 1 Bulan	8
2	DEPOSITO	3901 : Deposito 12 Bulan	159
3	DEPOSITO	3901 : Deposito 6 Bulan	1
4	DEPOSITO	3901 : Deposito 12 Bulan	1
5	GIRO	1901 : Perorangan	15
6	GIRO	1902 : Perusahaan	101
7	GIRO	1903 : Pemerintahan	1
8	GIRO	1904 : Giro Escrow	23
9	GIRO	1931 : Perorangan	3
10	TABUNGAN	2901 : Tabungan iB Haji hasanah Perorangan	7,67
11	TABUNGAN	2902 : Tabungan iB Haji hasanah Non Perorangan	90
12	TABUNGAN	2911 : Tabungan iB KTM Perorangan	2,669
13	TABUNGAN	2941 : Tabungan iB Haji hasanah Perorangan	2,36
14	TABUNGAN	2961 : Tabungan iB Bisnis Hasanah Perorangan	239
15	TABUNGAN	2962 : Tabungan iB Bisnis Hasanah Non Perorangan	17
16	TABUNGAN	1981 : Tabungan iB Tapenas Hasanah	112
17	TABUNGAN	2991 : Tabungan iB Tunas Perorangan	15,421