PENGARUH PENGETAHUAN, KEPERCAYAAN, DAN MOTIF EMOSIONAL TERHADAP MINAT MASYARAKAT MUSLIM DALAM MENGGUNAKAN PRODUK DAN JASA BANK SYARIAH DI WILAYAH KABUPATEN BANYUMAS

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Oleh :
Yessi Elsa Saputri
NIM. 1817202178

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
PROF. K.H SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
2023

PERNYATAAN KEASLIAN

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	: Yessi Elsa Saputri
NIM	: 1817202178
Jenjang	: S.1
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi	: Perbankan Syariah
Judul Skripsi	: Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, dan Motif Emosional Terhadap Minat Masyarakat Muslim dalam Menggunakan Produk dan Jasa Bank Syariah di Wilayah Kabupaten Banyumas

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian – bagian yang dirujuk sumbernya.

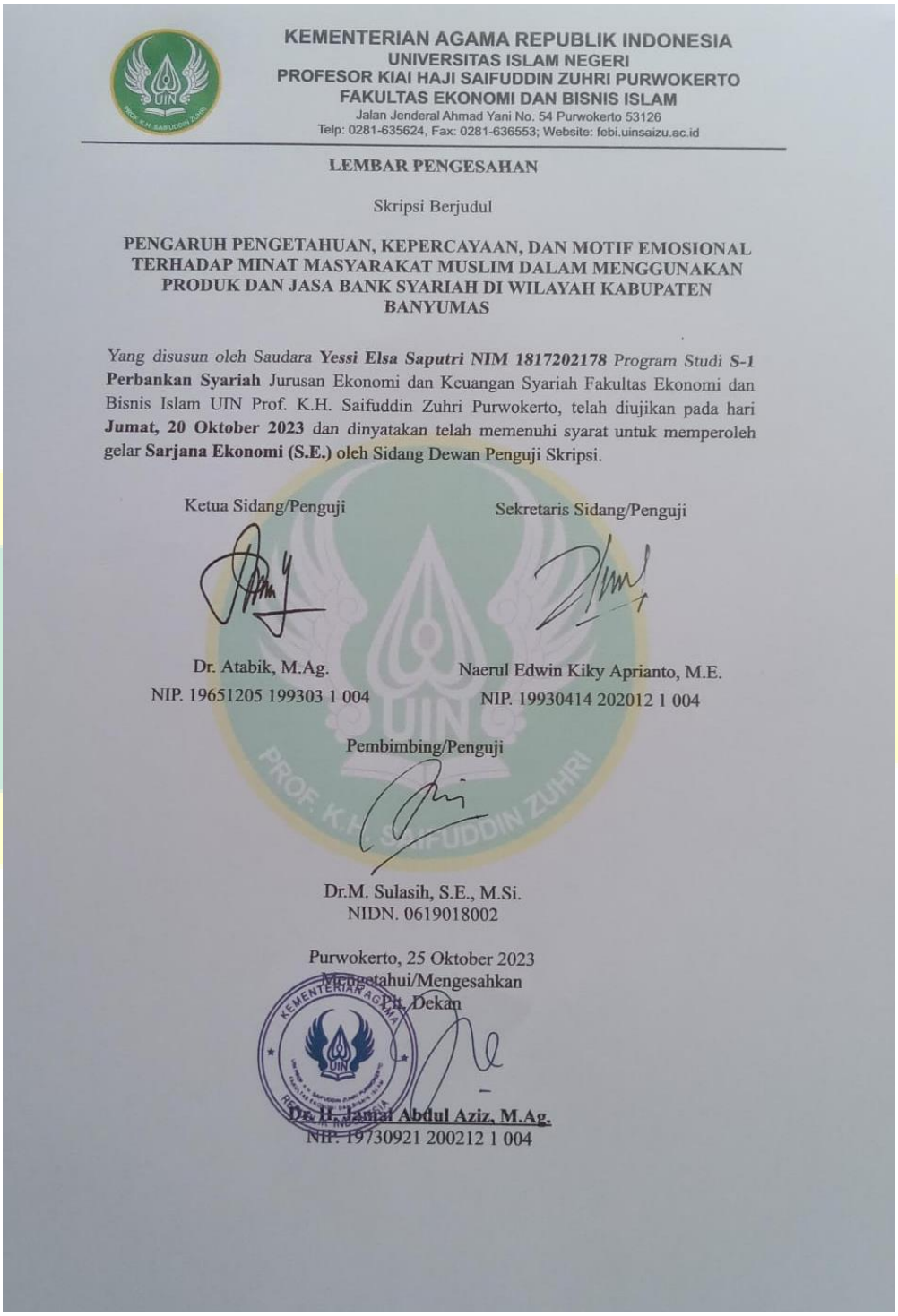
Purwokerto, 3 Agustus 2023

Saya yang menyatakan,

Yessi Elsa Saputri

NIM. 1817202178

LEMBAR PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

PENGARUH PENGETAHUAN, KEPERCAYAAN, DAN MOTIF EMOSIONAL TERHADAP MINAT MASYARAKAT MUSLIM DALAM MENGGUNAKAN PRODUK DAN JASA BANK SYARIAH DI WILAYAH KABUPATEN BANYUMAS

Yang disusun oleh Saudara ***Yessi Elsa Saputri NIM 1817202178*** *Program Studi* ***S-1 Perbankan Syariah*** Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Jumat, 20 Oktober 2023** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Dr. Atabik, M.Ag.
NIP. 19651205 199303 1 004

Sekretaris Sidang/Penguji

Naerul Edwin Kiky Aprianto, M.E.
NIP. 19930414 202012 1 004

Pembimbing/Penguji

Dr.M. Sulasih, S.E., M.Si.
NIDN. 0619018002

Purwokerto, 25 Oktober 2023
Mengetahui/Mengesahkan
Plt. Dekan

Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada
Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
di-
Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudara Yessi Elsa Saputri NIM 1817202178 yang berjudul :

Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, dan Motif Emosional Terhadap Minat Masyarakat Muslim dalam Menggunakan Produk dan Jasa Bank Syariah di Wilayah Kabupaten Banyumas

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diajukan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Perbankan Syari'ah (S.E.).

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, 3 Agustus 2023
Dosen Pembimbing,

Sulasih, S.E., M.Si
NIDN. 0619018002

MOTTO

"Tidak ada kata terlambat untuk kamu yang mau berusaha berjalan meskipun sangat pelan. Seperti peribahasa jawa " Alon-Alon Asal Kelakon ".

"Kamu bukan beban bagi orangtuamu, melainkan sebuah harapan."

- Yessi Elsa Saputri, 2023 -

Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, dan Motif Emosional Terhadap Minat Masyarakat Muslim dalam Menggunakan Produk dan Jasa Bank Syariah di Wilayah Kabupaten Banyumas

Yessi Elsa Saputri
NIM. 1817202178
E-mail : yessielsa21@gmail.com
Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRAK

Perkembangan Bank Syariah di Indonesia terbilang cukup pesat sejak awal kemunculannya. Namun, berdasarkan data dari Otoritas Jasa Keuangan, menyebutkan bahwa pangsa pasar bank syariah masih tergolong sedikit jika dibandingkan dengan bank konvensional. Hal tersebut dapat dilihat dari jumlah rekening nasabah bank syariah di Kabupaten Banyumas yang hanya memiliki 381.000 rekening nasabah dari seluruh total nasabah sebanyak 4.177.225 pada tahun 2022. Hal itu mengindikasikan bahwa minat masyarakat muslim khususnya di Kabupaten Banyumas terhadap bank syariah masih tergolong kecil. Hal ini terjadi karena sebagian masyarakat muslim di Kabupaten Banyumas masih memiliki sedikit informasi mengenai bank syariah. Tujuan dari diadakannya penelitian ini ialah untuk menganalisis pengaruh pengetahuan, kepercayaan, dan motif emosional terhadap minat masyarakat muslim dalam menggunakan produk dan jasa bank syariah.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat muslim di wilayah Kabupaten Banyumas. Metode penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan teknik *purposive sampling* dengan cara menyebar kuisioner kepada 125 responden. Peneliti menggunakan teknik analisis regresi linier berganda dengan pengolahan data menggunakan SPSS 20.

Hasil dari penelitian ini menunjukan bahwa variabel pengetahuan, kepercayaan, serta motif emosional secara parsial berpengaruh positif terhadap minat masyarakat menggunakan produk dan jasa bank syariah. Serta secara simultan variabel independen dalam penelitian ini berpengaruh positif terhadap minat masyarakat menggunakan produk dan jasa bank syariah di wilayah Kabupaten Banyumas.

Kata Kunci : Pengetahuan, Kepercayaan, Motif Emosional, Minat menggunakan Bank Syariah

The Influence of Knowledge, Beliefs, and Emotional Motives on the Interest of the Muslim Community in Using Sharia Bank Products and Services in Banyumas Regency

Yessi Elsa Saputri
NIM. 1817202178
E-mail : yessielsa21@gmail.com
Islamic Banking Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business
State Islamic University Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purrwokerto

ABSTRACT

The development of Sharia Banks in Indonesia is quite rapid since the beginning of its appearance. However, based on data from the Financial Services Authority, it is stated that the market share of Islamic banks is still relatively small when compared to conventional banks. This can be seen from the number of Islamic bank customer accounts in Banyumas Regency which only has 381.000 customer accounts out of a total of 4.177.225 customers in 2022. This indicates that the interest of the Muslim community, especially in Banyumas Regency, towards Islamic banks is still relatively small. This happens because some Muslim communities in Banyumas Regency still have little information about Islamic banks. The purpose of this study is to analyze the influence of knowledge, beliefs, and emotional motives on the interest of the Muslim community in using Islamic bank products and services.

The population in this study is the entire Muslim community in the Banyumas Regency area. The research method used quantitative methods with purposive sampling techniques by distributing questionnaires to 125 respondents. Researchers used multiple linear regression analysis techniques with data processing using SPSS 20.

The results of this study show that the variables of knowledge, trust, and emotional motives partially have a positive effect on public interest in using Islamic bank products and services. And simultaneously the independent variables in this study have a positive effect on public interest in using Islamic bank products and services in the Banyumas Regency area.

Keywords : Knowledge, Trust, Emotional Motives, Interest in using Islamic Banks

PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam menyusun skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor : 158/1987 dan Nomor : 0543b/U/1987.

1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba’	B	Be
ت	ta’	T	Te
ث	Ša	Š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	H	H̲	ha (dengan garis dibawah)
خ	kha’	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Źal	Ź	ze (dengan titik di atas)
ر	ra’	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Ṣad	S̲	es (dengan garis di bawah)
ض	d’ad	D̲	de (dengan garis dibawah)
ط	Ṭa	T̲	te (dengan garis di bawah)
ظ	Ża	Z	zet (dengan garis di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge

ف	fa’	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	‘el
م	Mim	M	‘em
ن	Nun	N	‘en
و	Waw	W	W
ه	ha’	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	ya’	Y	Ye

2. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* ditulis rangkap.

عدة	Ditulis	*‘iddah*

3. Ta’marbutah di akhir kata bila dimatikan ditulis h.

حكمة	Ditulis	*Hikmah*	جزية	Ditulis	*Jizyah*

(ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, salat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

a. Bila diikuti dengankata sandang “al” serta bacaan ke dua itu terpisah, makaditulis dengan h.

كرمة الأولياء	Ditulis	*Karămah* Al-Auliyă

b. Bila ta’ marbutah hidup atau dengan harakat, fathah atau kasrah atau dhommahditulis dengan t.

زكاةالفطر	Ditulis	*Zakât* al-fitr

4. Vokal Pendek

◌َ	Fathah	Ditulis	A
◌ِ	Kasrah	Ditulis	I
◌ُ	Dammah	Ditulis	U

5. Vokal panjang

1.	Fathah + Alif	Ditulis	A
	جاهلية	Ditulis	*Jâhiliyah*
2.	Fathah + Ya' mati	Ditulis	A
	تنسي	Ditulis	*Tansa*
3.	Kasrah + Ya' mati	Ditulis	I
	كريم	Ditulis	*Karîm*
4.	Dammah + wawu mati	Ditulis	U
	فروض	Ditulis	*Furûd*

6. Vokal rangkap

1.	Fathah + Ya' mati	Ditulis	Ai
	بينكم	Ditulis	*Bainakum*
2.	Fathah + Wawu mati	Ditulis	Au
	قول	Ditulis	*Qaul*

7. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan apostrof

أأنتم	Ditulis	*a'antum*
أعدت	Ditulis	*u'iddat*

8. Kata sandang alif + lam

a. Bila diikuti huruf qomariyah

القياس	Ditulis	*al-qiyâs*

b. Bila diikuti huruf syamsiyyah

السماء	Ditulis	As-samâ

9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذوي الفروض	Ditulis	Zawi al-furûd

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahhirabbal'alamin, puji syukur atas limpahan kaarunia serta nikmat yang telah Allah SWT berikan kepada saya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Untuk itu, saya persembahkan skripsi ini kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan anugerah serta mengabulkan semua doa doa saya, memberikan kemudahan serta kelancaran dalam proses penyusunan skripsi, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Orang tua saya tercinta, Bapak Slamet Riyadi dan Ibu Wiwin Suprihatin yang selalu memberikan suport, semangat kepada saya untuk tidak gampang menyerah. Selalu mendoakan saya disetiap sujudmu, memberikan saya segala fasilitas baik yang bersifat materi maupun non materi. Terimakasih atas segala cinta dan kasih sayangnya, terimakasih telah mengajarkan saya arti dari kesabaran, mengajarkan untuk menjadi wanita yang tangguh dan mandiri. Terimakasih karena telah menjadi alasan saya untuk menyelesaikan pendidikan S1, dan untuk senantiasa bangkit dikala sedang cengeng. Semoga allah senantiasa membalas kebaikan serta kasih sayang yang kalian berikan kepada saya.
3. Adik saya yang saya sayangi, Vera Aprillia Salma. Terimakasih atas segala suport serta doa nya. Semoga kamu bisa menjadi wanita yang hebat melebihi kakakmu ini suatu saat nanti.
4. Keluarga besar saya, baik dari bapak maupun ibu. Terimakasih telah membantu memberikan semangat dan juga doa doa kepada saya. Semoga kalian senantiasa dilindungi oleh Allah SWT.
5. Teman-teman saya tercinta, yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Terimakasih telah membantu saya dalam proses penyusunan skripsi, terimakasih telah menjawab pertanyaan – pertanyaan saya, memberi motivasi serta semangat untuk tetap bangkit dikala jatuh.

6. Teman-teman seperjuangan Perbankan Syariah D 2018 dimanapun kalian berada, terimakasih karena telah menjadi teman saya selama dibangku kuliah, terimakasih atas kenangan indah yang telah kita buat bersama. Semangat untuk kalian yang masih berjuang memperoleh gelar, dan semangat juga untuk kalian yang belum / sudah bekerja, semangat untuk meraih tujuan kalian masing-masing.
7. Terimakasih untuk pemilik channel youtube Sigit Raharjo, terimakasih atas pembelajaran dan tutorialnya mengenai bagaimana cara mengolah data pada SPSS, buat saya yang memulai belajar olah data dari nol. Channel bapak sudah banyak membantu saya, penjelasannya sangat mudah dipahami dan dimengerti untuk pemula, terimakasih.
8. Terakhir, saya ingin mengucapkan terimakasih kepada diri saya sendiri. Terimakasih telah mampu berdiri dengan kaki sendiri dititik ini. Terimakasih telah mau berjuang, berusaha tegar, serta mencoba bangkit kembali meski sudah jatuh berkali kali. Terimakasih telah mampu menghadapi segala macam rintangan baik secara fisik maupun mental dalam proses penyusunan skripsi ini. Lihatlah air mata kesedihan yang pernah kau jatuhkan, kini menjadi air mata yang berbuah manis. Kau harus bangga akan hal itu. Terimakasih diriku..

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta karuniaNya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh kelulusan dari Kampus tercinta UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dan mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (S.E). Sholawat serta salam tidak lupa saya panjatkan kepada Nabi Muhammad SAW, semoga senantiasa mendapat syafaat di yaumul akhir. Proses penyusunan skripsi ini tentunya tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, untuk itu penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. H. Fauzi, M.Ag., selaku Wakil Rektor I Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. H. Sulkhan Chakim, S.Ag., M.M., selaku Wakil Rektor III Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Yoiz Shofwa Shafrani, SP., M.Si. selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., Ak. Selaku Koordinator Prodi Perbankan Syariah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Dr. M Sulasih, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing, terimakasih karena telah meluangkan waktu, tenaga dan pemikirannya untuk memberikan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
8. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
9. Segenap staff dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan kemudahan administrasi dan pelayanan.

10. Segenap masyarakat di Wilayah Kabupaten Banyumas yang menjadi responden dalam penelitian ini yang telah membantu dan berpartisipasi dalam penyelesaian skripsi ini.
11. Kedua orang tua saya tersayang, Bapak Slamet Riyadi dan Ibu Wiwin Suprihatin. Adik saya Vera Aprillia Salma. Terimakasih atas semangat, dukungan dan motivasi selama ini kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi.
12. Teman – teman perjuangan Perbankan Syariah D 2018, terimakasih atas segala kenangan yang telah kita lalui bersama selama berada dibangku kuliah.
13. Serta semua pihak yang telah membantu, yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu. Semoga segala bantuan yang diberikan akan diganti pahala yang banyak oleh Allah SWT.

Penulis menyadari tentunya skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangan. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat untuk berbagai pihak yang membaca skripsi penulis.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Purwokerto, 3 Agustus 2023

Penyusun,

Yessi Elsa Saputri

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan Jumlah Bank Syariah di Indonesia 2
Tabel 1.2 Perbandingan Jumlah Nasabah Bank Konvensional dan Bank Syariah di Kabupaten Banyumas..... 7
Tabel 2.1 Kajian Pustaka..... 40
Tabel 3.1 Skor Skala *Likert*..... 49
Tabel 3.2 Definisi dan Indikator Penelitian 50
Tabel 4.1 Luas Wilayah Per Kecamatan di Kabupaten Banyumas 60
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden..... 62
Tabel 4.3 Agama Responden..... 63
Tabel 4.4 Pendidikan Terakhir Responden 63
Tabel 4.5 Pekerjaan Responden..... 64
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Variabel Pengetahuan (X1) 65
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Variabel Kepercayaan (X2) 66
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden Variabel Motif Emosional (X3)..... 67
Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden Variabel Minat Masyarakat (Y)..... 67
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas 69
Tabel 4.11 Hasil Uji Reabilitas..... 71
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas..... 72
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinieritas 73
Tabel 4.14 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser 74
Tabel 4.15 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda 75
Tabel 4.16 Hasil Uji Parsial (Uji T)..... 77
Tabel 4.17 Hasil Uji Simultan (Uji f) 79
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2) 80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 *Market Share* Bank Syariah 3
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir 45
Gambar 4.1 Lambang Kabupaten Banyumas 57
Gambar 4.2 Peta Denah Kabupaten Banyumas 59
Gambar 4.3 Responden Menurut Alamat Tempat Tinggal / Domisili 61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisioner Penelitian
Lampiran 2. Bukti Penyebaran Kuisioner
Lampiran 3. Tabulasi Data
Lampiran 4. Hasil Uji Instrumen Penelitian
Lampiran 5. Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal
Lampiran 6. Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif
Lampiran 7. Sertifikat KKN
Lampiran 8. Sertifikat PPL
Lampiran 9. Sertifikat BTA/PPI
Lampiran 10. Sertifikat PBM

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN ..... **i**
LEMBAR PENGESAHAN ..... **ii**
NOTA DINAS PEMBIMBING ..... **iii**
MOTTO ..... **iv**
ABSTRAK ..... **v**
ABSTRACT ..... **v**
PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA ..... **vii**
PERSEMBAHAN ..... **xi**
KATA PENGANTAR ..... **xiii**
DAFTAR TABEL ..... **xv**
DAFTAR GAMBAR ..... **xvi**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xvii**
DAFTAR ISI ..... **xviii**
BAB I PENDAHULUAN **1**
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Rumusan Masalah 8
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian 9
D. Sistematika Pembahasan 10
BAB II LANDASAN TEORI **11**
A. Landasan Teori 11
B. Landasan Teologis 37
C. Kajian Pustaka 39
D. Rumusan Hipotesis 43
BAB III METODE PENELITIAN **47**
A. Jenis Penelitian 47
B. Tempat dan Waktu Penelitian 47
C. Populasi dan Sampel 47
D. Teknik Pengumpulan Data 49
E. Variabel dan Indikator Penelitian 49
F. Teknik Analisis Data 53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN **57**
A. Gambaran Umum Masyarakat Muslim Wilayah Kabupaten Banyumas 57
B. Deskripsi Karakteristik Responden 61
C. Statistik Deskriptif 65
D. Analisis Hasil Penelitian 68
E. Pembahasan Hasil Penelitian 80

BAB V PENUTUP 87
A. Kesimpulan 87
B. Saran 88
DAFTAR PUSTAKA 90
LAMPIRAN-LAMPIRAN 95

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perbankan ialah suatu lembaga keuangan yang amat berperan penting dalam perekonomian suatu bangsa, karena bank mampu memenuhi berbagai kebutuhan masyarakat dengan cara menyediakan layanan perkreditan serta penyediaan jasa yang ditawarkan. Dapat dikatakan bahwa bank merupakan inti dari suatu perekonomian negara. Kegiatan bank berupa menghimpun dana dari masyarakat yang memiliki banyak dana dalam bentuk tabungan, dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat yang tidak memiliki cukup dana dalam bentuk pinjaman atau pembiayaan, dan menyediakan jasa lain yang masyarakat butuhkan dengan tujuan untuk mensejahterakan rakyat banyak (Pitaloka, 2020).

Secara garis besar pembagian Bank di Indonesia, terbagi atas 2 jenis, yang pertama Bank Konvensional, dan yang kedua ialah Bank Syariah. Bank Konvensional merupakan suatu lembaga keuangan bank yang kegiatannya menghimpun dan menyalurkan dana kepada masyarakat dengan mendapat keuntugan berupa bunga. Sedangkan, Bank Syariah merupakan bank yang dalam menjalankan kegiatan usahanya secara syar'i dan berdasarkan kepatuhan syariah, tidak mengenal adanya bunga, melainkan sistem bagi hasil disebut Bank Syariah. Awal munculnya Bank Syariah pertama kali di Indonesia ditandai dengan berdirinya Bank Muamalat Indonesia (BMI) yang nota keputusan berdirinya ditandatangani pada 1 November 1991 (Nofinawati, 2016).

Berdasarkan pada UU No. 21 tahun 2008 menyebutkan bahwa, perbankan syariah merupakan semua hal yang terkait dengan bank serta unit usaha syariah, yang terdiri atas lembaga keuangan, kegiatan-kegiatan usahanya, dan tata cara proses pelaksana kegiatan usaha. Bank Syariah mencakup 3 hal, yaitu Bank Umum Syariah (BUS), Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS), serta Unit Usaha Syariah (UUS) (Rahma, 2019).

Bank Syariah mulai berkembang pesat sejak era reformasi pada akhir tahun 1990, yaitu semenjak pemerintah dan Bank Indonesia mengeluarkan kebijakan untuk mengembangkan Bank Syariah, dan sejak dikeluarkannya UU No. 10 tahun 1998 dimana kebijakan tersebut bertujuan untuk memperluas jumlah kantor dan perluasan operasi Bank untuk meningkatkan penawaran, serta mengembangkan pemahaman masyarakat dari sisi permintaannya (Sumarno et al., 2021). Perkembangan jumlah Bank Syariah di Indonesia terbilang cukup pesat sejak awal dimulai kegiatan usahanya pada tahun 1992, penjelasan tersebut dapat diperinci pada tabel dibawah ini:

Tabel 1.1
Perkembangan Jumlah Bank Syariah di Indonesia Tahun 2019 – 2022

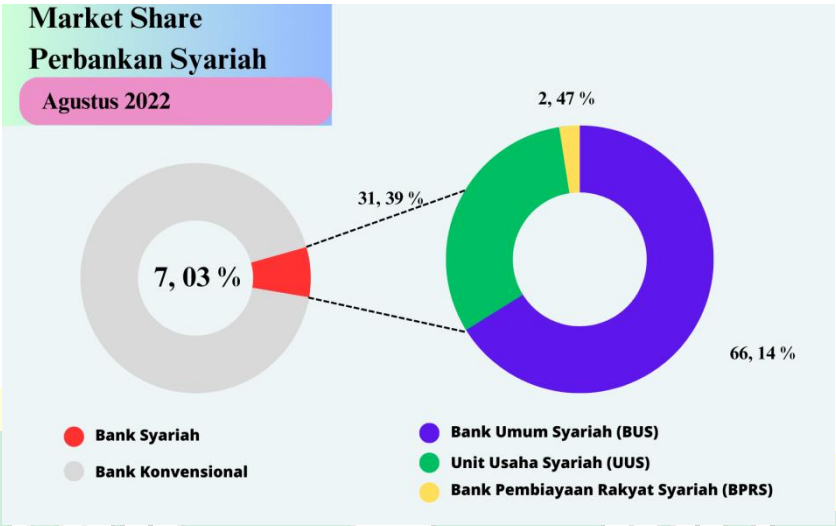
Indikator	2019	2020	2021	2022
Bank Umum Syariah (BUS)	14	14	12	12
Unit Usaha Syariah (UUS)	20	20	21	21
Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)	164	163	164	166

Sumber : Data Statistik Perbankan Syariah Juli 2022

Berdasarkan data pada tabel 1.1 diatas menyimpulkan bahwa perkembangan Bank Syariah di Indonesia dari tahun 2019 sampai dengan tahun 2022 dapat dikatakan cenderung meningkat. Adapun Jumlah Bank Syariah di Indonesia pada tahun 2022 dapat dikatakan cukup banyak dengan rincian 12 Bank Umum Syariah (BUS), 21 Unit Usaha Syariah (UUS), dan 166 Bank Pembiayaan Rakyat syariah (BPRS). Berdasarkan data diatas Bank Syariah belum sepenuhnya menjadi pilihan utama masyarakat meskipun mayoritas penduduk Indonesia adalah Muslim. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya masyarakat muslim yang lebih memilih Bank Konvensional dibandingkan Bank Syariah, hal tersebut dijabarkan pada Perkembangan pangsa pasar Bank Syariah seperti gambar dibawah ini :

Gambar 1.1

***Market Share* Bank Syariah**



Sumber : Otoritas Jasa Keuangan

Berdasarkan data diatas, pangsa pasar Bank Syariah baru mencapai 7, 03% pada Agustus 2022. Dengan rincian, 66,14% Bank Umum Syariah, 31,39% Unit Usaha Syariah, dan sebanyak 2,47% Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Pangsa pasar Bank Syariah masih jauh dibawah Bank Konvesional. Padahal dilihat dari banyaknya penduduk Indonesia yang mayoritas beragama muslim, seharusnya potensi Bank Syariah di Indonesia juga besar. Hal tersebut mengindikasikan pada minat masyarakat muslim di Indonesia terhadap Bank Syariah masih terbilang kecil.

Jumlah bank syariah di Indonesia setiap tahunnya selalu mengalami peningkatan. Salah satu hal yang mempengaruhinya adalah semakin bertambahnya bank di Indonesia yang telah mengooperasikan prinsip syariah di dalamnya. Akan tetapi jumlah nasabah Bank Syariah masih terlihat sangat sedikit jika dibandingkan dengan jumlah warga masyarakat di Indonesia yang mayoritas beragama islam. Presentase keikutsertaan masyarakat muslim di Indonesia hanya 9,13% dibandingkan dengan jumlah keseluruhan masyarakat muslim di Indonesia. Dengan ini menunjukkan bahwa minat Masyarakat Muslim Indonesia terhadap perkembangan perbankan syariah masih sangat kurang.

Fenomena masih sedikitnya minat masyarakat muslim terhadap bank syariah terjadi di wilayah Kabupaten Banyumas dengan mayoritas penduduknya bergama islam. Masyarakat di wilayah Kabupaten Banyumas masih sangat banyak yang menjadi nasabah di Bank Konvensional jika dibandingkan di Bank Syariah. Hal ini peneliti ketahui dari hasil penelitian terdahulu dan dengan mewawancarai sebagian masyarakat yang peneliti temui, dimana mereka mengatakan bahwa mereka telah memiliki buku rekening Bank Konvensional dan hanya sedikit yang mengaku memiliki buku rekening di Bank Syariah. Kurangnya minat masyarakat muslim untuk beralih menggunakan Bank Syariah dapat dilihat dari hasil penelitian pada tahun 2022 oleh Munis yang menyatakan bahwa kurangnya minat masyarakat muslim menggunakan Bank Syariah di Kecamatan Pelaiahari disebabkan karena kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai bank syariah, kepercayaan masyarakat muslim terhadap bank syariah yang masih rendah, serta masih banyak masyarakat yang lebih memilih menggunakan Bank Konvensional dibandingkan Bank Syariah.

Sebelum memutuskan untuk memilih menggunkan bank syariah, mereka terlebih dahulu akan mencari informasi terkait bank syariah. Menurut Muliono (2019) pengetahuan ialah suatu respon akan suatu persoalan yang timbul dalam bermasyarakat, yang terdiri atas persepsi, konsep perkiraan maupun gagasan tentang objek dan gagasan yang harus dijawab dan diselesaikan (Nurbaiti et al., 2020). Berdasarkan hasil pengamatan terhadap masyarakat muslim di wilayah Banyumas, penulis melihat sebagian masyarakat sudah mengetahui informasi mengenai Bank Syariah bahwa bank syariah merupakan bank yang berprinsip bagi hasil serta terhindar dari riba. Namun, sebagian masyarakat di wilayah Banyumas lainnya terkait pengetahuannya mengenai Bank Syariah, tidak mengetahui secara pasti bank syariah itu seperti apa. Beberapa masyarakat menganggap bahwa bank syariah merupakan bank yang berbunyi syariah tanpa mengetahui secara pasti informasi mengenai Bank Syariah tersebut. Pengetahuan masyarakat muslim terkait bank syariah dapat dilihat dari

penelitian yang dilakukan oleh Sumarno, Rusto Nawawi, Iwan Darmawan, dan Jeki Saeki (2021) menyimpulkan bahwa pengetahuan bepengaruh positif terhadap minat masyarakat menggunakan Bank Syariah. Dan penelitian Abdul Malik, Ahmad Syahrizal, dan Anisah (2021) menyimpulkan bahwa pengetahuan tidak berpengaruh positif terhadap minat masyarakat menggunakan Bank Syariah. Indikator pengetahuan yang dipakai dalam penelitian ini yaitu pengetahuan tentang karakteristik produk, pengetahuan tentang manfaat produk, dan pengetahuan tentang konsep dasar bank syariah (Dewi, 2021)

Minat masyarakat muslim terhadap penggunaan produk dan jasa bank syariah juga dapat dipengaruhi oleh faktor kepercayaan. Kepercayaan masyarakat terhadap bank syariah sangatlah penting bagi pihak bank. Dengan kepercayaan yang ditanamkan konsumen terhadap pihak bank akan dapat membuat pihak bank menjalankan kegiatan usahanya dengan baik. Menurut Mayer, Davis dan Schoorman, kepercayaan didefinisikan sebagai kemauan suatu pihak untuk memperoleh perbuatan atas pihak lain dengan harapan pihak tersebut memenuhi keinginannya (Iranati, 2017). Berdasarkan pengamatan peneliti terhadap masyarakat muslim di wilayah Kabupaten Banyumas, kepercayaan yang ditanamkan konsumen terhadap pihak bank masih rendah. Masyarakat muslim diwilayah Banyumas menyatakan bahwa mereka tidak berminat menggunakan bank syariah dikarenakan menurutnya bank syariah sama saja dengan bank konvensional. Terdapat perbedaan hasil penelitian mengenai kepercayaan yang dilakukan oleh Abdul Malik, Ahmad Syahrizal, dan Anisah (2021), yang menyimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat masyarakat menggunakan Bank Syariah. Dan penelitian yang dilakukan oleh Haris Ilham Prabowo (2019), menyimpulkan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat memilih Bank Syariah. Indikator kepercayaan yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah integritas, konsistensi, loyalitas, dan keterbukaan.

Minat masyarakat muslim terhadap penggunaan produk dan jasa bank syariah juga dapat dipengaruhi oleh motivasi. Motivasi dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu motif rasional dan motif emosional. Menurut Nugroho J. Setiadi motif emosional diartikan sebagai suatu kesan bergegas dalam melakukan sesuatu tanpa memikirkan secara baik-baik mengenai sesuatu yang akan terjadi di masa yang akan datang (Fadhilah, 2022). Variabel motif emosional menurut peneliti sangatlah unik dan jarang digunakan dalam penelitian. Berdasarkan pengamatan, rata-rata masyarakat muslim di wilayah banyumas menggunakan bank syariah karena terpengaruh motif emosional, mereka menggunakan bank syariah karena mereka secara spontan hanya merasa aman serta terhindar dari yang namanya riba. Serta beberapa dari mereka mengatakan bahwa pegawai bank syariah sangat ramah dalam melayani nasabahnya. Terdapat perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Umi Fadhilah (2022), yang menyimpulkan bahwa variabel motif emosional berpengaruh terhadap minat masyarakat menggunakan bank syariah. Dan penelitian yang dilakukan oleh Siti Ardella Kamal (2019), menyimpulkan bahwa variabel motif emosional tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat menggunakan bank syariah.

Berdasarkan data dari laman *BPS* Kabupaten Banyumas, jumlah penduduk muslim di kabupaten Banyumas per Desember 2022 sebanyak 1.866.907 Penduduk muslim di kabupaten Banyumas merupakan penduduk muslim terbanyak ketiga di jawa tengah, berada dibawah Kabupaten Brebes dan Kabupaten Cilacap. Kabupaten Banyumas merupakan salah satu kabupaten yang nasabah Bank Syariah nya selalu meningkat setiap tahunnya dari tahun 2019-2022. Selain itu, pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Banyumas pada tahun 2022 mengalami kenaikan sebesar 5,86% berada jauh diatas pertumbuhan ekonomi Kabupaten Cilacap yakni 5,13% dan Kabupaten Brebes yakni 5,70%. Angka ini jauh diatas target pemerintah Kabupaten Banyumas yang hanya mengira akan mencapai 4,5% dan pertumbuhan Kabupaten Banyumas berada diatas pertumbuhan ekonomi Jawa Tengah yang hanya mencapai 5,31% (Wahyuni, 2023). Hasil survei

BPS Kabupaten Banyumas menyebutkan bahwa jumlah Bank Konvensional yang ada di seluruh Kabupaten Banyumas sebanyak 154 dan untuk Bank Umum Syariah/BPRS/UUS sebanyak 41. Data tersebut merupakan data update terakhir dari bps kabupaten Banyumas per Juli 2022. Melihat dari data tersebut dapat dikatakan bahwa Bank Syariah di kabupaten Banyumas sudah cukup banyak. Adapun Bank Syariah yang ada di Kabupaten Banyumas yaitu BRI Syariah, Bank Mandiri Syariah, dan BNI Syariah yang saat ini merger menjadi BSI (Bank Syariah Indonesia) (BPS, 2022). Penelitian ini hanya terbatas pada lingkup Bank Syariah Indonesia di wilayah Kabupaten Banyumas saja. Alasan peneliti memilih Bank Syariah Indonesia untuk diteliti adalah karena Bank Syariah Indonesia baru-baru ini melakukan merger dari tiga bank besar diwilayah Kabupaten Banyumas. Adapun produk dan jasa yang digunakan dalam penelitian ini adalah produk dan jasa dari Bank Syariah Indonesia yaitu BSI Simpanan.

Meski keberadaan Bank Syariah di Kabupaten Banyumas sudah cukup memadai, namun Bank Syariah belum bisa bersaing dengan Bank Konvensional yang sudah lama berdiri, hal ini dibuktikan masih sedikitnya jumlah nasabah Bank Syariah dibandingkan dengan Bank Konvensional di Kabupaten Banyumas, hal itu dapat digambarkan pada tabel dibawah ini :

Tabel 1.2
Perbandingan Jumlah Nasabah Bank Konvensional dan Bank Syariah di Kabupaten Banyumas

Tahun	Jumlah Nasabah Bank Konvensional	Jumlah Nasabah Bank Syariah	Presentase perbandingan jumlah nasabah Bank Syariah dan Bank Konvensional
2016	1.583.937	169.541	9,7%
2017	1.916.749	196.588	9,3%
2018	2.219.155	218.293	9%
2019	2.361.571	255.371	9,8%
2020	2.753.804	294.680	9,7%

2021	3.716.970	360.700	8,8%
2022	3.736.225	381.000	9,3%

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan, 2022

Berdasarkan pada tabel diatas, didapatkan data bahwa jumlah rekening nasabah Bank Syariah di Kabupaten Banyumas pada tahun 2022 hanya 381.000 rekening atau hanya sebanyak 9,3% dari jumlah semua rekening nasabah, jumlah rekening nasabah bank syariah lebih sedikit jika dibandingkan dengan jumlah rekening nasabah Bank Konvensional yang mencapai 3.736.225 atau sekitar 90,7%. Hal ini menunjukkan bahwasanya minat masyarakat di Kabupaten Banyumas untuk menggunakan Bank Syariah masih tergolong sedikit jika dibandingkan dengan Bank Konvensional. Hal tersebut sesuai dengan hasil observasi yang dilakukan peneliti terhadap 25 masyarakat muslim, dimana hanya 6 masyarakat yang mengaku sudah memiliki rekening di Bank Syariah, sedangakan 19 masyarakat lain mengaku memiliki rekening di Bank Konvensional.

Penelitian yang dilakukan ini menggunakan Faktor Pengetahuan, Kepercayaan dan Motif Emosional untuk menganalisis minat Masyarakat Muslim dalam memilih Produk dan Jasa di Bank Syariah. Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah tersebut diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, dan Motif Emosional Terhadap Minat Masyarakat Muslim dalam Menggunakan Produk dan Jasa Bank Syariah di Wilayah Kabupaten Banyumas".**

B. Rumusan Masalah

1. Apakah pengetahuan secara parsial berpengaruh terhadap minat masyarakat muslim menggunakan produk dan jasa di bank syariah ?
2. Apakah kepercayaan secara parsial berpengaruh terhadap minat masyarakat muslim menggunakan produk dan jasa di bank syariah ?
3. Apakah motif emosional secara parsial berpengaruh terhadap minat masyarakat muslim menggunakan produk dan jasa di bank syariah ?

4. Apakah pengetahuan, kepercayaan, dan motif emosional secara simultan berpengaruh terhadap minat masyarakat muslim menggunakan produk dan jasa di bank syariah ?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan pada penjelasan diatas, adapun tujuan dan manfaat dari diadakannya penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis apakah secara parsial pengetahuan berpengaruh terhadap minat masyarakat muslim dalam menggunakan produk dan jasa di Bank Syariah.
2. Untuk menganalisis apakah secara parsial kepercayaan berpengaruh terhadap minat masyarakat muslim dalam menggunakan Produk dan Jasa di Bank Syariah
3. Untuk menganalisis apakah secara parsial motif emosional berpengaruh terhadap minat masyarakat muslim dalam menggunakan produk dan jasa di Bank Syariah.
4. Untuk menganalisis apakah secara simultan pengetahuan, kepercayaan, dan motif emosional berpengaruh terhadap minat masyarakat muslim dalam menggunakan produk dan jasa di Bank Syariah.

Adapun manfaat dari diadakannya penelitian ini diantaranya :

a. Manfaat Teoritis
   1. Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu menjadi kontribusi kajian ilmiah mengenai pengaruh pengetahuan, kepercayaan, serta motif emosional terhadap Minat Masyarakat Muslim dalam menggunakan Produk dan Jasa di Bank Syariah.
   2. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan referensi atas penelitian yang akan mendatang.

b. Manfaat Praktis
   1. Memberikan wawasan serta pengetahuan akan minat masyarakat dalam pemilihan Bank Syariah dengan dipengaruhi oleh variabel pengetahuan, kepercayaan, dan motif emosional.

2. Memberikan informasi kepada para pembaca akan minat masyarakat dalam pemilihan Bank Syariah dengan dipengaruhi oleh variabel pengetahuan, kepercayaan, dan motif emosional.

D. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan pembaca dalam memahami isi dari penelitian ini, maka peneliti menyusun sistematika pembahasan secara sistematis yang terdiri atas 5 bab meliputi :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan gambaran penelitian yang akan dilakukan pada skripsi ini. Bab ini berisi pendahuluan yang terdiri atas uraian latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan, manfaat penelitian, serta sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Berupa tinjauan pustaka yang berisikan tentang teori yang berkaitan dengan pokok-pokok pembahasan sebagai penuntun untuk melakukan analisis, mulai dari permasalahan penelitian, kajian pustaka, landasan teologis serta kerangka berfikir.

BAB III METODE PENELITIAN

Berisi uraian metode penelitian yang penulis gunakan, jenis, lokasi dan waktu penelitian, jenis serta sumber data penelitian didapatkan, metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian serta metode dalam penganalisisan data yang digunakan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan mengenai hasil penelitian yang telah dilakukan dan pembahasan tentang uraian analisis data sesuai dengan alat analisis yang peneliti gunakan.

BAB V PENUTUP

Berisi penutup yang terdiri atas kesimpulan berupa ringkasan atas hasil rumusan masalah yang telah dijelaskan serta saran-saran.

BAB II
LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Pengetahuan

a. Pengertian Pengetahuan

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) menjelaskan bahwa, pengetahuan didefinisikan sebagai semua hal yang dapat diketahui dan dipahami sebagai sesuatu yang benar tentang suatu hal tertentu. Pengetahuan adalah hasil dari mengetahui segala hal, mulai dari mengetahui kejadian yang telah dilakukan atau dialami secara sengaja atau tidak sengaja atau akan dilakukan setelah orang tersebut melakukan kontak atau pengamatan langsung terhadap suatu objek (Ofri, 2020). Pengetahuan ialah suatu istilah yang menjelaskan bahwa apabila seseorang mengenal tentang sesuatu. Oleh karena itu, pengetahuan diperluas untuk mencakup subjek apa pun yang membuat motivasi seseorang untuk terus belajar tentang objek yang sedang dibahas dan ingin dipahaminya. Pengetahuan dalam hal ini mengacu pada suatu hasil dari pemahaman manusia atas sesuatu atau pemhaman manusia tentang objek tertentu, terhadap segala sesuatu mengenai subjek dan objek yang dihadapinya (Suryani, 2015).

Blackwell dan Miniard mendefinisikan pengetahuan konsumen sebagai beberapa informasi yang disimpan didalam otak dan bagian dari informasi itu akan berguna bagi konsumen tertentu dalam memahami suatu pasar. Hal ini juga dapat disebut sebagai pengetahuan konsumen (Pasi, 2017). Menurut Rosyid dan Saidiah (2016), pengetahuan ialah suatu informasi tertentu yang sudah disiapkan dan diatur untuk mendapatkan pengalaman dan suatu pembelajaran, serta pemahaman yang akan ternilai hingga dapat diimplementasikan ke dalam suatu proses atau permasalahan bisnis tertentu (Prasetyo & Siwi, 2022).

Berdasarkan atas pemaparan diatas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa pengetahuan diartikan sebagai suatu informasi yang diperoleh dan tersimpan di dalam otak, dan nantinya pengetahuan tersebut akan dapat diterapkan dalam proses pemecahan permasalahan bisnis.

b. Indikator Pengetahuan

Menurut Kotler, setiap konsumen mempunyai tingkatan pengetahuan tertentu yang akan memungkinkan mereka untuk mengakses informasi yang baru saat membuat suatu ketetapan. Dalam proses penawaran suatu produk dan jasa informasi yang diterima oleh masyarakat umum tentang produk dan jasa tersebut akan dapat memberikan konsumen wawasan tentang potensi risiko yang mungkin akan mereka hadapi saat menggunakan produk dan jasa tersebut. Adapun indikator pengetahuan menurut Kotler seperti dibawah ini :

1. Pengetahuan mengenai karakteristik atau atribut produk.

   Seseorang calon nasabah akan melihat karakteristik atau atribut dari produk maupun jasa yang akan mereka pilih. Bagi seorang calon nasabah jika mereka ingin menginvestasikan uang mereka dalam bentuk tabungan ataupun ingin melakukan pembiayaan, maka mereka terlebih dahulu harus mengetahui jenis-jenis produk/jasa nya, nisbah bagi hasilnya, lama investasi, bonus yang akan diterima dan lain sebagainya.

2. Pengetahuan tentang manfaat produk.

   Calon nasabah akan memilih untuk menggunakan Bank Syariah karena mereka telah mengetahui manfaat yang akan mereka dapatkan seperti terhindar dari riba dan lain sebagainya.

3. Pengetahuan mengenai kepuasan suatu produk.

   Kepuasan dapat diartikan sebagai timbal balik setelah konsumen tersebut menggunakan ataupun mengkonsumsi

produk/jasa nya. agar kepuasan yang diberikan dapat meningkat maka setiap konsumen harus dapat menggunakan produk dan jasa tersebut dengan baik dan benar.

4. Pengetahuan mengenai konsep dasar Bank Syariah.

Konsep dapat didefinisikan sebagai setiap objek yang memiliki karakteristik yang sama dan menetapkan satu titik persoalan pada masalah atau diskusi yang sedang berlangsung. Dengan demikian, calon nasabah akan dengan mudah tertarik dan menggunakan bank syariah apabila pengetahuan dasar mengenai bank syariah telah mereka peroleh. Konsep dasar Bank syariah seperti nasabah mengetahui bahwa Bank Syariah merupakan bank yang mempraktikkan bisnisnya sesuai dengan prinsip-prinsip hukum islam (Rosyid, 2019).

c. Sumber Pengetahuan

Menurut KBBI sumber dapat diartikan sebagai asal. Contohnya sumber suara, berarti asal dari suara pada suara itu. Jadi, sumber pengetahuan merupakan asal dari ilmu pengetahuan yang diperoleh manusia. Menurut Amsal Bakhtiar, sumber pengetahuan ialah suatu alat yang digunakan untuk mendapatkan ilmu pengetahuan itu. Sumber pengetahuan dapat dibagi menjadi beberapa bagian, yaitu sebagai berikut (Handayani, 2020) :

a. Akal (Rasionalisme)

Dalam lingkungan kaum rasional, mereka menganggap akal merupakan satu-satunya sumber pengetahuan. Sedangkan, lainnya hanya dapat memperjelas dan memberi suatu bahan pemikiran bagi akal.

b. Pengalaman (Empirisme)

Penganut empirisme berpikiran bahwa pengalaman adalah suatu sumber pengetahuan untuk manusia, yang akan melampaui rasio.

c. Intuisi

Intuisi adalah suatu pemahaman yang tinggi, suatu kemampuan yang hampir mirip dengan insting, tetappi sangat berbeda dengan suatu kesadaran dan kebebasan.

d. Wahyu

Wahyu merupakan suatu pengetahuan yang dianugerahkan dari tuhan kepada manusia melalui perantara para nabi.

d. Manfaat Pengetahuan

1) Dapat membedakan antara yang benar dan salah

Seseorang yang mempunyai pengetahuan tidak mudah terjerat terhadap perilaku yang salah. Seseorang yang mempunyai pengetahuan yang baik tidak mungkin mudah terpengaruh orang lain untuk melakukan atau berbuat suatu tindakan yang salah. Manusia yang mempunyai pengetahuan yang mumpuni mempunyai dasar hidup yang kuat akan dapat memposisikan diri pada tempat yang tepat.

2) Ilmu akan memiliki manfaat sampai akhir hayat

Sesudah manusia meninggalkan dunia, semua hal duniawi akan terputus ketika manusia telah meninggal dunia. Hal ini karena setelah manusia wafat akan meninggalkan segala urusan dunia. Dengan ilmu yang dibagikan seseorang akan terkenang semasa hidupnya meskipun orang tersebut telah wafat. Misalnya, apabila seseorang membagikan ilmu tersebut dalam bentuk tulisan pada buku, maka sampai kapanpun buku tersebut akan dapat terus dibaca dan akan memberikan manfaat meskipun sang penulis telah meninggal dunia.

3) Meninggikan derajat manusia

Seseorang yang memiliki banyak sekali ilmu pengetahuan yang telah diperoleh, maka derajatnya disisi tuhan maupun manusia akan semakin tinggi. Orang dengan tingkat pemahaman yang tinggi pasti akan lebih dihargai dan akan

mendapatkan penilaian yang tinggi pula di mata orang lain. Meskipun seseorang tersebut masih dalam tahap mencari ilmu, biasanya lingkungan disekitar tempat tinggal orang tersebut sudah memandang orang yang berilmu dengan tanggapan dan pandangan yang positif (Dewi, 2021).

2. Kepercayaan

a. Pengertian Kepercayaan

Siagian dan Cahyono menyatakan bahwa kepercayaan adalah suatu keyakinan diri sendiri tentang maksud dan perilaku yang akan mereka tunjukan kepada orang lain. Kepercayaan konsumen dipandang sebagai sinyal bahwa perusahaan akan dapat dipercaya dan segala tindakan yang akan diambil dalam usaha untuk menepati janjinya. Kepercayaan konsumen adalah komponen penting dalam menjaga hubungan jangka panjang antara semua pihak yang terlibat dalam bisnis tertentu (Abdul Malik, 2021).

Kepercayaan tidak hanya penting bagi perbankan sebagai pengelola dana nasabah, melainkan masyarakat juga harus menanamkan prinsip kepercayaan terhadap bank syariah bahwa dana yang dikelola bank syariah sesuai dengan syariat islam. Kepercayaan masyarakat terhadap perbankan syariah adalah suatu kunci kemajuan perbankan syariah di Indonesia. Kepercayaan dapat diperoleh melalui kejelasan hukum dan pengawasan terhadap perbankan syariah (Nopriansyah & Unggul, 2021).

Untuk dapat meningkatkan kepercayaan di antara semua orang, terutama masyarakat Muslim, Bank Syariah menggunakan sistem keuangan yang Islami. Namun, tanpa adanya kepercayaan antara masyarakat dan pihak bank, Bank Syariah tidak akan dapat melaksanakan tugasnya secara efektif. Sehingga dapat dikatakan bahwa kepercayaan masyarakat sangatlah penting untuk keberlangsungan perbankan. Apabila kepercayaan masyarakat terhadap bank syariah telah tumbuh dengan baik, upaya dalam

melakukan kerjasama akan lebih mudah dan kedua belah pihak akan saling menguntungkan satu sama lain (S. D. Purnomo et al., 2021).

Menurut Morgan et al (1994), kepercayaan diyakini penting dalam mempengaruhi komitmen. Semakin popular bank syariah, maka kepercayaan masyarakat terhadapnya pun akan semakin tinggi dengan begit masyarakat akan semakin yakin dan percaya (Mapakhir, 2021).

b. Dimensi Kepercayaan

McKnight, Kacmar serta Choudry, menyatakan bahwa kepercayaan akan muncul diantara dua pihak atau lebih dalam suatu organisasi, meskipun sebelumnya mereka tidak saling kenal dan tidak pernah interaksi maupun dalam bertransaksi. Kepercayaan dibagi menjadi dua, yaitu :

a. Trusting Belief

Trusting Belief disebut sebagai suatu pemicu bagi seseorang untuk dapat memahami dan memiliki kepercayaan pada orang lain dalam situasi tertentu. *Trusting Belief* adalah hubungan antara produsen dan pembeli yang menghasilkan keuntungan besar bagi produsen. *Trusting belief* tersusun atas tiga pondasi yang membangun, diantaranya :

1) Benevolence

Benevolence diartikan sebagai kesungguhan hati atau ketulusan. *Benevolence* adalah kemampuan pihak bank untuk memberikan kepuasan kepada kedua belah pihak yang nantinya akan memberikan keuntungan bagi keduanya. Keuntungan bagi pihak bank dapat di tingkatkan, tetapi kepuasan bagi nasabah juga harus tetap dipertimbangkan. Pihak bank tidak hanya berusaha untuk mencari keuntungan yang sebanyak-banyaknya melainkan kepuasan nasabah juga harus dipikirkan. Semakin pihak

bank berusaha untuk membuat nasabah puas atas pelayanannya, maka akan semakin tinggi kepercayaan yang diberikan nasabah kepada pihak bank tersebut (Setyoparwati, 2019).

2) *Integrity*

Integrity atau integritas, dapat digambarkan sebagai salah satu jaminan utama yang dimiliki konsumen terhadap kejujuran dari penjual dalam memenuhi suatu kesepakatan yang telah dijanjikan sebelumnya (Mutiara & Wibowo, 2020). Dalam perbankan integritas sangatlah penting, integritas disini menyangkut seberapa besar bank tersebut dapat memenuhi segala janji serta kesepakatan yang telah dibuat sebelumnya bersama dengan nasabah. Selama bank dapat memenuhi segala kesepakatan, maka secara tidak langsung nasabah dengan sendirinya akan yakin serta percaya sepenuhnya terhadap pihak bank.

3) *Competence*

Competence atau kompetensi yaitu dapat diartikan sebagai persepsi nasabah akan pengetahuan mengenai bank syariah, kemampuan dalam menyelesaikan masalah, serta kemampuan pihak bank dalam berusaha untuk memenuhi kebutuhan nasabah yang dimiliki satu pihak. Dalam hal ini, pihak kemampuan pihak bank dapat dilihat dari segi layanan dan sejauh mana bank tersebut dapat memenuhi kebutuhan masyarakat (Astuti et al., 2020).

b. *Trusting Intention*

Trusting intention dapat diartikan sebagai ketergantungan kepercayaan seseorang terhadap pihak lain yang dapat dilihat melalui situasi dan kondisi yang sedang diinginkan. Menurut McKnight, Choundhury dan Kacmar, *trusting intention* dapat dibagi dalam dua jenis, yaitu :

1) *Willingness to depend*

Willingness to depend diartikan sebagai suatu kesiap siagaan klien akan tergantung pada pihak bank atas kesanggupannya dalam meerima segala risiko yang mungkin pihak bank alami dan juga keadaan – keadaan yang tidak menguntungkan lainnya yang mungkin akan timbul.

2) *Subjective probability of depending*

Subjective probability of depending didefinisikan sebagai kesanggupan masyarakat dalam menuruti permintaan dan saran dari pihak bank selaku penyedia jasa dalam memberikan informasi mengenai data pribadi seperti identitas dan informasi lain yang dibutuhkan dalam transaksi (Karima, 2021).

c. Jenis-jenis Kepercayaan

Stephen P. Robbins dalam bukunya, menyebutkan bahwa aspek kepercayaan dalam hubungan organisasi terbagi menjadi tiga hal, yaitu (Ikfiyah, 2021) :

a. Kepercayaan berbasis pencegahan

Kepercayaan berbasis pencegahan adalah jenis kepercayaan yang didasarkan pada gagasan bahwa jika kepercayaan itu rusak, hal-hal buruk akan terjadi seperti balas dendam. Bentuk hubungan kepercayaan ini merupakan bentuk hubungan yang paling rapuh. Satu saja pelanggaran yang terjadi dapat merusak hubungan tersebut. Kepercayaan ini hanya dapat dikatakan berhasil apabila adanya konsekuensi apabila kepercayaan dilanggar, seperti adanya hukuman, dan apabila kepercayaan tersebut dilanggar maka hukuman tersebut akan dilakukan.

Agar kepercayaan ini tetap ada, kerugian yang mungkin terjadi karena tidak memenuhi ekspektasi harus melebihi keuntungan yang mungkin terjadi. Dimana pihak yang mungkin mengalami kerugian harus berani mengatakan kepada pihak yang berkhianat bahwa mereka telah mengalami kerugian.

b. Kepercayaan berbasis pengetahuan

Kepercayaan berbasis pengetahuan merupakan suatu kepercayaan yang banyak digunakan dalam suatu hubungan organisasi. Prinsip kepercayaan ini adalah bahwa itu akan didasarkan pada kemampuan masing-masing orang dalam menilai risiko yang mungkin mereka hadapi dari terlibat dalam interaksi.

Kepercayaan berbasis pengetahuan sangat bergantung pada banyaknya informasi yang diperoleh. Jika seseorang memiliki informasi yang cukup mengenai individu lainnya maka mereka akan dengan mudah mengenal dan memprediksi secara akurat perilaku orang lain, maka kepercayaan ini akan terbentuk dengan sendirinya.

c. Kepercayaan berbasis identifikasi

Kepercayaan berbasis identifikasi adalah tingkat kepercayaan yang paling tinggi, dan hanya dapat terjadi ketika ada hubungan emosional diantara seseorang dengan pihak yang lain. Ini adalah kepercayaan yang didasarkan pada pemahaman seseorang tentang niat orang lain dengan cara menghargai keinginan orang lain.

Aturan perilaku, sikap saling pengertian, musyawarah, dan elemen lainnya akan sangat relevan ketika jenis kepercayaan ini digunakan dalam konteks perbankan. Di mana setiap transaksi di bidang perbankan tidak dapat dilakukan sesuka hati tanpa adanya aturan yang mengikat. Sebaliknya, transaksi harus dilakukan dengan cara yang mengikat dan tentunya dengan tetap saling menghargai (Karima, 2021).

d. Manfaat Kepercayaan

Akbar dan Parvez (2009), menyebutkan bahwa kepercayaan memiliki segudang manfaat, seperti yang akan dijelaskan berikut ini :

a. Kepercayaan mampu mendorong seseorang *supplier* untuk mempertahankan suatu hubungan bisnis yang sudah didirikan.

b. Dengan cara mempertahankan hubungan kerjasama yang ada, kepercayaan akan mengurangi kemungkinan memilih opsi yang berisiko dan meningkatkan kemungkinan memilih yang menguntungkan.
c. Karena *suplier* memahami bahwa rekannya tidak akan menyakiti mereka, memiliki kepercayaan penuh satu sama lain juga dapat mendorong orang untuk berani mengambil lebih banyak risiko (Permatasari & Kertiyasa, 2020).

3. Motif Emosional

a. Definisi Motif

Menurut Ahmad Fauzi (1997), motif dalam kosakata bahasa inggris didefinisikan sebagai *mottive* dari kata dasar motion yang dapat diartikan sebagai suatu gerakan atau objek yang dapat bergerak. Sehingga istilah motif sangat erat kaitannya dengan gerak, yaitu serangkaian gerakan yang dilakukan oleh individu atau juga dapat dikenal sebagai perbuatan atau tingkah laku. Dalam studi psikologis, istilah motif digunakan untuk merujuk pada rangsangan, dorongan, atau pembangkit dalam bertingkah laku (Tohardi, 2021).

Menurut Kasmiran dan Ali Syaifullah (1983), mengartikan bahwa motif tidak hanya menentukan tingkah laku atau perbuatan seseorang, tetapi dapat menentukan persepsi situasi. Sedangkan menurut Moh. As'ad (1981), menyatakan bahwa motif sama saja disebut sebagai dorongan. Dorongan atau tenaga disebut sebagai gerakan psikis dan fisik ketika akan melakukan tindakan. Dengan demikian, motif disebut sebagai *driving force* yang dapat menggerakan manusia untuk melakukan suatu tindakan tertentu, dan tindakannya itu memiliki maksud dan tujuan tertentu (Tohardi, 2021).

Setiap motif erat kaitannya dengan suatu tujuan. Semakin berharga tujuan tersebut bagi seseorang, maka semakin kuat pula motifnya. Dengan demikian, motif amat sangat berguna bagi individu dalam mencapai suatu tujuan. Adapun fungsi motif tersebut antara

lain sebagai berikut: *pertama*, motif mendorong seseorang untuk bertindak/berbuat. *Kedua*, motif akan menentukan arah perbuatan seseorang. *Ketiga*, motif dapat menyeleksi perbuatan seseorang (Uswatun, 2019).

Berdasarkan pernyataan para ahli yang disebutkan di atas, dapat disimpulkan bahwa motif (dorongan) adalah sesuatu yang mendorong orang untuk melakukan suatu tindakan/ berbuat agar tujuan dapat tercapai.

b. Jenis-jenis motif

Woodworth dan Marquis menuturkan, motif pada tiap diri individu dapat diklasifikasikan menjadi dua macam motif, yaitu sebagai berikut (Gunardi et al., 2022):

a. Motif Organis

Motif organis merupakan suatu motif yang sangat berkaitan dengan keadaan dalam jasmani atau biologis seseorang. Motif organis meliputi motif berkeinginan untuk makan, minum, seksualitas, waktu istirahat, begerak, dan lain sebagainya.

b. Motif Objektif

Motif lain yang dikenal sebagai motif obyektif adalah suatu motif yang hanya terpenuhi secara psikologis dan jasmani dibandingkan dengan kebutuhan diatas atau kebutuhan dibawahanya. Motif ini juga dapat digambarkan sebagai salah satu motif yang tergantung pada hubungan antara orang tertentu dan lingkungannya. Motif objektif dapat dibedakan menjadi dua yaitu (Widiastuti et al., 2019):

1) *Emergency motive* atau motif darurat. Motif darurat adalah salah satu motif yang membutuhkan perhatian segera. Motif darurat mencakup desain untuk membebaskan diri dari suatu bahaya, melindungi kepala, dan lain sebagainya.
2) *Objektif motive.* Motif objektif adalah motif yang memiliki hubungan yang kuat dengan lingkungan sekitar, apakah itu

dengan lingkungan di dekatnya atau dengan individu yang dekat dengannya. Contoh motif ini adalah uang yang banyak, rumah bagus, kendaraan mewah, mendapat penghargaan.

Swastha dan Handoko (2000) mejelaskan, motivasi konsumen untuk membeli suatu produk dapat dibagi menjadi dua kategori, yaitu (Rahayu, 2021) :

a. Motif pembelian primer dan selektif

Motif selektif dapat didefinisikan sebagai motif yang dapat mempengaruhi konsumen untuk memilih model, merek, atau kelas produk tertentu. Sedangkan, motif pembelian primer adalah suatu motif tertentu yang muncul dari dalam diri konsumen berdasarkan kategori produk umum.

b. Motif rasional dan emosional

Motif rasional didasarkan pada fakta yang disajikan produk kepada setiap pelanggan. Faktor ekonomi, seperti permintaan, harga, kualitas, layanan, ketersediaan barang, volume barang, dan keawetan suatu produk, adalah salah satu yang harus dipertimbangkan selama pembelian rasional ini.

Suatu motif pembelian yang sangat erat kaitannya dengan perasaan atau emosi individu disebut motif emosional. Contoh motif emosional seperti megungkapkan isi hati, bahagia, kenyamanan, badan yang sehat, dan aman dari bahaya. Motivasi pembelian emosional memiliki sifat yang subjektif dan sangat berkaitan dengan manfaat emosional seperti adanya rasa percaya diri ketika menggunakan produk tersebut, sehingga tidak akan mudah dalam memahami suatu hubungan pembelian suatu produk dengan produk yang ingin kita beli.

c. Pengertian Emosional

Emosional ialah suatu keadaan baik secara biologis maupun psikologis dalam serangkaian untuk bertindak. Emosional berkaitan dengan emosi seseorang yang terkesan terburu-buru dan spontan

dalam mengambil suatu langkah tanpa mempertimbangkan kemungkinan- kemungkinan yang akan terjadi dimasa yang akan datang (Nurzain, 2018). Menurut Schiffman dan Kanuk (2004), emosional diartikan sebagai pilihan sasaran menggunakan pikiran yang bersifat pribadi dan subyektif (Kamal, 2011).

d. Macam-macam emosional

Menurut Goleman (2009) berpendapat bahwa macam-macam emosional terdiri dari beberapa jenis, diantaranya (Rasa, 2023):

a. Sukacita

Sukacita adalah suatu emosi yang positif yang dapat melibatkan perasaan senang, gembira, dan bahagia. Sukacita timbul dari macam-macam situasi seperti mencapai tujuan mendapat kejutan menyenangkan, atau menghabiskan waktu dengan orang yang disayang.

b. Sedih

Sedih melibatkan perasaan kesedihan, kekecewaan, dan kehilangan. Sedih adalah suatu reaksi alami terhadap suatu kegagalan, perpisahan, atau situasi yang menimbulkan rasa kehilangan.

c. Kemarahan

Suatu emosi yang melibatkan perasaan marah, frustasi, atau ketidakpuasan. Emosi ini dapat muncul sebagai respon terhadap ketidakadilan, penghinaan, atau adanya konflik.

d. Takut

Suatu emosi yang melibatkan perasaan ketakutan, cemas, atau khawatir. Rasa takut dapat muncul dalam situasi yang dianggap berbahaya atau menakutkan.

e. Cinta

Emosi cinta melibatkan perasaan kasih sayang, perhatian, dan ketertarikan terhadap orang lain. Emosi ini dapat muncul dalam hubungan yang romantis, persahabatan, atau hubungan keluarga.

e. Definisi Motif Emosional

Motif emosional adalah suatu motif yang berkaitan dengan rasa atau emosi mereka, sebagai contoh halnya mengungkapkan sayang dari hati, bangga, kenyamanan, selalu sehat, dan aman dari bahaya. Motivasi yang bersifat emosional cenderung memiliki sifat yang subyektif serta berkaitan dengan manfaat emosional seperti adanya rasa percaya diri ketika menggunakan produk tersebut, sehingga akan sangat sulit untuk membedakan antara pembelian dengan produk yang dibelinya. Motif emosional merupakan suatu pertimbangan pembelian produk terkait dengan adanya manfaat emosional seperti rasa suka, percaya diri, dan rasa bangga. Konsumen akan merasa meningkat percaya dirinya, kelas sosialnya ketika mereka membeli atau menggunakan produk tertentu. Oleh karenanya biasanya motif emosional lebih kuat dibandingkan dengan motif rasional (Rahayu, 2021).

Perasaan mempengaruhi motivasi emosional. Kondisi emosi dan mood konsumen sangat penting dalam proses pengambilan keputusan mereka, mulai dari menemukan masalah hingga perilaku setelah pembelian (Edhie Rachmat, 2023). Motif emosional ialah suatu motif yang dapat terpengaruh oleh perasaan, seseorang yang dipengaruhi oleh motif emosional akan terlihat tergesa-gesa dalam melakukan suatu pembelian ataupun menggunakan produk itu tanpa adanya pertimbangan yang memungkinkan akan terjadi di masa yang akan datang (Fahmi hakim, 2017).

f. Indikator Motif Emosional

Adapun Indikator motif emosional menurut Ali Hasan adalah sebagai berikut (A. Hasan, 2010):

a. Kesenangan, kesederhanaan, dan aktivitas *(pleasure, simplicity, and activity)*
b. Bangga atas penampilan diri sendiri *(pride of personal appearance)*
c. Bangga atas kepemilikan *(pride of possession)*

d. Kerjasama yang baik dan adanya rasa empati *(cooperation and empathy)*
e. Aman dari bahaya dan selalu sehat *(security and health)*
f. Nyaman terhadap diri sendiri *(personal comfort)*

Menurut Sofjan Assauri, menyebutkan bahwa indikator dari Motif Emosional adalah sebagai berikut (Assauri, 2014):

a. Konsumen ingin terlihat berbeda dari konsumen lain (*distinctiveness)*
b. Bangga akan penampilan diri sendiri (*pride of personal apperance)*
c. Mencapai status sosial (*social achievement)*
d. Menghindari diri dari keadaan yang tidak aman *(security from danger)*

Berdasarkan atas uraian dari dua pendapat diatas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa indikator dari motif emosional yang akan digunakan dalam penelitian ini meliputi status sosial, kebangaan, dan keamanan.

4. Minat

a. Pengertian Minat

Minat yang tinggi pada individu terhadap sesuatu akan bisa membuat orang itu senantiasa selalu merasa bahagia, gembira, dan senang. Ini dikarenakan minat dapat membuat seseorang senang dan bahagia. individu yang mempunyai minat dalam bernyanyi, misalnya, dapat terdorong untuk mencari pelatih untuk bernyanyi (Trygu, 2021).

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) menerangkan bahwa, minat ialah suatu hasrat hati yang tinggi akan suatu hal, seperti halnya antusiasme, ide, atau ambisi. Adapun pengertian minat menurut para ahli antara lain :

a. Kamisa mengatakan bahwa minat dapat berupa kehendak, keinginan, atau kesukaan, karena minat tidak hanya keinginan.

b. Menurut Gie, minat dianggap sebagai keadaan sibuk, tertarik, atau terlibat dalam suatu proyek, karena menganggap bahwa proyek atau kegiatan tersebut sangatlah penting.

c. Tampubolon mengatakan bahwa minat merupakan pertemuan antara pikiran kehendak dan hati yang mampu menimbulkan suatu tindakan apabila terdapat motivasi yang cukup kuat sehubungan dengan sesuatu, seseorang, atau sesuatu yang lain.

d. Menurut Muti'ah et al., Minat adalah rasa atau ketertarikan lebih pada sesuatu yang diperlihatkan dengan cara untuk tetap melihat hal yang membuatnya tertarik, dilakukan dengan keadaan sadar dan diikuti dengan perasaan yang bahagia.

Berdasarkan atas beberapa uraian menurut beberapa ahli diatas, menurut beberapa orang yang tercantum di atas, dapat dibuat kesimpulan bahwa minat ialah keinginan hati atau kemauan akan sesuatu hal tertentu yang muncul dengan sendirinya dan akan berusaha untuk melakukan apapun agar tujuan tersebut dapat dicapai.

b. Jenis-jenis Minat

Menurut Guldford (1956) minat jika berdasarkan jenis-jenisnya dapat dibagi menjadi beberapa bagian, yaitu sebagai berikut (Rafiudin, 2021) :

a. Minat Vokasional. Minat vokasional merupakan minat yang berhubungan dengan pekerjaan, seperti:
   1. Minat Professional, yaitu minat pada suatu hal yang berbau dengan keilmuan, seni karya, serta hal-hal yang menyangkut kesejahteraan sosial lingkungan.
   2. Minat Komersial, yaitu minat pada pekerjaan yang berbau dengan suatu bisnis/usaha, contohnya jual beli, *advertising*, dsb.
   3. Minat Kegiatan Fisik, ialah minat yang dapat berupa minat pada mesin-mesin mekanik, dan minat pada kegiatan luar.

b. Minat Avokasional. Minat avokasional adalah minat dengan tujuan untuk mendapat perasaan puas atau hobi, seperti naik gunung, pergi

kepantai, *travelling*, nonton konser, apresiasi, ketelitian, dan sebagainya.

Minat bisa dikategorikan ke dalam dua belas jenis, yaitu sebagai berikut:

a. Mechanical

Mechanical merupakan minat akan kegiatan yang berkaitan dengan mesin-mesin, alat, peralatan, dan daya mekanik. Seperti menjadi menjadi karyawan pabrik, penambang.

b. Outdoor

Outdoor adalah minat akan suatu aktivitas yang dilaksanakan diluar gedung, atau suatu pekerjaan rutin yang dilakukan diluar, seperti pedagang, petani, pemain bola, tukang parkir.

c. Medical

Medical adalah minat terhadap kegiatan yang berkaitan dengan pengobatan, melakukan penyembuhan. Contohnya perawat, suster, mantri, dokter.

d. *Practical*

Practical merupakan suatu minat terhadap suatu aktivitas yang sifatnya praktis, dan hanya dapat dilaksanakan jika memiliki keterampilan. Contohnya arsitek, ahli mesin.

e. Clarical

Clarical diartikan sebagai minat yang berfokus pada hal-hal yang membutuhkan ketepatan dan ketelitian dalam berhitung. Contohnya adalah bendahara, karyawan, dan sekertaris perusahaan.

f. Social Service

Social Service adalah minat akan kegiatan yang ada kaitannya dengan jiwa sosial dan keinginan untuk membantu, mengarahkan, serta memberi nasihat kepada orang lain.

g. Musical

Musical suatu minat akan segala sesuatu yang berhubungan dengan musik, mendengar, bernyanyi ataupun kegiatan lain yang dekat dengan musik.

h. Laterary

Laterary adalah minat yang terkait dengan buku, membaca, dan membuat karangan, Seperti pengarang, wartawan, dan penyair.

i. Aesthetic

Aesthetic adalah minat akan pekerjaan yang terkait dengan suatu keindahan alam dan menghasilkan hal-hal yang berbau seni, seperti pelaku seni, seorang arsitek, dan desainer.

j. Personal Contact

Personal Contact adalah minat yang erat dengan hubungan manusia, melakukan diskusi, merayu, bersosialisasi. Contohnya sales, penyiar, motivator.

k. Scientific

Scientific adalah minat yang erat kaitannya terhadap sesuatu yang kreatif dan menganalisis, melakukan penyelidikan, dan uji coba, praktik kimia, dan ilmu pengetahuan lain. Contohnya ilmuwan, insinyur, ahli biologi.

l. Computational

Computational adalah minat yang berhubungan terhadap angka, seperti ahli akuntan, ahli statistik, pengaudit, guru matematika, dan kasir.

c. Minat menggunakan produk dan jasa bank syariah

Menurut Ahmadi (2009), minat penggunaan berarti bahwa pengguna tertarik untuk menggunakan sebuah sistem, sehingga mereka akan berperilaku dengan keyakinan dan terus menerus menggunakannya. Menurut Jogiyanto (2007), minat penggunaan ialah suatu kemauan atau keinginan atau motivasi yang timbul untuk mendorong mereka bergerak apabila mereka memiliki keinginan yang kuat untuk melakukan kegiatan tersebut (Desvronita, 2021).

Crow Abror (1993) menyatakan bahwa minat penggunaan adalah suatu sikap dan perilaku yang berhubungan terhadap keinginan serta ketertarikan yang mendorong konsumen untuk menggunakan suatu

teknologi. Menurut Schiffman dan Kanuk (2012) indikator dari minat adalah sebagai berikut (Regiansa & Mubarok, 2020):

a. Tertarik untuk mencari tahu secara detail mengenai suatu produk.
b. Memberi pertimbangan untuk menggunakan suatu produk
c. Memiliki keinginan yang kuat untuk mencari tahu tentang suatu produk
d. tertarik untuk mencoba menggunakan suatu produk

5. Produk dan Jasa Bank Syariah

Sejak didirikan Bank Muamalat Indonesia (BMI) pada tahun 1992, ekonomi Islam di Indonesia telah mendapat pengaruh manfaat yang cukup besar. Meskipun pendirian Bank Muamalat lebih lambat jika dibandingkan dengan Bank Islam Malaysia Berhard (BIMB), dibentuk pada tahun 1983, dan Al Amanah Islamic Investment Bank (Filipina), yang dibentuk pada tahun 1990, namum implikasi yang diberikan ini cukup signifikan. Bank Muamalat adalah bank Islam pertama yang didirikan di Indonesia (Dahlan, 2019).

a. Definisi Bank Syariah

Bank adalah lembaga yang mengumpulkan uang dari orang-orang untuk kemudian diberikan kembali kepada orang-orang yang membutuhkan uang. Bank juga menawarkan jasa perbankan lainnya. Secara garis besar Bank di Indonesia terdiri dari Bank Konvensional dan Bank Syariah. Bank Konvensional ialah suatu bank yang melakukan upaya dalam menghimpun dana untuk kemudian memperoleh keuntungan dalam bentuk bunga. Sedangkan dalam Bank Syariah menggunakan sistem bagi hasil, bank syariah tidak mengakui bunga. Di Indonesia, peraturan yang mengatur akan Bank Syariah tercantum pada UU Nomor 21 tahun 2008 mengenai perbankan syariah. Bank Syariah ialah bank yang beroperasi berdasarkan hukum Islam. Terdapat tiga jenis bank syariah di Indonesia: Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS), dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) (Kurniawan, 2021).

Dari sisi kelembagaannya, dua jenis bank syariah adalah Bank Umum Syariah (BUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). yang masing-masing memiliki bentuk hukum Perseroan Terbatas (PT). Dari segi bisnis, baik BUS maupun BPRS mengumpulkan dana untuk investasi dan tabungan, kemudian menyalurkan dana kepada masyarakat dan menyediakan jasa-jasa lain. Akan tetapi, pelayanan jasa kredit yang diberikan oleh pihak bank syariah cukup bervariasi apabila dibandingkan dengan jasa kredit yang ditawarkan oleh bank konvensional (Wangsawidjaja, 2013).

Dengan mempertimbangkan uraian di atas, kita dapat mengambil kesimpulan bahwa bank syariah ialah suatu bank yang memiliki tugas utama untuk mengumpulkan dana masyarakat yang memunyai banyak dana, dan kemudian akan disalurkan kembali pada masyarakat dalam bentuk pembiayaan pada masyarakat yang membutuhkan dana, serta penyediaan jasa-jasa lain sesuai dengan prinsip hukum islam.

b. Fungsi dan Peran Bank Syariah

Fungsi dan peranan bank syariah dalam menjalankan kegiatan usahanya yaitu :

a. Menghimpun Dana

Bank syariah, seperti bank umum lainnya, memiliki tujuan utama untuk mengumpulkan dana dari orang-orang yang membutuhkannya. Berbeda dengan bank konvensional ketika nasabah menabung akan mendapat keuntungan berupa bunga, jika dalam bank syariah nasabah menabung akan mendapat keuntungan berasal dari bagi hasil yang pasti mengikuti perjanjian yang telah dibuat sebelumnya.

b. Penyalur Dana

Bank syariah memiliki peran utama sebagai penyalur dana. Dengan sistem bagi hasil, dana yang dikumpulkan dari nasabah

akan dipinjamkan kepada nasabah yang sedang membutuhkan pinjaman.

c. Jasa Bank

Fungsi ketiga bank syariah adalah menyediakan layanan jasa perbankan tambahan. Layanan jasa yang diberikan bank syariah pun sangat beragam, seperti adanya jasa bank seperti transfer, pemindah bukuan, dan tarik tunai (S. Hasan & Ahmad, 2020).

c. Prinsip Dasar Operasional Bank Syariah

Secara luas, hukum syariah Islam meletakkan ekonomi pada hubungan akad, yang terdiri atas lima prinsip dasar akad. Menurut lima prinsip inilah penentuan produk institusi keuangan bank syariah untuk dijalankan. Berikut adalah kelima konsep tersebut (Muhammad, 2018) :

1) Prinsip Simpanan Murni (al-*Wadi'ah)*

Dalam perbankan konvensional, *al-wadi'ah* diartikan sebagai giro, sedangkan Simpanan murni adalah fasilitas yang disediakan bank terhadap nasabah yang memliki kelebihan dana untuk menabung di bank dalam bentuk *al-wadiah*. Fasilitas *al-wadiah* memberi keuntungan yang sama seperti giro dan tabungan.

2) Bagi Hasil (*Syirkah)*

Sistem yang mengatur tata cara pengelola dan pemilik dana membagi keuntungan. Bagi hasil akan terjadi kepada kedua belah pihak baik pihak bank selaku pengelola dana dan nasabah selaku penerima dana. *Mudharabah* dan *musyarakah* adalah dua jenis produk yang digunakan.

3) Prinsip Jual Beli (*al-Tijarah)*

Prinsip jual beli antara pihak bank dengan konsumen, dengan cara pihak bank menyetujui untuk membeli terlebih dahulu produk yang diinginkan oleh nasabah, dan nantinya

barang yang sudah dibeli tersebut akan dijual kepada nasabah dengan adanya penambahan harga jual barang, dimana penambahan tersebut merupakan keuntungan pihak bank, dan tentunya sesuai dengan perjanjian sebelumnya. Pengaplikasian prinsip ini berupa : *Murabahah, Salam, dan Istishna.*

4) Prinsip Sewa (al-*ijarah)*

Prinsip sewa dibagi ke dalam dua kelompok. *Pertama, Ijarah* atau sewa murni. Pada sistem bank syariah, bank akan membeli produk yang diinginkan pelanggan terlebih dahulu. untuk kemudian nantinya pihak bank akan menyewakan barang tersebut sesuai dengan waktu yang ditentukan. *Kedua, Ijarah al muntahiya bit tamlik (IMBT).* ialah suatu merger dua akad sewa dan beli. Dalam teknis ini, bank selaku pengelola dana akan membeli barang yang diperlukan pelanggan dan nantinya akan menyewakan barang tersebut kepada pelanggan, dan pada saat hari yang telah ditentukan, nasabah dapat membeli barang tersebut, karena itu telah menjadi hak nasabah itu sendiri.

5) Prinsip Jasa/*Fee* (al-*Ajr walumullah)*

Segala jenis jasa yang dipromosikan pihak bank termasuk dalam prinsip jasa. Bentuk-bentuknya seperti *bank guarantie*, transfer, transaksi kliring, inkaso, didasarkan pada prinsip ini. Konsep *al ajr walumullah* adalah dasar dari prinsip ini secara syar'i.

d. Produk Bank Syariah

Sistem operasional bank syariah, menjalankan kegiatan utamanya yaitu menghimpun dana milik nasabah dengan harapan mendapat keuntungan bukan dari bunga, melainkan bagi hasil yang sesuai dengan perjanjian sebelumnya. Dana yang telah terkumpul kemudian akan dipinjamkan kepada pihak yang memerlukan untuk modal usaha ataupun yang lainya, dengan keuntungan yang

diperoleh sesuai dengan kesepakatan bersama. Produk operasional bank syariah terbagi menjadi 2 jenis, yaitu (Masykuroh, 2018) :

a. Produk Penghimpunan Dana

1) Giro *wadi'ah*

Giro wadi'ah adalah jenis simpanan yang menggunakan akad wadiah yang tidak melanggar dengan prinsip-prinsip hukum islam. Pengambilan dana dapat dilakukan kapan saja dengan cek, bilyet giro, atau berupa pemindah bukuan (Supriyanto, 2019).

2) Tabungan *mudharabah*

Bank akan mengelola simpanan nasabah untuk menghasilkan keuntungan. Keuntungan yang diperoleh berdasarkan perjanjian.

3) Deposito Investasi *Mudharabah*

Deposito Investasi Mudharabah ialah suatu jenis investasi yang hanya dapat diambil dalam jangka waktu tertentu yang telah disepakati antara manajemen bank dan nasabah dengan menerapkan bagi hasilnya sebagai sumber keuntungan (Musthofa & Prastiwi, 2016).

4) Tabungan haji *mudharabah*

Setiap perjanjian antar nasabah dengan pihak bank yang pengambilan dananya dapat dilakukan ketika nasabah yang bersangkutan akan melaksanakan haji atau pada saat tertentu sesuai dengan kesepakatan yang telah dibuat. Simpanan Haji adalah jenis simpanan yang memperoleh keuntungan berupa bagi hasil (*mudharabah).*

5) Tabungan Qurban

Suatu tabungan pihak ketiga yang disimpan untuk keperluan ibadah kurban. Pengambilan dana bisa diambil ketika pemilik dana akan melakukan ibadah qurban, ataupun dapat diambil sesuai dengan kesepakatan dengan

pihak bank. Simpanan ini nantinya akan mendapatkan keuntungan bagi hasil (*mudharabah*).

b. Produk Penyaluran Dana

1) *Mudharabah*

Pembiayaan *mudharabah* ialah suatu bentuk kesepakatan antara satu atau lebih pihak, yang mana pemilik dana memberikan seluruh dana mereka kepada pengelola berdasarkan kesepakatan serta keuntungan disepakati bersama (Karima, 2021).

2) *Salam*

Ulama malikkiyah menjelaskan, akad salam ialah akad jual beli barang pesanan sesuai dengan spesifikasi tertentu dimana pembayaran dilakukan secara tunai, kemudian peyerahan barang akan dilakukan dalam jangka waktu tertentu (Saprida, 2018).

3) *Istishna'*

Suatu fasilitas pembiayaan pihak bank kepada konsumen untuk memesan barang sesuai dengan spesifikasi tertentu dengan terlebih dahulu melakukan pesanan terlebih dahulu. Kemudian, pembayaran akan dilakukan sesuai dengan perjanjian bersamaan dengan penyerahan barang tersebut.

4) *Ijarah*

Ijarah ialah akad yang mempunyai manfaat dengan cara adanya serah terima dan suatu penggantian yang diketahui manfaat serta kebolehannya (Al Fasiri, 2021).

5) *Murabahah*

Prinsip jual beli antara pihak bank dengan konsumen, dimana pihak bank akan membeli barang pelanggan yang diinginkan, Setelah itu, produk tersebut akan dijual kepada pelanggan. dengan harga jual dinaikan sebagai bagian dari

keuntungan pihak bank dan tentunya sesuai dengan perjanjian dan nasabah tersebut dapat mengangsur barang tersebut.

6) *Al-Qardul Hasan*

Pinjaman khusus yang diberikan kepada pihak bank kepada para pengusaha yang jelas mengalami masalah arus kas. Nasabah saat ini hanya perlu membayar biaya administrasi, mereka tidak diminta untuk memberikan uang ke bank. *Al qardul hasan* dapat disebut juga sebagai dana kebajikan.

7) *Musyarakah*

Musyarakah merupakan sebuah bentuk perjanjian atau akad kerjasama untuk melakukan suatu usaha atau kegiatan bersama antara satu atau dua pihak atau lebih dan kedua belah pihak masing-masing ikut berkontribusi untuk menyerahkan modal dan keuntungan dibagi atas dasar kesepakatan bersama, dan kerugian dibagi berdasarkan kontribusi dana (Augusna, 2023).

e. Jasa Bank Syariah

Selain menyediakan produk pembiayaan dan juga tabungan, bank syariah memiliki layanan perbankan syariah lainnya, yaitu penyediaan jasa-jasa bank syariah. Layanan jasa yang diberikan bank syariah juga sangat beragam, yaitu (Basalamah, 2018):

a. Hawalah (Pengalihan Hutang)

Menurut mazhab Hanafi, *hawalah* ialah suatu jenis perjanjian pengalihan hutang yang dibuat antara pihak yang memiliki hutang dan pihak lain yang bertanggung jawab untuk membayar hutang tersebut. Rukun *hawalah* adalah adanya ijab dari *muhil* (yang memiliki hutang dan yang memindahkan hutang) dan *muhal alaih* (yang menerima pemindahan hutang) dengan pernyataan tertentu, yaitu *shighat hawalah*.

b. Kafalah

Hamalah, dhomanah, dan za'amah adalah kata-kata yang memiliki persamaan dalam *kafalah*. Sementara orang yang menjamin hutang orang lain disebut sebagai *dhamiin, kafiil, qabiil, za'iim, atau shabir*. Menurut tiga madzhab yaitu, Maliki, Syafi'i, dan Hambali, *kafalah* diartikan sebagai menggunakan pihak lain sebagai penjamin untuk turut serta memiliki tanggungjawab atas hutang orang lain, dan itulah yang membuat keduanya berhutang.

c. Rahn

Menurut penjelasan syara', *rahn* berarti mempertahankan sesuatu dengan cara yang tepat sesuai dengan ketentuan hukum yang dapat ditarik kembali. Dengan cara menggunakan benda yang berharga sesuai ketentuan hukum sebagai jaminan dari hutang, saampai tiba waktunya orang yang mempunyai hutang bisa mengembalikan semua atau sebagian dari hutangnya. yang termasuk dalam *rahn*, yaitu suatu transaksi di mana surat berharga digunakan sebagai jaminan atas barang.

d. Sharf

Sharf dapat terjadi ketika dua pihak pelaku sharf berpisah fisiknya dari suatu tempat berlangsungnya transaksi; misalnya, seseorang pergi ke satu arah dan yang lain pergi berlawanan arah dengan yang lain, atau satu pihak pergi dan satu pihak lagi tetap ditempat transaksi. *Sharf* tidak dapat terjadi ketika kedua belah pihak tertidur atau pingsan ditempat transaksi, atau kedua belah pihak pergi dari tempat terjadinya transaksi secara berbarengan dengan melewati arah yang sama.

e. Wakalah

Wakalah adalah suatu kuasa yang diberikan atas adanya suatu perjanjian antara nasabah kepada pihak bank untuk mewakili dirinya untuk melakukan suatu transaksi. Contohnya

seorang nasabah meminta pihak bank untuk mewakili dirinya membeli mobil di suatu perusahaan, dengan sebelumnya pihak bank nasabah telah membuat kesepakatan bayaran/upah bagi pihak bank, dan setelah mobil tersebut dibeli, nantinya pihak bank akan menyerahkan mobil tersebut kepada nasabahnya, dengan begitu akad wakalah disini telah berakhir anatara nasabah dengan pihak bank.

B. Landasan Teologis

Pengetahuan menurut Inayah (2017) dapat diartikan sebagai semua hal baik yang diketahui maupun dimengerti oleh setiap konsumen akan semua produk yang ditawarkan serta semua hal yang menempel dan bisa memberi pengaruh terhadap tindakan konsumen itu sendiri dalam melakukan pembelian (Safitri & Mubarak, 2022). Dalam menaikkan keinginan masyarakat akan produk serta jasa di bank syariah pengetahuan dapat dijadikan faktor yang bisa memberi pengaruh pada masyarakat itu sendiri. Jika seorang masyarakat memahami bank syariah, maka mungkin akan membuat dirinya memilih untuk menggunakan bank syariah.

Berkaitan dengan pengetahuan, sesungguhnya manusia lahir ke dunia tanpa adanya pengetahuan, mereka lahir tanpa mengetahui akan sesuatu hal, namun kita dituntut untuk memperoleh pengetahuan tersebut, karena dengan adanya pengetahuan maka hidup kita akan lebih terarah dan jelas tujuannya. Seperti yang tersaji dalam firman allah dalam QS An-Nahl ayat 78 (Tafsir, n.d.) :

وَٱللَّهُ أَخْرَجَكُم مِّنۢ بُطُونِ أُمَّهَٰتِكُمْ لَا تَعْلَمُونَ شَيْـًٔا وَجَعَلَ لَكُمُ ٱلسَّمْعَ وَٱلْأَبْصَٰرَ وَٱلْأَفْـِٔدَةَ ۙ لَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ

Artinya: *"Dan Allah mengeluarkan kamu dari perut ibumu dalam keadaan tidak mengetahui sesuatupun, dan Dia memberi kamu pendengaran, penglihatan dan hati, agar kamu bersyukur".*

Kandungan ayat diatas mengandung arti bahwa seseorang manusia dilahirkan dari perut ibunya tanpa mengenal ilmu pengetahuan apapun

termasuk dunia dan sekelilingnya. Maka dari itu, allah swt telah membekali kita dengan pendengaran, penglihatan, dan juga hati nurani. Allah memerintahkan kita untuk selalu bersyukur atas karunia yang telah diberi. Allah telah membekali kita semua dengan potensi tersebut agar kita dapat memperoleh pengetahuan akan sesuatu, sesuatu yang menurut kita baik dan sesuatu yang menurut kita buruk, mana perintah dan mana laranganNya. Dalam hal inilah yang terkait dengan pengetahuan masyarakat mengenai bank syariah.

Minat adalah suatu aspek yang berkaitan dengan psikologis yang akan berpengaruh tinggi akan tindakan seseorang, minat juga dapat diartikan sebagai asal dari inspirasi yang dapat mendorong individu untuk bertindak sesuai dengan keinginan mereka. Minat masyarakat merupakan suatu kecenderungan masyarakat untuk membeli atau memutuskan untuk melakukan tindakan yang erat kaitannya dengan pembelian atau pemenuhan kebutuhan masyarakat itu sendiri (Afrilianes, 2018).

Minat masyarakat untuk memakai produk dan jasa di bank syariah salah satunya adalah minat untuk menabung. Islam telah menjelaskan pentingnya menabung atau mempersiapkan hari esok yang terkandung dalam Q.S Al Baqarah ayat 266 (Tafsir, n.d.):

أَيَوَدُّ أَحَدُكُمْ أَن تَكُونَ لَهُ جَنَّةٌ مِّن نَّخِيلٍ وَأَعْنَابٍ تَجْرِى مِن تَحْتِهَا ٱلْأَنْهَٰرُ لَهُۥ فِيهَا مِن كُلِّ ٱلثَّمَرَٰتِ وَأَصَابَهُ ٱلْكِبَرُ وَلَهُۥ ذُرِّيَّةٌ ضُعَفَآءُ فَأَصَابَهَآ إِعْصَارٌ فِيهِ نَارٌ فَٱحْتَرَقَتْ ۗ كَذَٰلِكَ يُبَيِّنُ ٱللَّهُ لَكُمُ ٱلْءَايَٰتِ لَعَلَّكُمْ تَتَفَكَّرُونَ

Artinya: *"Apakah ada salah seorang di antaramu yang ingin mempunyai kebun kurma dan anggur yang mengalir di bawahnya sungai-sungai; dia mempunyai dalam kebun itu segala macam buah-buahan, kemudian datanglah masa tua pada orang itu sedang dia mempunyai keturunan yang masih kecil-kecil. Maka kebun itu ditiup angin keras yang mengandung api, lalu terbakarlah. Demikianlah Allah menerangkan ayat-ayat-Nya kepada kamu supaya kamu memikirkannya".*

Dalam hal ini, kita diminta untuk selalu mempersiapkan masa depan untuk generasi berikutnya, baik secara materi maupun non materi. Salah satunya adalah dengan cara menabung. Karena dengan menabung, masa depan keturunan kita kelak akan terjamin.

Islam telah mengajarkan kepada kita bahwa dalam bertransaksi khususnya dalam hal menabung atau hal lain, hendaknya kita menjauhi yang namanya riba, karena riba menurut islam adalah sesuatu yang *haram*. Seperti yang telah diajaran Al Qur'an dalam Q.S Al-Baqarah ayat 275 :

... وَأَحَلَّ ٱللَّهُ ٱلْبَيْعَ وَحَرَّمَ ٱلرِّبَوٰاْ ۚ

Artinya: *"... Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba".*

Menurut Tafsir *Wajiz* Kementrian Agama RI, dalam QS Al-Baqarah diatas menjelaskan bahwa orang yang makan riba akan menjadi tidak tenang dan merasa gelisah. Karena hatinya hanya tertuju pada materi serta penambahannya, mereka akan selalu bingung. Padahal jual beli dan riba itu berbeda, jual beli akan memberikan keuntungan bagi dua belah pihak sementara riba akan memberi kerugian bagi salah satu pihak.

Munculnya bank syariah ditengah ramainya perbankan konvensional diharapkan mampu membuat masyarakat muslim yang sedang menginginkan atau membutuhkan layanan perbankan tanpa tanpa perlu melanggar undang-undang riba (Akmal, 2021). Adanya suatu pemikiran bahwa bunga pada bank konvensional itu hukumnya adalah haram karena termasuk riba yang dilarang oleh agama islam seperti yang telah dijelaskan dalam ayat diatas.

C. Kajian Pustaka

Kajian pustaka adalah suatu pembahasan terhadap penelitian yang pernah dikaji oleh peneliti sebelumnya. Kajian Pustaka juga bisa disebut sebagai kerangka teoritis. Dari pemaparan diatas, maka kajian pustaka terhadap penelitian yang pernah dilakukan terdahulu dapat dipaparkan seperti tabel dibawah ini :

Tabel 2.1

Kajian Pustaka

No	Nama Peneliti, Tahun, dan Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	A. Haris Romdhoni dkk (2018) "Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah".	menggunakan variabel independen pengetahuan dan variabel dependen minat.	Perbedaannya terletak pada variabel kepercayaan dan motif emosional yang dipakai peneliti serta subjek penelitian ke masyarakat.
2	Elfa Karima (2021) "Pengaruh Pengetahuan Produk, Kualitas Produk, Kepercayaan, Religiusitas dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Produk Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Desa Ngadi Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri)"	Sama-sama menggunakan variabel independen pengetahuan, kepercayaan dan variabel dependen minat.	Perbedaannya terletak pada variabel motif emosional yang dipakai peneliti serta objek penelitian produk dan jasa.
3	Umi Fadhilah (2022) "Pengaruh Religiusitas, Motif Rasional, dan Motif Emosional terhadap Pengambilan Keputusan Memilih Produk dan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus pada Nasabah BSI KC. Kudus)".	Sama-sama menggunakan variabel independen motif emosional.	Perbedaannya terletak pada variabel kepercayaan dan pengetahuan yang dipakai peneliti serta subjek penelitian ke masyarakat.
4	Ahmad Zain (2017) "Pengaruh Pengetahuan Santri Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Modern Ummul Quro Al Islami)".	Sama-sama menggunakan variabel dependen minat dan variabel independen pengetahuan.	Perbedaannya terletak pada variabel kepercayaan dan motif emosional serta subjek penelitian ke masyarakat.
5	Pengaruh Persepsi Masyarakat Tentang	Variabel independen pengetahuan,	Perbedaannya terletak pada

	Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah (Studi pada Masyarakat Kecamatan Kemiling Bandar Lampung)".	kepercayaan, dan variabel dependen minat, subjek ke masyarakat.	variabel motif emosional.
6	Darwis (2018) "Minat Masyarakat Kota Watampone untuk Menggunakan Jasa Perbankan Syariah	Sama-sama menggunakan variabel dependen minat, dan subjek ke masyarakat.	Perbedaannya terletak pada semua variabel indpenden yang dipakai.
7	Anisa Yuri, dkk (2023) "Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Tentang Produk, Pelayanan, dan Lokasi Bank dalam Memilih Jasa Bank Syariah di Kota Yogyakarta".	Sama-sama menggunakan variabel dependen minat dan variabel independen pengetahuan.	Perbedaannya terletak pada variabel kepercayaan dan motif emosional.
8	Rosyid Kusumayuda (2019) "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menggunakan Jasa Perbankan Syariah".	Sama-sama menggunakan variabel independen pengetahuan, subjek ke masyarakat.	Perbedaannya terletak pada variabel kepercayaan dan motif emosional.

Berdasarkan tabel diatas, penelitian dilakukan dengan mengacu pada studi sebelumnya, untuk menentukan apakah ada persamaan atau perbedaan antara penelitian sebelumnya dan penelitian yang akan dilakukan. Adapun hasil dari penelitian diatas, dapat dipaparkan dibawah ini :

Pada Penelitian berjudul *Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah* karya Abdul Haris Romdhoni dan Dita Ratnasari (2018). Variabel pengetahuan, religiusitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan produk simpanan pada lembaga keuangan syariah. Sedangkan, secara simultan variabel pengetahuan, kualitas pelayanan, produk dan religiusitas berpengaruh terhadap minat nasabah.

Pada penelitian berjudul *Pengaruh Pengetahuan Produk, Kualitas Produk, Kepercayaan, Religiusitas dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Produk Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Desa Ngadi*

Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri) karya Elfa Karima (2021). Variabel Pengetahuan, Kepercayaan, kualitas produk, kepercayaan, religiusitas, dan lokasi berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap minat masyarakat menggunakan produk di bank syariah.

Pada penelitian berjudul *Pengaruh Religiusitas, Motif Rasional, dan Motif Emosional terhadap Pengambilan Keputusan Memilih Produk dan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus pada Nasabah BSI KC. Kudus)* Karya Umi Fadhilah (2022). Hasil penelitian menunjukkan motif emosional berpengaruh teradap pengambilan keputusan nasabah BSI KC. Kudus.

Penelitian dengan judul *Pengaruh Pengetahuan Santri Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Modern Ummul Quro Al Islami)* karya Abdurrahman Zain (2017). Pengetahuan berpengaruh terhadap minat santri memilih bank syariah.

Pada penelitian berjudul *Pengaruh Persepsi Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah (Studi pada Masyarakat Kecamatan Kemiling Bandar Lampung)* karya Fitria Sapta Riani (2019). Variabel pengetahuan dan produk layanan secara parsial berpengaruh secara positif signifikan sedangkan variabel kepercayaan secara parsial tidak berpengaruh. Secara simultan, variabel pengetahuan produk layanan dan kepercayaan berpengaruh terhadap minat memilih produk bank syariah.

Pada Penelitian berjudul *Minat Masyarakat Kota Watampone untuk Menggunakan Jasa Perbankan Syariah* karya Darwis (2018). Variabel pelayanan, rasa aman, sistem bagi hasil, lokasi, dan referensi keluarga berpengaruh positif terhadap minat masyarakat menggunakan jasa bank syariah.

Pada Penelitian berjudul *Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Tentang Produk, Pelayanan, dan Lokasi Bank dalam Memilih Jasa Bank Syariah di Kota Yogyakarta* karya Anisa Yuri, Mufti Alam, dan Riduwan (2023). Variabel pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan dalam memilih jasa di bank syariah.

Pada Penelitian berjudul *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Rendahnya Minat Masyarakat Menggunakan Jasa Perbankan Syariah* karya Rosyid Kusumayuda (2019). Variabel pengetahuan dan persepsi berpengaruh terhadap minat masyarakat menggunakan jasa bank syariah.

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan merupakan variabel yang mendominasi pengaruhnya terhadap minat masyarakat dalam menggunakan produk dan jasa dibank syariah, sedangkan variabel lain seperti kepercayaan dan motif emosional memiliki pengaruh baik positif maupun negatif terhadap minat masyarakat dalam menggunakan produk dan jasa di bank syariah.

D. Rumusan Hipotesis

a. Hipotesis

Hipotesis diartikan sebagai suatu pernyataan yang memiliki kaitan diantara dua variabel atau lebih dan bersifat sementara, atau bisa juga disebut dengan dugaan sementara (Anshori, 2019). Berdasarkan atas rumusan masalah yang telah penulis uraikan diatas, oleh karena itu, hipotesis yang akan digunakan untuk penelitian ini meliputi :

1. Pengaruh pengetahuan terhadap minat menggunakan bank syariah

Pengetahuan konsumen diartikan sebagai ilmu yang dimiliki oleh seseorang yang terdiri atas berbagai informasi atas suatu produk atau jasa tertentu. Pengetahuan ialah informasi yang disimpan dan dimiliki oleh setiap individu (Abdul Malik, 2021). Hasil Penelitian Elvia Reynada Saputri (2021) menyimpulkan bahwa pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat untuk memilih Bank Syariah. Dan Penelitian yang dilakukan Elly Masykuroh (2018) memberi kesimpulan yakni pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat memilih bank syariah. Berdasarkan kajian teori dan temuan penelitian sebelumnya, jadi hipotesis pertama (H_1) dari penelitian ini yaitu :

H_1 : Pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan bank syariah.

2. Pengaruh kepercayaan terhadap minat menggunakan bank syariah

   Kepercayaan konsumen diartikan sebagai harapan suatu individu atas penyedia jasa yang bisa diandalkan dan dapat dipercaya untuk pemenuhan setiap janji yang telah dibuat. Kepercayaan merupakan komponen yang sangat penting dalam menjaga setiap hubungan antara satu atau lebih pihak yang terlibat dalam suatu bisnis (Abdul Malik, 2021). Hasil penelitian yang dilakukan Elfa Karima (2021) menyimpulkan yakni kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap minat masyarakat menggunakan produk bank syariah. Dan hasil penelitian Dicky Wahyudi (2021) menyimpulkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh positif minat masyarakat menggunakan bank syariah. Berdasarkan dari kajian teori penelitian sebelumnya, jadi hipotesis kedua dari penelitian ini yaitu :

   H_2 : Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan bank syariah.

3. Pengaruh motif emosional terhadap minat menggunakan bank syariah

   Menurut Schiffman dan Kanuk, motif emosional yaitu suatu penentuan tujuan berdasar atas kriteria diri sendiri, misal perasaan bangga, rasa takut, dan perasaan atau status. Menurut Nugroho J. Setiadi motif emosional diartikan sebagai suatu kesan bergegas dalam melakukan sesuatu tanpa memikirkan secara baik-baik mengenai sesuatu yang akan terjadi di masa yang akan datang (Fadhilah, 2022). Hasil penelitian Niswah Mu'tiah (2015) menyimpulkan bahwa variabel motif emosional berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa memilih jasa perbankan syariah. Dan hasil penelitian yang dilakukan oleh Umi Fadhilah (2022) menyimpulkan bahwa motif emosional berpengaruh terhadap minat menggunakan bank syariah. Berdasarkan pada kajian teori diatas, jadi hipotesis ketiga yang dapat diajukan yaitu :

   H_3 : Motif Emosional berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan bank syariah.

4. Pengaruh pengetahuan, kepercayaan, dan motif emosional terhadap minat menggunakan bank syariah

Pengetahuan konsumen ialah segala jenis informasi yang ketahui seseorang tentang suatu barang dan layanan serta informasi mengenai tugasnya sebagai pelanggan (Azizah, 2019). Menurut Mayer, kepercayaan diartikan sebagai kemauan suatu pihak untuk memperoleh perbuatan atas pihak lain dengan harapan pihak tersebut memenuhi keinginannya, sebagai bagian dari pengawasan tindakan pihak yang dipercayainya (Nengsi, 2020). Menurut Nugroho J. Setiadi motif emosional diartikan sebagai suatu kesan bergegas dalam melakukan sesuatu tanpa memikirkan secara baik-baik tentang apa yang akan terjadi di masa depan. Berdasarkan pada uraian teori tersebut, maka hipotesis yang akan diajukan dalam penelitian ini yaitu:

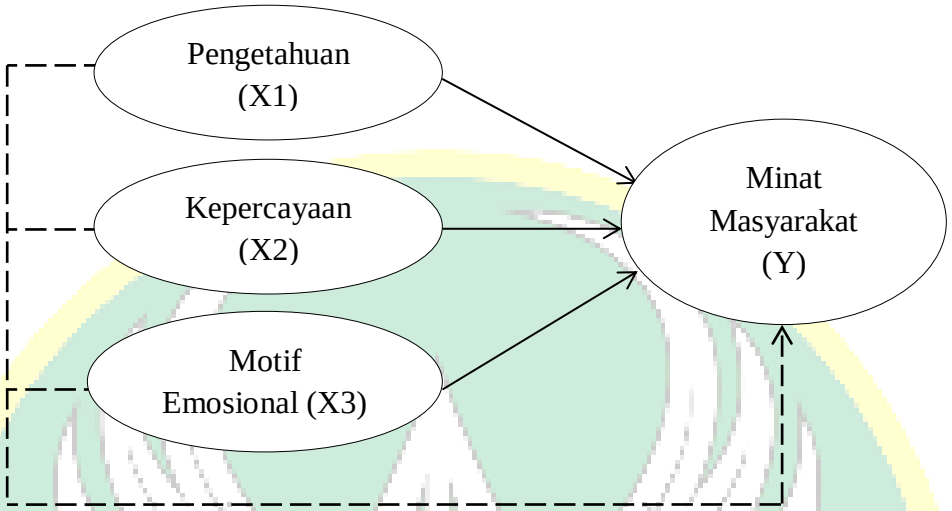
H_4 : Pengetahuan, Kepercayaan, dan Motif Emosional berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap minat masyarakat menggunakan Bank Syariah.

b. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan uraian sebelumnya, peneliti menyimpulkan bahwa pengaruh pengetahuan, kepercayaan, dan motif emosional terhadap minat masyarakat muslim dalam menggunakan produk dan jasa Bank Syariah di Wilayah Kabupaten Banyumas dapat digambarkan dalam kerangka pemikiran sebagai berikut :

Gambar 2.1

Kerangka Berfikir



Keterangan :

———— : menyatakan pengaruh parsial

– – – – – : menyatakan pengaruh simultan

Gambar di atas menunjukkan variabel terikat diartikan sebagai suatu variabel yang dapat disebabkan/dipengaruhi oleh adanya variabel bebas, yaitu minat masyarakat (Y). Sedangkan variabel bebas diartikan sebagai suatu variabel yang dapat menyebabkan/mempengaruhi variabel terikat, yaitu variabel Pengetahuan (X_1), Kepercayaan (X_2), dan Motif Emosional (X_3).

BAB III
METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan ialah penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif ialah suatu jenis penelitian dengan menggunakan populasi dan sampel dalam pengujiannya. Alasan penggunaan metode penelitian Kuantitatif ialah metode ini sangat tepat dipergunakan untuk mengukur apakah terdapat pengaruh dan seberapa besar pengaruh antara variabel independen yaitu pengetahuan, kepercayaan, dan motif emosional terhadap variabel dependen yaitu minat masyarakat muslim di Wilayah Kabupaten Banyumas.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian berlokasi di Wilayah Kabupaten Banyumas. Dengan waktu pelaksanaan sejak bulan Juni hingga bulan Juli 2023. Adapun alasan dalam pemilihan tempat penelitian karena subyek yang diteliti adalah masyarakat muslim di Wilayah Kabupaten Banyumas.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

   Menurut Sugiyono, Populasi diartikan sebagai suatu wadah yang terdiri atas objek dan subjek yang memiliki kualitas serta ciri-ciri tertentu yang dapat diaplikasikan untuk dapat dipelajari untuk kemudian diambil kesimpulannya (Iii et al., 2011). Populasi yang dipakai dalam penelitian ini ialah Masyarakat Muslim di Wilayah Kabupaten Banyumas.

2. Sampel

   Menurut Sugiyono, Sampel ialah sebagian dari keseluruhan jumlah serta ciri-ciri yang melekat pada suatu populasi (Iii et al., 2011). Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik non probability sampling berupa *Purposive Sampling* pada pengambilan sampelnya. *Purposive*

sampling yaitu suatu teknik pengambilan sampel berdasarkan pada pertimbangan karakteristik tertentu dalam hal pengambilan datanya (Agustin, 2022). Dalam penelitian ini, penulis mengambil sampel dengan kriteria :

1) Masyarakat muslim yang berdomisili atau sedang berada di wilayah Kabupaten Banyumas
2) Mengetahui terkait produk dan jasa di Bank Syariah

Adapun teknik untuk menentukan total sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan rumus, sebagai berikut (Ferdinand, 2014) :

Sampel = (25 x n var)
= 25 x 3
= 75 sampel

Keterangan :
n var = jumlah total variabel independen

Berdasarkan perhitungan dari rumus diatas, maka didapatkan sampel penelitian sebanyak 75 sampel. Namun, peneliti menetapkan sampel sebanyak 125 responden. Alasan peneliti mengambil 125 responden, alasannya karena besar ukuran sampel telah melebihi batas minimal ukuran sampel yaitu 100. Hal ini didukung oleh pendapat Gay dan Diehl bahwa besar ukuran sampel minimal yang digunakan adalah 100 responden, alasannya karena jumlah itu telah memenuhi uji distribusi Z sehingga data akan mendekati sempurna atau mendekati batas minimum (Sabita, 2022). Alasan lain peneliti menggunakan rumus ini dikarenakan jumlah populasi subjek yang diteliti terlalu besar dan setiap tahunnya selalu berubah-ubah, serta belum ada data resmi terkait masyarakat muslim yang berdomisili di wilayah kabupaten Banyumas dalam 1 tahun terakhir, serta adanya keterbatasan waktu, tenaga serta biaya penelitian oleh sebab itu peneliti menggunakan rumus sampel tersebut.

D. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini meliputi :

a. Kuisioner

Kuisioner ialah teknik pengumpulan data menggunakan beberapa pernyataan secara tertulis pada respoden untuk diisi. Kuisioner yang akan digunakan peneliti menggunakan *Google Form*. Pernyataan yang dibuat disusun berdasarkan skala likert. Pernyataan tersebut dibuat dengan skala penilaian 1-5 dengan penjabaran berikut ini :

Tabel 3.1
Skor Skala *Likert*

Skala	Skore
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Ragu-ragu/Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

b. Observasi atau Studi Pendahuluan

Observasi dapat diartikan sebagai proses yang kompleks yang terdiri dari dua aspek atas berbagai proses biologis dan psikologis. Peneliti melakukan observasi untuk mendapatkan data mengenai masyarakat muslim di Kabupaten Banyumas.

E. Variabel dan Indikator Penelitian

1. Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono, Variabel Penelitian dapat diartikan sebagai semua hal yang telah ditentukan oleh seseorang peneliti untuk kemudian mecoba dipelajari sehingga menghasilkan informasi untuk kemudian diambil kesimpulannya. Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi :

a. Variabel Independen (X)

Variabel independen merupakan variabel yang dapat mempengaruhi variabel dependen (terikat). Pada penelitian ini, variabel inpedenden yang digunakan ialah Pengetahuan (X1), Kepercayaan (X2), dan Motif Emosional (X3).

b. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen diartikan sebagai variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen, atau dengan kata lain variabel yang akan menjadi akibat dari adanya variabel independen. Pada penelitian ini, variabel dependen yang digunakan yaitu minat masyarakat muslim terhadap Produk dan Jasa di Bank syariah (Y).

Tabel 3.2

Definisi dan Indikator Penelitian

No	Variabel	Definisi	Indikator	Pernyataan
1	Pengetahuan (X_1)	Pengetahuan didefinisikan sebagai jawaban atas suatu pertanyaan yang mungkin muncul dalam kehidupan bermasyarakat. (Nurbaiti et al., 2020)	a. Pengetahuan tentang karakteristik Produk b. Pengetahuan tentang manfaat produk c. Pengetahuan tentang konsep dasar Bank Syariah (Kotler, 2007)	a. Bank syariah memiliki tugas utama untuk menghimpun dana, menyalurkan kembali dana kepada masyarakat serta menyediakan jasa - jasa lain b. Produk penghimpunan dana di bank syariah yaitu tabungan, deposito, dan giro c. Produk jasa yang digunakan dalam bank syariah yaitu wakalah, kafalah, sharf, qardh, rahn, ijarah, dan hiwalah

				d. Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip-prinsip islam e. Bank syariah merupakan bank dengan prinsip bagi hasil sehingga meminimalisir riba f. Pengetahuan yang saya miliki membuat saya dapat memilih produk dan jasa sesuai dengan kebutuhan saya.
2	Kepercayaan (X_2)	Kepercayaan merupakan harapan atas suatu pihak untuk mendapat perlakuan yang sama dalam memenuhi harapan yang diinginkan. (Iranati, 2017)	a. Integritas b. Konsistensi c. Loyalitas d. Keterbukaan (Robbins & Judge, 2009)	a. Saya percaya bahwa informasi yang diberikan bank syariah selalu benar b. Setiap janji yang dibuat oleh bank syariah selalu ditepati c. Saya percaya bahwa setiap pertanyaan yang diajukan oleh calon nasabah selalu dijawab dengan jujur d. Saya percaya bahwa pegawai bank syariah ramah dan sopan e. Saya mengetahui bahwa bank syariah selalu amanah

				f. Saya percaya bahwa bank syariah selalu terbuka atas informasi yang diperlukan saat akan bertransaksi.
3	Motif Emosional (X_3)	Motif emosional diartikan sebagai suatu kesan bergegas dalam melakukan sesuatu tanpa memikirkan secara baik-baik mengenai sesuatu yang akan terjadi di masa yang akan datang. (Nugroho J. Setiadi)	a. Dorongan keluarga b. Produk sesuai prinsip syariah c. Bebas dari riba. (Sofjan Assauri, 2014)	a. Saya menggunakan produk dan jasa bank syariah karena mengikuti keluarga b. Bank syariah adalah bank yang bernuansa islami c. Produk dan jasa dibank syariah sesuai dengan prinsip islam d. Produk dan jasa di bank syariah terbebas dari unsur riba e. Menggunakan bank syariah karena sesuai dengan ajaran Al Qur'an f. Sistem transaksi dibank syariah sesuai ajaran agama islam.
4	Minat Masyarakat Muslim (Y)	Minat ialah perilaku yang muncul atas respon pada objek keinginan konsumen untuk membelinya. (Sanusi Anwar, 2011)	a. Tertarik untuk mencoba b. Tertarik untuk memiliki c. Ingin tahu tentang suatu produk (Schiffman dan Kanuk, 2012)	a. Menggunakan bank syariah karena sesuai ajaran agama islam b. Menggunakan bank syariah karena keinginan saya sendiri c. Saya ingin tahu mengenai produk dan jasa yang tersedia di bank

				syariah d. Menggunakan bank syariah karena ingin mendapat keselamatan dunia dan akhirat e. Dengan Menggunakan bank syariah karena tuntutan pekerjaan f. Menggunakan bank syariah karena produk dan jasa dibank syariah sesuai dengan keinginan saya

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Instrumen Penelitian

   a. Uji Validitas

      Uji Validitas disini akan dipakai dalam mengukur valid atau tidaknya Kuisioner yang digunakan. Kuisioner dapat dikatakan valid apabila kusioner tersebut berhasil mengungkapkan apa yang diukur pada kuisioner. Uji signifikansi validitas dapat dilakukan dengan cara membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Pernyataan akan dikatakan valid apabila tingkat signifikansinya ≤ 0,05.

   b. Uji Reabilitas

      Uji reabilitas ialah suatu alat yang dipergunakan untuk mengukur instrumen penelitian yang berupa indikator pada penelitian. Kuisioner dapat dikatakan realiabel jika jawaban dari responden itu konsisten disetiap waktu. Dalam menganalisis uji reabilitas, peneliti dapat mengunakan program software *SPSS*. Dapat dikatakan reliabel jika nilai pada tabel ≥ 0,6.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas akan dikatakan berdistribusi normal apabila model regresi dapat dikatakan baik atau sesuai. Uji normalitas dilakukan dengan statistik. Analisis data statistik dilakukan dengan menggunakan Uji *Kolmogrov-Smirnov*. Variabel dikatakan menyebar jika nilai Sig. ≥ 0,05 (Suliyanto, 2011).

b. Uji Multikolineritas

Uji multikolinieritas memiliki tujuan untuk menguji hubungan antar variabel independen, apakah uji linier yang dilakukan sempurna atau tidak. Model regresi yang tepat seharusnya tidak terdapat gejala multikolinieritas. Uji multikolinieritas dapat dikatakan baik dan tidak terdapat gejala multikolinieritas, apabila nilai VIF ≤ 10 (Suliyanto, 2011).

c. Uji Heteroskedastisitas

Ghozali mengatakan bahwa uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah terjadi perbedaan varian residual antar pengamatan. Apabila varian residual antar pengamatan tetap, maka disebut homoskedastisitas dan apabila varian residual antar pengamatan berubah, maka disebut sebagai heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas dapat diamati dengan melihat terdapat pola tertentu atau tidak pada grafik *scatterplot* dan Uji *Glejser*. Jika nilai sig ≥ 0,05 atau $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka data dikatakan tidak mengalami gejala heterokedastisitas (Suliyanto, 2011).

d. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda umumnya digunakan padaa saat terdapat dua atau lebih variabel independen yang akan diuji terhadap satu variabel dependen. Uji Regresi Linier Berganda menjelaskan terdapat hubungan satu garis lurus antara variabel dependen dengan masing-masing indikator yang digunakan (Arum & Anie, 2012).

Hubungan satu garis lurus ini bisa dijabarkan dalam suatu rumus. Dalam penelitian ini, rumus yang terbentuk ialah :

$$\gamma = \alpha + \beta_{1x1} + \beta_{2x2} + \beta_{3x3} + e$$

Keterangan :

Y = Koefisien Minat Masyarakat

a = Konstanta

B_1 = Koefisien Pengetahuan

B_2 = Koefisien Kepercayaan

B_3 = Koefisien Motif Emosional

X_1 = Variabel Pengetahuan

X_2 = Variabel Kepercayaan

X_3 = Variabel Motif Emosional

e = Standard Eror

3. Uji Hipotesis

a. Uji T (Uji Parsial)

Uji T dipergunakan untuk mengukur tingkat signifikansi pengaruh antara variabel x dan variabel y. Uji T digunakan dengan cara menyamakan t_{hitung} dengan t_{tabel}. Dan apabila t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} atau nilai sig ≤ 0,05, maka variabel independen dapat dikatakan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu minat masyarakat, jika terjadi keadaan seperti ini maka hipotesis dapat dikatakan diterima.

b. Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah suatu variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen secara bersama-sama. Kesimpulan pada uji f dapt diakukan dengan mengunakan software SPSS dengan mengamati tabel anova, dimana kriteria dalam pengambilan keputusannya meliputi :

1. Jika $f_{hitung} \geq f_{tabel}$ atau nilai signifikansi ≤ 0,05. Maka Hipotesis diterima dan terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen dengan varibel dependen.

2. Jika $f_{hitung} \leq f_{tabel}$ atau nilai signifikansi $\geq 0{,}05$. Maka Hipotesis ditolak dan tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen dengan varibel dependen.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji ini dipakai untuk mengukur kemampuan model untuk menjelaskan variasi diantara variabel-variabel dependen. Nilai koefisien determinasi yaitu 0 sampai dengan 1. Apabila Nilai R^2 kecil, maka diartikan bahwa kemampuan variabel independen dalam menerangkan variasi antar variabel sangat terbatas. Apabila, nilai R^2 mendekati nilai 1, maka diartikan sebagai variabel independen memberikan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen (Agustina, 2012).

BAB IV
HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Masyarakat Muslim Wilayah Kabupaten Banyumas

1. Sejarah Kabupaten Banyumas

Kabupaten Banyumas adalah sebuah kabupaten di Jawa Tengah. Indonesia. Purwokerto adalah ibu kotanya. Kabupaten Banyumas adalah salah satu area budaya banyumasan, Kabupaten Banyumas berada di bagian barat Jawa Tengah. Masyarakat dari daerah lain seringkali menyebut masyarakat banyumas sebagai masyarakat dengan "*bahasa ngapak*" yang kental karena adanya kaarakteristik bunyi */k/* yang dibaca tegas pada akhir kata (BPS, 2023).

Gambar 4.1

Lambang Kabupaten Banyumas

Sumber: *banyumaskab.go.id*

Berdirinya kabupaten Banyumas erat kaitannya dengan penelusuran sumber sejarah yang ditandai dengan adanya sebuah naskah. Naskah tersebut dikenal dengan nama *"Naskah Kalibening"*. Dalam Naskah Kalibening diceritakan bahwa pada tanggal 27 pasa hari rabu sore telah terjadi suatu peristiwa penyerahan sejumlah upeti kepada Sultan Pajang. Teks Kalibening menyatakan bahwa kejadian penyerahan upeti itu ada kaitannya dengan "*sang mertua".* Maka dari itu pada tanggal tersebut

dijadikan sebagai pondasi hari lahir Kabupaten Banyumas. Sesuai dengan perhitungan menunjukkan bahwa bulan Ramadhan pada 1571 M jatuh pada tahun 978 H. Dengan demikian, tanggal 27 Ramadhan 978 H dan telah dikonversikan terhadap tahun masehi, maka ditetapkan tanggal 22 Februari 1572 M pada hari Kamis Wage (Rabu Sore) (https://banyumaskab.go.id).

2. Visi Misi Kabupaten Banyumas

a. Visi

Menciptakan Banyumas yang Maju, Adil, Makmur dan Mandiri.

b. Misi

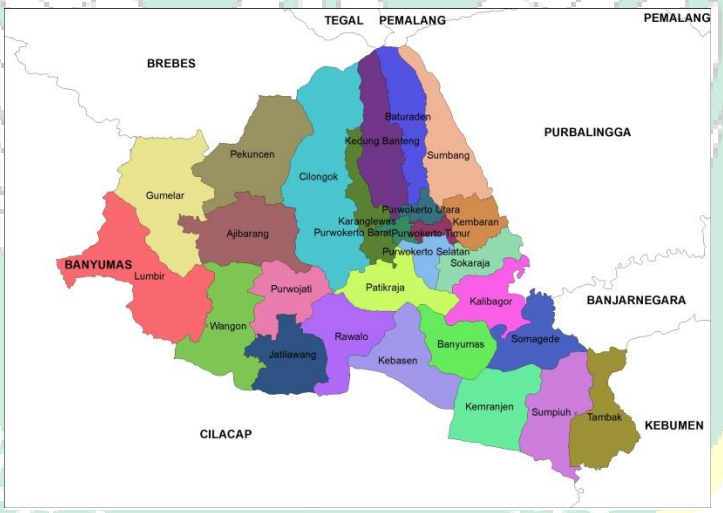
1) Menjadikan Banyumas sebagai barometer pelayanan publik dengan membangun sistem integritas birokrasi yang profesional, bersih, aktif, kreatif, dan bermartabat.
2) Meningkatkan kualitas hidup penduduk melalui penyediaan layanan pendidikan dan kesehatan dasar.
3) Meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan daya saing di wilayah yang adil, berkelanjutan, dan berkualitas tinggi.
4) Menjadikan Banyumas menjadi Kabupaten Pelopor Kedaulatan Makanan.
5) Menciptakan lingkungan investasi yang mendukung peningkatan kesempatan kerja yang berbasis potensi lokal dan ramah lingkungan.
6) Meningkatkan daya ungkit pembangunan dengan meningkatkan kualitas dan kuantitas infrastruktur dasar yang merata dan memadai.
7) Menggerakkan industri kerakyatan, pariwisata, dan kreatif yang berbasis pada sumber daya lokal untuk mencapai kemandirian ekonomi.
8) Menciptakan masyarakat yang berkepribadian dan berbudaya dengan mempertahankan prinsip religius dan nasionalis.

3. Letak Geografis

Banyumas adalah salah satu kabupaten di Jawa Tengah yang terletak di antara garis Bujur Timur 108º 39'17" hingga 109º 27' 15" dan pada garis Lintang Selatan 7º 15'05" hingga 7º 37'10", yang berada dibelahan bumi bagian selatan dari garis khaulistiwa. Berdasar letak geografis, Di sebelah utara, Kabupaten Banyumas berbatasan dengan Kabupaten Tegal dan Pemalang; Kabupaten Cilacap di sebelah selatan; dan Kabupaten Cilacap dan Brebes di sebelah barat; Kabupaten Purbalingga, Banjarnegara, dan Kebumen berbatasan di sebelah timur.

Gambar 4.2

Peta Denah Kabupaten Banyumas



Sumber: wikipedia.com

Terdapat 27 kecamatan di Kabupaten Banyumas serta memiliki luas 1.327,59 km^2 atau sekitar 4,04% dari luas Provinsi Jawa Tengah (https://banyumaskab.go.id). Kemudian dengan banyaknya fasilitas perekonomian dalam hal ini fasilitas perbankan diwilayah Kabupaten Banyumas, hal itulah yang mendasari alasan penulis untuk melakukan penelitian di wilayah Kabupaten Banyumas ini. Adapun untuk rincian luas wilayah di setiap kecamatan di Kabupaten Banyumas yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.1

Luas Wilayah Per Kecamatan di Kabupaten Banyumas

No	Kecamatan	Luas Wilayah (Km^2)
1	Purwokerto Utara	9,01
2	Purwokerto Timur	8,42
3	Purwokerto Barat	7,40
4	Purwokerto Selatan	13,75
5	Sokaraja	29,92
6	Kembaran	25,92
7	Sumbang	53,42
8	Baturraden	45,53
9	Kedungbanteng	60,22
10	Karanglewas	32,50
11	Cilongok	105,34
12	Pekuncen	92,70
13	Gumelar	93,95
14	Ajibarang	66,50
15	Purwojati	37,86
16	Patikraja	43,23
17	Banyumas	38,09
18	Kalibagor	35,73
19	Somagede	40,11
20	Tambak	52,03
21	Sumpiuh	60,81
22	Kemranjen	60,71
23	Kebasen	54,00
24	Rawalo	49,64
25	Jatilawang	48,16
26	Wangon	60,78
27	Lumbir	102,66

Sumber: *Kabupaten Banyumas dalam angka 2022*

Dari 27 kecamtan di Kabupaten Banyumas, Kecamatan Cilongok memiliki wilayah paling luas yaitu sekitar 105,34 Km^2. Kemudian,

Kecamatan kedua yang memiliki wilayah paling luas yaitu Kecamatan Lumbir. Sedangkan kecamatan dengan wilayah yang paling kecil adalah Kecamatan Purwokerto Timur dengan luas 8,42 dan Kecamatan Purwokerto Barat seluas 7,40 km^2.

B. Deskripsi Karakteristik Responden

Sebelum melangkah untuk memulai menganalisis data yang telah dikumpulkan dalam penelitian ini, dimulai dengan deskripsi mengenai karakteristik responden yang ada dalam penelitian ini.

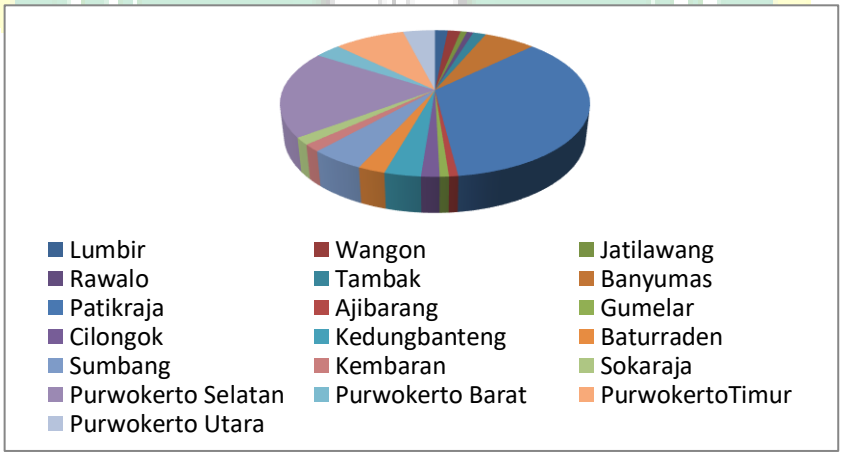
Dalam penelitian ini, data yang ada diperoleh melalui penyebaran kuisioner kepada 125 responden, dimana responden yang dipakai dalam penelitian ini ialah Masyarakat muslim yang sedang berada di Wilayah Kabupaten Banyumas. Adapun rincian dari karakteristik responden tersebut yaitu sebagai berikut:

1. Responden berdasarkan alamat tempat tinggal / domisili

Berdasarkan dari hasil penyebaran kuisioner, maka didapatkan data responden menurut alamat tempat tinggal/domisili dari tiap masyarakat diwilayah Kabupaten Banyumas yang terdiri dari beberapa distrik adalah sebagai berikut:

Gambar 4.3

Responden Menurut Alamat Tempat Tinggal / Domisili



Sumber: *Data primer diolah, 2023*

Berdasarkan gambar menyebutkan hasil bahwa dari 125 responden masyarakat muslim Kabupaten Banyumas yang membantu mengisi kuisioner, telah mendapatkan informasi tentang hasil dari setiap kecamatan. Dan responden yang mengisi juga sudah melebihi jumlah sampel yang dibutuhkan, sehingga telah memenuhi minimal jumlah sampel yang ditetapkan oleh penulis.

2. Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Sebagai hasil dari survei yang dibagikan kepada komunitas muslim di wilayah Kabupaten Banyumas, maka didapatkan data responden menurut Jenis Kelamin yaitu:

Tabel 4.2

Jenis Kelamin Responden

Keterangan	Jumlah	Presentase (%)
Laki-laki	36	28,8 %
Perempuan	89	71,2 %
Total	**125**	**100 %**

Sumber: *Data primer diolah, 2023*

Berdasarkan dari tabel diatas terlihat bahwa frekuensi jumlah responden berdasarkan jenis kelamin yang berjumlah 125, dimana 36 diantaranya berjenis kelamin laki-laki atau sekitar 28,8% dan sebanyak 89 berjenis kelamin perempuan sekitar 71,2%. Dari uraian tersebut terlihat bahwa responden yang membantu mengisi kuisioner didominasi oleh perempuan.

3. Responden berdasarkan Agama

Berdasar atas hasil dari kuisioner yang telah disebarkan kepada masyarakat musllim di wilayah Kabupaten Banyumas, maka didapatkan data responden berdasarkan agama yang dianut yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.3
Agama Responden

Keterangan	Agama	Presentase (%)
Muslim	125	100%
Non Muslim	-	-
Total	**125**	**100 %**

Sumber: *Data primer diolah, 2023*

Jumlah responden berdasarkan agama lebih tinggi diisi oleh masyarakat muslim sebanyak 125 dengan presentase 100%, seperti yang ditunjukkan dalam uraian tabel di atas. Dari uraian tersebut terlihat bahwa responden yang membantu mengisi kuisioner didominasi oleh masyarakat yang beragama muslim.

4. Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berdasar atas hasil dari kuisioner yang telah disebarkan kepada masyarakat musllim di wilayah Kabupaten Banyumas, maka didapatkan data responden berdasarkan pada pendidikan terakhir mereka yaitu:

Tabel 4.4
Pendidikan Terakhir Responden

Keterangan	Jumlah	Presentase (%)
Tidak Sekolah	-	-
SD / MI	2	1,6 %
SMP / MTS	15	12 %
SMA / SMK / MA	69	55,2 %
D1 / D3	9	7,2 %
D4 / S1 / S2 / S3	30	24 %
Total	**125**	**100 %**

Sumber: *Data primer diolah, 2023*

Berdasarkan uraian yang diberikan dalam tabel di atas, jumlah responden berdasarkan pendidikan terakhir sebanyak 125 orang, dengan

didominasi oleh pendidikan terakhir responden SMA/SMK/MA sebanyak 69 orang, kemudian diurutan kedua dengan pendidikan terakhir responden D4/S1/S2/S3 sebanyak 30 orang, kemudian sebanyak 15 responden SMP/MTS, 9 responden berpendidikan D1/D3, dan yang terakhir sebanyak 2 responden berpendidikan terakhir SD/MI.

5. Responden berdasarkan Pekerjaan

Berdasar atas hasil dari kuisioner yang telah disebarkan kuisioner kepada masyarakat musllim di wilayah Kabupaten Banyumas, maka didapatkan data responden yang didasarkan pada pekerjaan yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.5

Pekerjaan Responden

Keterangan	Jumlah	Presentase (%)
PNS	7	5,6 %
Karyawan	25	20 %
Wiraswasta	18	14,4 %
Petani	3	2,4 %
Pelajar / Mahasiswa	36	28,8 %
Lainnya	36	28,8 %
Total	**125**	**100 %**

Sumber: *Data primer diolah, 2023*

Berdasarkan uraian yang diberikan dalam tabel di atas, jumlah responden berdasarkan pekerjaan yang berjumlah 125 orang, dengan rincian 7 responden (5,6%) bekerja sebagai PNS, 25 orang (20%) bekerja sebagai karyawan, 18 orang (14,4%) bekerja sebagai wiraswasta, 3 orang (2,4%) sebagai petani, 36 orang (28,8%) sebagai pelajar/mahasiswa, dan lainnya sebanyak 36 orang (28,8%).

C. Statistik Deskriptif

1. Pengetahuan (X1)

Berdasarkan atas hasil dari adanya olah data yang penulis telah lakukan dalam penelitian ini, penulis mengukur variabel pengetahuan dengan menggunakan enam pernyataan yang telah dibagikan kepada 125 responden melalui penggunaan kuisioner. Hasil dari tanggapan responden pada variabel pengetahuan ditunjukkan di bawah ini :

Tabel 4.6

Distribusi Jawaban Responden Variabel Pengetahuan (X1)

Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Total
X1.1	61	49	12	2	1	125
X1.2	47	52	22	1	3	125
X1.3	47	38	32	6	2	125
X1.4	76	33	13	1	2	125
X1.5	72	35	10	5	3	125
X1.6	56	48	18	1	2	125

Sumber: *Data primer diolah, 2023*

Tabel di atas menunjukkan bahwa jawaban responden pada kuisioner yang dibagikan kepada 125 individu terkait pengetahuan mereka terhadap produk dan jasa di bank syariah, menjelaskan bahwa sebanyak 76 responden merasa sangat setuju dengan item pernyataan nomor 4 mengenai bank syariah yaitu bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip islam. Sebaliknya, sebanyak 3 responden merasa sangat tidak setuju pada pernyataan nomor 2 mengenai produk penghimpunan dana dibank syariah yaitu tabungan, deposito, dan giro. Serta, 3 responden lain juga sangat tidak setuju pada pernyataan nomor 5 mengenai bank syariah merupakan bank dengan prinsip bagi hasil sehingga meminimalisir riba.

2. Kepercayaan (X2)

Berdasarkan atas hasil dari adanya olah data yang penulis telah lakukan dalam penelitian ini, penulis mengukur variabel kepercayaan

dengan menggunakan enam pernyataan yang telah dibagikan kepada 125 responden melalui penggunaan kuisioner. Berikut ini adalah hasil tanggapan dari responden terhadap variabel kepercayaan:

Tabel 4.7

Distribusi Jawaban Responden Variabel Kepercayaan (X2)

Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Total
X2.1	32	56	28	6	3	125
X2.2	29	49	40	5	2	125
X2.3	39	48	29	8	1	125
X2.4	45	55	17	7	1	125
X2.5	37	56	26	5	1	125
X2.6	42	55	23	4	1	125

Sumber: *Data primer diolah, 2023*

Tabel di atas menunjukkan bahwa jawaban responden pada kuisioner yang dibagikan kepada 125 individu terkait kepercayaan mereka terhadap produk dan jasa di bank syariah, menjelaskan bahwa sebanyak 45 responden merasa sangat setuju dengan pernyataan nomor 4 mengenai percaya bahwa pegawai bank syariah ramah dan sopan. Sebaliknya, sebanyak 3 responden merasa sangat tidak setuju pada item pernyataan nomor 1 mengenai percaya bahwa informasi yang diberikan bank syariah selalu benar.

3. Motif Emosional (X3)

Berdasarkan atas hasil dari adanya olah data yang penulis telah lakukan dalam penelitian ini, penulis mengukur variabel motif emosional dengan menggunakan enam pernyataan yang telah disebar kepada 125 responden melalui penggunaan kuisioner. Hasil dari tanggapan responden pada variabel motif emosional ditujukkan dibawah ini:

Tabel 4.8

Distribusi Jawaban Responden Variabel Motif Emosional (X3)

Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Total
X3.1	13	27	38	33	14	125
X3.2	61	43	19	1	1	125
X3.3	57	47	18	2	1	125
X3.4	45	45	28	6	1	125
X3.5	42	44	35	2	2	125
X3.6	49	51	19	5	1	125

Sumber: *Data primer diolah, 2023*

Tabel di atas menunjukkan bahwa jawaban responden pada kuisioner yang dibagikan kepada 125 individu terkait motif emosional mereka terhadap produk dan jasa di bank syariah, menjelaskan bahwa sebanyak 61 responden merasa sangat setuju dengan pernyataan nomor 2 mengenai bank syariah adalah bank yang bernuansa islami. Sebaliknya, sebanyak 14 responden merasa sangat tidak setuju pada item pernyataan nomor 1 mengenai menggunakan produk dan jasa dibank syariah karena mengikuti keluarga.

4. Minat Masyarakat Muslim (Y)

Berdasarkan atas hasil dari adanya olah data yang penulis telah lakukan dalam penelitian ini, penulis mengukur variabel minat dengan menggunakan enam pernyataan yang telah dibagikan kepada 125 responden melalui penggunaan kuisioner. Hasil dari tanggapan responden pada variabel minat ditunjukkan dibawah ini:

Tabel 4.9

Distribusi Jawaban Responden Variabel Minat Masyarakat (Y)

Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Total
Y.1	40	51	29	3	2	125
Y.2	42	46	30	6	1	125
Y.3	48	50	21	4	2	125

Y.4	47	37	35	3	3	125
Y.5	19	11	50	28	17	125
Y.6	34	52	33	4	2	125

Sumber: *Data primer diolah, 2023*

Tabel di atas menunjukkan bahwa jawaban responden pada kuisioner yang dibagikan kepada 125 individu terkait minat mereka terhadap produk dan jasa di bank syariah, menjelaskan bahwa sebanyak 48 responden merasa sangat setuju dengan pernyataan nomor 3 mengenai saya ingin tahu mengenai produk dan jasa yang tersedia dibank syariah. Sebaliknya, sebanyak 17 responden merasa sangat tidak setuju yang terdapat pada pernyataan nomor 5 mengenai menggunakan bank syariah karena tuntutan pekerjaan.

D. Analisis Hasil Penelitian

1. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji Validitas dapat digunakan untuk mengetahui apakah kuisioner yang akan digunakan dalam penelitian sah atau tidak. Pernyataan dalam uji validitas akan diukur dengan cara menghubungkan jumlah tiap pernyataan dengan total keseluruhan tanggapan pernyataan yang digunakan pada tiap variabel yang diukur. Penentuan dari uji validitas valid atau tidak dapat digunakan dengan cara membandingkan nilai dari r hitung dengan nilai r tabelnya. Nilai yang ditunjukkan pada baris *Pearson Correlation* digunakan untuk menentukan r hitung. Di sisi lain, nilai r tabel dihitung dengan menggunakan rumus N-2 pada kolom df, di mana N adalah banyaknya responden. Adapun ketentuan dalam menggunakan uji validitas yaitu sebagai berikut (Darma, 2021):

- Instrumen dapat dikatakan valid, jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$,
- Instrumen dapat dikatakan tidak valid, jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$.

Dalam penelitian ini, jumlah sampel (N) ada 125 responden, maka nilai df dihitung dengan mengurangi 2 pada jumlah sampel (df=N-2).

Maka, df = N-2 = 125-2 = 123 dengan tingkat signifikansi α = 0,05. Maka ditemukan hasil bahwa r_{tabel} dari 123 dengan α = 5%, yaitu sebesar 0,1757.

Tabel 4.10

Hasil Uji Validitas

Item	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
Variabel Pengetahuan (X1)			
X1.1	0,800	0,1757	Valid
X1.2	0,753	0,1757	Valid
X1.3	0,743	0,1757	Valid
X1.4	0,854	0,1757	Valid
X1.5	0,784	0,1757	Valid
X1.6	0,818	0,1757	Valid
Variabel Kepercayaan (X2)			
X2.1	0,889	0,1757	Valid
X2.2	0,911	0,1757	Valid
X2.3	0,891	0,1757	Valid
X2.4	0,908	0,1757	Valid
X2.5	0,905	0,1757	Valid
X2.6	0,892	0,1757	Valid
Variabel Motif Emosional (X3)			
X3.1	0,523	0,1757	Valid
X3.2	0,866	0,1757	Valid
X3.3	0,872	0,1757	Valid
X3.4	0,847	0,1757	Valid
X3.5	0,871	0,1757	Valid
X3.6	0,882	0,1757	Valid
Variabel Minat Menggunakan Produk dan Jasa Bank Syariah (Y)			
Y1	0,889	0,1757	Valid
Y2	0,911	0,1757	Valid

Y3	0,891	0,1757	Valid
Y4	0,908	0,1757	Valid
Y5	0,905	0,1757	Valid
Y6	0,892	0,1757	Valid

Sumber: *Data primer diolah, 2023*

Berdasarkan pada tabel diatas, menerangkan bahwa jika semua butir pernyataan yang diajukan kepada responden pada variabel pengetahuan, kepercayaan, motif emosional, dan minat masyarakat menggunakan produk dan jasa di bank syariah memiliki nilai r hitung > dari nilai r_{tabel} yaitu 0,1757. Maka, dengan demikian kesimpulan dari hasil uji validitas terhadap semua variabel adalah valid.

b. Uji Reabilitas

Uji reabilitas lebih tepat digunakan untuk melakukan evaluasi dari tiap variabel yang akan dipakai melalui pernyataan yang akan dipergunakan. Nilai *cronbach's alpha* dapat dibandingkan dengan tingkat atau taraf signifikan yang digunakan untuk melakukan uji ini. Adapun tingkat signifikan yang dipakai dalam penelitian ini adalah 0,6. Jadi, standar uji reabilitas dalam penelitian ini adalah (Darma, 2021):

- Instrumen dapat dikatakan reliabel, jika nilai *Cronbach's alpha* ≥ tingkat signifikan (0.6),
- Instrumen dapat dikatakan tidak realiabel, jika nilai *Cronbach's alpha* ≤ tingkat signifikan (0.6).

Adapun hasil uji reliabel pada variabel pengetahuan, kepercayaan, motif emosional, dan minat masyarakat menggunakan produk dan jasa bank syariah yaitu:

Tabel 4.11

Hasil Uji Reabilitas

Variabel	*Cronbach's Alpha*	*N of items*	Keterangan
Pengetahuan (X1)	0,877	6	Reliabel
Kepercayaan (X2)	0,952	6	Reliabel
Motif Emosional (X3)	0,878	6	Reliabel
Minat Masyarakat (Y)	0,836	6	Reliabel

Sumber: *Data diolah SPSS 20, 2023*

Berdasarkan atas tabel diatas menerangkan bahwa *Cronbach's alpha* dari masing – masing variabel yaitu variabel pengetahuan 0,877; kemudian variabel kepercayaan 0,952; variabel motif emosional 0,878; dan variabel minat masyarakat menggunakan bank syariah sebesar 0,836. Karena pernyataan dalam kuisioner yang tersebar memiliki nilai *Cronbach's alpha* ≥ 0,6; maka dapat dikatakan bahwa pernyataan tersebut dapat dianggap reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Dalam analisis parametrik, salah satu uji yang harus dilakukan adalah uji normalitas. Uji normalitas dapat dikatakan mewakili populasi, jika data yang telah diolah terdistrubusi secara normal (R. A. Purnomo, 2016). Penelitian ini menggunakan *Uji Kolmogrov-Smirnov* untuk menguji normalitas dimana data dapat dikatakan berdistribusi normal apabila nilai sig. ≥ 0,05; tetapi jika nilai sig < 0,05 maka data dikatakan tidak berdistribusi normal. Dibawah ini merupakan hasil dari uji normalitas, yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.12

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		125
Normal Parameters[a,b]	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2,20229580
Most Extreme Differences	Absolute	,062
	Positive	,062
	Negative	-,050
Kolmogorov-Smirnov Z		,695
Asymp. Sig. (2-tailed)		,719

Sumber: *Data primer diolah, 2023*

Berdasarkan hasil uji normalitas satu sampel *kolmogrov-smirnov* yang disebutkan di atas, didapatkan nilai signifikansi 0,719 ≥ 0,05. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa data telah dianggap terdistribusi secara normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk memastikan apakah variabel bebas dalam model regresi yang dibangun memiliki korelasi yang tinggi atau sempurna. Adanya korelasi yang tinggi atau sempurna antara variabel bebas dalam model regresi akan menyebabkan gejala multikolinieritas.

Nilai *Toleransi* (TOL) dan *Variance Inflation Factor* (VIF) masing-masing variabel bebas dan variabel terikat dapat dilihat untuk melakukan uji multikoinieritas. Uji multikolinieritas dapat dikatakan baik dan tidak terdapat gejala multikolinieritas (Suliyanto, 2011). Adapun kriteria pengambilan keputusan terhadap uji multikolinieritas yaitu:

a. Multikolinieritas tidak terjadi, jika nilai *tolerance* ≥ 0,1 atau nilai VIF ≤ 10.

b. Multikolinieritas terjadi, jika nilai *tolerance* ≤ 0,1 atau nilai VIF ≥ 10.

Berikut hasil uji multikolinieritas dengan menggunakan alat uji SPSS 20:

Tabel 4.13

Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients[a]								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,194	1,268		,942	,348		
	Pengetahuan	,229	,075	,222	3,053	,003	,404	2,474
	Kepercayaan	,340	,079	,379	4,280	,000	,272	3,677
	Motif	,328	,085	,331	3,873	,000	,292	3,430

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: *Data primer diolah, 2023*

Hasil uji multikolinieritas sebelumnya, menunjukkan bahwa nilai *tolerance* pada masing-masing variabel yaitu ≥ 0,10 dengan rincian variabel pengetahuan 0,404; variabel kepercayaan 0,272; variabel motif emosional 0,292. Sedangkan untuk nilai VIF, seluruh variabel independen memiliki nilai ≤ 10 dengan rincian 2,474 untuk variabel pengetahuan; 3,677 untuk variabel kepercayaan; serta 3,430 untuk variabel motif emosional. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa gejala multikolinieritas antar variabel independen tidak terjadi.

d. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali, uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menentukan apakah ada perbedaan varian residual antar pengamatan. Heteroskedastisitas dilihat melalui ada tidaknya pola tertentu yang terbentuk pada grafik *scatterplot* dan Uji *Glejser*. Adapun ketentuan

pengambilan keputusan terhadap uji heteroskedastisitas yaitu (Suliyanto, 2011):

a. Gejala heteroskedastisitas tidak terjadi, jika nilai sig ≥ 0,05 atau $t_{hitung} \leq t_{tabel}$.
b. Gejala heteroskedastisitas terjadi, jika nilai sig ≤ 0,05 atau $t_{hitung} \geq t_{tabel}$.

Dibawah ini merupakan hasil dari uji heteroskedastisitas dengan menggunakan SPSS 20:

Tabel 4.14

Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,289	,718		1,796	,075
	Pengetahuan	-,043	,043	-,143	-1,015	,312
	Kepercayaan	,073	,045	,280	1,633	,105
	Motif	-,006	,048	-,020	-,122	,903
a. Dependent Variable: Abs_Res						

Sumber: *Data primer diolah, 2023*

Berdasarkan uji heteroskedastisitas sebelumnya, diketahui bahwa nilai signifikansi masing-masing variabel independen ≥ 0,05 dengan rincian variabel pengetahuan 0,312; variabel kepercayaan 0,105; serta variabel motif emosional 0,903. Jadi, dapat diartikan bahwa pada seluruh variabel independen tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

e. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4.15

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,194	1,268		,942	,348
	Pengetahuan	,229	,075	,222	3,053	,003
	Kepercayaan	,340	,079	,379	4,280	,000
	Motif	,328	,085	,331	3,873	,000
a. Dependent Variable: Minat						

Sumber: *Data primer diolah, 2023*

Berdasar tabel tersebut menunjukkan bahwa rumus persamaan regresi untuk mengetahui adanya pengaruh pengetahuan, kepercayaan, dan motif emosional terhadap minat masyarakat muslim di wilayah Kabupaten Banyumas adalah sebagai berikut:

$$\gamma = \alpha + \beta_{1x1} + \beta_{2x2} + \beta_{3x3} + \varepsilon$$

$$\mathbf{Y = 1{,}194 + 0{,}229\ X_1 + 0{,}340\ X_2 + 0{,}328\ X_3 + 1{,}268}$$

Keterangan :

Y = Koefisien Minat Masyarakat

a = Konstanta

B_1 = Koefisien Pengetahuan

B_2 = Koefisien Kepercayaan

B_3 = Koefisien Motif Emosional

X_1 = Variabel Pengetahuan

X_2 = Variabel Kepercayaan

X_3 = Variabel Motif Emosional

ε = Standard Eror

Berdasarkan atas penjelasan diatas, oleh karena itu, kesimpulan secara parsial dapat dibuat seperti berikut:

a. Nilai konstanta 1,194 menunjukkan bahwa jika variabel pengetahuan (X1), kepercayaan (X2), dan motif emosional (X3) berubah dengan nilai nol atau konstan, maka minat masyarakat menggunakan produk dan jasa bank syariah senilai 1,194.
b. Nilai dari koefisien regresi pada variabel pengetahuan (X1) yaitu sebesar 0,229. Dapat diartikan bahwa variabel pengetahuan (X1), berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan produk dan jasa bank syariah. Jadi, Dengan demikian, jika variabel pengetahuan (X1) mengalami peningkatan 1 satuan dengan asumsi bahwa variabel lain tetap, maka minat masyarakat menggunakan produk dan jasa di bank syariah akan mengalami kenaikan sebesar 0,229.
c. Nilai dari koefisien regresi pada variabel kepercayaan (X2) yaitu sebesar 0,340. Dapat diartikan bahwa variabel kepercayaan (X2), memiliki pengaruh yang positif terhadap minat masyarakat menggunakan produk dan jasa bank syariah. Dengan demikian, dapat ditafsirkan sebagai berikut: jika variabel kepercayaan (X2) meningkat satu satuan dengan asumsi variabel lain tetap, maka minat masyarakat menggunakan produk dan jasa di bank syariah akan mengalami kenaikan sebesar 0,340.
d. Nilai dari koefisien regresi pada variabel motif emosional (X3) yaitu sebesar 0,328. Dapat diartikan bahwa variabel motif emosional (X3), berpengaruh positif terhadap minat masyarakat menggunakan produk dan jasa bank syariah. Dengan demikian, dapat diartikan bahwa jika variabel motif emosional (X3) mengalami peningkatan sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel lain tetap, maka minat masyarakat menggunakan produk dan jasa di bank syariah akan mengalami kenaikan sebesar 0,328.

3. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji T)

Uji T dipergunakan untuk mengukur tingkat signifikansi pengaruh antara variabel x dan variabel y. Uji T digunakan dengan cara menyamakan t_{hitung} dengan t_{tabel}. Dan apabila t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} atau nilai sig ≤ 0,05, maka variabel independen dapat dikatakan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu minat masyarakat, jika terjadi keadaan seperti ini maka hipotesis dapat dikatakan diterima (Suliyanto, 2011). Adapun perhitungan dari t_{tabel} dalam penelitian ini yaitu:

T_{tabel} = α ; (n-k-1)

= 0,05 ; (125-4-1)

= 0,05 ; 120

= 1,65765

Hasil dari uji parsial yang dilakukan menggunakan SPSS sebagai berikut:

Tabel 4.16

Hasil Uji Parsial (Uji T)

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,194	1,268		,942	,348
	Pengetahuan	,229	,075	,222	3,053	,003
	Kepercayaan	,340	,079	,379	4,280	,000
	Motif	,328	,085	,331	3,873	,000
b. Dependent Variable: Minat						

Sumber: *Data primer diolah, 2023*

Berdasarkan hasil dari tabel diatas, maka dapat diketahui bahwa pengaruh dari masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen dengan nilai α sebesar 0,05 dan nilai df sebesar 120, yang didapat dari rumus n-k-1, dimana n adalah jumlah

data, dan k adalah jumlah variabel independen. Maka diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,65765 dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Dapat dilihat bahwa hasil uji t terhadap variabel pengetahuan (X1) memiliki t_{hitung} sebesar 3,053 dengan signifikansi t sebesar 0,003. Dengan demikian, $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ (3,053 ≥ 1,65765 atau nilai signifikansi ≤ 0,05 (0,03 ≤ 0,05) maka dapat ditarik kesimpulan bahwa **H_1 diterima** dan secara parsial variabel pengetahuan (X1) berpengaruh positif terhadap minat masyarakat menggunakan produk dan jasa bank syariah (Y).

b. Dapat dilihat bahwa hasil uji t terhadap variabel kepercayaan (X2) memiliki t_{hitung} sebesar 4,280 dengan signifikansi t sebesar 0,000. Dengan demikian, $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ (4,280 ≥ 1,65765 atau nilai signifikansi ≤ 0,05 (0,000 ≤ 0,05) maka dapat ditarik kesimpulan bahwa **H_2 diterima** dan secara parsial variabel kepercayaan (X2) berpengaruh positif terhadap minat masyarakat menggunakan produk dan jasa bank syariah (Y).

c. Dapat dilihat bahwa hasil uji t terhadap variabel motif emosional (X3) memiliki t_{hitung} sebesar 3,873 dengan signifikansi t sebesar 0,000. Dengan demikian, $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ (3,873 ≥ 1,65765 atau nilai signifikansi ≤ 0,05 (0,000 ≤ 0,05) maka dapat ditarik kesimpulan bahwa **H_3 diterima** dan secara parsial variabel motif emosional (X3) berpengaruh positif terhadap minat masyarakat menggunakan produk dan jasa bank syariah (Y).

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji F akan digunakan untuk menentukan apakah suatu variabel independen dapat berdampak pada variabel dependen secara bersamaan. Dengan demikian kriteria dalam pengambilan keputusannya meliputi :

1) Apabila $f_{hitung} \geq f_{tabel}$ atau nilai signifikansi ≤ 0,05. Maka Hipotesis diterima dan terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen dengan varibel dependen.

2) Apabila $f_{hitung} \leq f_{tabel}$ atau nilai signifikansi $\geq 0,05$. Maka Hipotesis ditolak dan tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen dengan varibel dependen.

Berdasarkan uraian ditas diperoleh f_{tabel} sebesar 2,680. Adapun nilai tersebut diperoleh dari rumus berikut ini:

F_{tabel} = α; df_1 (k-1); df_2 (n-k)
= 0,05; (4-1); (125-4)
= 0,05; 3; 121
= 2,680

Tabel 4.17
Hasil Uji Simultan (Uji f)

ANOVA[a]						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1729,387	3	576,462	115,980	,000[b]
	Residual	601,413	121	4,970		
	Total	2330,800	124			
a. Dependent Variable: Minat						
b. Predictors: (Constant), Motif, Pengetahuan, Kepercayaan						

Sumber: *Data primer diolah, 2023*

Hasil uji simultan sebelumnya menunjukkan bahwa nilai f_{hitung} sebesar 115,462; dan nilai f_{tabel} sebesar 2,680. Jadi, berdasarkan hasil pengambilan keputusan, kita dapat mengatakan bahwa nilai $f_{hitung} \geq f_{tabel}$ (115,462 $\geq$ 2,680) dan nilai signifikansi sebesar 0,000 $\leq$ 0,05. Oleh karena itu, variabel independen berdampak positif dan signifikan terhadap variabel dependen secara simultan dan dapat dikatakan bahwa **H_4 diterima.**

c. Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Kemampuan model untuk menjelaskan perbedaan antara variabel dependen diukur melalui uji ini. Koefisien Determinasi berkisar antara 0 dan 1. Jika Nilai R^2 kecil, maka dapat diartikan bahwa perilaku variabel independen saat membandingkan variasi di antara variabel sangat terbatas. Jika R^2 lebih besar atau mendekati nilai 1, Ini menunjukkan bahwa variabel independen memiliki kemampuan untuk menyediakan data yang diperlukan untuk memprediksi variabel dependen (Agustina, 2012).

Tabel 4.18

Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Model Summary[b]				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,861[a]	,742	,736	2,229
a. Predictors: (Constant), Motif, Pengetahuan, Kepercayaan				
b. Dependent Variable: Minat				

Sumber: *Data primer diolah, 2023*

Tabel di atas menunjukkan bahwa, hasil penelitian koefisien determinasi menyebutkan bahwa nilai koefisien R sebesar 0,861. Sedangkan, nilai dari *Adjusted R Square* sebesar 0,736. Hal ini memiliki arti bahwa 73,6% variabel independen yang digunakan yaitu pengetahuan (X1), kepercayaan (X2), dan motif emosional (X3) mampu menjelaskan minat menggunakan produk dan jasa bank syariah, dan sisanya yaitu 26,4% dipengaruhi variabel lain diluar penelitian ini.

E. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan temuan dari analisis data dan penelitian penulis dimana penulis menggunakan tiga variabel independen yaitu pengetahuan (X1),

kepercayaan (X2), dan motif emosional (X3). Berdasarkan uraian sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan yaitu:

1. Pengaruh pengetahuan terhadap minat menggunakan produk dan jasa bank syariah di wilayah Kabupaten Banyumas

   Secara umum, pengetahuan masyarakat terkait dengan bank syariah memberi petunjuk bahwa bank yang berbasis syariah ialah bank islam yang mengandalkan bagi hasil. Tugas utama bank syariah adalah untuk mengumpulkan dana, menyalurkan dana, dan menyediakan jasa lainnya. Sangat penting bagi Nasabah dan Calon Nasabah untuk belajar dan mengetahui tentang produk dan jasa perbankan syariah saat mereka hendak menggunakannya. Karena itu, memahami pengetahuan konsumen tentang barang dan jasa yang ditawarkan oleh bank-bank syariah sangat penting bagi pihak pemasaran bank (Habibah & Hasanah, 2021).

   Menurut hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel pengetahuan pada uji parsial (uji t) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,003 ≤ 0,05 maka dengan demikian **H_1 diterima.** Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan berpnegaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat muslim menggunakan produk dan jasa di bank syariah.

   Dalam penelitian ini, peneliti memberi pernyataan kepada responden yang didominasi oleh responden yang berasal dari wilayah kecamatan patikraja, berdasarkan atas indikator yang telah peneliti susun memberikan hasil sebagai berikut:

   Pengetahuan tentang karakteristik produk, Responden dalam hal ini adalah masyarakat muslim di kecamatan Patikraja dapat membedakan dengan baik karakteristik produk dan jasa yang ditawarkan oleh bank syariah. **Pengetahuan tentang manfaat produk,** Responden mengetahui dengan baik manfaat atas produk dan jasa dibank syariah yaitu adanya manfaat bahwa penggunaan bank syariah akan meminimalisir terjadinya riba. **Pengetahuan tentang konsep dasar bank syariah,** Berdasarkan atas kuisioner yang telah disebarkan, didapati informasi bahwa mayoritas

responden telah mengetahui bahwa bank syariah merupakan bank yang kegiatan usahanya berdasar atas prinsip islam.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Elvia Reynada Saputri (2021) yang menyimpulkan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan produk dan jasa bank syariah. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Elly Masykuroh (2018) yang menyimpulkan bahwa pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan produk dan jasa bank syariah. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin banyak pengetahuan yang dimiliki oleh masyarakat, terutama para nasabah, Dengan demikian, minat mereka untuk menggunakan produk dan jasa bank syariah akan semakin meningkat.

2. Pengaruh kepercayaan terhadap minat menggunakan produk dan jasa di bank syariah di wilayah Kabupaten Banyumas

   Menurut Jogiyanto (2019), kepercayaan didefinisikan sebagai evaluasi seseorang individu setelah memperoleh, mengolah, dan mengumpulkan suatu informasi, yang nantinya akan menghasilkan berbagai macam penilaian dan asumsi. Kepercayaan berhubungan dengan pihak lain, kepercayaan akan timbul setelah salah satu piha dapat melakukan kewajiban yang telah diharapkan oleh pihak lainnya (Budiono, 2021).

   Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel kepercayaan pada uji parsial (uji t) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 ≤ 0,05 maka dengan demikian **H_2 diterima.** Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan berdampak positif dan signifikan terhadap minat masyarakat muslim untuk menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan oleh bank syariah.

   Dalam penelitian ini, peneliti memberi pernyataan kepada responden yang didominasi oleh responden yang berasal dari wilayah kecamatan patikraja, berdasarkan atas indikator yang telah peneliti susun memberikan hasil sebagai berikut:

Integritas, pada indikator ini integritas bank syariah terhadap masyarakat belum terlalu baik, itu berarti bahwa masih banyak masyarakat yang ragu terhadap bank syariah berdasarkan atas pernyataan yang peneliti ajukan. **Konsistensi,** indikator ini mendapatkan nilai yang terkecil dibandingkan dengan pernyataan item lain, hal itu berarti bahwa masih banyak masyarakat yang ragu-ragu akan janji yang dibuat bank syariah akan ditepati atau tidak sesuai dengan pernyataan yang peneliti ajukan. **Loyalitas,** Indikator ini menjadi indikator yang paling dominan dari seluruh indikator yang peneliti ajukan pada variabel ini, hal ini berarti bahwa loyalitas bank syariah sangat dipercaya oleh kebanyakan masyarakat muslim. **Keterbukaan,** Berdasarkan atas hasil penelitian menunjukkan bahwa, keterbukaan bank syariah kepada masyarakat baik nasabah ataupun calon nasabah saat akan bertransaksi menjadi acuan yang sangat penting dalam menilai kepercayaan seorang konsumen terhadap pihak bank itu sendiri.

Hasil penelitian ini sesuai dengan yang dilakukan oleh Elfa Karima (2021) yang menyimpulkan bahwa variabel kepercayaan memiliki pengaruh yang positif dana signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan produk dan jasa bank syariah. Serta peenelitian yang dilakukan oleh Dicky Wahyudi (2021) yang menyimpulkan bahwa variabel kepercayaan memiliki pengaruh yang positif dana signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan produk dan jasa bank syariah. Serta, penelitian yang dilakukan oleh Abdul Malik., dkk (2021) yang menyimpulkan bahwa variabel kepercayaan memiliki pengaruh yang positif dana signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan produk dan jasa bank syariah.

3. Pengaruh motif emosional terhadap minat menggunakan produk dan jasa di bank syariah di wilayah Kabupaten Banyumas

   Motif emosional merupakan suatu faktor yang menjadi pertimbangan penting konsumen ketika akan membeli atau memutuskan untuk menggunakan suatu produk atau jasa. Emosi berbeda dengan perasaan

(feelings), dimana perasaan adalah suatu pengalaman disadari yang sengaja diaktifkan oleh perangsang itu sendiri ataupun oleh keadaan jasamaninya (Fauzi, 2023).

Menurut hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel motif emosional pada uji parsial (uji t) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 ≤ 0,05 maka dengan demikian **H_3 diterima.** Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel motif emosional memiliki dampak positif dan signifikan terhadap minat masyarakat muslim untuk menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan oleh bank syariah.

Dalam penelitian ini, peneliti memberi pernyataan kepada responden yang didominasi oleh responden yang berasal dari wilayah kecamatan patikraja, berdasarkan atas indikator yang telah peneliti susun memberikan hasil sebagai berikut:

Dorongan keluarga, tanggapan responden mengenai indikator ini dominan bersifat netral, dimana sebagian masyarakat menganggap mereka akan menggunakan bank syariah karena adanya dorongan dari keluarga, namun sebagian masyarakat lain belum tentu berminat menggunakan bank syariah karena adanya dorongan keluarga. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil kuisioner yang telah disebar. **Produk sesuai prinsip syariah,** tanggapan responden atas pernyataan ini bersifat positif, dimana masyarakat setuju bahwa produk bank syariah sesuai prinsip syariah. Indikator ini merupakan indikator yang paling dominan jika dibandingkan dengan yang lain. Hal itu dapat dilihat dari hasil sebaran kuisioner. **Bebas dari riba,** tanggapan responden atas indikator ini menimbulkan arah yang baik, mereka sepakat bahwa produk dan jasa dibank syariah bebas dari riba. Hal itu dapat dilihat dari hasil sebaran kuisioner.

Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Umi Fadhilah (2022) yang menyimpulkan bahwa variabel motif emosional memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan produk dan jasa bank syariah. Serta penelitian

yang dilakukan oleh Devi Ratnasari (2023) yang menyimpulkan bahwa variabel motif emosional memiliki pengaruh yang positif dana signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan produk dan jasa bank syariah. Serta penelitian yang dilakukan oleh Niswah Muti'ah (2015) yang menyimpulkan bahwa variabel motif emosional memiliki pengaruh yang positif dana signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan produk dan jasa bank syariah.

4. Pengaruh pengetahuan, kepercayaan, dan motif emosional terhadap minat menggunakan produk dan jasa di bank syariah di wilayah Kabupaten Banyumas

   Jogiyanto (2007), minat penggunaan didefinisikan sebagai suatu keinginan dari seseorang individu atau alasan individu tersebut untuk melakukan tindakan tertentu jika pengguna memiliki keinginan yang kuat untuk melakukannya (Desvronita, 2021). Menurut Crow Abror (1993), minat penggunaan adalah sikap yang mendorong pengguna untuk menggunakan teknologi tertentu.

   Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel pengetahuan, kepercayaan, dan motif emosional pada uji simultan (uji f) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 ≤ 0,05 serta nilai $f_{hitung} \geq f_{tabel}$ (115,462 ≥ 2,680) maka dengan demikian **H_4 diterima.** Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan, kepercayaan, dan motif emosional secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat muslim menggunakan produk dan jasa di bank syariah.

   Menurut hasil perhitungan nilai uji koefisien determinasi menyebutkan bahwa nilai koefisien R sebesar 0,861. Sedangkan, nilai dari *Adjusted R Square* sebesar 0,736. Hal ini memiliki arti bahwa 73,6% variabel independen yang digunakan yaitu pengetahuan (X1), kepercayaan (X2), dan motif emosional (X3) mampu menjelaskan minat menggunakan produk dan jasa bank syariah, dan sisanya yaitu 26,4% dipengaruhi variabel lain diluar penelitian ini.

Dalam penelitian ini, peneliti memberikan pernyataan kepada responden yang didominasi oleh responden yang berasal dari wilayah kecamatan patikraja, berdasarkan atas indikator yang telah peneliti susun memberikan hasil sebagai berikut:

Tertarik untuk mencoba, Tanggapan responden mengenai indikator menyatakan bahwa masyarakat sangat tertarik untuk menggunakan produk dan jasa dibank syariah karena menurut mereka Bank syariah adalah jenis bank yang mengikuti prinsip agama islam. **Tertarik untuk memiliki,** tanggapan masyarakat terkait indikator ini mengindikasikan bahwa setelah mereka mengatahui dengan baik mengenai bank syariah, mereka berminat menggunakan bank syariah karena ingin mendapatkan keselamatan di dunia maupun diakhirat. **Ingin tahu tentang suatu produk,** Masyarakat sangat ingin mencoba untuk mencari tahu segala informasi yang berkaitan dengan produk dan jasa dibank syariah. Hal ini dapat dilihat dari kuisioner yang telah disebar.

BAB V
PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan atas hasil pengujian dan analisis data yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Pengetahuan secara parsial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat masyarakat untuk menggunakan produk dan jasa bank syariah diwilayah Kabupaten Banyumas. Disini dapat diartikan bahwa semakin tinggi pengetahuan masyarakat terkait bank syariah, maka akan semakin tinggi minat masyarakat untuk menggunakan produk dan jasa bank syariah.
2. Kepercayaan secara parsial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat masyarakat untuk menggunakan produk dan jasa bank syariah diwilayah Kabupaten Banyumas. Disini dapat diartikan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan masyarakat kepada pihak bank, maka akan semakin tinggi minat masyarakat untuk menggunakan produk dan jasa bank syariah.
3. Motif Emosional secara parsial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat masyarakat untuk menggunakan produk dan jasa bank syariah diwilayah Kabupaten Banyumas. Motif emosional disini adalah motif yang berisifat positif. Dengan demikian, minat masyarakat juga dapat dipengaruhi oleh motivasi yang bersifat emosional.
4. Pengetahuan, kepercayaan, dan motif emosional berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap minat masyarakat untuk menggunakan produk dan jasa bank syariah. Dimana pengetahuan, kepercayaan, dan motif emosional dapat menjadi faktor yang dapat mempengaruhi minat seseorang. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pengetahuan, kepercayaan, dan motif emosional secara simultan

terhadap minat masyarakat muslim untuk menggunakan produk dan jasa bank syariah di wilayah Kabupaten Banyumas.

B. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan pada penelitian ini, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Akademis
   a. Subjek yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat muslim yang berada diwilayah Kabupaten Banyumas, maka untuk peneliti selanjutnya dapat memperluas subjek atau menggunakan subjek lain yang belum dilakukan dalam penelitian ini, serta dapat memperluas subjek penelitian ke masyarakat non muslim.
   b. Disarankan untuk penelitian selanjutnya dapat ditambahkan variabel lain yang belum digunakan dalam penelitian ini seperti variabel motif rasional; digital marketing; kemudahan; kebermanfaatan; atau tingkat keuntungan (nisbah), sehingga informasi terkait variabel baru yang dapat mempengaruhi minat masyarakat lebih luas dan kaya akan varian.
2. Bagi pihak terkait dan masyarakat umum
   a. Bagi pihak bank syariah, diharapkan mampu untuk lebih banyak melakukan promosi serta rajin untuk mengedukasi masyarakat terkait bank syariah, terutama terhadap kecamatan-kecamatan yang terbilang sangat jarang ada bank syariah, serta masyarakat yang jauh dari gadget dan medsos. Dengan adanya promosi, diharapkan mayarakat mampu mengenal dengan baik apa saja produk dan jasa, serta mekanisme kegiatan bank syariah.
   b. Bagi masyarakat umum, diharapkan untuk tidak segan mencari tahu informasi terkait bank syariah, karena bank syariah sangatlah berbeda dengan bank konvensional baik dari segi nisbah bagi hasil, jenis produk dan jasa yang juga sangat variatif. Masyarakat bisa mencari informasi melalui media digital seperti televisi, media

sosial dan jangan ragu untuk mengunjungi bank syariah dikota terdekat anda.

DAFTAR PUSTAKA

Abdul Malik, D. (2021). *Pengaruh Promosi, Pengetahuan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Singkut pada Masyarakat Desa Pelawan Jaya*. *1*(1), 28–43.

Afrilianes, P. (2018). Minat Melakukan Investasi Cicil Emas Bagi Dosen Pegawai Negeri Sipil Univeritas Islam Negeri Syarif Kasim Riau pada PT. Bank Syariah Mandiri Kc. Pekanbaru. *Angewandte Chemie International Edition, 6(11), 951–952.*, *3*(1), 10–27.

Agustin, S. N. (2022). *Pengaruh Pendapatan, Literasi Keuangan, dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Menabung Masyarakat di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Rangkasbitung Kabupaten Lebak)*. *19*.

Agustina, V. (2012). *Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*.

Akmal, R. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kota Bandung Kelurahan Tamansari). *Jurnal Ilmiah*, *2*(2), 1–16.

Al Fasiri, M. J. (2021). Penerapan Al Ijarah Dalam Bermuamalah. *Ecopreneur : Jurnal Program Studi Ekonomi Syariah*, *2*(2), 236.

Anshori, M. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif : Edisi 1*. Airlangga University Press.

Arum, D. N. J., & Anie. (2012). *Statistik deskriptif & regresi linier berganda dengan spss*.

Assauri, S. (2014). *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Astuti, Y. W., Agriyanto, R., & Turmudzi, A. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Layanan Mobile Banking Syariah. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, *19*(3), 134–158.

Augusna, W. L. (2023). Musyarakah dan Mudharabah pada Financial Technology. *Lembaga Keuangan Dan Perbankan*, *8*(2), 35.

Azizah, T. (2019). *Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Masyarakat pada Perbankan Syariah (Studi Kasus Kelurahan Sabbamparu Kecamatan Wara Utara Kota Palopo)*.

Basalamah, M. R. (2018). *Perbankan Syariah*. Malang: Empat Dua.

BPS. (2023). *Kabupaten Banyumas Dalam Angka 2023*. Banyumas: Badan Pusat Statistik.

Budiono, C. (2021). *Pengaruh kepercayaan dan kemudahan terhadap minat menggunakan E-money Mandiri di Cibubur selama pandemi covid-19*. 13.

Dahlan, A. (2019). *Pengantar Ekonomi Islam* (1st ed.). Jakarta: Prenada Media Group.

Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)*. Jakarta: Guepedia.

Desvronita. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan

Sistem Pembayaran E-Wallet Menggunakan Technology Acceptance Model. *Jurnal AKMENIKA*, *18*(2).

Dewi, L. C. (2021). Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Jorong Piliang Kecamatan Lima Kaum Kabupaten Tanah Datar). *Angewandte Chemie International Edition, 6(11), 951–952.*, 5–24.

Edhie Rachmat, Y. (2023). *Psikologi Pemasaran Society 5.0 : Strategi Penjualan Maksimal Era Society 5.0*. Jambi: Sonpedia Publishing Indonesia.

Fadhilah, U. (2022). *Pengaruh Religiusitas, Motif Rasional, Dan Motif Emosional Terhadap Pengambilan Keputusan Memilih Produk dan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus pada Nasabah BSI KC. Kudus)*.

Fahmi hakim, F. (2017). Pengaruh Motif Rasional dan Motif Emosional Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Sepak Bola Specs di Keanggotaan Persis Solo. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, *3*, 473–482.

Fauzi, M. (2023). Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional Terhadap Kepuasan dan Loyalitas. *Jurnal Ekonomi Islam*, *2*(1), 122–136.

Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Undip.

Gunardi, S., Gatriyani, P., Rosalina, T., Dinna, S., Kadir, A., Saswati, R., & Zuhroh, L. (2022). *Psikologi Pendidikan*. Makasar: Tohar Media.

Habibah, G. W. I. A., & Hasanah, A. N. (2021). Pengetahuan Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung dibank Syariah (Studi pada Masyarkat Desa Pagar Puding Kec. Tebo Ulu). *Telanaipura Jambi*, *1*(1), 45.

Handayani, S. L. (2020). *Sumber Pengetahuan (Filsafat Ilmu)*. *1*, 1–8.

Hasan, A. (2010). *Marketing dari Mulut ke Mulut (word of mouth marketing)*. Yogyakarta: Medpress.

Hasan, S., & Ahmad, B. (2020). Bank syariah di dunia internasional. *Jurnal Eksyar*, *07*(02), 35–51.

Iii, B. A. B., Populasi, A., & Penelitian, S. (2011). *Ninoy Yudhistya Sulistiyono, 2013 Gambaran Asupan Zat Gizi Dan Aktivitas Fisik Mahasiswa Ilmu Keolahragaan Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu 19*. 19–29.

Ikfiyah, A. (2021). *Motivasi Ketenangan dalam Bekerja dan Kinerja Karyawan, Manajemen Sumber Daya Manusia*. 19–30.

Iranati, R. B. O. (2017). Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Pengetahuan, dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Tangerang Selatan). *Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*.

Kamal, S. A. (2011). *Analisis Faktor Emosional Dan Rasional Dalam Keputusan Pembiayaan Perusahaan Melalui Bank Syari'ah Di Jawa Tengah*. 238.

Karima, E. (2021). Pengaruh Pengetahuan Produk, Kualitas Produk, Kepercayaan, religiusitas dan lokasi terhadap minat masyarakat menggunakan produk bank syariah (Studi Kasus Masyarakat Desa Ngadi Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri).

Kurniawan, M. (2021). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah (Teori dan Aplikasi)*. Penerbit Adab.

Mapakhir, A. (2021). *Pengaruh Komunikasi Pemasaran dan Kepercayaan*

Terhadap Minat Menggunakan Bank Syariah Pada Masyarakat Cisauk Kabupaten Tangerang. 17.

Masykuroh, E. (2018). Pengaruh Pengetahuan, Produk dan Prinsip Syariah Terhadap Minat Masyarakat Dalam Memilih Produk Perbankan Syariah. *Jurnal Kreativitas Mahasiswa*, 2.

Muhammad. (2018). *Manajemen Bank Syariah* (Y. S. YKPN (ed.)).

Musthofa, U. A., & Prastiwi, I. E. (2016). Analisis Risiko Investasi Deposito Mudharabah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, *2*(2), 73–84.

Mutiara, M., & Wibowo, I. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, *8*(2), 10–20.

Nengsi, S. W. (2020). Pengaruh Promosi dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung di Bank BRI Unit Lero (Analisis Manajemen Syariah) [IAIN Parepare].

Nofinawati, N. (2016). Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia. *JURIS (Jurnal Ilmiah Syariah)*, *14*(2), 168.

Nopriansyah, W., & Unggul, M. (2021). *Aspek Hukum Perbankan Syariah di Indonesia: Dilengkapi Perlindungan Nasabah Terhadap Kejahatan Cybercrime*. Jakarta: Kencana.

Novitasari, S. (2018). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Muslim Pedesaan dalam Menggunakan Lembaga Keuangan Syariah (Studi Kasus Masyarakat Desa Bonomerto)*. *7*(2), 44–68.

Nurbaiti, Supaino, & Fadhilah, D. (2020). Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Pesantren Di Bank Syariah. *Jurnal Bilal (Bisnis Ekonomi Halal)*, *1*(2), 31–37.

Nurzain, N. L. (2018). *Pengaruh Merek, Lokasi, Motif Rasional, dan Motif Emosional Terhadap Keputusan Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)* (Vol. 7, Issue 2).

Ofri, D. (2020). Pengetahuan masyarakat. *The Lancet*, *395*(10236), 1538–1539.

Pasi, I. R. (2017). Pengaruh Pengetahuan Dan Sikap Terhadap Perilaku Masyarakat Pada Bank Syariah. *Jurnal Al-Qasd*, *1*(2), 199.

Permatasari, A. R., & Kertiyasa, N. N. (2020). *Kepercayaan Pelanggan di antara Hubungan Citra Perusahaan dan Kewajaran Harga Dengan Loyalitas Pelanggan Mappemal.com*. Klaten: Lakeisha.

Pitaloka, S. D. (2020). Pengaruh Religiusitas, Pendidikan, Pengetahuan, Pekerjaan, Pendapatan Linkungan Sosial dan Gaya Hidup Masyarakat Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Desa Tamban Kecamatan Pakel Kabupaten Tulungagung). *Journal Information*, *10*(3), 1–16.

Prasetyo, E. D., & Siwi, M. K. (2022). Pengaruh Pengetahuan Perbankan Syariah dan Lingkungan Keluarga terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah. *Jurnal Ecogen*, *5*(1), 91.

Purnomo, R. A. (2016). *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS*. Ponorogo: Cv Wade Group bekerjasama dengan UNMUH Ponorogo Press.

Purnomo, S. D., Cahyo, H., & Mukharomah, S. A. (2021). Analisis Faktor-Faktor

yang Mempengaruhi Minat Menabung di Bank Syariah pada Masyarakat Kabupaten Banyumas. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, *6*(2), 343.

Rafiudin. (2021). *Pengembangan Kepribadian dalam Studi Islam*. Kediri: CV Cakrawala Satria Mandiri.

Rahayu, S. (2021). *Strategi Meningkatkan Loyalitas Sikap dan Loyalitas Pembelian*. Jawa Barat: Adab.

Rahma, T. I. F. (2019). Perbankan syariah I. *Buku Diktat*, 100–117.

Rasa, S. (2023). *Kecerdasan Emosional: Menjelajahi dan Mengembangkan Potensi Emosional Anda*. Jakarta: Prenada Media Group.

Regiansa, A., & Mubarok, D. A. A. (2020). Pengaruh Kelompok Acuan Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi pada Konsumen Yamaha NMAX di Kota Bandung). *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, *1*(1), 24–38.

Rosyid, M. (2019). Pengetahuan Perbankan Syariah dan Pengaruhnya terhadap Minat Menabung Santri dan Guru. *Islaminomic*, *7*(2), 41–42.

Sabita, S. (2022). Pengaruh Digital Marketing: Harga, Iklan, dan Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Konsumen E-Commerce Shopee di Jakarta di Era Industri 4.0. *Metode Penelitian*, 32–41.

Safitri, E. N., & Mubarak, Z. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Masyarakat di Kota Banjarmasin Pada Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, *8*(3), 2875–2881.

Sanusi Anwar. (2011). *Metode Penelitian Bisnis, Salemba Empat, sanusi anwar. (2011). Metode Penelitian Bisnis, Salemba Empat, Jakarta.Jakarta*. 6–19.

Saprida. (2018). Akad Salam Dalam Transaksi Jual Beli. *Mizan: Journal of Islamic Law*, *4*(1), 121–130.

Setyoparwati, I. C. (2019). Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Trust) Konsumen Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada E-Commerce di Indonesia. *Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, *3*(3), 111–119.

Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan : Teori dan Aplikasi dengan SPSS* (FI. Sigit Suryantoro (ed.); 1st ed.). ANDI.

Sumarno, S., Nawawi, R., & Saeki, J. (2021). Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Untuk Memilih Produk Bank Syariah. *Ecobankers : Journal of Economy and Banking*, *2*(2), 75.

Supriyanto, D. (2019). Pengaruh Tabungan Wadiah dan Giro wadiah Terhadap Pembiayaan Jual Beli Murabahah. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Perbankan*, *13*(2), 168–180. www.ojk.co.id,

Suryani. (2015). *Metode Riset Kuantitatif (Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam)* (Suwito (ed.); Pertama). Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.

Tafsir. (n.d.). *Tafsir QS Al Mujaadalah*. https://tafsirweb.com/10765-surat-al-mujadalah-ayat-11.html

Tohardi, A. (2021). *Kewirausahaan*. Jakarta: Nas Media Pustaka.

Trygu. (2021). *Teori Motivasi Abraham H. Maslow dan Hubungannya dengan Minat Belajar Matematika Siswa*. Jakarta: Guepedia.

Uswatun, H. (2019). *Psikologi Pendidikan*. Depok: Rajawali Pers.

Wahyuni, D. A. S. (2023). *Ekonomi Banyumas Melesat 5,86 Persen*. Jatengdaily.Com.

Wangsawidjaja. (2013). *Pembiayaan bank Syariah*. Gramedia Pustaka Utama.

Widiastuti, M., Danial, A., Oktiwanti, L., Kurniawan, D., Masyarakat, J. P., & Keguruan, F. (2019). Pelatihan Menjahit Dalam Meningkatkan Motif Berwirausaha Di Skb Kota Tasikmalaya. *Jendela PLS: Jurnal Cendekiawan Ilmiah Pendidikan Luar Sekolah*, *4*(2), 78–84.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisioner Penelitian

KUISIONER PENELITIAN

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Sdr/I Responden Penelitian

Di Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan penyelesaian tugas akhir (skripsi) sebagai mahasiswa Program Strata Satu (S1) Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, saya :

Nama : Yessi Elsa Saputri

NIM : 1817202178

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Perbankan Syariah

Bermaksud melakukan penelitian ilmiah untuk penyusunan skripsi saya yang berjudul **"Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, dan Motif Emosional Terhadap Minat Masyarakat Muslim dalam Menggunakan Produk dan Jasa Bank Syariah di Wilayah Kabupaten Banyumas"**. Maka untuk mendukung keberhasilan pelaksanaan penelitian ini, saya memohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/i untuk dapat mengisi kuisioner ini dengan jujur dan terbuka.

Atas Kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/I meluangkan waktu untuk mengisi kuisioner dan menjawab semua pernyataan dalam kuisioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Yessi Elsa Saputri

I. Identitas Responden

1) Nama Responden : .....
2) Alamat tempat tinggal/domisili : ..... (diisi kecamatan)
3) Jenis Kelamin
   a. Pria b. Wanita
4) Agama
   a. Muslim b. Non Muslim
5) Pendidikan Terakhir
   a. Tidak Sekolah
   b. SD/MI Sederajat
   c. SMP/MTS sederajat
   d. SMA/SMK/MA sederajat
   e. Diploma I/Diploma III
   f. S1/D4/S2/S3
6) Pekerjaan
   a. PNS
   b. Karyawan
   c. Wiraswasta
   d. Petani
   e. Pelajar/Mahasiswa
   f. Lainnya .....
7) Apakah Saudara mengetahui terkait Produk dan Jasa di Bank Syariah (Tabungan, Pembiayaan, Jasa Lain dsb) ?
   a. Ya
   b. Tidak

II. Petunjuk Pengisian

1. Sebelum menjawab pernyataan dibawah ini, lengkapilah terlebih dahulu identitas Bapak/Ibu/Sdr/i.
2. Jawablah pernyataan dibawah ini dengan memberikan tanda ceklis (√) pada salah satu jawaban yang menurut Bapak/Ibu/Sdr/i paling benar dan tepat sesuai dengan keadaan Bapak/Ibu/Sdr/i.
3. Peneliti berharap Bapak/Ibu/Sdr/i memberikan jawaban pada semua pernyataan
4. Adapun Keterangan nya sebagai berikut :

   Sangat Tidak Setuju (STS) = nilai 1,

   Tidak Setuju (TS) = nilai 2,

Netral/Ragu-Ragu (N) = nilai 3,

Setuju (S) = nilai 4, dan

Sangat Setuju (SS) = nilai 5.

III. Pernyataan Responden

1. Pengetahuan (X1)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Bank syariah memiliki tugas utama untuk menghimpun dana, menyalurkan kembali dana kepada masyarakat serta menyediakan jasa - jasa lain					
2	Produk penghimpunan dana di bank syariah yaitu tabungan, deposito, dan giro					
3	Produk jasa yang digunakan dalam bank syariah yaitu wakalah, kafalah, sharf, qardh, rahn, ijarah, dan hiwalah					
4	Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip-prinsip islam					
5	Bank syariah merupakan bank dengan prinsip bagi hasil sehingga meminimalisir riba					
6	Pengetahuan yang saya miliki membuat saya dapat memilih produk dan jasa sesuai dengan kebutuhan saya.					

2. Kepercayaan (X2)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya percaya bahwa informasi yang diberikan bank syariah selalu benar					
2	Setiap janji yang dibuat oleh bank syariah selalu ditepati					
3	Saya percaya bahwa setiap pertanyaan yang diajukan oleh calon nasabah selalu dijawab					

	dengan jujur					
4	Saya percaya bahwa pegawai bank syariah ramah dan sopan					
5	Saya mengetahui bahwa bank syariah selalu amanah					
6	Saya percaya bahwa bank syariah selalu terbuka atas informasi yang diperlukan saat akan bertransaksi.					

3. Motif Emosional (X3)

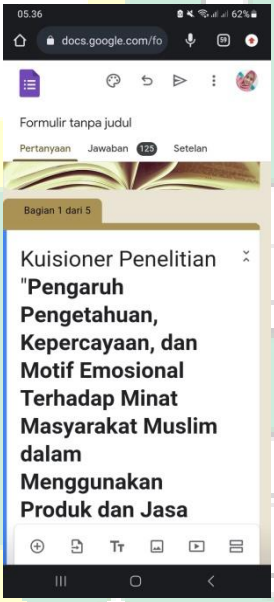
No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya menggunakan produk dan jasa bank syariah karena mengikuti keluarga					
2	Bank syariah adalah bank yang bernuansa islami					
3	Produk dan jasa dibank syariah sesuai dengan prinsip islam					
4	Produk dan jasa di bank syariah terbebas dari unsur riba					
5	Menggunakan bank syariah karena sesuai dengan ajaran Al Qur'an					
6	Sistem transaksi dibank syariah sesuai ajaran agama islam					

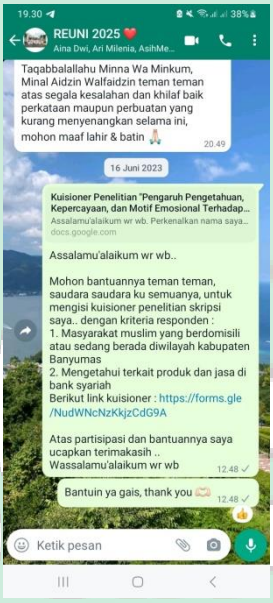
4. Minat Masyarakat (Y)

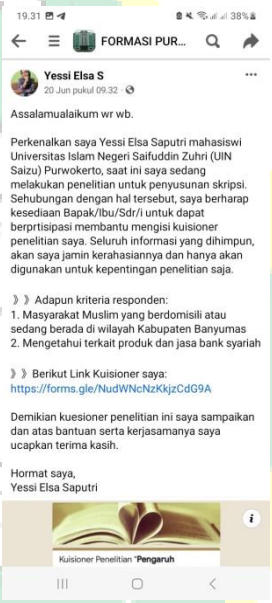
No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Menggunakan bank syariah karena sesuai ajaran agama islam					
2	Menggunakan bank syariah karena keinginan saya sendiri					
3	Saya ingin tahu mengenai produk dan jasa yang tersedia di bank syariah					
4	Menggunakan bank syariah karena ingin mendapat					

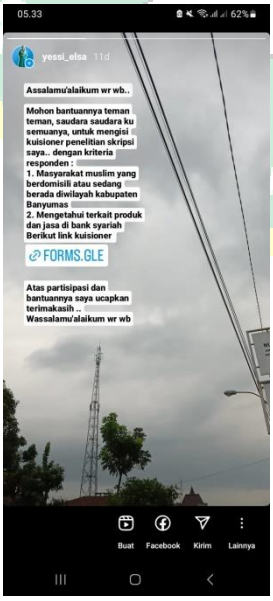
	keselamatan dunia dan akhirat					
5	Dengan menggunakan bank syariah karena tuntutan pekerjaan					
6	Menggunakan bank syariah karena produk dan jasa dibank syariah sesuai dengan keinginan saya					

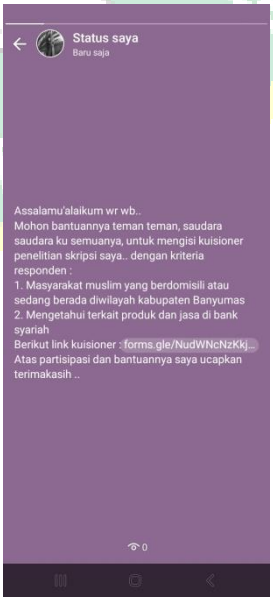
Lampiran 2. Bukti Penyebaran Kuisioner











Lampiran 3. Tabulasi Data

TABEL TABULASI DATA

No	Variabel Pengetahuan (X1)						Total	Variabel Kepercayaan (X2)						Total	Variabel Motif Emosional (X3)						Total	Variabel Minat (Y)						Total
	1.1	1.2	1.3	1.4	1.5	1.6		2.1	2.2	2.3	2.4	2.5	2.6		3.1	3.2	3.3	3.4	3.5	3.6		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	
1	4	4	5	5	4	4	26	4	5	4	4	4	5	26	4	5	5	5	5	5	29	4	4	5	3	5	4	25
2	4	4	4	4	4	4	24	4	3	4	4	4	4	23	3	4	4	4	3	4	22	3	3	4	3	3	4	20
3	5	5	5	5	4	5	29	2	5	5	5	5	5	27	4	4	4	4	4	4	24	5	5	5	5	5	5	30
4	4	5	5	5	5	5	29	4	3	3	4	4	4	22	1	5	5	5	4	5	25	4	5	5	5	1	5	25
5	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	2	4	4	4	4	4	22	4	4	5	5	2	4	24
6	4	4	4	5	5	4	26	4	4	4	4	4	4	24	4	5	5	5	5	4	28	5	4	4	4	3	4	24
7	5	3	5	5	5	4	27	3	4	3	4	4	4	22	3	5	5	5	4	4	26	4	4	4	4	3	4	23
8	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
9	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
10	4	4	3	4	4	4	23	2	2	2	3	2	3	14	2	3	3	2	3	2	15	3	3	2	3	3	2	16
11	5	5	3	5	5	5	28	5	4	4	4	4	5	26	3	4	5	4	4	5	25	3	5	5	3	2	4	22
12	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	1	4	25
13	4	4	5	4	5	5	27	3	3	4	4	4	5	23	4	4	4	4	4	4	24	4	5	4	3	3	5	24
14	5	4	4	5	5	5	28	4	4	4	4	4	4	24	2	5	5	3	4	5	24	2	5	4	4	1	4	20
15	5	5	3	5	5	5	28	4	5	4	5	4	4	26	3	4	3	4	3	4	21	4	3	4	3	3	3	20
16	3	4	3	5	5	4	24	4	4	4	5	4	4	25	3	4	4	4	4	4	23	5	4	4	5	3	4	25
17	3	3	3	3	4	4	20	4	3	4	4	4	3	22	2	5	4	5	4	4	24	4	4	5	4	3	4	24
18	5	5	5	5	5	5	30	4	5	5	5	5	5	29	2	5	5	5	5	5	27	5	5	5	5	1	5	26
19	5	5	3	5	4	3	25	2	2	2	2	2	2	12	1	4	3	2	3	3	16	3	4	3	3	3	3	19

20	3	4	2	4	4	4	21	4	3	4	4	4	3	22	2	4	3	3	4	4	20	4	2	2	3	2	2	15
21	5	4	5	5	5	4	28	5	5	5	5	5	5	30	4	5	5	5	5	5	29	5	5	4	5	2	4	25
22	3	3	4	3	3	3	19	2	2	2	2	3	3	14	2	3	3	3	1	1	13	1	2	3	2	3	3	14
23	5	5	5	5	5	5	30	3	3	4	5	5	5	25	4	4	4	2	4	4	22	4	4	4	4	1	4	21
24	3	5	5	4	2	4	23	3	3	3	4	3	2	18	1	3	4	3	3	4	18	3	2	5	3	4	3	20
25	5	4	4	5	5	5	28	5	5	5	5	5	5	30	2	5	5	4	5	5	26	4	4	5	5	3	5	26
26	4	3	3	5	5	3	23	3	3	3	3	4	3	19	3	5	5	5	4	4	26	3	3	4	3	3	3	19
27	5	4	5	5	5	5	29	5	5	5	5	5	5	30	3	5	5	5	5	5	28	5	5	5	5	5	5	30
28	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	4	5	5	5	5	5	29	5	5	5	5	4	5	29
29	5	4	4	4	4	4	25	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	5	3	4	24
30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	4	5	5	5	5	5	29	5	5	5	5	5	5	30
31	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
32	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
33	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
34	4	3	5	5	5	5	27	3	3	3	4	3	4	20	3	5	5	5	5	5	28	4	3	4	5	3	3	22
35	4	4	3	4	5	4	24	4	4	4	5	5	5	27	2	5	5	5	4	5	26	3	4	3	3	3	4	20
36	4	4	4	5	4	4	25	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
37	4	2	3	5	5	5	24	5	4	5	5	4	5	28	2	5	5	5	5	5	27	5	5	5	5	1	5	26
38	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	18
39	4	5	3	5	2	5	24	4	4	4	4	4	5	25	2	5	5	5	4	5	26	4	4	5	5	1	2	21
40	5	5	3	5	5	3	26	5	3	5	3	3	3	22	3	4	4	3	3	3	20	3	5	5	3	3	3	22
41	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	4	4	4	24	3	5	4	4	5	5	26	5	5	4	5	1	4	24
42	5	3	3	4	2	5	22	3	3	5	3	3	4	21	2	3	4	3	3	4	19	4	3	3	4	3	3	20
43	4	4	4	3	3	4	22	4	4	3	4	3	3	21	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	18

44	5	1	5	5	5	5	26	5	5	5	5	5	5	30	1	5	5	5	5	5	26	5	5	5	5	5	5	30
45	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	1	5	5	5	5	5	26	5	5	5	5	5	5	30
46	5	5	4	5	5	5	29	5	4	4	5	4	4	26	1	5	4	4	5	4	23	4	5	4	5	2	3	23
47	2	4	2	3	4	2	17	4	3	3	3	3	4	20	4	3	3	4	4	3	21	4	3	3	3	3	4	20
48	5	4	4	5	5	4	27	4	4	4	4	4	4	24	3	5	5	4	4	4	25	4	4	4	5	3	4	24
49	4	4	5	5	3	5	26	3	3	3	4	4	4	21	2	4	4	4	3	4	21	3	4	3	4	4	4	22
50	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	4	4	4	24	1	5	5	4	5	5	25	5	5	5	5	1	5	26
51	5	4	2	5	5	5	26	3	3	3	3	3	3	18	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	3	4	23
52	5	5	3	5	5	5	28	5	5	5	5	5	5	30	1	5	5	5	5	5	26	5	5	5	5	3	5	28
53	5	5	4	5	4	4	27	4	3	3	4	4	4	22	3	3	4	3	3	4	20	4	4	4	3	2	4	21
54	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
55	4	4	4	4	4	4	24	4	3	4	4	3	4	22	2	4	4	4	3	3	20	3	3	4	4	4	3	21
56	5	3	3	4	4	4	23	3	4	4	5	5	4	25	1	4	4	4	3	4	20	4	5	4	5	3	4	25
57	4	4	3	4	4	4	23	4	4	3	4	4	4	23	4	4	3	3	3	3	20	4	4	4	4	4	4	24
58	5	5	2	5	5	5	27	4	4	4	5	4	4	25	1	5	5	4	4	4	23	5	5	5	4	4	3	26
59	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	4	4	4	24	5	5	5	4	5	5	29	5	5	5	5	1	5	26
60	4	5	5	5	5	4	28	4	3	4	5	4	4	24	5	5	5	3	4	5	27	4	4	4	3	2	4	21
61	3	3	3	5	5	3	22	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	18	3	2	2	2	3	3	15
62	2	1	1	1	1	1	7	1	2	2	2	2	2	11	2	1	1	1	1	2	8	1	1	1	1	1	1	6
63	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	18
64	4	4	4	5	5	3	25	3	3	4	4	3	4	21	3	4	4	3	3	3	20	4	4	4	3	3	4	22
65	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	6	2	2	2	2	2	2	12	2	2	2	2	2	2	12
66	5	4	5	5	5	4	28	4	5	5	5	5	5	29	4	5	5	5	5	5	29	4	5	4	3	3	5	24
67	4	5	5	5	5	5	29	4	4	4	3	3	4	22	2	4	4	4	4	4	22	4	5	4	5	2	4	24

68	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
69	5	5	4	4	4	4	26	4	4	4	4	4	4	24	1	3	4	3	3	4	18	3	3	3	3	3	3	18
70	4	4	4	4	4	4	24	3	3	3	4	4	4	21	3	3	4	3	3	3	19	3	4	3	3	1	3	17
71	5	4	5	5	5	5	29	5	4	5	5	5	5	29	3	5	5	5	5	5	28	5	4	5	5	1	4	24
72	3	3	3	3	3	3	18	2	2	2	3	3	3	15	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	18
73	4	4	3	5	5	4	25	4	4	4	4	5	5	26	3	5	5	5	5	5	28	4	4	4	4	2	4	22
74	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	3	5	5	5	4	4	26	4	4	4	4	4	4	24
75	4	3	3	5	5	4	24	4	3	4	5	4	4	24	2	5	5	4	5	5	26	4	4	5	4	2	3	22
76	4	3	3	4	4	5	23	4	3	4	4	3	5	23	3	4	4	4	5	4	24	4	3	5	3	2	4	21
77	4	5	5	5	5	5	29	4	4	5	5	4	5	27	3	5	5	5	5	5	28	5	5	5	5	3	5	28
78	5	4	3	4	5	4	25	3	3	3	4	4	4	21	3	4	5	5	5	5	27	4	3	3	4	3	3	20
79	5	5	3	3	4	4	24	5	5	5	5	5	5	30	2	5	5	5	2	4	23	5	5	5	1	1	5	22
80	4	4	4	4	4	4	24	3	3	3	4	3	4	20	4	4	4	3	4	4	23	3	3	3	3	3	4	19
81	5	4	4	4	4	4	25	4	4	5	4	4	5	26	4	5	4	2	3	2	20	4	5	4	5	5	4	27
82	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	4	4	4	24	1	4	4	4	4	4	21	4	5	4	4	2	4	23
83	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	5	5	4	4	4	26	4	4	4	4	3	4	23
84	5	4	4	4	5	4	26	4	4	5	5	4	4	26	3	4	4	4	4	4	23	4	4	4	5	3	4	24
85	4	4	3	4	5	5	25	4	3	3	4	4	4	22	2	4	4	5	4	4	23	4	4	4	4	2	4	22
86	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	18
87	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	3	4	23
88	4	4	5	4	4	4	25	4	3	3	3	4	4	21	2	4	4	4	3	4	21	4	4	4	4	3	3	22
89	4	3	4	4	4	4	23	4	4	4	4	4	4	24	2	4	4	4	4	4	22	4	4	4	4	2	4	22
90	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	3	5	5	5	5	5	28	5	4	5	5	3	5	27
91	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	2	4	4	4	4	4	22	4	4	4	4	2	4	22

92	4	4	4	4	4	5	25	3	3	2	4	4	3	19	1	4	4	3	3	3	18	3	4	4	4	2	5	22
93	5	4	4	5	5	4	27	4	4	3	4	4	3	22	3	5	4	3	3	4	22	4	3	4	4	3	4	22
94	4	3	4	4	4	4	23	4	4	4	4	4	4	24	4	5	5	4	4	4	26	4	4	4	4	4	4	24
95	5	5	5	4	2	4	25	4	4	5	5	5	4	27	2	5	5	4	4	5	25	3	4	5	5	2	5	24
96	5	5	4	4	4	3	25	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	18
97	4	4	4	5	5	5	27	4	4	4	4	4	4	24	4	5	4	5	5	5	28	5	5	5	5	5	5	30
98	4	4	3	3	3	3	20	3	3	3	2	3	3	17	2	3	3	3	3	3	17	3	3	3	3	2	3	17
99	4	3	4	3	3	3	20	3	3	2	2	3	3	16	2	3	3	3	3	3	17	3	3	3	3	2	3	17
100	4	5	4	5	5	5	28	3	3	3	4	3	4	20	1	4	4	3	4	3	19	3	4	5	4	1	4	21
101	5	3	3	4	5	5	25	5	5	4	5	5	5	29	5	5	5	5	4	5	29	5	5	5	3	5	5	28
102	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	1	5	26
103	4	4	4	5	5	3	25	5	4	4	5	5	5	28	3	5	5	5	4	4	26	5	3	5	4	1	3	21
104	5	4	5	5	5	5	29	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	4	5	5	29
105	4	5	5	5	5	5	29	4	4	5	4	4	4	25	4	4	4	4	3	4	23	4	3	4	3	3	4	21
106	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	4	4	4	24	3	4	5	5	4	5	26	5	5	5	5	3	4	27
107	3	3	4	3	3	3	19	2	3	2	2	3	2	14	2	3	3	3	3	3	17	3	3	3	3	2	3	17
108	4	4	4	5	5	3	25	4	4	4	4	3	3	22	3	4	3	4	4	5	23	4	3	5	4	3	4	23
109	5	4	5	4	5	4	27	4	4	4	5	5	5	27	3	4	5	4	4	4	24	5	4	5	5	3	4	26
110	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	4	29	5	5	4	4	5	5	28	5	5	5	5	5	5	30
111	5	5	4	5	5	5	29	5	4	5	5	5	5	29	4	5	5	5	5	5	29	5	4	5	5	3	3	25
112	5	3	2	3	1	3	17	3	3	3	4	3	3	19	2	5	4	4	3	4	22	3	4	4	4	2	3	20
113	3	4	4	2	2	5	20	1	1	4	2	2	3	13	2	3	2	2	3	2	14	2	5	1	1	5	1	15
114	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	3	5	5	5	5	5	28	5	5	5	5	5	5	30
115	4	4	2	5	4	4	23	4	4	5	5	4	4	26	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	2	4	22

116	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	2	4	22
117	4	3	3	5	4	4	23	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	5	2	4	23
118	4	4	3	5	5	4	25	3	4	3	3	4	4	21	2	5	5	4	5	5	26	5	4	4	5	3	5	26
119	4	4	3	5	4	3	23	4	3	3	4	4	4	22	2	4	4	3	3	4	20	4	3	4	3	2	3	19
120	4	4	4	5	5	4	26	3	3	3	3	2	3	17	2	4	4	5	3	4	22	3	2	3	3	2	3	16
121	5	4	5	5	4	4	27	4	4	5	4	4	4	25	3	5	5	4	3	5	25	3	3	4	4	3	3	20
122	4	3	4	4	4	4	23	3	3	4	4	5	3	22	2	5	4	5	5	4	25	4	3	4	4	2	4	21
123	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	4	5	29	4	5	5	4	4	4	26	4	4	4	4	4	5	25
124	4	4	3	5	5	4	25	3	3	3	3	3	4	19	3	4	5	3	5	5	25	5	3	3	3	3	3	20
125	5	5	5	5	5	5	30	5	4	5	4	5	5	28	3	5	5	5	5	5	28	5	3	5	5	3	4	25

Lampiran 4. Hasil Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

1. Variabel Pengetahuan (X1)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Pengetahuan
X1.1	Pearson Correlation	1	,559**	,501**	,635**	,532**	,632**	,800**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	125	125	125	125	125	125	125
X1.2	Pearson Correlation	,559**	1	,498**	,550**	,436**	,542**	,753**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	125	125	125	125	125	125	125
X1.3	Pearson Correlation	,501**	,498**	1	,491**	,417**	,567**	,743**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	125	125	125	125	125	125	125
X1.4	Pearson Correlation	,635**	,550**	,491**	1	,774**	,624**	,854**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	125	125	125	125	125	125	125
X1.5	Pearson Correlation	,532**	,436**	,417**	,774**	1	,543**	,784**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	125	125	125	125	125	125	125
X1.6	Pearson Correlation	,632**	,542**	,567**	,624**	,543**	1	,818**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	125	125	125	125	125	125	125
Pengetahuan	Pearson Correlation	,800**	,753**	,743**	,854**	,784**	,818**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	125	125	125	125	125	125	125

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

2. Variabel Kepercayaan (X2)

Correlations								
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Kepercayaan
X2.1	Pearson Correlation	1	,804**	,763**	,751**	,737**	,731**	,889**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	125	125	125	125	125	125	125
X2.2	Pearson Correlation	,804**	1	,774**	,777**	,804**	,754**	,911**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	125	125	125	125	125	125	125
X2.3	Pearson Correlation	,763**	,774**	1	,765**	,730**	,768**	,891**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	125	125	125	125	125	125	125
X2.4	Pearson Correlation	,751**	,777**	,765**	1	,834**	,783**	,908**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	125	125	125	125	125	125	125
X2.5	Pearson Correlation	,737**	,804**	,730**	,834**	1	,795**	,905**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	125	125	125	125	125	125	125
X2.6	Pearson Correlation	,731**	,754**	,768**	,783**	,795**	1	,892**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	125	125	125	125	125	125	125
Kepercayaan	Pearson Correlation	,889**	,911**	,891**	,908**	,905**	,892**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	125	125	125	125	125	125	125
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).								

3. Variabel Motif Emosional (X3)

Correlations								
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	Motif
X3.1	Pearson Correlation	1	,242**	,228*	,241**	,326**	,255**	,523**
	Sig. (2-tailed)		,007	,010	,007	,000	,004	,000
	N	125	125	125	125	125	125	125
X3.2	Pearson Correlation	,242**	1	,851**	,734**	,728**	,748**	,866**
	Sig. (2-tailed)	,007		,000	,000	,000	,000	,000
	N	125	125	125	125	125	125	125
X3.3	Pearson Correlation	,228*	,851**	1	,748**	,708**	,804**	,872**
	Sig. (2-tailed)	,010	,000		,000	,000	,000	,000
	N	125	125	125	125	125	125	125
X3.4	Pearson Correlation	,241**	,734**	,748**	1	,699**	,746**	,847**
	Sig. (2-tailed)	,007	,000	,000		,000	,000	,000
	N	125	125	125	125	125	125	125
X3.5	Pearson Correlation	,326**	,728**	,708**	,699**	1	,804**	,871**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	125	125	125	125	125	125	125
X3.6	Pearson Correlation	,255**	,748**	,804**	,746**	,804**	1	,882**
	Sig. (2-tailed)	,004	,000	,000	,000	,000		,000
	N	125	125	125	125	125	125	125
Motif	Pearson Correlation	,523**	,866**	,872**	,847**	,871**	,882**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	125	125	125	125	125	125	125
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).								
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).								

4. Variabel Minat menggunakan produk dan jasa bank syariah (Y)

Correlations								
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Minat
Y.1	Pearson Correlation	1	,608**	,699**	,685**	,223*	,653**	,834**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,012	,000	,000
	N	125	125	125	125	125	125	125
Y.2	Pearson Correlation	,608**	1	,623**	,576**	,215*	,672**	,798**

	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,016	,000	,000
	N	125	125	125	125	125	125	125
Y.3	Pearson Correlation	,699**	,623**	1	,670**	,135	,709**	,822**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,133	,000	,000
	N	125	125	125	125	125	125	125
Y.4	Pearson Correlation	,685**	,576**	,670**	1	,133	,589**	,790**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,140	,000	,000
	N	125	125	125	125	125	125	125
Y.5	Pearson Correlation	,223*	,215*	,135	,133	1	,250**	,481**
	Sig. (2-tailed)	,012	,016	,133	,140		,005	,000
	N	125	125	125	125	125	125	125
Y.6	Pearson Correlation	,653**	,672**	,709**	,589**	,250**	1	,836**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,005		,000
	N	125	125	125	125	125	125	125
Minat	Pearson Correlation	,834**	,798**	,822**	,790**	,481**	,836**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	125	125	125	125	125	125	125
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).								
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).								

b. Uji Reabilitas

1. Variabel Pengetahuan (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,877	6

2. Variabel Kepercayaan (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,952	6

3. Variabel Motif Emosional (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,878	6

4. Variabel Minat menggunakan produk dan jasa bank syariah (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,836	6

c. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		125
Normal Parameters[a,b]	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2,20229580
Most Extreme Differences	Absolute	,062
	Positive	,062
	Negative	-,050
Kolmogorov-Smirnov Z		,695
Asymp. Sig. (2-tailed)		,719

2. Uji Multikolinieritas

Coefficients[a]							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF

1	(Constant)	1,194	1,268		,942	,348		
	Pengetahuan	,229	,075	,222	3,053	,003	,404	2,474
	Kepercayaan	,340	,079	,379	4,280	,000	,272	3,677
	Motif	,328	,085	,331	3,873	,000	,292	3,430
b. Dependent Variable: Minat								

3. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,289	,718		1,796	,075
	Pengetahuan	-,043	,043	-,143	-1,015	,312
	Kepercayaan	,073	,045	,280	1,633	,105
	Motif	-,006	,048	-,020	-,122	,903
a. Dependent Variable: Abs_Res						

d. Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,194	1,268		,942	,348
	Pengetahuan	,229	,075	,222	3,053	,003
	Kepercayaan	,340	,079	,379	4,280	,000
	Motif	,328	,085	,331	3,873	,000
d. Dependent Variable: Minat						

e. Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji T)

Coefficients[a]					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	1,194	1,268		,942	,348
	Pengetahuan	,229	,075	,222	3,053	,003
	Kepercayaan	,340	,079	,379	4,280	,000
	Motif	,328	,085	,331	3,873	,000
e. Dependent Variable: Minat						

2. Uji Simultan (Uji F)

ANOVA[a]						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1729,387	3	576,462	115,980	,000[b]
	Residual	601,413	121	4,970		
	Total	2330,800	124			
a. Dependent Variable: Minat						
b. Predictors: (Constant), Motif, Pengetahuan, Kepercayaan						

3. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary[b]				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,861[a]	,742	,736	2,229
a. Predictors: (Constant), Motif, Pengetahuan, Kepercayaan				
b. Dependent Variable: Minat				

Lampiran 5. Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS SEMINAR PROPOSAL
Nomor: 1562/Un.19/FEBI.J.PS/PP.009/4/2023

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama :

Nama	:	Yessi Elsa Saputri
NIM	:	1817202178
Program Studi	:	Perbankan Syariah
Pembimbing Skripsi	:	Sulasih, SE., M.Si.
Judul	:	Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, dan Emosional Terhadap Minat Masyarakat Muslim dalam Menggunakan Produk dan Jasa Bank Syariah di Wilayah Kabupaten Banyumas

Pada tanggal 10 April 2023 telah melaksanakan seminar proposal dan dinyatakan **LULUS**, dengan perubahan proposal/ hasil proposal sebagaimana tercantum pada berita acara seminar.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk melakukan riset penulisan skripsi.

Purwokerto, 12 April 2023
Koord. Prodi Perbankan Syariah

Hastin Tri Utami, S.E., M.Si.,Ak.
NIP. 19920613 201801 2 001

Lampiran 6. Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS UJIAN KOMPREHENSIF
Nomor: 4162/Un.19/FEBI.J.PS/PP.009/11/2022

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama:

Nama	:	Yessi Elsa Saputri
NIM	:	1817202178
Program Studi	:	Perbankan Syariah

Pada tanggal 28/11/2022 telah melaksanakan ujian komprehensif dan dinyatakan LULUS, dengan nilai : **82 / A-**

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat mendaftar ujian munaqasyah.

Dibuat di Purwokerto
Tanggal **29 November 2022**
Koord. Prodi Perbankan Syariah

Hastin Tri Utami, S.E., M.Si.,Ak.
NIP. 19920613 201801 2 001

Lampiran 7. Sertifikat KKN

Lampiran 8. Sertifikat PPL

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto 53126
Telp : 0281-635624, Fax : 0281-636553, www.febi.iainpurwokerto.ac.id

Sertifikat

Nomor : 871/Un.19/D.FEBI/PP.09/4/2022

Berdasarkan Rapat Yudisium Panitia Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa :

Nama : Yessi Elsa Saputri
NIM : 1817202178

Telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Periode I Tahun 2022 di :

BTM Banyumas

Mulai Bulan Januari 2022 sampai dengan Februari 2022 dan dinyatakan **Lulus** dengan mendapatkan nilai **A** .
Sertifikat Ini diberikan sebagai tanda bukti telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dan sebagai syarat mengikuti ujian *Munaqosyah*/Skripsi.

Mengetahui,
Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag
NIP.19730921 200212 1 004

Purwokerto, 4 April 2022

Kepala Laboratorium FEBI

H. Sochimin, Le., M.Si.
NIP. 19691009 200312 1 001

Lampiran 9. Sertifikat BTA/PPI

IAIN PURWOKERTO
KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
UPT MA'HAD AL-JAMI'AH
Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto, Jawa Tengah 53126, Telp:0281-635624, 628250 | www.iainpurwokerto.ac.id

SERTIFIKAT

Nomor: In.17/UPT.MAJ/12157/04/2019

Diberikan oleh UPT Ma'had Al-Jami'ah IAIN Purwokerto kepada:

NAMA : YESSI ELSA SAPUTRI
NIM : 1817202178

Sebagai tanda yang bersangkutan telah LULUS dalam Ujian Kompetensi Dasar Baca Tulis Al-Qur`an (BTA) dan Pengetahuan Pengamalan Ibadah (PPI) dengan nilai sebagai berikut:

 # Tes Tulis : 75
 # Tartil : 70
 # Imla` : 70
 # Praktek : 70
 # Nilai Tahfidz : 70

ValidationCode

Purwokerto, 04 Jul 2019
Mudir Ma'had Al-Jami'ah,

Nasrudin, M.Ag
NIP: 197002051 99803 1 001

SIMA v.1.0 UPT MA'HAD AL-JAMI'AH IAIN PURWOKERTO - page1/1

Lampiran 10. Sertifikat PBM

KEMENTERIAN AGAMA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto 53126
Telp : 0281-635624, Fax : 0281-636553, www.febi.iainpurwokerto.ac.id

Sertifikat

Nomor : 1161/In.17/D.FEBI/PP.009/X/2021

Berdasarkan Rapat Yudisium Panitia Praktek Bisnis Mahasiswa (PBM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa :

Nama : Yessi Elsa Saputri
NIM : 1817202178

Dinyatakan **Lulus** dengan Nilai **87 (A)** dalam mengikuti Praktek Bisnis Mahasiswa (PBM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Periode II Tahun Ajaran 2020/2021.

Mengetahui,
Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. H.Jamal Abdul Aziz, M.Ag
NIP.19730921 200212 1 004

Purwokerto, 15 Oktober 2021
Kepala Laboratorium FEBI

H. Sochimin, Lc., M.Si.
NIP. 19691009 200312 1 001

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama	: Yessi Elsa Saputri
Nim	: 1817202178
Tempat, Tanggal Lahir	: Banyumas, 21 Mei 2000
Alamat	: Jl. Raya Notog, Rt 04/02, Notog Kidul, Kec. Patikraja, Kab. Banyumas, 53171
Nama Ayah	: Slamet Riyadi
Nama Ibu	: Wiwin Suprihatin
Email	: yessielsa21@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

SD	: SD Negeri 2 Notog
SMP	: SMP Negeri 1 Patikraja
SMA	: SMK Negeri 1 Purwokerto
Perguruan Tinggi	: UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto (dalam proses)

Purwokerto, 3 Agustus 2023

Yessi Elsa Saputri
Nim. 1817202178