

PENGARUH PERSEPSI, PENGETAHUAN DAN SIKAP MASYARAKAT KELURAHAN CURUG KULON TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN PRODUK BANK SYARIAH

Dewi Reni¹
Adam Jodi²

^{1,2}Sekolah Tinggi Ekonomi Syariah Islamic Village Tangerang
Email: Dewireni_ief@yahoo.co.id, adamjodi5555@gmail.com

Abstract

This study aims to assess the influence of Perception, Knowledge, and Attitudes of the Curug Kulon Villagers, on the intention of using Islamic Bank Products. The research uses quantitative research method by utilizing multiple linear regression technique. The data of this research gathered by using questionnaires from 88 respondents, and to select the respondents of this research uses purposive sampling method. The findings show that the variables of Perception, Knowledge, and Attitude of Curug Kulon Villagers, partially have a significant effect on the intentions of using Islamic Bank Products. Simultaneously, it shows that the variables of Perception, Knowledge, and Attitude have a significant effect on the intentions of Using Islamic Bank Products. The R-Square value is 0.827 (82.7%). It shows that the independent variables, namely Perception, Knowledge, and Attitude are able to explain the dependent variable of Interest by 82.7% while the remaining 18% is explained by other variables not examined in this study.

Keywords: Islamic Banking, Perception, Knowledge, Attitude, Interest.

PENDAHULUAN

Perkembangan bank syariah di Indonesia sangat pesat hal ini terbukti dengan munculnya bank syariah di berbagai daerah, bahkan bank konvensional juga banyak yang melakukan konversi ke bank syariah, juga penggabungan bank syariah sehingga memperbesar asset yang berakibat meningkatnya kekuatan Bank Syariah (Ulfa, 2021). Kondisi ini menimbulkan persaingan antar bank yang semakin ketat, sehingga harus diimbangi dengan strategi pemasaran yang kuat untuk menarik minat calon nasabah menabung di bank syariah. Bank syariah seolah seperti sulit untuk menembus dominasi perbankan konvensional, meskipun sebagian besar masyarakatnya adalah Muslim. Hal ini dapat dibuktikan dengan sedikitnya pengetahuan dan keingintahuan masyarakat tentang perbankan syariah itu sendiri. Sedikitnya bahkan kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai perbankan syariah akan berdampak pada kesalahan persepsi-persepsi yang belum tepat terhadap bank syariah. Kenyataan yang seperti ini merupakan ironi. Pembentukan persepsi akan memberikan dampak kemajuan bank syariah juga akan mempengaruhi perilaku nasabah dalam berinvestasi dan mengambil dana di bank syariah (Kasmir, 2011). Beragamnya pandangan masyarakat terhadap bank syariah antara lain disebabkan oleh rendahnya pemahaman pada bank syariah, akibat didominasi bank konvensional (Rahmawati, 2024).

Kehadiran Bank Syariah yang ada di Kelurahan Curug Kulon yang berlabelkan syariah di dalamnya tidak membuat masyarakat memiliki persepsi bahwa bank tersebut menerapkan dengan benar nilai-nilai syariah dalam sistem kerjanya. Faktor kesyariahan bank syariah sangat penting dan efektif untuk menarik masyarakat menjadi calon nasabah dalam bank syariah tersebut. Bank yang menggunakan label syariah di dalamnya harus benar-benar paham dan menerapkan sebaik mungkin hakikat dari kesyariahan bank syariah tersebut. Hal ini menarik perhatian untuk peneliti membuat studi guna mengetahui hubungan antara pengetahuan, persepsi dan sikap masyarakat terhadap pemilihan produk bank syariah di desa tersebut. Adapun tujuan

riset ini adalah untuk mengetahui secara parsial dan simultan hubungan variable-variabel yang disebutkan di atas tadi

TINJAUAN PUSTAKA

Bank Syariah

Bank berasal dari kata *banque* dalam bahasa Perancis dan dari kata *Banco* dalam bahasa Italia, yang berarti peti atau lemari atau bangku. Kata peti atau lemari menyiratkan fungsi sebagai tempat untuk menyimpan benda-benda berharga, seperti emas, berlian dan uang. Pada umumnya yang pengertian bank Syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa- jasa lain dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang beroperasi disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah (Andrianto & Firmansyah, 2019).

Pengertian Bank Syariah Menurut Sudarsono seperti di kutip oleh Ismail dalam bukunya Perbankan Syariah, Bank Syariah adalah lembaga keuangan negara yang memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya di dalam lalu lintas pembayaran dan juga peredaran uang yang beroperasi dengan menggunakan prinsip-prinsip syariah atau Islam (Ismail, 2013).

Persepsi

Persepsi adalah pandangan atau pengertian tentang bagaimana individu memandang atau mengartikan sesuatu. Persepsi tidak muncul begitu saja, ada beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang tergantung dari kemampuan individu merespon stimulus. Menurut Simamora persepsi dapat didefinisikan sebagai suatu proses, dengan mana seseorang menyeleksi, mengorganisasikan, dan menginterpretasi stimuli ke dalam suatu gambaran dunia yang berarti dan menyeluruh (Rahmawati, 2024).

Pengetahuan

Pengetahuan (*Knowledge*) adalah informasi yang diberikan kepada seseorang subjek mengenai kebenaran atau ketepatan reaksinya. Prinsip penting dari jenis belajar ini menyatakan bahwa mempelajari asosiasi bisa dipermudah dengan jalan memberikan kepada orang yang tengah belajar itu informasi mengenai kemajuannya, baik segera setelah ia membuat pilihan atau pada akhir satu seri pilihannya (Sutedi, 2011).

Sikap

Definisi dari sikap (*Attitude*) sebagai suatu evaluasi menyeluruh yang memungkinkan orang berespon dengan cara menguntungkan atau tidak menguntungkan secara konsisten berkenaan dengan objek yang diberikan, sikap adalah variabel terpenting yang dimanfaatkan didalam studi perilaku manusia.

Sikap adalah perasaan positif atau negatif yang umum dan bertahan lama tentang beberapa orang, objek, atau masalah (Abell, 2013)

Minat

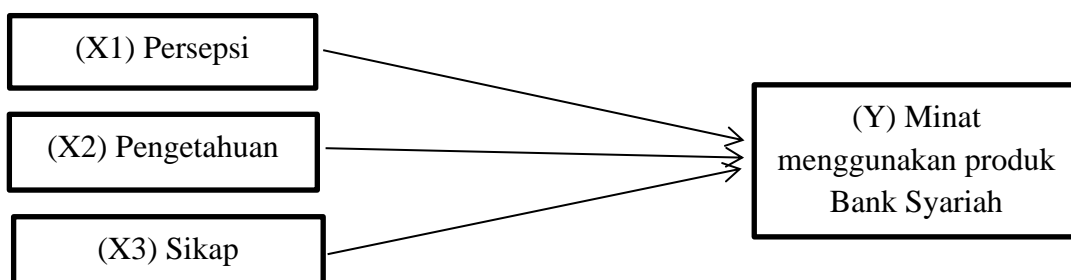
Minat adalah perhatian, kecenderungan hati kepada suatu keinginan. Sedangkan menurut istilah ialah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan harapan, pendirian, prasangka atau kecendrungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu (Jamaludin & A'is, n.d.; Mirawati & Tanjung, 2019).

Tabel 1
Penelitian Terdahulu Yang Relevan

No	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Eka Oktavia (2018)	Analisis Persepsi, Pengetahuan dan Sikap Nasabah terhadap keberadaan bank syariah	menunjukkan adanya persepsi nasabah bank syariah mandiri kabupaten pringsewu terhadap keberadaan bank syariah berada pada kategori Sedang. Kategori Sedang maksudnya nasabah belum mengerti betul mengenai bank syariah itu seperti apa, nasabah sudah mengetahui bank syariah tetapi belum memahami mereka hanya sekedar tahu saja, nasabah masih

		(Studi Pada Bank Syariah Mandiri Kabupaten Pring sewu, Lampung).	memiliki anggapan bahwa bank syariah tidak ada bedanya dengan bank konvensional, nasabah belum memahami apa saja keunggulan bank syariah dibandingkan dengan bank konvensional.
2	Refi Nur Tri Astuti (2020)	Pengaruh Persepsi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Pada Masyarakat Kecamatan Mlarak Ponorogo	Pada hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat menabung masyarakat Kecamatan Mlarak Ponorogo pada Bank Syariah. Pada hasil penelitian ini bahwa pengetahuan berpengaruh terhadap minat menabung Masyarakat Kecamatan Mlarak Ponorogo pada Bank Syariah. Hasil penelitian sesuai dengan hipotesis yang menyatakan bahwa pengetahuan Masyarakat Kecamatan Mlarak Ponorogo berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung pada Bank Syariah.
3	Umi Wahyu Annisa (2019)	Analisis Pengaruh Persepsi, Preferensi Dan Sikap Masyarakat Muslim Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Di Kecamatan Mungkid Kabupaten Magelang)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi (X) berpengaruh terhadap keputusan pembelian jasa perbankan syariah (Y). Dengan nilai signifikansi, dan nilai t hitung, . Hal ini berarti semakin tinggi tingkat persepsi maka keputusan pembelian jasa perbankan syariah juga meningkat. Preferensi (X) terhadap keputusan pembelian jasa perbankan syariah (Y). Dengan nilai signifikansi, dan nilai t hitung, . Hal ini berarti semakin tinggi tingkat preferensi maka semakin tinggi juga keputusan pembelian jasa perbankan syariah. Sikap (X) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian jasa perbankan syariah (Y). Dengan nilai signifikansi, dan nilai t hitung, . Hal ini berarti semakin tinggi tingkat sikap maka tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian jasa perbankan syariah.
4	Hikmah Rahmadani (2018)	Analisis Pengaruh Pengetahuan, Sikap Dan Lingkungan Sosial Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Bank Syariah (Studi	hasil penelitian yang telah dilakukan melalui tahap pengumpulan data, pengolahan data dan analisis data mengenai pengaruh pengetahuan, sikap dan lingkungan sosial terhadap keputusan nasabah menggunakan produk bank syariah, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: 1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan pengetahuan (X1) terhadap keputusan nasabah (Y) BRIS KCP Magelang dengan kontribusi 56,7%. Hal ini menunjukkan bahwa semakin

		Kasus Bank Bri Syariah Kcp Magelang)	<p>tinggi pengetahuan maka keputusan nasabah akan meningkat.</p> <p>2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan sikap (X2) terhadap keputusan nasabah (Y) BRI Syariah KCP Magelang dengan kontribusi 29,5%. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi sikap maka keputusan nasabah akan meningkat.</p> <p>3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan lingkungan sosial (X3) terhadap keputusan nasabah (Y) BRI Syariah KCP Magelang dengan kontribusi 20,9%. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi lingkungan sosial maka keputusan nasabah akan meningkat.</p> <p>4. Pengetahuan (X1), sikap (X2) dan lingkungan sosial (X3) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah (Y) xi xi</p> <p>5. dari hasil koefisien determinasi (Adjusted R) 0.865 atau sebesar 87% sedangkan sisanya 13,5% dipengaruhi variabel lain di luar model. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan nasabah BRI Syariah KCP Magelang dipengaruhi oleh faktor pengetahuan, sikap dan lingkungan social</p>
5	Feny Putriana Dewi (2019)	Pengaruh Pengetahuan, Persepsi Produk Dan Pendapatan Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Kota Salatiga Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating	Berdasarkan hasil penelitian bahwa pengetahuan berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah kota Salatiga. Masyarakat kota Salatiga telah memiliki pengetahuan mengenai perbankan syariah sehingga menimbulkan minat menabung di bank syariah. Persepsi berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah kota Salatiga. Ketika masyarakat berpendapat atau berpersepsi bahwa bank syariah merupakan bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip syariah islam dan bebas riba, maka akan mempengaruhi minat menabung.



Gambar 1
Kerangka Pemikiran

Dengan demikian Kerangka berpikir ini mengemukakan tentang variabel yang akan diteliti, yaitu variabel persepsi, variabel pengetahuan dan variabel sikap terhadap bank syariah.

Maka penelitian di atas dapat dibuat persamaan matematis sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = keputusan konsumen

B₀ = konstanta (*constant*)

β 1-3 = koefisien regresi

X₁ = Persepsi

X₂ = Pengetahuan

X₃ = Sikap

e = Kesalahan (*error*)

Hipotesis adalah jawaban yang bersifat sementara terhadap masalah penelitian yang kebenarannya masih lemah, sehingga harus diuji secara empiris. Secara kuantitatif, hipotesis merupakan pernyataan tentang nilai suatu parameter yang untuk sementara waktu dianggap benar (Annisa, 2016).

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

Ho : Persepsi masyarakat tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk bank syariah.

Ha : Persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk bank syariah.

Ho : Pengetahuan masyarakat tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk bank syariah.

Ha : Pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk bank syariah.

Ho : sikap masyarakat tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk bank syariah.

Ha : sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk bank syariah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan diskriptif kuantitatif. Dalam menganalisis pengaruh persepsi, pengetahuan dan sikap masyarakat terhadap minat menggunakan produk bank syariah di kelurahan Curug Kulon Kp. Candu Rt.01/07. Berfokus kepada analisis dengan cara metode perhitungan berupa angka-angka, statistik, tabel dan grafik. Dengan tujuan menganalisis variabel-variabel menggunakan teori yang objektif. Dengan menggunakan uji statistik model regresi linear berganda dengan variabel independen yaitu Persepsi (X₁), Pengetahuan (X₂), dan Sikap (X₃) sedangkan variabel dependen yaitu Minat Menggunakan Produk Bank Syariah (Y) dilakukan menggunakan software *IBM SPSS 23*.

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di Kelurahan Curug Kulon Kp. Candu Rt.01/07 Kabupaten Tangerang. Dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling*, yaitu *Purposive Sampling* dengan kriteria sumber data yang dijadikan sampel sudah ditentukan. Ketika peneliti menyebarkan kuesioner secara online menggunakan *google form* terdapat 88 responden yang menjawab dari hasil penelitian. Teknik analisa data menggunakan regresi linear berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Instrumen Penelitian

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu penelitian dan dilakukan dengan cara membandingkan angka r hitung dengan r tabel. Suatu instrumen dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur secara

valid. Instrumen penelitian dinyatakan valid apabila r hitung $\geq r$ tabel pada signifikansi 0,05 yang berarti suatu item pertanyaan memiliki korelasi yang signifikan terhadap skor total. Uji validitas instrumen penelitian ini dilakukan menggunakan korelasi *Bivariate Pearson* yang terdapat dalam *Software IBM SPSS Statistic 23*, dengan menguji 88 sampel penelitian dan diperoleh nilai r tabel sebesar 0.176 pada signifikansi 5% berikut adalah data hasil olah:

Tabel 2
Hasil Uji Validitas Variabel Independen

No.	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Minat Menggunakan Produk Bank Syariah	Y1	,654	0.176	Valid
	Y2	,727	0.176	Valid
	Y3	,602	0.176	Valid
	Y4	,631	0.176	Valid
	Y5	,682	0.176	Valid
	Y6	,609	0.176	Valid

Sumber : diolah melalui SPSS 23,2021

Berdasarkan tabel 1 di atas menunjukkan setiap butir instrumen memiliki nilai r hitung $>$ dari nilai r tabel 0,176 yang berarti semua pernyataan pada kuesioner penelitian variabel Minat Menggunakan Produk Bank Syariah (Y) adalah valid dan dapat digunakan dalam penelitian tentang Pengaruh Persepsi, Pengetahuan, dan Sikap Masyarakat Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah.

Tabel 3
Hasil Uji Validitas Variabel Dependen

Variabel	No	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Persepsi	X1.1	,510	0.176	Valid
	X1.2	,493	0.176	Valid
	X1.3	,759	0.176	Valid
	X1.4	,583	0.176	Valid
	X1.5	,776	0.176	Valid
	X1.6	,540	0.176	Valid
	X1.7	,500	0.176	Valid
	X1.8	,675	0.176	Valid
Pengetahuan	X2.1	,623	0.176	Valid
	X2.2	,584	0.176	Valid
	X2.3	,275	0.176	Valid
	X2.4	,496	0.176	Valid
	X2.5	,589	0.176	Valid
	X2.6	,585	0.176	Valid
	X2.7	,691	0.176	Valid
Sikap	X3.8	,533	0.176	Valid
	X3.1	,680	0.176	Valid
	X3.2	,594	0.176	Valid
	X3.3	,735	0.176	Valid
	X3.4	,803	0.176	Valid
	X3.5	,572	0.176	Valid
	X3.6	,384	0.176	Valid
	X3.7	,626	0.176	Valid
X3.8	,595	0.176	Valid	

Sumber : diolah melalui SPSS 23,2021

Berdasarkan tabel 2 di atas menunjukkan setiap butir instrumen memiliki nilai r hitung > dari nilai r tabel 0,176 dapat disimpulkan semua butir pernyataan yang ada pada variabel Persepsi (X1), Pengetahuan (X2), dan Sikap (X3) adalah valid, hal ini di lihat dari nilai r hitung setiap pernyataan memiliki nilai lebih besar dari r tabel.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui dan memastikan apakah instrumen yang digunakan dalam penelitian untuk mendapatkan informasi dapat dipercaya atau tidak, reliable dan mampu menghasilkan informasi mengenai keadaan yang sebenarnya (Wahyuni, 2021) Uji reliabilitas yang digunakan oleh peneliti pada penelitian ini menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha Coefficient*.

Tabel 4
Hasil Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.947	.949	30

Sumber : diolah melalui SPSS 23,2021

Berdasarkan tabel 3 di atas, uji reliabilitas yang dilakukan dengan sampel sebanyak 88 tanpa ada data yang hilang, diperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,947 yang berarti instrumen penelitian yang digunakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel dependen dan variabel independen dalam model regresi mempunyai distribusi normal. Data yang terdistribusi normal dianggap dapat mewakili populasi. Distribusi data yang memenuhi asumsi normalitas akan membentuk serta mengikuti arah garis lurus diagonal. Pengujian normalitas data menggunakan analisis grafik normal *probability-plot* dan histogram *skewness* dan *kurtosis* dalam program SPSS serta menggunakan uji normalitas secara statistik. Menggunakan bantuan SPSS Versi 23 dan menghasilkan Analisa data sebagai berikut.

Tabel 5
Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

	Unstandardized Residual
N	88
Mean	.0000000
Std. Deviation	.13569985
Normal Parameters ^{a,b}	
Absolute	.092
Most Extreme Positive Differences	.092
Negative	-.087
Test Statistic	.092
Asymp. Sig. (2-tailed)	.063 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : diolah melalui SPSS 23,2021

Berdasarkan tabel 5 hasil uji normalitas dengan metode Kolmogorov Smirnov di atas diketahui bahwa nilai signifikan sebesar $0,063 >$ dari $0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji terdistribusi normal.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi, yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lainnya pada model regresi. Syarat yang harus terpenuhi adalah tidak adanya autokorelasi dalam model regresi. Uji autokorelasi yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah uji *Durbin-Watson* dengan ketentuan sebagai berikut:

- Jika $d < dL$ atau $> 4-dL$, maka hipotesis nol ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi.
- Jika $dU < d < 4-dU$, maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak terdapat autokorelasi.

Tabel 6
Hasil Uji Autokorelasi Metode Cochrane Orcutt

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.909 ^a	.827	.820	1,30883	2,128

- Predictors: (Constant), Sikap, Pengetahuan, Persepsi
- Dependent Variable: Minat

Sumber : diolah melalui SPSS 23,2021

Tabel 7
Hasil Uji Autokorelasi Metode Cochrane Orcutt

DW	DL	DU	4-DL	4-DU
2.128	1.583	1.724	2.416	2.275

Sumber : diolah melalui SPSS 23,2021

Berdasarkan tabel 5 dan tabel 6 dapat disimpulkan yaitu jika $DU < DW < (4-DU)$ Maka tidak terjadi Autokorelasi, Jadi: $DU < DW < (4-DU) = 1,724 < 2,128 < 2,275$. Nilai DU lebih kecil dari nilai DW dan Nilai DW lebih kecil dari nilai (4-DU), Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas tujuannya adalah untuk mengetahui apakah terdapat hubungan kolinier antar variabel independen. Pengujian multikolinearitas dilakukan dengan menganalisis matriks korelasi dan perhitungan *Varian Inflation Factor (VIF)* dan nilai *tolerance*. Variabel dikatakan tidak memiliki masalah multikolinearitas apabila nilai *tolerance* > 0.10 dan nilai VIF < 10.00 . Variabel dikatakan memiliki masalah multikolinearitas apabila nilai *tolerance* < 0.10 dan nilai VIF > 10.00 .

Tabel 8
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

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

(Constant)	-,958	1,288		-,744	,459		
Persepsi	,251	,078	,291	3,199	,002	,250	4,002
Pengetahuan	,176	,061	,217	2,914	,005	,371	2,694
Sikap	,354	,051	,491	6,884	,000	,406	2,463

a. Dependent Variable: Minat

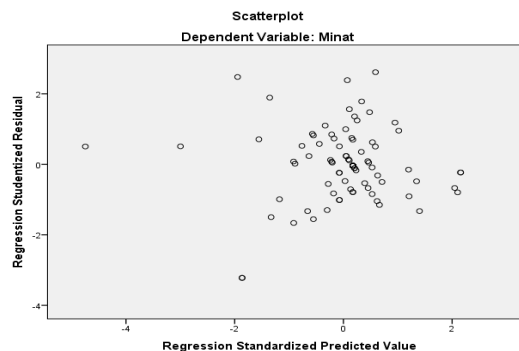
Sumber : diolah melalui SPSS 23,2021

Berdasarkan Tabel 7 diatas tampilan *output* SPSS dapat dilihat bahwa nilai tolerance seluruh variabel independent yang terdiri dari Persepsi (X1) sebesar 0.250, Pengetahuan (X2) 0.371, dan Sikap (X3) lebih besar dari 0.1 (nilai Tolerance > 0.1)

Sedangkan nilai VIF seluruh variabel independent yang terdiri dari Persepsi (X1) sebesar 4,002, Pengetahuan (X2) 2,694, dan Sikap (X3) 2,463 lebih kecil dari 10 (nilai VIF < 10). Sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas antara variable independent dalam model regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas tujuannya untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya dan model regresi yang baik yaitu yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Berikut adalah hasil gambar SPSS Uji Heteroskedastisitas pada penelitian ini:



Gambar 2 Hasil Output Scatterplots Uji Heteroskedastisitas

Sumber : diolah melalui SPSS 23,2021

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

Uji t adalah salah satu test statistik yang digunakan untuk menguji signifikansi kebenaran atau kepalsuan hubungan antara variabel X dan variabel Y secara parsial dan pada dasarnya uji t menunjukkan seberapa jauh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi-variasi” dependen.

Tabel 9
Hasil Uji Parsial (Uji t)
Coefficients^a

	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,958	1,288		-,744	,459
	Persepsi	,251	,078	,291	3,199	,002

Pengetahuan	,176	,061	,217	2,914	,005
Sikap	,354	,051	,491	6,884	,000

a. Dependent Variable: Minat

Sumber : diolah melalui SPSS 23,2021

a. Variabel persepsi (X1) terhadap minat menggunakan produk bank syariah (Y)

Berdasarkan tabel 8 di atas terlihat bahwa $t_{hitung} = 3,199$ dengan $t_{tabel} = 1,663$ Maka secara statistik diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,199 > 1,663$) dengan nilai signifikansi sebesar $sig < 0.05$ ($0.002 < 0,05$). Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa variabel persepsi berpengaruh dan signifikan terhadap variabel minat Sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian ini menunjukkan H_a diterima dan H_o ditolak.

b. Variabel pengetahuan (X2) terhadap minat menggunakan produk bank syariah (Y)

Berdasarkan tabel 8 di atas terlihat bahwa $t_{hitung} = 2,914$ dengan $t_{tabel} = 1,663$ Maka secara statistik diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,914 > 1,663$) dengan nilai signifikansi sebesar $sig < 0.05$ ($0.005 < 0,05$). Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa variabel Pengetahuan berpengaruh dan signifikan terhadap variabel Minat Sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian ini menunjukkan H_a diterima dan H_o ditolak.

c. Variabel Sikap (X3) terhadap minat menggunakan produk bank syariah (Y)

Berdasarkan tabel 8 di atas terlihat bahwa $t_{hitung} = 6,884$ dengan $t_{tabel} = 1,663$ Maka secara statistik diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,884 > 1,663$) dengan nilai signifikansi sebesar $sig < 0.05$ ($0.000 < 0,05$). Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa variabel Sikap berpengaruh dan signifikan terhadap variabel Minat Sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian ini menunjukkan H_a diterima dan H_o ditolak.

Uji Simultan (Uji F)

Uji F adalah untuk mengetahui pengaruh dari dua variabel independent atau lebih secara simultan (bersamaan) terhadap variabel dependen. Uji simultan menggunakan statistik F dengan kriteria pengambilan keputusan menggunakan angka probabilitas signifikansi. Apabila probabilitas yang dihasilkan signifikansi $> 0,5$, maka H_o diterima dan H_a ditolak, begitupun sebaliknya apabila probabilitas yang dihasilkan signifikansi $< 0,5$, maka H_o ditolak dan H_a diterima.

Tabel 10
Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	686.183	3	228.728	133.521	.000 ^b
	Residual	143.896	84	1.713		
	Total	830.080	87			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), Sikap, Pengetahuan, Persepsi

Sumber : diolah melalui SPSS 23,2021

Berdasarkan keterangan dari tabel 9 dapat diketahui bahwa nilai F hitung sebesar $133,521 >$ dari nilai F tabel sebesar $2,712$ dapat disimpulkan bahwa penelitian ini menunjukkan H_a diterima dan H_o Ditolak dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa persepsi (X1), pengetahuan (X2), dan sikap (X3), maka secara simultan berpengaruh terhadap minat (Y) maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini menunjukkan H_a diterima dan H_o Ditolak.

Uji Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi (R^2) pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu.

Tabel 11
Hasil Koefisiensi Determinasi (R²)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.909 ^a	.827	.820	1,30883

a. Predictors: (Constant), Sikap, Pengetahuan, Persepsi

b. Dependent Variable: Minat

Sumber : diolah melalui SPSS 23,2021

Berdasarkan tabel 10 di atas diketahui nilai koefisien determinasi *R Square* sebesar 0.827 (82,7%). Angka tersebut menunjukkan bahwa variabel independen yaitu Persepsi, Pengetahuan, dan Sikap mampu menjelaskan variabel dependen Minat sebesar 82,7% sedangkan sisanya yaitu 17,3%, dipengaruhi oleh variable lain.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi adalah model regresi atau prediksi merupakan suatu pendekatan yang melibatkan lebih dari satu variabel bebas yang digunakan untuk mendefinisikan hubungan matematis antara variabel-variabel bebas dengan variabel terikat lainnya. Berikut adalah hasil SPSS dari Uij regresi linear berganda pada penelitian ini :

Tabel 12
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,958	1,288		-,744	,459
	Persepsi	,251	,078	,291	3,199	,002
	Pengetahuan	,176	,061	,217	2,914	,005
	Sikap	,354	,051	,491	6,884	,000
	F Hitung = 133,521 R ² = 0,827					

Sumber : diolah melalui SPSS 23,2021

Persamaan regresi yang didapatkan dari hasil dari perhitungan diatas adalah sebagai berikut :

$$Y: -0,958+0,251(X1)+0,176(X2)+0,354(X3)$$

Adapun arti persamaan regresi diatas adalah :

- Nilai konstanta -0,958 mengandung arti bahwa apabila nilai variabel persepsi, pengetahuan dan sikap adalah 0 maka nilai konstanta variabel Y atau minat menggunakan produk bank syariah adalah -0,958.
- Nilai koefisien regresi variable Persepsi adalah positif 0,251. Hal ini menunjukkan jika ada tambahan sebesar satu dari satuan variabel Persepsi (X1) maka Minat Menggunakan Produk Bank Syariah akan bertambah yaitu sebesar 0,251.

- c. Nilai koefisien regresi variable Pengetahuan adalah positif 0,176. Hal ini menunjukkan jika adanya tambahan sebesar satu dari satuan variabel Pengetahuan (X2) maka Minat Menggunakan Produk Bank Syariah akan bertambah yaitu sebesar 0,176.
- d. Nilai koefisien regresi variable Sikap adalah positif 0,354. Hal ini menunjukkan jika adanya tambahan sebesar satu dari satuan variabel Sikap (X3) maka Minat Menggunakan Produk Bank Syariah akan bertambah yaitu sebesar 0,354.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan melalui tahap pengumpulan data, pengolahan data dan analisis data mengenai persepsi, pengetahuan dan sikap terhadap minat menggunakan produk bank syariah, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Persepsi (X1) berpengaruh terhadap Minat masyarakat menggunakan produk bank syariah (Y). Dengan nilai t hitung $>$ t table ($3,199 > 1,663$) dengan nilai signifikansi sebesar $\text{sig} < 0.05$ ($0.002 < 0,05$). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel Persepsi berpengaruh dan signifikan terhadap Minat masyarakat menggunakan produk bank syariah, dengan H_a diterima dan H_o ditolak. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat Persepsi Masyarakat terhadap minat menggunakan produk bank syariah maka Minat masyarakat menggunakan produk bank syariah juga meningkat.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pengetahuan (X2) berpengaruh terhadap Minat masyarakat menggunakan produk bank syariah (Y). Dengan nilai t hitung $>$ t table ($2,914 > 1,663$) dengan nilai signifikansi sebesar $\text{sig} < 0.05$ ($0.005 < 0,05$). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel Pengetahuan berpengaruh dan signifikan terhadap Minat masyarakat menggunakan produk bank syariah, dengan H_a diterima dan H_o ditolak. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat Pengetahuan masyarakat terhadap minat menggunakan produk bank syariah maka Minat masyarakat menggunakan produk bank syariah juga meningkat.
3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Sikap (X3) berpengaruh terhadap Minat masyarakat menggunakan produk bank syariah (Y). Dengan nilai t hitung $>$ t tabel ($6,884 > 1,663$) dengan nilai signifikansi sebesar $\text{sig} < 0.05$ ($0.000 < 0,05$). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel Sikap berpengaruh dan signifikan terhadap Minat masyarakat menggunakan produk bank syariah, dengan H_a diterima dan H_o ditolak. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat Sikap Masyarakat terhadap minat menggunakan produk bank syariah maka Minat masyarakat menggunakan produk bank syariah juga meningkat.
4. Hasil dari Penelitian ini yang dilakukan secara simultan terhadap seluruh variabel yang terdiri dari tiga variabel persepsi (X1), pengetahuan (X2), dan sikap (X3) berpengaruh terhadap minat menggunakan produk bank syariah karena nilai F hitung $>$ F tabel karena $133,521 > 2,712$ dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0.05$. dapat disimpulkan bahwa penelitian ini menunjukkan H_a diterima dan H_o Ditolak.

Saran

Masih terdapat keterbatasan dalam pelaksanaan penelitian ini. Oleh sebab itu, penelitian ini belum dikatakan sempurna. Namun dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk akademis maupun instansi. Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan adalah Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan dapat dikembangkan dalam skala yang lebih besar terkait objek penelitian agar meneliti ditingkat wilayah yang lebih luas, misalnya tingkat kabupaten, provinsi, atau se-Indonesia dalam menganalisis Persepsi, Pengetahuan, dan Sikap Masyarakat Terhadap Menggunakan Produk Bank Syariah Serta dilakukan lebih mendalam lagi. Untuk perkembangan pada perbankan syariah dalam segi produk, sangat diperlukan untuk peningkatan terhadap minat masyarakat pada produk bank syariah dan akan lebih baik lagi khususnya untuk variabel Independen yaitu dalam melaksanakan kegiatan operasional perusahaan harus lebih memberikan sosialisasi produk perbankan syariah kepada masyarakat agar masyarakat mengenal lebih dalam lagi tentang produk bank syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abell, S. K. (2013). *Handbook of Research on Science Education* (1st ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203824696>
- Andrianto, A., & Firmansyah, M. A. (2019). *Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori dan Praktek)*. Penerbit Qiara Media.
- Annisa, U. W. (2016). *Analisis Pengaruh Persepsi, Preferensi Dan Sikap Masyarakat Muslim Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Di Kecamatan Mungkid Kabupaten Magelang) Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (Iain) Salatiga 2016*. [Skripsi]. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga.
- Ismail, I. (2013). *Perbankan Syariah*. Penerbit Kencana Prenada Media Group.
- Jamaludin, N., & A'is, R. (2021). Pengaruh Citra Merk, Kemudahan Tansaksi dan Lokasi terhadap Keputusan Menjadi Anggota Koperasi Syariah BMT Bisma Tangerang, *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana* 9 (3), hal. 67-81
- Kasmir, K. (2011). *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Raja Grafindo Persada.
- Mirawati, N., & Tanjung, H. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Muzakki untuk Berzakat di Baznas Kota Bogor. *Dinamika Penelitian: Media Komunikasi Penelitian Sosial Keagamaan*, 19(1), 125–144. <https://doi.org/10.21274/dinamika.2019.19.1.125-144>
- Rahmawati, A. (2024). Pengaruh Persepsi Tentang Bank Syariah. Terhadap Produk Di BNI Syariah Semarang, (, VOL. 8. No 1. Februari 2014). 32 halaman. *Jurnal ADDIN*, 8, 1–32.
- Sutedi, A. (2011). *Andrian Sutedi, Pasar Modal Syariah (Jakarta: Sinar Grafika, 2011), H. 121*. Sinar Grafika.
- Ulfa, A. (2021). Dampak Penggabungan Tiga Bank Syariah di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2). <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2680>