

PENGARUH PENGETAHUAN TENTANG PRODUK-PRODUK PERBANKAN SYARIAH TERHADAP MINAT MAHASISWA FAKULTAS AGAMA ISLAM MENJADI NASABAH DI BANK SYARIAH

Hikmatu Sa'adah

Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Wiralodra
Email : hikmatussaadah966@gmail.com

Ibnu Rusydi

Fakultas Agama Islam Universitas Wiralodra Indramayu
E-mail: ibnurs@gmail.com

Received	Revised	Accepted
31 Mei 2023	24 Juni 2023	10 Juli 2023

Abstract

Sharia Banking is an Islamic Bank or Financial Institution that collects funds based on the Al-Quran and Hadith, by not relying on interest but on profit sharing. Serves as an intermediary for parties who have excess funds and parties who lack funds for business activities and other activities in accordance with Islamic law. The basic factor that influences the interest of prospective customers of Islamic Banks is knowledge, namely knowledge of prospective customers regarding the concept of Islamic Banking and knowledge of Islamic banking products. The purpose of this research is to find out the knowledge of students of the Faculty of Islamic Religion about Islamic Banking products and to find out how interested students are in becoming customers at Islamic Banks. The method used in this research uses a quantitative descriptive method that uses a population and sample, uses two variables X and Y, collects data using research instruments and data analysis. The results of this study are that the influence of knowledge about Islamic Banking products on the interest of students of the Islamic Religion Faculty to become customers at Islamic Banks, namely, from the results of the T-test has a significant effect of 6.486 with a significance value of 0.000 where the significance value is <0.05. Which means the independent variable has a partial effect on the dependent variable.

Keywords: Islamic Banking, Islamic Bank Products, Students.

Abstrak

Perbankan Syariah merupakan Bank Islam atau Lembaga Keuangan yang menghimpun dana berlandaskan pada Al-Quran dan Hadits, dengan tidak mengandalkan pada bunga melainkan dengan bagi hasil. Berfungsi sebagai perantara bagi pihak yang berkelebihan dana dan pihak yang kekurangan dana untuk kegiatan usaha dan kegiatan lainnya sesuai dengan hukum Islam. Faktor mendasar yang mempengaruhi minat calon nasabah Bank Syariah adalah pengetahuan, yaitu pengetahuan calon nasabah mengenai konsep Perbankan Syariah dan pengetahuan mengenai produk-produk bank Syariah. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengetahuan mahasiswa Fakultas Agama Islam tentang produk-produk Perbankan Syariah dan untuk mengetahui seberapa minat mahasiswa menjadi nasabah di Bank Syariah. Metode yang digunakan dalam penelitian menggunakan deskriptif kuantitatif yang digunakan menggunakan populasi dan sampel, menggunakan dua variable X dan Y, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian dan analisis data. Adapun hasil dari penelitian ini adalah bahwa pengaruh pengetahuan tentang produk-produk Perbankan Syariah terhadap minat mahasiswa Fakultas Agama Islam menjadi nasabah di Bank Syariah yaitu, dari hasil uji T-test berpengaruh secara signifikan sebesar 6,486 dengan nilai signifikansi 0,000 dimana nilai signifikansi < 0,05. Yang artinya variabel independen berpengaruh parsial terhadap variabel dependen.

Kata Kunci: Perbankan Syariah, Produk-Produk Bank Syariah, Mahasiswa.

PENDAHULUAN

Bank merupakan suatu lembaga keuangan yang bergerak pada bidang jasa keuangan. Bank juga sering didefinisikan sebagai lembaga jasa keuangan yang mempunyai fungsi sebagai perantara keuangan yang memobilisasi dana dari masyarakat dan menyalurkan dana tersebut kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan untuk membiayai usaha atau kebutuhan konsumtif. Bank juga termasuk perusahaan industri jasa karena produknya hanya memberikan pelayanan jasa kepada masyarakat.¹ Landasan hukum Perbankan Syariah yang melarang unsur riba, dijelaskan dalam beberapa ayat Al-Qur'an seperti surah An-nisa ayat 161.

Artinya : "dan karena mereka menjalankan riba, padahal sungguh mereka telah dilarang darinya, dan karena mereka memakan harta orang dengan cara tidak sah (batil). Dan Kami sediakan untuk orang-orang kafir di antara mereka azab yang pedih." (Q.S An-nisa : 161)²

Di Indonesia perkembangan Bank Syariah dapat tumbuh dengan baik, jika Bank Syariah melakukan sosialisasi kepada Masyarakat luas, terutama Mahasiswa maupun orang – orang yang berkompeten terhadap bisnis dunia di Perbankan. Dengan cara melakukan sosialisasi mengenai produk-produk yang ada di Bank Syariah kepada Masyarakat luas terutama Mahasiswa akan menambah pengetahuan

¹ Malayu Hasibuan, Dasar - Dasar Perbankan, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009)

² <https://www.alquranenglish.com/quran-surah-an-nisa-161-qs-4-161-in-arabic-and-english-translation>, diakses 5 maret 2023

tentang perbankan Syariah sebagai bahan pertimbangan untuk memilih menjadi nasabah di Bank Syariah.

Salah satu perbedaan Bank Syariah dengan Bank Konvensional adalah dalam pelayanannya, Bank Syariah menggunakan akad (perjanjian). Akad-akad Bank Syariah adalah mudharabah, murabahah, wadiah, musyarakah, salam, istishna, dan ijarah. Akad – akad tersebut akan diaplikasikan kepada produk – produk yang ditawarkan Bank Syariah sesuai fungsinya seperti, Produk yang ditawarkan Bank Syariah yaitu Penghimpunan Dana (funding) berupa giro, tabungan, dan deposito. Produk penyaluran dana (financing) berupa akad jual beli, bagi hasil, dan sewa. Dan produk jasa berupa, jual beli valuta asing (sharf).³

Minat (interest) digambarkan sebagai situasi seseorang sebelum melakukan tindakan, yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan tersebut.⁴ Hal ini menjelaskan bahwa kaitan perilaku seseorang berkaitan erat dengan pemilihan minat terhadap sesuatu

Faktor mendasar yang mempengaruhi minat calon nasabah Bank Syariah adalah pengetahuan, yaitu pengetahuan calon nasabah mengenai konsep Perbankan Syariah dan pengetahuan mengenai produk-produk bank Syariah. Pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk, serta pengetahuan lainnya yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen.⁵

Berdasarkan pendahuluan di atas rumusan masalah yang akan diulas yaitu bagaimana pengaruh pengetahuan produk Perbankan Syariah terhadap minat mahasiswa Fakultas Agama Islam menjadi nasabah di Bank Syariah?. Dan bagaimana minat mahasiswa Fakultas Agama Islam terhadap Bank Syariah?.

Sesuai dengan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui tentang pengaruh pengetahuan produk-produk Perbankan Syariah berpengaruh besar terhadap minat mahasiswa Fakultas Agama Islam dan untuk mengetahui seberapa minat mahasiswa Fakultas Agama Islam Terhadap Bank Syariah.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah field research atau penelitian lapangan dengan pendekatan menggunakan deskriptif kuantitatif. Metode penelitian ini digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistic, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan,⁶ Menggunakan variabel independen (variabel bebas) yang mempengaruhi timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini,

³ Ascarya, Akad dan Produk Bank Syariah, (Jakarta: RajaGrafindo, 2011), 35

⁴ Kotler, Philip, Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta, Erlangga, Edisi Bahasa Indonesia, 2002)

⁵ Hengki Mangiring Parulian Simarmata, *Manajemen Perilaku Konsumen dan Loyalitas*, (Kita Menulis.Id, 2021) <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica/article/view/351/pdf> diakses, 5 maret 2023

⁶ Sugiyono, "*Metode penelitian kuantitatif*", (Bandung: Alfabeta, 2022), 15

variabel independen adalah Pengetahuan Mahasiswa Fakultas Agama Islam tentang produk – produk Perbankan syariah (variabel X) dan minat menabung mahasiswa Fakultas Agama Islam di Bank Syariah merupakan variabel dependen yaitu (variabel Y).

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁷ Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Agama Islam semester 4. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.⁸

Dalam pengambilan sampel, peneliti menggunakan rumus slovin $n = N$

$1+N (e)^2$

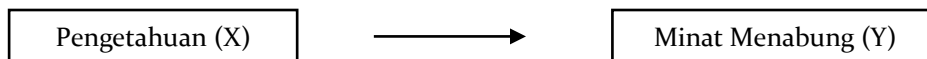
didapat hasil $n = 48$

$1+48(0,05)^2$

$= 42,85714$. Maka jumlah sample dari populasi 48 dengan tingkat kesalahan (signifikan) 5% yaitu 42,85714 dibulatkan menjadi 43.

Menggunakan data primer dan sekunder. Data primer dalam penelitian adalah mahasiswa Fakultas Agama Islam sedangkan data sekunder diperoleh dari buku, jurnal, serta internet yang dapat dijadikan penunjang dalam data sekunder lainnya. Dengan menggunakan sumber data menggunakan kuesioner dan wawancara dalam pengumpulan datanya.⁹

Kerangka pemikiran digunakan sebagai dasar untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian. Adapun kerangka penulis dalam skripsi ini adalah:



Berdasarkan kerangka berpikir tersebut dapat dijelaskan bahwa minat menabung di bank syariah dipengaruhi oleh pengaruh pengetahuan produk. Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban yang di berikan baru di dasarkan pada teori yang relevan, belum di dasarkan fakta – fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis merupakan jawaban teoritis dari suatu rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empiris.¹⁰ Maka hipotesis dalam penelitian:

H_0 = Pengetahuan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah.

H_a = Pengetahuan berpengaruh secara signifikan terhadap minat mahasiswa menabung di Bank Syariah.

⁷ Sugiyono, *Metode penelitian kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2022), 80

⁸ Sugiyono, *Metode penelitian kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 81

⁹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 1998), 114

¹⁰ Sugiyono, *“Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D”*.

Hasil dan Pembahasan

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Sejarah berdirinya Fakultas Agama Islam Universitas Wiralodra yaitu pada tanggal 8 Agustus 1997 yang dimana dulunya bernama Fakultas Tarbiyah Universitas Wiralodra Indramayu. Visi : Fakultas yang unggul dan kompetitif dalam bidang kajian Islam yang dilandasi nilai-nilai ketuhanan, kebangsaan, dan kearifan lokal di Jawa Barat tahun 2026.

Misi: 1) Menyelesaikan pendidikan dan pengajaran ilmu-ilmu yang bersifat teoritis dan praktis di bidang Pendidikan Islam, Bimbingan Konseling Islam, dan Perbankan Syariah yang unggul dan kompetitif. 2) Melakukan penelitian-penelitian di bidang Pendidikan Agama Islam, Bimbingan Konseling Islam, dan Perbankan Syariah yang berorientasi kepada pengembangan ilmu pengetahuan Islam yang bermanfaat bagi masyarakat. 3) Melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat secara profesional di bidang Pendidikan Islam, Bimbingan Konseling Islam, dan Perbankan Syariah dalam rangka aplikasi ilmu-ilmu keislaman dan pembinaan nilai hidup Islami di masyarakat. 4) Memberikan pelayanan akademik dan non Akademik yang bermutu kepada seluruh civitas Akademik Fakultas Agama Islam. 5) Menjalinkan kerjasama dengan berbagai pihak untuk meningkatkan kualitas dan kinerja Fakultas Agama Islam.¹¹

Responden

Dalam penelitian ini menggunakan populasi sebanyak 48 mahasiswa. Setelah ditabulasi datanya dan menentukan sampel dengan rumus slovin didapat 43 mahasiswa yang menjadi responden. Dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 15 dan perempuan 28 responden. Prodi PAI sebanyak 21 orang, PSY sebanyak 13 orang, dan BKPI 9 orang.

Uji Instrumen

1. Uji Validitas Pengetahuan Produk (X)

Item instrumen dikatakan valid ketika memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan signifikansi 0,05 atau 5%.¹² Berikut tabel hasil uji validitas dari penyebaran angket sebanyak 43 responden.

Tabel 1.1 Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Pengetahuan Tentang Produk Perbankan Syariah (X)	Pertanyaan 1	0,528	0,301	Valid
	Pertanyaan 2	0,810	0,301	Valid
	Pertanyaan 3	0,718	0,301	Valid
	Pertanyaan 4	0,680	0,301	Valid

Sumber: Data yang diolah SPSS 22.

¹¹ Fakultas Agama Islam, Jurnal Fakultas Agama Islam <https://faiunwir.ac.id/>, Diakses pada tanggal 20 Maret 2023

¹² Imam Ghazali, Metode Penelitian, (Semarang: Universitas Diponegoro)

Dari tabel 1.1 didapat nilai rhitung keseluruhan item pertanyaan variabel Pengetahuan Tentang Produk Perbankan Syariah lebih besar dari nilai rtabel yaitu 0,301. Hal ini dapat disimpulkan bahwa keseluruhan item 4 pertanyaan variabel X pada penelitian ini valid dan layak dipakai untuk mengukur variabel Pengetahuan Produk perbankan syariah.

Uji Validitas Minat Menjadi Nasabah (Y)

Tabel 1.2 Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah	Pertanyaan 1	0,475	0,301	Valid
	Pertanyaan 2	0,740	0,301	Valid
	Pertanyaan 3	0,708	0,301	Valid

Sumber: Data yang diolah SPSS 22.

Tabel 1.2 didapat nilai r_{hitung} keseluruhan item pertanyaan variable Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah lebih besar dari nilai r_{tabel} yaitu 0,301. Hal ini dapat disimpulkan bahwa keseluruhan item 4 pertanyaan variabel Y pada penelitian ini valid dan layak dipakai untuk mengukur variabel Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah.

2. Uji Reliabilitas

Dilakukan setelah item soal pada kuesioner dinyatakan valid. Berikut tabel dari hasil uji reliabilitas:

Tabel 1.3 Uji Reability

Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
X	4	0,737	Reliabel
Y	3	0,721	Reliabel

Sumber: Data yang diolah SPSS 22

Tabel 1.3 hasil uji reliabilitas dari seluruh butir jawaban kuisisioner dapat dinyatakan reliabel. Karena variabel dinyatakan reliabel ketika nilai *cronbach's Alpha* > dari 0,60. Dari variabel (X) memiliki nilai *cronbach's Alpha* sebesar 0,737 sehingga lebih besar dari nilai 0,60 dan variabel (Y) dengan jumlah *cronbach's Alpha* sebesar 0,721 sehingga lebih besar dari pada 0,60.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normaitas

Digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Dasar pengambilan keputusan dengan cara apabila nilai signifikansi > 0,05 maka nilai residual berdistribusi normal dan apabila nilai signifikansi < 0,05 maka nilai residual tidak berdistribusi normal.

Tabel 1.4
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		43
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,02309045
Most Extreme Differences	Absolute	,119
	Positive	,085
	Negative	-,119
Test Statistic		,119
Asymp. Sig. (2-tailed)		.134 ^c

Sumber: Data yang diolah SPSS 22

Berdasarkan tabel uji normalitas diatas maka dapat diketahui nilai signifikansi 0,134 lebih besar dari 0.05. Jadi dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

2. Uji Linearitas

Untuk mengetahui bentuk hubungan variabel bebas dengan variabel terikat linier atau tidak linier. Dengan nilai sig. *deviation from linierity* > 0,05 maka terdapat hubungan yang linier. Dan apabila sig. *deviation from linierity* < 0,05 maka tidak terdapat hubungan linier .

Tabel 1.5 Uji Linearitas ANOVA Table

			Sum Of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat menjadi nasabah * Pengetahuan produk	Between Groups	(Combined)	56.052	6	9.342	10.186	.000
		Linearity	45.108	1	45.108	49.182	.000
		Deviation from Linearity	10.945	5	2.189	2.387	.057
	Within Groups		33.017	36	.917		
	Total		89.070	42			

Sumber: Data yang diolah SPSS 22

Berdasarkan tabel uji linearitas diatas maka dapat diketahui nilai sig. *deviation from linearity* 0,057 lebih besar dari 0.05. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linier antara pengetahuan produk terhadap minat menjadi nasabah di Bank Syariah.

3. Uji Multikolinearitas

Uji yang berguna melihat keberadaan korelasi antar variabel independen dalam model regresi. Semakin baik suatu model regresi maka semakin sedikit korelasi diantara variabel independen.

Tabel 1.6 Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity statistics Tolerance VIF	
	Tolerance	VIF
Pengetahuan Produk	1,000	1,000

Sumber: Data yang diolah SPSS 22

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa nilai tolerance pada variabel Pengetahuan Produk bank syariah lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF variabel Pengetahuan Produk kurang dari 10,0 dengan demikian tidak terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.

Analisis Regresi Linear Sederhana

Regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variable independen dengan satu variable dependen.¹³ Jika nilai signifikansi < 0,05 maka artinya variabel X berpengaruh terhadap variabel Y dan apabila nilai signifikansi > dari 0,05 maka artinya variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y.

¹³ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, 300

Tabel 1.7 Uji Regresi Linear Sederhana Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,644	1,344		,479	,634
Pengetahuan Produk	,662	,102	,712	6,486	,000

Sumber: Data yang diolah SPSS 22

Berdasarkan dari tabel hasil uji regresi linier sederhana dapat dirumuskan dengan cara sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 0,644 + 0,662X$$

Dapat dijelaskan bahwa dari tabel tersebut di dapat nilai konstanta (a) sebesar 0,644 yang mengandung arti bahwa jika nilai (X) pengetahuan produk adalah 0, maka nilai proses minat menjadi nasabah (Y) sebesar 0,644. Kemudian pada koefisien regresi (b₁) sebesar 0,662 bernilai positif yang artinya variabel pengetahuan produk (X) searah dengan variabel minat menjadi nasabah (Y). Jika nilai pengetahuan produk semakin naik maka minat menabung semakin naik juga.

Uji Hipotesis

1. Uji Koefisien Determinasi

(r square/r²) digunakan untuk menunjukkan besarnya kontribusi dari variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 1.8
Uji Koefisien Determinasi Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.712 ^a	.506	.494	1,03549

Sumber: Data yang diolah SPSS 22

Dari hasil pengujian diperoleh nilai koefisien determinasi (*r square / r²*) sebesar 0,506 sehingga dapat dikatakan baik jika *R square* lebih besar dari 0,5. Maka *R square* sebesar 50,6 %. Maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel pengetahuan Mahasiswa tentang produk Bank Syariah terhadap variabel minat menjadi nasabah di Bank Syariah ialah sebesar 50,6 %.

2. Uji T

Dapat dilihat melalui nilai thitung dan signifikansi pada tabel *coefficient*. Dengan ketentuan nilai thitung > ttabel dan nilai signifikansi < 0,05 artinya variabel independen berpengaruh parsial terhadap variabel dependen.

Tabel 1.9 Uji T Coefficientsa

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.644	1,344		.479	.634
	Pengetahuan Produk	.662	.102	.712	6,486	.000

Sumber: Data yang diolah SPSS 22

Berdasarkan dari tabel uji t untuk menentukan ttabel dengan menggunakan rumus seperti:

K = jumlah variable

n = jumlah responden

Taraf signifikan = 0,05/ 2.

Didapat: df= n-k=43-2=41

Maka dapat diketahui nilai thitung sebesar 6,486 lebih besar dari ttabel 2,019. Maka Ha menyatakan bahwa pengetahuan produk tentang Bank Syariah terhadap minat menjadi nasabah diterima. Jadi dalam hal ini dapat disimpulkan pengetahuan

produk tentang Bank Syariah berpengaruh terhadap minat Mahasiswa menjadi nasabah.

Pembahasan

Pengaruh Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Terhadap Minat Mahasiswa Menjadi Nasabah di Bank Syariah. Pada penelitian ini diperoleh hasil dengan pengujian secara parsial dalam tabel 1.9 bahwa thitung >ttabel yaitu $6,486 > 2,019$. Maka variabel Pengetahuan Produk Perbankan Syariah (X) terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah memiliki pengaruh (H_a diterima dan H_0 ditolak). Selain itu juga produk-produk Bank Syariah yang sering diminati oleh kalangan mahasiswa yaitu produk tabungan dengan menggunakan akad wadiah, karena tabungan wadiah pada Bank Syariah tidak ada biaya potongan bulanan. Dapat dilihat dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Pengetahuan tentang produk-produk Perbankan Syariah mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Minat Mahasiswa Menjadi Nasabah di Bank Syariah. Dengan hal ini jika Pengetahuan Mahasiswa tentang Produk-produk Perbankan Syariah semakin baik, maka Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah akan semakin baik/ meningkat.

Kesimpulan dan Saran

a. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas, bisa kita simpulkan bahwa Pengaruh pengetahuan produk Perbankan Syariah terhadap minat mahasiswa Fakultas Agama Islam menjadi nasabah di bank syariah berpengaruh secara signifikan dari hasil uji t sebesar 6,486 dengan nilai signifikansi 0,000 dimana nilai signifikansi $< 0,05$. Yang artinya variabel independen berpengaruh parsial terhadap variabel dependen. Hasil ini membuktikan bahwa variabel pengetahuan tentang produk-produk Perbankan Syariah memiliki pengaruh terhadap minat Mahasiswa Menjadi Nasabah di Bank Syariah.

Minat Mahasiswa Fakultas Agama Islam terhadap Bank Syariah dari hasil hasil responden sebanyak 43 orang 7 pertanyaan, dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden terhadap Minat menjadi Nasabah di Bank Syariah tinggi dengan perolehan kategori setuju sebanyak 72 jawaban.

b. Saran

Dari hasil pembahasan diatas, penulis ingin memberikan saran sebagai berikut: Untuk meningkatkan minat Masyarakat khususnya Mahasiswa menjadi Nasabah di Bank Syariah, maka diperlukannya sosialisasi terhadap masyarakat mengenai produk-produk yang ada di Bank Syariah dengan tujuan menarik peminat untuk menjadi calon nasabah. Cara ini dilakukan pihak instansi atau Bank Syariah untuk lebih meluaskan marketing dengan sosialisasi yg diselipkan edukasi-edukasi tentang Produk Perbankan Syariah. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan variabel lain yang belum dipakai dalam peneliti ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ascarya. 2011. *Akad dan Produk Bank Syariah*. Jakarta: RajaGrafindo.
- Fakultas Agama Islam, *Jurnal Fakultas Agama Islam* <https://faiunwir.ac.id/>, Diakses pada tanggal 20 Maret 2023
- Ghozali Imam. 2009. *Metode Penelitian*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hasibuan, Malayu. 2009. *Dasar - Dasar Perbankan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hengki Mangiring Parulian Simarmata. 2021. "Manajemen Perilaku Konsumendan Loyalitas", Kita Menulis.Id. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica/article/view/351/pdf> diakses, 5 maret 2023
- <https://www.alquranenglish.com/quran-surah-an-nisa-161-qs-4-161-in-arabic-and-english-translation>, diakses 5 maret 2023
- Philip, Kotler, Amstrong, Gary. 2002. *Prinsip-Prinsip Pemasaran; Edisi Bahasa Indonesia*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. 2022. *Metode penelitian kuantitatif*. Cetakan ke-3. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2022. *Metode penelitian kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Cetakan ke-29. Bandung: Alfabeta.
- Suharsimi Arikunto. 1998. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: PT Rineka Cipta