

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Sejarah Singkat Bank BRI Syariah

Berawal dari akuisisi PT. Bank BRI terhadap Bank Jasa Arta pada 19 Desember 2007 dan setelah mendapatkan izin dari Bank Indonesia pada 16 Oktober 2008 melalui suratnya No.10/67/KEP.GBI/DpG/2008, maka pada tanggal 17 November 2008 PT. Bank BRI Syariah secara resmi beroperasi. Kemudian PT. Bank BRI Syariah merubah kegiatan usaha yang semula beroperasi secara konvensional, kemudian diubah menjadi kegiatan perbankan berdasarkan prinsip syariah Islam.

Dua tahun lebih PT. Bank BRI Syariah hadir mempersembahkan sebuah bank ritel modern terkemuka dengan layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna. Melayani nasabah dengan pelayanan prima (service excellence) dan menawarkan beragam produk yang sesuai harapan nasabah dengan syariah.

Kehadiran PT. Bank BRI Syariah di tengah-tengah industri perbankan nasional dipertegas oleh makna pendar cahaya yang mengikuti logo perusahaan. Logo ini menggambarkan keinginan dan tuntutan

masyarakat terhadap sebuah bank modern sekelas PT. Bank BRI Syariah yang mampu melayani masyarakat dalam kehidupan modern. Kombinasi warna yang digunakan merupakan turunan dari warna biru dan putih sebagai benang merah dengan brand PT. Bank Rakyat Indonesia.

Aktivitas PT. Bank BRI Syariah semakin kokoh setelah pada 19 Desember 2008 ditandatangani akta pemisahan Unit Usaha Syariah PT. Bank Rakyat Indonesia, untuk melebur ke dalam PT. Bank BRI Syariah (proses spin off-) yang berlaku efektif pada tanggal 1 Januari 2009. Penandatanganan dilakukan oleh Bapak Sofyan Basir selaku Direktur Utama PT. Bank Rakyat Indonesia, dan Bapak Ventje Rahardjo selaku Direktur Utama PT. Bank BRI Syariah.

BRI Syariah mengincar dana pihak ketiga (DPK) sebesar Rp. 7.05 Triliun pada akhir 2010. Ini bukan hal yang mustahil mengingat BRI Syariah memiliki basis nasabah yang cukup kuat. Lihat saja, secara keseluruhan, performa Indeks Loyalitas tabungan syariah BRI Syariah meningkat.

BRI Syariah menduduki peringkat kelima dalam Indonesian Bank Loyalty Index (IBLI) 2011 dengan mengantongi 73,1%. Semua itu tak lepas dari makin beragamnya program dan produk tabungan yang diluncurkan yang membuat tabungan BRI Syariah tetap menjadi primadona bagi nasabah penabung yang loyal.

Dengan dukungan 74 kantor cabang dan 2.023 Karyawan, BRI Syariah diharapkan tetap tumbuh signifikan di masa mendatang. Hingga akhir tahun, komposisi DPK-nya adalah Tabungan 25%, giro 10%, dan deposito 65%. Perluasan jaringan dan penambahan 30 kantor cabang merupakan cara BRI Syariah untuk tetap melanjutkan performa tabungan dengan loyalitas terjaga

Pada tahun 2014 PT. Bank BRI Syariah membukukan pertumbuhan penghimpunan dana pihak ketiga (DPK) tabungan yang positif sebesar 36% per hingga Oktober 2014. Pertumbuhan tersebut cukup baik di tengah kondisi ketatnya likuiditas dan menurunnya sebagian besar kinerja perbankan.

Pertumbuhan positif tersebut terjadi karena BRI Syariah menerapkan Strategi bisnis *out of the box*, Bank-bank lain berlomba-lomba meningkatkan pendapatan dari *fee based income*, namun BRI Syariah justru memberi layanan gratis. Diusia ke-6 Tahun, BRI Syariah berhasil meraih sejumlah keunggulan kinerja. Perseroan meraih peringkat Fitch Ratings, pertumbuhan DPK positif, *Pembiayaan bermasalah (non performing financing/NPF)* yang relative sangat rendah, dan penyaluran KPR sejahtera/FLPP yang berhasil menjadi pilihan masyarakat.

BRI Syariah selama dua taun berturut-turut meraih peringkat AA+ dari Fitch Ratings. Peringkat tersebut hanya satu level dibawah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk (BRI) yang merupakan induk BRI Syariah.

Saat ini PT. Bank BRI Syariah menjadi bank syariah ketiga terbesar berdasarkan aset. PT. Bank BRI Syariah tumbuh dengan pesat baik dari sisi aset, jumlah pembiayaan dan perolehan dana pihak ketiga. Dengan berfokus pada segmen menengah bawah, PT. Bank BRI Syariah menargetkan menjadi bank ritel modern terkemuka dengan berbagai ragam produk dan layanan perbankan.

Sesuai dengan visinya, saat ini PT. Bank BRI Syariah merintis sinergi dengan PT. Bank Rakyat Indonesia, dengan memanfaatkan jaringan kerja PT. Bank Rakyat Indonesia, sebagai kantor layanan syariah dalam mengembangkan bisnis yang berfokus kepada kegiatan penghimpunan dana masyarakat dan kegiatan konsumen berdasarkan prinsip syariah.

2. Visi dan Misi

- Visi

Menjadi bank ritel modern terkemuka dengan ragam layanan - finansial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna.

- Misi

1. Memahami keragaman individu dan mengakomodasi beragam kebutuhan finansial nasabah.
2. Menyediakan produk dan layanan yang mengedepankan etika sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

3. Menyediakan akses ternyaman melalui berbagai sarana kapan pun dan dimana pun.
4. Memungkinkan setiap individu untuk meningkatkan kualitas hidup dan menghadirkan ketenteraman pikiran.

B. Hasil Analisis

1. Analisis Profil Responden

Masalah pada penelitian ini ditekankan untuk mengukur pengetahuan konsumen terhadap keputusan nasabah Bank BRI Syariah dalam memilih bank syariah. Responden dalam penelitian ini adalah nasabah Bank BRI Syariah cabang Palembang. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah nasabah Bank BRI Syariah cabang Palembang. Sedangkan teknik penarikan sampel yang digunakan adalah teknik *Sampling* menurut *Slovin*, dengan jumlah sampel dalam penelitian ini diperkirakan sebanyak 97 orang responden.

Jumlah kuesioner yang disebarkan sebanyak 97 eksamplar, dan semua kuesioner kembali dan responden telah mengisi kuesioner dengan benar dan sesuai dengan petunjuk pengisian kuesioner. Selanjutnya dalam profil responden diperinci menurut jenis kelamin, umur, pekerjaan, sumber informasi, dan lamanya menjadi nasabah Bank BRI Syariah Palembang. Salah satu tujuan dari pengelompokkan responden adalah untuk mengetahui rincian profil responden yang dijadikan sampel penelitian. Adapun gambaran profil responden dari hasil penyebaran kuesioner dapat disajikan pada tabel berikut ini :

Tabel 4.1**Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Pria	44	44,9%
Wanita	53	55,1%
Total	97	100%

Sumber : Data primer diolah, 2015

Profil responden berdasarkan jenis kelamin (*gender*) menjelaskan bahwa jenis kelamin yang terbesar dalam penelitian ini adalah wanita yakni sebanyak 53 orang atau 55,1%, sedangkan pria sebanyak 44 orang atau 44,9%, sehingga dari perbandingan persentase profil responden menurut jenis kelamin maka dapat dikatakan bahwa rata-rata nasabah dalam penelitian ini pada PT. Bank BRI Cabang Palembang adalah wanita.

Kemudian akan disajikan profil responden berdasarkan umur responden yang dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.2**Profil Responden Berdasarkan Umur**

Umur	Frekuensi	Persentase
< 20 tahun	8	8,2%
21 - 30 tahun	37	38,1%
31 - 40 tahun	32	33%
41 - 50 tahun	10	10,3%
> 50 tahun	10	10,3%
Total	97	100%

Sumber : Data primer diolah, 2015

Berdasarkan Tabel 4.2 yakni deskripsi profil responden menurut umur yang menunjukkan bahwa umur reesponden yang terbesar dalam penelitian ini adalah antara 21-30 tahun yakni sebesar 37 orang dengan persentase 38,1%, kemudian yang berumur antara 31-40 tahun sebesar 32 orang dengan persentase 33%, sehingga dapat disimpulkan bahwa rata-rata yang menjadi nasabah Bank BRI Syariah Palembang Cabang dalam penelitian ini adalah nasabah yang memiliki umur antara 21-30 tahun.

Kemudian akan disajikan profil responden berdasarkan pekerjaan yang dapat dilihat melalui tabel 4.3 berikut ini :

Tabel 4.3

Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Presentase
PNS	14	14,4%
BUMN	4	4,1%
Karyawan Swasta	41	42,3%
Pengusaha	10	10,3%
Pelajar/Mahasiswa	18	18,5%
Lainnya	10	10,3%
Total	97	100%

Sumber : Data primer diolah, 2015

Dari tabel di atas yakni profil responden berdasarkan pekerjaan, maka terlihat bahwa pekerjaan responden yang dominan dalam penelitian ini adalah karyawan swasta yakni sebanyak 42 orang atau 42,9%, diikuti oleh pelajar atau mahasiswa yakni sebanyak 18 orang atau sebesar 18,4%, kemudian responden yang berprofesi sebagai PNS yakni sebanyak 14 orang atau sebesar 14,3%.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa rata-rata yang menjadi nasabah Bank BRI Syariah Cabang Palembang dalam penelitian ini adalah karyawan swasta.

Selanjutnya akan disajikan data profil responden berdasarkan sumber informasi pada tabel 4.4 berikut ini:

Tabel 4.4

Tabel Informasi Responden berdasarkan Informasi

Sumber Informasi	Frekuensi	Persentase
Keluarga/Teman	60	61,9%
Media Elektronik	22	22,7%
Brosur/Pamflet/Buku	12	12,4%
Lain-lain	3	3,1%
Total	97	100%

Sumber : Data primer diolah, 2015

Dari tabel di atas terlihat bahwa keluarga/teman menjadi sumber informasi yang paling dominan yaitu sebanyak 60 orang dengan persentase 61,9%, selanjutnya yaitu media elektronik (radio dan televisi) sebanyak 22 orang dengan persentase 22,7%, kemudian brosur atau pamflet atau buku yakni sebanyak 12 orang dengan persentase 12,4% dan lain-lain yaitu sebanyak 4 orang dengan persentase sebanyak 3,1%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa rata-rata nasabah Bank BRI Syariah Cabang Palembang dalam penelitian ini memperoleh informasi dari keluarga atau teman.

Berikutnya yaitu tabel 4.5 memperlihatkan responden berdasarkan lamanya menjadi nasabah Bank BRI Syariah;

Tabel 4.5**Profil Responden Berdasarkan Lamanya Menjadi Nasabah**

Lama Menjadi Nasabah	Frekuensi	Persentase
< 1 tahun	44	45,4%
1 - 3 tahun	32	33%
3 - 5 tahun	9	9,3%
> 5 tahun	12	12,4%
Total	97	100%

Sumber : Data primer diolah, 2015

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden adalah nasabah baru yakni kurang dari 1 tahun sebanyak 44 orang dengan persentase 45,4%, selanjutnya yaitu responden yang telah menjadi nasabah selama 1 – 3 tahun yakni sebanyak 32 orang dengan persentase 33%.

2. Penentuan Range

Survey ini menggunakan skala Likert dengan bobot tertinggi di tiap pernyataan adalah 5 dan bobot terendah adalah 1. Dengan jumlah responden sebanyak 97 orang, maka:

$$\text{Range} = \frac{\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}}{\text{Range Skor}}$$

$$\text{Skor Tertinggi} = 97 \times 5 = 485$$

$$\text{Skor terendah} = 97 \times 1 = 97$$

$$\text{Sehingga Range Skor} = \frac{485-97}{5} = 78$$

Range skor:

97-175 = Sangat rendah

176-254 = Rendah

255-333 = Cukup

334-412 = Tinggi

413-491 = Sangat tinggi

3. Deskripsi Variabel Pengetahuan dan Perhitungan Skor Variabel Independen (X)

Untuk melihat tanggapan responden terhadap indikator-indikator dan juga perhitungan skor bagi variabel pengetahuan yang terdiri dari tiga, yakni *Pengetahuan Produk (X1)*, *Pengetahuan Pembelian (X2)*, dan *Pengetahuan Pemakaian (X3)* dapat diuraikan sebagai berikut :

a. Pertanyaan mengenai variabel pengetahuan produk (X1)

Pengetahuan produk merupakan gabungan dari banyak jenis informasi yang berbeda. Adapun tanggapan responden mengenai pengetahuan produk dapat dilihat melalui tabel 4.7 berikut ini :

Tabel 4.7

Tanggapan Responden Mengenai Pengetahuan Produk

Tanggapan	STM		TM		CM		M		SM		Skor
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1. Apakah anda mengetahui	3	3,1	18	18,6	36	37,1	36	37,1	4	4,1	311

nisbah bagi hasil yang diberikan oleh Bank BRI Syariah?											
2. Apakah anda mengetahui prinsip <i>mudharabah</i> pada bank syariah?	2	2,1	12	12,4	39	40,2	42	43,3	2	2,1	321
3. Apakah anda mengetahui prinsip <i>musyarakah</i> pada bank syariah?	1	1,0	18	18,6	36	37,1	40	41,2	2	2,1	315
4. Apakah anda mengetahui prinsip <i>murabahah</i> pada bank syariah?	1	1,0	15	15,5	42	43,3	36	37,1	3	3,1	316
5. Apakah anda mengetahui jenis/ragam produk yang ditawarkan oleh Bank BRI Syariah?	1	1,0	14	14,4	44	45,4	34	35,1	4	4,1	318
6. Apakah anda mengetahui manfaat produk Bank BRI	4	4,1	5	5,2	29	29,9	46	47,4	13	13,4	352

Syariah yang anda gunakan ?											
Rata-rata											322

Sumber : Data primer diolah, 2015

Berdasarkan tabel di atas, yakni tanggapan responden mengenai pengetahuan produk bank syariah (Bank BRI Syariah Palembang), sebagai berikut:

1. Sebagian besar responden memberikan jawaban mengetahui dan cukup mengetahui nisbah (porsi/bagian yang menjadi hak masing-masing pihak pada proses distribusi bagi hasil antara nasabah dan bank) bagi hasil yang diberikan oleh pihak bank yakni sebesar 36 orang atau 37,1%.
2. Tentang prinsip *mudharabah*, rata-rata responden memberikan jawaban mengetahui yakni sebesar 42 orang atau 43,3%.
3. Tentang prinsip *musyarakah*, sebagian besar responden memberikan jawaban mengetahui yakni sebesar 40 orang atau 41,2%.
4. Mengenai prinsip *murabahah*, sebagian besar responden memberikan jawaban cukup mengetahui yakni sebesar 42 orang atau 43,3%.

5. Mengenai jenis atau ragam produk yang ditawarkan, sebagian besar responden memberikan jawaban cukup mengetahui yakni sebesar 44 orang atau 45,4%.
6. Mengenai manfaat produk, sebagian besar responden memberikan jawaban mengetahui yakni sebesar 46 orang atau 47,4%

Dari tabel di atas dapat disimpulkan tanggapan responden mengenai pengetahuan produk berada pada *range* skor cukup dengan nilai rata-rata yaitu 322. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden mempunyai pengetahuan yang cukup tentang produk yang dimiliki Bank BRI Syariah Palembang

b. Pertanyaan mengenai variabel pengetahuan pembelian (X2)

Pengetahuan pembelian merupakan informasi yang dimiliki konsumen yang berhubungan erat dengan perolehan produk. Dimensi dasar dari pengetahuan pembelian melibatkan informasi berkenaan dengan keputusan tentang dimana produk tersebut harus dibeli dan kapan pembelian harus terjadi.

Oleh karena itu, untuk lebih jelasnya akan disajikan tanggapan responden mengenai variabel pengetahuan pembelian yang dapat dilihat melalui tabel 4.8 berikut ini :

Tabel 4.8

Tanggapan Responden Mengenai Variabel Pengetahuan Pembelian

Tanggapan Pertanyaan	STM		TM		CM		M		SM		Skor
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1. Apakah anda mengetahui lokasi kantor Bank BRI Syariah?	-	-	1	1,0	14	14,4	55	56,7	27	27,8	399
2. Apakah anda mengetahui lokasi jaringan ATM Bank BRI Syariah?	-	-	5	5,2	27	27,8	48	49,4	17	17,5	368
3. Apakah anda mengetahui prosedur pembukaan rekening/tabungan di BRI Syariah?	-	-	8	8,2	33	34,0	50	51,5	6	6,2	345
4. Apakah anda mengetahui berapa biaya yang dikeluarkan untuk membuka rekening/tabungan?	-	-	11	11,3	26	26,8	55	56,7	5	5,2	345
5. Apakah anda mengetahui	1	1,0	2	2,1	21	21,6	55	56,7	18	18,6	378

dimana letak <i>teller</i> dan <i>customer services (CS)</i> di dalam Bank BRI Syariah?											
6. Apakah anda mengetahui prosedur pengajuan pinjaman pada Bank BRI Syariah?	7	7,2	30	30,9	35	36,1	23	23,7	2	2,1	273
Rata-rata											351

Sumber : Data primer diolah, 2015

Berdasarkan tabel di atas mengenai tanggapan responden mengenai pengetahuan pembelian adalah sebagai berikut:

1. Responden mengetahui lokasi kantor Bank BRI Syariah Palembang, maka jawaban terbanyak responden adalah mengetahui sebanyak 55 orang atau 56,7%.
2. Mengenai pengetahuan lokasi jaringan ATM Bank BRI Syariah Palembang, nampak bahwa sebagian besar responden memberikan jawaban mengetahui sebanyak 48 orang atau sebesar 49,4%. Pertanyaan ketiga
3. Mengenai pengetahuan prosedur pembukaan rekening/ tabungan di Bank BRI Syariah Palembang, maka rata-rata

responden memberikan jawaban mengetahui sebesar 50 orang atau sebesar 51,5%.

4. Mengenai biaya yang dikeluarkan untuk membuka rekening/tabungan, sebagian besar responden memberikan jawaban mengetahui sebanyak 55 orang atau 56,7%.
5. Mengenai letak *teller* dan *customer services (CS)* di dalam lokasi bank, sebagian besar responden memberikan jawaban mengetahui sebanyak 55 orang atau 56,7%.
6. Mengenai pengetahuan responden terhadap prosedur pengajuan pinjaman, jawaban terbanyak responden adalah cukup mengetahui yaitu sebanyak 35 orang atau 36,1%.

Jadi dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden mengenai pengetahuan pembelian dengan rata-rata skor bernilai 351 berada pada *range* skor tinggi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden mempunyai pengetahuan yang tinggi tentang pembelian yang dimiliki Bank BRI Syariah Palembang

c. Pertanyaan mengenai variabel pengetahuan pemakaian (X3)

Pengetahuan pemakaian adalah Informasi yang tersedia di dalam ingatan mengenai bagaimana suatu produk dapat digunakan dan apa yang diperlukan untuk menggunakan produk tersebut. Adapun tanggapan responden mengenai pengetahuan pemakaian dapat dilihat melalui tabel 4.9 berikut ini :

Tabel 4.9

Tanggapan Responden Mengenai Pengetahuan Pemakaian

Tanggapan	STM		SM		CM		M		SM		Skor
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1. Apakah anda mengetahui cara menggunakan ATM?	-	-	2	2,1	12	12,4	47	48,5	36	37,1	408
2. Apakah anda mengetahui cara menarik/ menyimpan uang tunai secara manual (melalui <i>teller</i>)?	-	-	1	1,0	12	12,4	55	56,7	29	29,9	403
3. Apakah anda mengetahui cara menggunakan layanan transfer sesama dan antar Bank?	-	-	5	5,2	21	21,6	47	48,5	24	24,7	381
4. Apakah anda mengetahui cara menggunakan layanan <i>Mobile Banking</i> ?	1	1,0	28	28,9	30	30,9	33	34,0	5	5,2	302
5. Apakah anda mengetahui cara menggunakan	2	2,1	28	28,9	32	33,0	30	30,9	5	5,2	297

layanan <i>Internet Banking</i> ?											
Rata-rata											358

Sumber : Data primer diolah, 2015

Berdasarkan tanggapan responden mengenai pengetahuan pemakaian adalah sebagai berikut:

1. Pengetahuan responden tentang cara menggunakan ATM, rata-rata responden memberikan jawaban Mengetahui yakni sebanyak 47 orang atau 48,5%.
2. Tentang pengetahuan cara menarik/menyimpan uang tunai secara manual (melalui *teller*) didominasi jawaban terbanyak responden adalah mengetahui yakni sebanyak 55 orang atau sebesar 56,7%.
3. Mengenai pengetahuan cara menggunakan layanan transfer, sebagian besar responden memberikan jawaban mengetahui yakni sebanyak 47 orang atau sebesar 48,5%.
4. Mengenai cara menggunakan layanan *Mobile Banking*, jawaban terbanyak responden adalah mengetahui yaitu sebanyak 32 orang atau 33,0%.
5. Cara menggunakan layanan *Internet Banking*, jawaban terbanyak responden adalah cukup mengetahui yaitu sebanyak 32 orang atau 33,0%.

Dari hasil di atas dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden mengenai pengetahuan pemakaian dengan nilai skor rata-rata 358 yang berada pada *range* skor tinggi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden mempunyai pengetahuan yang tinggi tentang pemakaian yang dimiliki Bank BRI Syariah Palembang

4. Deskripsi Variabel Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah dan Perhitungan Skor Variabel Dependen (Y)

Keputusan nasabah memilih bank syariah Merupakan tahapan di mana konsumen telah memiliki pilihan dan siap melakukan transaksi pembelian atau pertukaran antara uang atau janji untuk membayar dengan hak kepemilikan atau penggunaan suatu benda. Adapun tanggapan responden mengenai keputusan Nasabah memilih Bank Syariah dapat dilihat melalui tabel berikut ini :

Tabel 4.10

Tanggapan Responden mengenai Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah

Tanggapan	STS		TS		CS		S		SS		Skor
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1. Apakah anda memutuskan memilih Bank BRI Syariah Palembang karena Kebutuhan?	-	-	6	6,2	31	31	57	58,7	3	3,09	348
2. Apakah anda memutuskan memilih Bank BRI Syariah Palembang karena	-	-	10	10,3	43	44,3	39	40,2	5	5,2	330

mengetahui informasi dari Publik?												
3. Apakah anda memutuskan memilih Bank BRI Syariah Palembang karena Memiliki Banyak manfaat?	-	-	5	5,2	31	31,9	45	46,4	16	16,5	363	
4. Apakah anda memutuskan memilih BRI Syariah karena rekomendasi dari orang lain atau keluarga?	-	-	6	6,2	26	27	54	55,7	11	11,3	361	
5. Apakah anda memutuskan memilih Bank BRI Syariah karena kepuasan pada Bank BRI Syariah?	1	1	8	8,2	40	41,2	44	45,4	4	4,1	332	
Rata-rata											346	

Sumber : Data primer diolah, 2015

Berdasarkan Tabel diatas seputar tanggapan responden mengenai keputusan pembelian adalah sebagai berikut:

1. pertanyaan bahwa memilih Bank BRI Syariah Palembang karena Kebutuhan, rata-rata responden memberikan jawaban setuju yakni sebanyak 57 orang atau sebesar 58,7%.
2. Memilih Bank BRI Syariah Palembang karena Mengetahui Informasi dari Publik, sebagian besar responden memberikan jawaban Cukup Setuju yakni sebanyak 43 orang atau sebesar 44,3%.

3. Responden memutuskan memilih Bank BRI Syariah Palembang karena Memiliki Banyak Manfaat , didominasi jawaban terbanyak responden adalah setuju yakni sebanyak 45 orang sebesar 46,4%.
4. Responden memutuskan memilih Bank BRI Syariah Palembang karena Rekomendasi dari orang lain atau keluarga, maka jawaban responden terbanyak adalah setuju sebanyak 54 orang atau sebesar 55,7%.
5. Responden memilih Bank BRI Syariah Palembang karena Kepuasan Kepada Bank BRI Syariah, didominasi jawaban terbanyak responden adalah setuju yakni sebanyak 48 orang atau sebesar 49,5%.

Jadi dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden mengenai keputusan pembelian berada pada *range* skor tinggi dengan nilai rata-rata 346 dan pertanyaan yang memiliki skor yang tertinggi yaitu tentang nisbah bagi hasil dan prinsip syariah (*mudharabah, musyarakah, dan murabahah*). Sehingga dapat disimpulkan bahwa reponden mempunyai tanggapan yang tinggi mengenai keputusan menjadi nasabah yang dimiliki Bank BRI Syariah Palembang.

5. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Setelah mengumpulkan kuesioner dari responden, kemudian dilakukan uji validitas kembali terhadap data yang diperoleh. Validitas

menunjukkan sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Uji validitas ini dapat dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel *degree of freedom* = $n-k$, dan daerah sisi pengujian dengan signifikansi 0,05. Jika r hitung tiap item variabel pertanyaan bernilai positif dan lebih besar dari r tabel (lihat *Corrected item-total correlation*) maka item variabel pertanyaan tersebut dikatakan valid. , r table dicari pada signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi (*two tailed*) dan jumlah data (n) = 97. Penelitian ini menggunakan alat analisis berupa SPSS 16.0 (*Statistical Package for Social Science16*). Hasil uji validitas data dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.11

Hasil Uji Validitas Variabel X1

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1_a	16.69	8.695	.538	.757
X1_b	16.59	8.703	.645	.731
X1_c	16.65	8.688	.625	.736
X1_d	16.64	9.046	.563	.751
X1_e	16.63	9.111	.544	.755
X1_f	16.29	9.457	.357	.804

Sumber: *Output* SPSS 16, 2015

Dari tabel 4.11 di atas, bisa dilihat pada *Corrected Item-Total Correlation*, Nilai ini kemudian kita bandingkan dengan nilai r_{tabel} sebesar 0,199, hasil analisis dapat dilihat bahwa seluruh item variabel X_1 melebihi nilai r_{tabel} . Sehingga dapat disimpulkan bahwa item variabel *Independent* X_1 Valid.

Tabel 4.12

Hasil Uji Validitas Variabel X2

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2_a	17.63	7.632	.570	.723
X2_b	17.95	6.945	.635	.701
X2_c	18.19	7.194	.628	.706
X2_d	18.19	7.278	.571	.719
X2_e	17.85	7.715	.458	.748
X2_f	18.92	7.764	.295	.803

Sumber: *Output* SPSS 16, 2015

Dari tabel 4.12 di atas, bisa dilihat pada *Corrected Item-Total Correlation*, Nilai ini kemudian kita bandingkan dengan nilai r_{tabel} sebesar 0,199, hasil analisis dapat dilihat bahwa seluruh item variabel X_2 melebihi nilai r_{tabel} . Sehingga dapat disimpulkan bahwa item variabel *Independent* X_2 Valid.

Tabel 4.13

Hasil Uji Validitas Variabel X3

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3_a	14.30	6.608	.557	.754
X3_b	14.35	6.938	.532	.763
X3_c	14.58	6.080	.619	.732
X3_d	15.37	5.819	.571	.750
X3_e	15.42	5.726	.585	.746

Sumber: *Output SPSS 16, 2015*

Dari tabel 4.13 di atas, bisa dilihat pada *Corrected Item-Total Correlation*, Nilai ini kemudian kita bandingkan dengan nilai r_{tabel} sebesar 0,199, hasil analisis dapat dilihat bahwa seluruh item variabel X_3 melebihi nilai r_{tabel} . Sehingga dapat disimpulkan bahwa item variabel *Independent* X_3 Valid.

Tabel 4.14
Hasil Uji Validitas Variabel Y

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y_a	14.98	4.895	.616	.769
Y_b	15.03	4.634	.648	.759
Y_c	14.63	4.715	.614	.769
Y_d	14.74	5.006	.511	.800
Y_e	15.05	4.737	.605	.772

Sumber: *Output SPSS 16, 2015*

Dari tabel 4.14 di atas, bisa dilihat pada *Corrected Item-Total Correlation*, Nilai ini kemudian kita bandingkan dengan nilai r_{tabel} sebesar 0,199, hasil analisis dapat dilihat bahwa seluruh item variabel Y melebihi nilai r_{tabel} . Sehingga dapat disimpulkan bahwa item variabel *Dependent Y* Valid.

Berdasarkan uji Validitas di atas, dapat dikatakan bahwa seluruh item Valid. Hal ini dapat dilihat bahwa seluruh item variabel memiliki *Corrected Item-Total Correlation* melebihi nilai r tabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item variabel *Independent* dan *dependent* Valid.

b. Reliability

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat ukur dapat diandalkan untuk digunakan lebih lanjut. Hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan koefisien *cronbach's alpha*, instrumen dikatakan reliabel jika memiliki koefisien *cronbach's alpha* sama dengan 0,60 atau lebih. Hasil uji reliabilitas data dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.15
Hasil Uji Reliabilitas Variabel X₁

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.788	6

Sumber: *Output SPSS 16, 2015*

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas variabel X_1 di atas, terlihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,788 yaitu lebih besar dari 0,6. Berdasarkan ketentuan di atas maka indikator-indikator dalam Variabel X_1 dikatakan *reliable*

Tabel 4.16
Hasil Uji Reliabilitas Variabel X_2

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.769	6

Sumber: *Output SPSS 16, 2015*

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas variabel X_2 di atas, terlihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,769 yaitu lebih besar dari 0,6. Berdasarkan ketentuan di atas maka indikator-indikator dalam Variabel X_2 dikatakan *reliable*

Tabel 4.17
Hasil Uji Reliabilitas Variabel X_3

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.789	5

Sumber: *Output SPSS 16, 2015*

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas variabel X_3 di atas, terlihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,789 yaitu lebih besar

dari 0,6. Berdasarkan ketentuan di atas maka indikator-indikator dalam Variabel X_3 dikatakan *reliable*

Tabel 4.18
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.811	5

Sumber: *Output SPSS 16, 2015*

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas variabel Y di atas, terlihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,811 yaitu lebih besar dari 0,6. Berdasarkan ketentuan di atas maka indikator-indikator dalam Variabel Y dikatakan *reliable*

Berdasarkan uji reliabilitas di atas, dapat dikatakan bahwa seluruh item reliabel. Ini dapat dilihat dari keseluruhan item pertanyaan memiliki *cronbach's alpha* di atas nilai *cronbach's alpha standar* yaitu 0,60. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item-item pengukur variabel dari kuesioner adalah reliabel yang berarti bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuesioner yang handal.

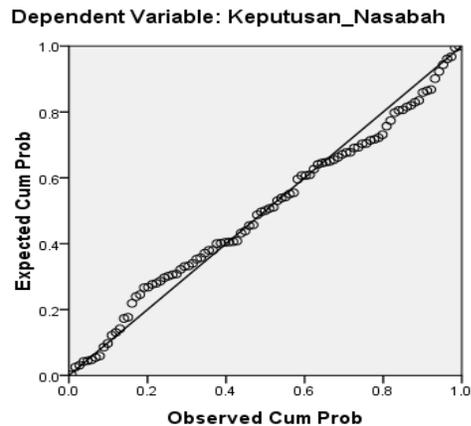
6. Uji Prasyarat Regresi

a. Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang disajikan untuk dianalisis lebih lanjut berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal ataupun mendekati normal. Mendeteksi apakah data berdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan menggambarkan penyebaran data melalui sebuah grafik. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas. Untuk pengujian normalitas data, dalam penelitian ini hanya akan dideteksi melalui analisis grafik yang dihasilkan melalui perhitungan regresi dan SPSS 16.0 (*Statistical Package for Social Science 16.0*), Hasil uji reliabilitas data dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.19

Hasil Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

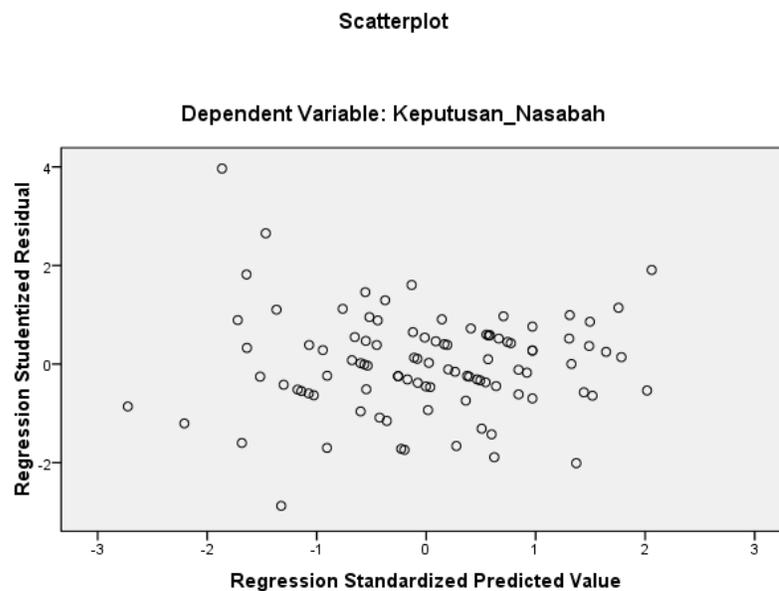
Sumber: *Output SPSS 16, 2015*

Pada Gambar 4.19, terlihat bahwa titik-titik tersebar berhimpit di sekitar garis dan mengikuti arah garis diagonal. Berdasarkan Gambar 4.19, maka dapat dinyatakan bahwa model regresi pada penelitian ini memenuhi asumsi normalitas.

b. Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians residual dari pengamatan satu ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heterokedastisitas

Tabel 4.20
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: *Output SPSS 16, 2015*

Berdasarkan Gambar 4.20, terlihat bahwa penyebaran data tidak mengikuti pola tertentu, hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi masalah heterokadastisitas pada model regresi.

c. Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada suatu periode dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka ada masalah autokorelasi pada data. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas autokorelasi. Pengujian autokorelasi menggunakan uji Durbin

Watson. Dengan kriteria keputusan Terjadi autokorelasi jika angka DW bernilai <1 atau >3 .

Tabel 4.21

Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.609 ^a	.371	.350	.41694	2.260

Sumber: *Output SPSS 16, 2015*

Berdasarkan Tabel 4.18 Hasil Uji Autokorelasi, nilai Durbin Watson dilihat pada kolom paling kanan ,diperoleh angka sebesar 2,260. Terjadi autokorelasi jika angka DW bernilai <1 atau >3 . Perhitungan didasarkan hasil observasi menghasilkan nilai 2,260. >1 dan <3 dapat diambil kesimpulan bahwa tidak ada masalah autokorelasi

7. Analisis dan Pembahasan Regresi Linear Berganda

Analisis hasil penelitian mengenai pengaruh pengetahuan konsumen terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah, dianalisis dengan menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif. Analisis kuantitatif digunakan untuk membuktikan hipotesis yang diajukan dengan menggunakan model analisis regresi linear berganda, sedangkan analisis kualitatif digunakan untuk menelaah pembuktian analisis kuantitatif. Pembuktian ini dimaksudkan untuk menguji variasi suatu model regresi yang digunakan dalam menerangkan

variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) dengan cara menguji kemaknaan dari koefisien regresinya. Adapun hasil olahan data dengan menggunakan program SPSS 16.0 (*Statistical Package for Social Science 16.0*) dapat dirangkum melalui tabel berikut ini :

Tabel 4.22
Hasil Analisis Regresi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.106	.339		3.267	.002
	Pengetahuan_Produk	.188	.086	.213	2.196	.031
	Pengerahan_Pembelian	.329	.098	.338	3.363	.001
	Pengetahuan_Pemakaian	.179	.079	.210	2.266	.026

Sumber: *Output* SPSS 16, 2015

Berdasarkan hasil olahan data regresi dengan menggunakan program komputerisasi SPSS 16. 0 (*Statistical Package for Social Science 16.0*), maka dapat disajikan persamaan regresi yaitu sebagai berikut :

$$Y = b_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

$$Y = 1,106 + 0,188x_1 + 0,329x_2 + 0,179x_3$$

Dari persamaan regresi tersebut di atas, maka dapat diberikan penjelasan sebagai berikut :

$b_0 = 1,106$ merupakan nilai konstanta, yang diartikan bahwa jika pengetahuan produk, pengetahuan pembelian, dan pengetahuan pemakaian konstan (0) maka nilai keputusan calon nasabah untuk menjadi nasabah Bank syariah adalah sebesar 1,106, hal ini berarti bahwa nasabah sangat tidak setuju untuk menjadi nasabah Bank BRI Syariah.

$b_{1X1} = 0,188$ yang memberikan arti bahwa pengetahuan produk berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah (Bank BRI Syariah Palembang). Hal ini menunjukkan bahwa dengan setiap penambahan 1 Skor tanggapan responden mengenai pengetahuan produk maka akan memengaruhi keputusan nasabah memilih bank syariah yakni sebesar 0,188

$b_{2X2} = 0,329$ yang memberikan arti bahwa pengetahuan pembelian berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah (Bank BRI Syariah Palembang). Hal ini menunjukkan bahwa setiap penambahan 1 Skor tanggapan responden mengenai pengetahuan pembelian maka akan mempengaruhi nasabah memilih bank syariah yakni sebesar 0,329

$b_{3X3} = 0,179$ yang memberikan arti bahwa pengetahuan pemakaian berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah (Bank BRI Syariah Palembang). Hal ini menunjukkan bahwa setiap penambahan 1 Skor tanggapan responden mengenai pengetahuan

pemakaian maka akan memengaruhi keputusan nasabah memilih bank syariah yakni sebesar 0,179

Berdasarkan hasil persamaan regresi di atas maka dapat diketahui bahwa variabel bebas yang paling berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah (Bank Syariah Palembang) adalah variabel pengetahuan pembelian, hal ini dapat dilihat melalui hasil koefisien regresi yakni sebesar 0,329 yang menunjukkan nilai koefisien regresi yang terbesar jika dibandingkan dengan nilai koefisien regresi dari variabel lainnya. .

8. Uji Hipotesis

a. Uji T (Parsial)

Uji T digunakan untuk mengetahui pengaruh masing masing variabel bebas terhadap variabel terikat yaitu Pengaruh Pengetahuan Konsumen terhadap Keputusan menjadi Nasabah pada Bank BRI Syariah Palembang. Dari hasil perhitungan dengan menggunakan program *SPSS 16.0 (Statistical Package for Social Science 16.0)* dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.23**Hasil Uji T**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.106	.339		3.267	.002
Pengetahuan_Produk	.188	.086	.213	2.196	.031
Pengerahan_Pembelian	.329	.098	.338	3.363	.001
Pengetahuan_Pemakaian	.179	.079	.210	2.266	.026

Sumber: *Output SPSS 16, 2015*

Pengaruh dari masing-masing variabel pengetahuan produk, pengetahuan pembelian dan pengetahuan pemakaian terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah dapat dilihat dari arah tanda dan tingkat signifikan (probabilitas). Jika tingkat signifikansinya $< 0,05$ dan t-hitung lebih besar dari t-tabel maka dapat dikatakan bahwa variabel tersebut berpengaruh dan signifikan. Hal ini dapat diuraikan sebagai berikut

- 1) Pengaruh pengetahuan produk terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah.

Hasil pengujian parsial (uji t) antara variabel pengetahuan produk terhadap variabel keputusan nasabah memilih bank syariah menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar $2,196 > t_{tabel} 1,986$ serta memiliki nilai Signifikansi sebesar $0,031$ yang

lebih kecil dari 0,05, hal ini berarti bahwa pengetahuan produk (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.

Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel pengetahuan produk (X1) dapat menerangkan variabel terikatnya yaitu keputusan menjadi nasabah Bank BRI syariah.

- 2) Pengaruh pengetahuan pembelian terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.

Hasil pengujian parsial (uji t) antara variabel pengetahuan pembelian terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah menunjukkan nilai t_{hitung} 3,363 > t_{tabel} 1,986 serta memiliki nilai Signifikansi sebesar 0,001 yang lebih kecil dari 0,05, hal ini berarti bahwa pengetahuan pembelian (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah Bank BRI syariah.

Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel pengetahuan pembelian (X2) dapat menerangkan variabel terikatnya yaitu keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.

- 3) Pengaruh pengetahuan pemakaian terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.

Hasil pengujian parsial (uji t) antara variabel pengetahuan pemakai terhadap variabel keputusan memilih bank syariah menunjukkan nilai $t_{hitung} 2,266 > t_{tabel} 1,986$ serta memiliki nilai Signifikansi sebesar 0,026 yang lebih kecil dari 0,05, hal ini berarti bahwa pengetahuan pemakai (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah Bank BRI syariah.

Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel pengetahuan pemakai (X3) dapat menerangkan variabel terikatnya yaitu keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.

b. Uji F

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependennya. Uji F dilakukan dengan cara membandingkan nilai F_{hitung} dengan nilai F_{tabel} . Hasil pengujian dengan menggunakan program *SPSS 16.0 (Statistical Package for Social Science 16.0)* dapat dilihat pada tabel berikut dengan tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0.05$). Hasil perhitungan Uji F dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.24**Hasil Uji F**

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9.520	3	3.173	18.253	.000 ^a
	Residual	16.167	93	.174		
	Total	25.687	96			

Sumber: *Output* SPSS 16, 2015

Dari hasil analisis regresi dapat diketahui bahwa secara bersama-sama variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Hal ini dibuktikan dari nilai F_{hitung} sebesar $18,253 > F_{tabel} 2,70$ dengan nilai signifikansi (sig) sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi (sig) jauh lebih kecil dari 0,05 maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah atau dapat dikatakan bahwa pengetahuan produk, pengetahuan pembelian dan pengetahuan pemakaian secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah (Bank BRI Syariah Palembang).

9. Korelasi

Pengukuran korelasi berguna untuk mengukur kekuatan (strength) dan arah hubungan antara dua variable atau lebih. Adapun hasil olahan data dengan

menggunakan program SPSS 16.0 (*Statistical Package for Social Science 16.0*)

dapat dirangkum melalui tabel berikut ini

Tabel 4.25
Hasil Analisis Korelasi

		Pengetahuan_ Produk	Pengerahuan_ Pembelian	Pengetahuan_ Pemakaian	Keputusan_Nas abah
Pengetahuan_Produk	Pearson Correlation	1	.506**	.359**	.459**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	97	97	97	97
Pengerahuan_Pembelian	Pearson Correlation	.506**	1	.435**	.537**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	97	97	97	97
Pengetahuan_Pemakaian	Pearson Correlation	.359**	.435**	1	.434**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	97	97	97	97
Keputusan_Nasabah	Pearson Correlation	.459**	.537**	.434**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	97	97	97	97

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

Berdasarkan hasil Analisis Korelasi di atas antara pengetahuan produk, pengetahuan pemakaian, pengetahuan pembelian terhadap keputusan pembelian dapat dilihat angka korelasi person variabel Pengetahuan Produk terhadap keputusan pembelian menunjukkan angka 0,459 hal ini

menunjukkan kekuatan hubungan yang cukup kuat karena angka korelasi person mendekati angka 0,5 , selanjutnya variabel Pengetahuan Pemakaian terhadap keputusan pembelian menunjukkan angka 0,537 hal ini menunjukkan kekuatan hubungan yang cukup kuat karena angka korelasi person lebih dari angka 0,5 dan dibawah angka 0,75 dan yang terakhir variabel Pengetahuan Produk terhadap keputusan pembelian menunjukkan angka 0,434 hal ini menunjukkan kekuatan hubungan yang cukup kuat karena angka korelasi person mendekati angka 0,5.

10. Uji R²

Uji determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Adapun hasil olahan data dengan menggunakan program SPSS 16.0 (*Statistical Package for Social Science 16.0*) dapat dirangkum melalui tabel berikut ini :

Tabel 4.26

Hasil Uji R² (Determinasi)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.609 ^a	.371	.350	.41694	2.260

Sumber: *Output SPSS 16, 2015*

Dari tabel di atas diketahui bahwa nilai $R = 0,609$ atau mempunyai hubungan yang kuat karena mendekati nilai 1, sedangkan untuk mengetahui besarnya hubungan variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat dapat dilihat dari besarnya nilai koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh sebesar 0,351. Hal ini berarti bahwa seluruh variabel bebas yakni pengetahuan produk (X1), pengetahuan pembelian (X2), dan pengetahuan pemakaian (X3) mempunyai kontribusi secara bersama-sama sebesar 35,1% terhadap variabel terikat yaitu keputusan nasabah dalam memilih bank syariah (Y). Sedangkan sisanya yaitu sebesar 60,9% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

C. Pembahasan

Pembahasan dalam penelitian menguraikan pengaruh pengetahuan konsumen (pengetahuan produk, pengetahuan pembelian dan pengetahuan pemakaia) terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah (Bank BRI Syariah Cabang Palembang).

1. Pengaruh pengetahuan produk terhadap keputusan nasabah dalam memiih bank syariah

Dari hasil persamaan regresi diperoleh nilai koefisien regresi untuk pengetahuan produk sebesar 0,188, selain itu memiliki nilai $t\text{-hitung} = 2,196 > t\text{-tabel} = 1,986$, serta memiliki nilai Signifikansi $0,040 < 0,05$, sehingga dapat dikatakan bahwa pengetahuan produk mempunyai pengaruh secara signifikan

terhadap keputusan menjadi nasabah Bank BRI syariah. Hal ini sesuai dengan teori Engel et al yang berpendapat Pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk, serta pengetahuan lainnya yang terkait dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen dan menurut Engel et al pengetahuan konsumen dapat dibagi menjadi tiga, dan salah satunya adalah pengetahuan produk. Ketika calon nasabah telah mengetahui berbagai macam produk yang ditawarkan oleh bank maka ini akan mempengaruhi calon nasabah dalam memutuskan untuk menjadi nasabah pada Bank BRI Syariah Palembang

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lina Budiarti yang mengatakan bahwa pengetahuan produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) laptop Acer.

2. Pengaruh pengetahuan pembelian terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah

Dari hasil perhitungan regresi, maka diperoleh koefisien regresi untuk pengetahuan pembelian sebesar 0,329, selain itu memiliki $t_{hitung} 3,363 > t_{tabel} 1,986$ dan memiliki nilai Signifikansi $0,001 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa pengetahuan pembelian mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah dan dapat diketahui pula bahwa variabel bebas yang paling berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah Bank BRI syariah adalah variabel pengetahuan pembelian. Hal ini sesuai dengan teori Engel et al Pengetahuan Pembelian (*Purchase knowledge*)

mencakupi bermacam potongan informasi yang dimiliki konsumen yang berhubungan erat dengan perolehan produk. Dimensi dasar dari pengetahuan pembelian melibatkan informasi berkenaan dengan keputusan tentang di mana produk tersebut harus dibeli dan kapan pembelian harus terjadi. Dan menurut Engel et al pengetahuan konsumen dapat dibagi menjadi tiga, dan salah satunya adalah pengetahuan pembelian. Semakin baik pengetahuan nasabah mengenai lokasi kantor, jaringan ATM, prosedur pembukaan rekening dan pengajuan pinjaman maka semakin baik tingkat keputusan nasabah dalam memilih Bank BRI Syariah Palembang

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lina Budiarti yang mmengatakan bahwa pengetahuan pembelian (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) laptop Acer baik faktor yang dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian laptop Acer adalah pengetahuan pembelian (X2).

3. Pengaruh pengetahuan pemakaian terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah

Hasil perhitungan koefisien regresi diperoleh nilai untuk variabel pengetahuan pemakaian sebesar 0,179, selain itu memiliki nilai t_{hitung} 2,266 > t_{tabel} 1,986 serta memiliki nilai signifikansi $0,005 < 0,05$, dengan demikian dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pengetahuan pemakaian terhadap keputusan menjadi nasabah Bank BRI syariah. Hal ini sesua dengan teori yang dikemukakan engel et al yang berpendapat konsumen

tentu saja lebih kecil kemungkinannya membeli suatu produk bila mereka tidak memiliki informasi yang cukup mengenai bagaimana menggunakan produk tersebut. Dan menurut Engel et al. pengetahuan konsumen dapat dibagi menjadi tiga, dan salah satunya adalah pengetahuan pemakaian. Ketika calon nasabah maupun nasabah telah mengetahui kemudahan pemakaian Fasilitas yang disediakan oleh Bank maka akan berakibat pada keputusan calon nasabah untuk menjadi nasabah Bank BRI Syariah Palembang.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lina Budiarti yang mengatakan bahwa pengetahuan pemakaian (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) laptop Acer.

4. Pengaruh pengetahuan produk, pengetahuan pembelian, pengetahuan pemakaian terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah

Berdasarkan hasil regresi di dapatkan nilai konstan 1,106 ini berarti jika pengetahuan produk, pengetahuan pembelian, dan pengetahuan pemakaian konstan (0) maka nilai keputusan calon nasabah untuk menjadi nasabah Bank syariah adalah sebesar 1,106 hal ini menunjukkan bahwa pengaruh pengetahuan produk, pengetahuan pembelian dan pemakaian berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah Bank BRI syariah karena jika tidak ada pengetahuan produk, pengetahuan pembelian dan pengetahuan pemakaian maka keputusan menjadi nasabah Bank BRI syariah sangatlah kecil sebesar 1,106, selain itu semua variabel memiliki nilai t_{hitung} yang lebih besar dari t_{tabel} dan f_{hitung} yang lebih besar dari f_{tabel} serta memiliki nilai signifikansi lebih kecil

dari pada 0,05, ini menunjukkan bahwa **Pengetahuan Konsumen (Pengetahuan Produk, Pengetahuan Pembelian, Pengetahuan Pemakaian) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan menjadi nasabah di Bank BRI Syariah Palembang baik secara Parsial maupun Simultan**, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua (H1) diterima. Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Engel et al. yang berpendapat bahwa konsumen dapat dipengaruhi perilakunya menurut kehendak pihak yang berkepentingan. Selanjutnya Engel juga menyebutkan sedikitnya ada tiga faktor yang menjadi determinan variasi penentu keputusan konsumen, salah satu dari faktor tersebut adalah pengaruh individu yang termasuk di dalamnya adalah faktor pengetahuan. Dan menurut Engel et al. pengetahuan konsumen dapat dibagi menjadi tiga, yaitu pengetahuan produk, pengetahuan pembelian dan pengetahuan pemakaian. Jadi semakin tinggi tingkat pengetahuan calon nasabah terhadap pengetahuan produk, pengetahuan pembelian, pengetahuan pemakaian maka, semakin tinggi pula keputusannya dalam menjadi nasabah Bank BRI Syariah Palembang.

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lina Budiarti yang mengatakan bahwa pengetahuan produk (X1), pengetahuan pembelian (X2), dan pengetahuan pemakaian (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) laptop Acer baik secara parsial maupun simultan, sehingga dapat dikatakan bahwa penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lina Budiarti.