

ABSTRAK

Penelitian dimaksudkan dengan adanya perkembangan yang pesat pada perbankan syariah di Indonesia penelitian ini yakni penelitian kuantitatif dengan maksud untuk melihat faktor terpilih yaitu pengetahuan tentang riba, halal *lifestyle* dan pemahaman bank syariah apakah faktor terpilih tersebut menjadi faktor yang bisa mempengaruhi seseorang calon nasabah dalam memilih untuk menjadi nasabah pada Bank Umum Syariah. Pengetahuan tentang riba adalah pengukuran seberapa jauh pengetahuan seorang calon nasabah dalam memahami tentang riba terkait apa itu riba, dalil pengharamannya, dampak buruk dari riba dan lain-lain, pengetahuan inilah yang akan mempertimbangkan untuk keputusan calon nasabah pada akhirnya menjadi nasabah pada Bank Umum Syariah. Halal *lifestyle* adalah pemahaman mengenai penerapan gaya hidup halal pada diri seseorang terkait pemilihan makan dan minum halal, obat-obatan, *fashion* dan lembaga pengelola keuangan. Pemahaman Bank Syariah adalah penilaian seberapa pandainya seorang calon nasabah dalam memahami tentang segala hal yang berkaitan dengan perbankan syariah dan pada akhirnya memutuskan untuk menjadi nasabah pada Bank Umum Syariah. Penelitian ini menggunakan responden sebanyak 100 mahasiswa angkatan 2020 dan 2021 yang merupakan akumulasi laki-laki dan perempuan dari 3 program studi yaitu program studi Ekonomi Syariah, Perbankan Syariah dan Manajemen zakat dan wakaf pada Fakultas Ekonomi dan bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang. Metode pengumpulan datanya menggunakan kuisisioner yang dibuat menggunakan *google form* dan dibagikan melalui media aplikasi *whatsapp* dan mahasiswa dapat mengisi pertanyaan *step by step* dengan penentuan pilihan jawaban menggunakan skala likert. Teknik pengolahan data dengan mengaplikasikan *software* Smart PLS 4.0 dan hasil data dianalisis secara deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tiap variabel dari faktor yang terpilih berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah pada bank umum syariah yaitu pada variabel Pengetahuan tentang riba dibuktikan dengan nilai t-statistik yaitu sebesar 2.764 lebih besar dari nilai t-tabel (1,96) dan nilai p-value sebesar 0.006 lebih kecil dari 0.05, lalu pada variabel Halal *lifestyle* dibuktikan dengan nilai t-statistik yaitu sebesar 1.980 lebih besar dari nilai t-tabel (1,96) dan nilai p-value sebesar 0.048 lebih kecil dari 0.05 dan pada variabel terakhir Pemahaman Bank Syariah dibuktikan dengan nilai t-statistik yaitu sebesar 6.339 lebih besar dari nilai t-tabel (1,96) dan nilai p-value sebesar 0.000 lebih kecil dari 0.05. Hasil penelitian juga didukung pada hasil koefisien determinasi yaitu bahwa nilai dari R-Square untuk variabel Keputusan menjadi nasabah pada Bank Umum Syariah adalah 0.706 atau 70,6% yang berarti besarnya faktor dari variabel Keputusan menjadi nasabah pada Bank Umum Syariah dapat dijelaskan oleh faktor Pengetahuan tentang Riba, Halal *Lifestyle* dan Pemahaman Bank syariah. Dan sisanya sebesar 29,4% dijelaskan oleh faktor lainnya yang tidak diteliti oleh penulis.

Kata kunci : Bank, Syariah, Mahasiswa, Nasabah, Pengetahuan, Halal, Keputusan.

ABSTRACT

This research is motivated by the rapid development of sharia banking in Indonesia. This research is quantitative research with the aim of looking at selected factors, namely knowledge about usury, halal lifestyle and understanding of sharia banking, whether the selected factors are factors that can influence a potential customer in choosing to become a customer at a Sharia Commercial Bank. Knowledge about usury is a measurement of how far a prospective customer knows in understanding usury regarding what riba is, the reasons for its prohibition, the bad impacts of usury and so on. This knowledge will be taken into consideration in the prospective customer's decision to ultimately become a customer at a Sharia Commercial Bank. Halal lifestyle is an understanding of the application of a halal lifestyle to a person regarding choosing halal food and drink, medicine, fashion and financial management institutions. Sharia Bank Understanding is an assessment of how well a prospective customer understands everything related to sharia banking and ultimately decides to become a customer at a Sharia Commercial Bank. This research used respondents of 100 students from the class of 2020 and 2021, who were an accumulation of men and women from 3 study programs, namely the Sharia Economics, Sharia Banking and Zakat and Waqf Management study programs at the Faculty of Economics and Islamic Business at Raden Fatah State Islamic University, Palembang. The data collection method uses a questionnaire created using Google Form and distributed via the WhatsApp application and students can fill in the questions step by step by determining answer choices using a Likert scale. The data processing technique uses Smart PLS 4.0 software and the data results are analyzed descriptively. The results of this research show that each variable from the selected factors has a significant influence on the decision to become a customer at a sharia commercial bank, namely the variable Knowledge about usury as evidenced by the t-statistic value of 2,764 which is greater than the t-table value (1.96) and The p-value of 0.006 is smaller than 0.05, then the Halal lifestyle variable is proven by the t-statistic value of 1.980 which is greater than the t-table value (1.96) and the p-value of 0.048 is smaller than 0.05 and in The last variable Understanding Islamic Banking is proven by the t-statistic value of 6,339 which is greater than the t-table value (1.96) and the p-value of 0.000 is smaller than 0.05. The research results are also supported by the results of the coefficient of determination, namely that the value of the R-Squere for the variable Decision to become a customer at a Sharia Commercial Bank is 0.706 or 70.6%, which means that the magnitude of the factor of the variable Decision to become a customer at a Sharia Commercial Bank can be explained by the Knowledge factor about Usury, Halal Lifestyle and Understanding Islamic Banking. And the remaining 29.4% is explained by other factors not researched by the author.

Keyword : Bank, Sharia, Students, Customers, Knowledge, Halal, Decisions