

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH BANK  
SYARIAH MANDIRI DALAM MEMILIH PRODUK PERBANKAN  
SYARIAH KOTA BANDA ACEH**

**Munawan 1<sup>1)</sup> Susi Wardani 2<sup>2)</sup>, Puji Aryani 3<sup>3)</sup>**

Program Studi Perbankan Syariah, Universitas Muhammadiyah Aceh, Indonesia  
E-mail: [Mwnmunawan@gmail.com](mailto:Mwnmunawan@gmail.com), [susi.warda@gmail.com](mailto:susi.warda@gmail.com),  
[pujiaryani78@gmail.com](mailto:pujiaryani78@gmail.com)

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah Bank Syariah Mandiri memilih produk perbankan syariah kota Banda Aceh. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini dilakukan terhadap Mahasiswa Perbankan Syariah Universitas Muhammadiyah Aceh yang menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri kota Banda Aceh dan sampel diambil sebanyak 54 mahasiswa. Metode pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel pengetahuan, lokasi, dan bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat memilih produk perbankan syariah. Hal ini dapat dilihat dari nilai F hitung sebesar 13,017 dengan probabilitas signifikansi 0,000. Sedangkan secara parsial ketiga variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat memilih produk perbankan syariah kota Banda Aceh. Hal ini dibuktikan, variabel pengetahuan dengan nilai t-hitung sebesar 2,018, dan probabilitas signifikan 0,000. Variabel lokasi dengan nilai t-hitung sebesar 2,061 dan probabilitas signifikan 0,047. Variabel bagi hasil dengan nilai t-hitung 1,557 dan probabilitas signifikan 1,128. Berdasarkan uji *R Square* (R) pengaruh yang diberikan sebesar 20,5% sedangkan sisanya 79,5% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model.

***Kata kunci: Pengetahuan, lokasi, bagi-hasil dan minat nasabah.***

***Abstract***

*This study aims to determine the factors that influence the interest of Bank Syariah Mandiri customers in choosing Islamic banking products in the city of Banda Aceh. This research is quantitative research. The population in this study was conducted on Islamic Banking Students, Muhammadiyah University of Aceh who became customers of Bank Syariah Mandiri in Banda Aceh city and the sample was taken as many as 54 students. Data collection method is done by distributing questionnaires to respondents. The results of this study indicate that simultaneously the variables of knowledge, location, and profit sharing have a positive and significant effect on the interest in choosing Islamic banking products. This can be seen from the calculated F value of 13.017 with a significance probability of 0.000. While partially the three independent variables have a positive and significant effect on the interest in choosing Islamic banking products in Banda Aceh. This is evidenced, the knowledge variable with a t-count value of 2.018, and a significant probability of 0.000. The location variable with a t-count value of 2.061 and a significant probability of 0.047. Profit sharing variable with a t-count value of 1.557 and a significant probability of 1.128. Based on the R Square (R) test, the effect given is 20.5% while the remaining 79.5% is influenced by other variables outside the model.*

***Keywords: Knowledge, location, profit-sharing and customer interest.***

## A. Pendahuluan

Perbankan merupakan suatu kegiatan usaha, baik dijalankan dengan sistem konvensional atau berdasarkan prinsip syariah dengan memberikan jasa dalam pembayaran. Perkembangan bank syariah di Indonesia berkembang dengan cukup pesat. Perbankan syariah adalah salah satu aplikasi system ekonomi syariah yang sesuai dengan prinsip Islam, baik secara komprehensif maupun universal. (Muhammad, 2011: 55-56). Komprehensif berarti mencakup seluruh aspek kehidupan, baik ritual maupun sosial kemasyarakatan yang bersifat universal. Universal bermakna syariat Islam dapat diterapkan dalam setiap waktu dan tempat tanpa memandang ras, suku, golongan dan agama sesuai prinsip Islam.

Dilihat dari perkembangan saat ini, industri perbankan syariah sangat dibutuhkan oleh masyarakat untuk memperoleh dana, sehingga menimbulkan banyaknya perusahaan yang bergerak pada sektor ini. Pada umumnya, bank syariah berusaha untuk memuaskan nasabah dalam menggunakan produk perbankan yang dihasilkannya, maka penting sekali bagi bank untuk mengetahui atau memahami perilaku nasabah, terutama yang menjadi sasaran bank. Terlepas lagi nasabah dewasa ini sangat selektif dan mempunyai pengetahuan yang cukup terhadap suatu jasa. Mereka sangat berhati-hati dalam memilih, mempertimbangkan hingga membeli suatu produk atau jasa. Pemahaman akan perilaku konsumen sangat berpengaruh sekali terhadap strategi pemasaran perusahaan sesuai dengan produk atau jasa yang ditawarkan.

Zaman yang serba kompetitif ini, bank syariah harus berorientasi kepada kepuasan nasabah, dalam hal ini terdapat beberapa faktor yang menyebabkan tercapai atau tidaknya kepuasan nasabah tersebut. Apabila tingkat kepuasan nasabah tinggi akan meningkatkan loyalitas nasabah sebaliknya apabila tingkat kepuasan rendah akan menyebabkan kekecewaan pada nasabah sehingga mereka akan mencari bank lainnya yang memiliki tingkat kepuasandanjaminanyang menjanjikan. Kepuasan nasabah merupakan sasaran utama dalam konsep pemasaran bank. Informasi yang diketahui tentang apa yang memuaskan nasabah, bank syariah lalu mencoba menciptakan produk jasa yang dapat memuaskan nasabah, pihak bank syariah harus terus mengubah, menyesuaikan dan mengembangkan produknya untuk mengikuti perubahan dalam keinginan dan selera nasabah dan menegaskan bahwa kegiatan-kegiatan pemasaran berawal dan berakhir pada nasabah. (Roni Andespa, 2017: 43).

Persaingan dalam menghimpun nasabah yang dilakukan oleh beberapa bank saat ini sudah menjadi isyung utama, salah satunya Bank Syariah Mandiri yang ada di Banda Aceh. Ada beberapa factor yang mempengaruhi nasabah dalam proses mempertimbangkan, memilih hingga menggunakan jasa perbankan syariah. Secara garis besar, faktor-faktor tersebut dapat dibagi menjadi lima yaitu: faktor bauran pemasaran, budaya, sosial, pribadi dan faktor psikologi.

Bank syariah harus mampu memahami persepsi masyarakat bahwa sistem bank syariah lebih baik daripada bank konvensional. Oleh karena itu, dalam lingkungan yang kompetitif bank syariah perlu sebuah studi mengenai minat nasabah dalam memilih bank untuk membantu memasarkan produk bank yang efektif. Dengan demikian yang mempengaruhi nasabah dalam memilih produk perbankan syariah yang secara umum dikategorikan adalah variabel pengetahuan, variabel lokasi, dan variabel bagi hasil.

Di sini penulis menarik untuk mengkaji sebuah penelitian ini sehingga dapat menjadi sebuah solusi yang baik ke depannya. Karena, produk perbankan syariah merupakan salah satu hal yang sangat mempengaruhi nasabah untuk menabung pada Bank Syariah Mandiri.

## **B. Metodologi Penelitian**

### Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah untuk membuktikan pengujian antara variabel independen terhadap variabel dependen yaitu antara variabel pengetahuan, variabel lokasi dan variabel bagi hasil dalam memilih produk perbankan syariah. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu penelitian yang pada dasarnya menggunakan pendekatan deduktif-induktif.

### Metode Pengumpulan Data

Data yang diperlukan dalam penelitian ini diperoleh dengan menggunakan jenis penelitian kepustakaan. Penelitian ini bersumber dari studi pustaka melalui artikel, buku, dan majalah mengenai perbankan syariah.

### Teknik Pengumpulan Data

Sumber data yang digunakan oleh peneliti ialah sumber data primer dan sekunder. Data primer merupakan informasi yang didapatkan secara langsung oleh peneliti dari sumbernya. (Burhan Bungin, 2013: 29). Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah pembagian kuisisioner untuk mengetahui tanggapan responden

mengenai factor yang mempengaruhi nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Banda Aceh dalam memilih produk perbankan. Sedangkan data sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber data yang kedua (sesudah data primer) yang berfungsi memberikan keterangan atau data pelengkap sebagai data pembanding. Penelitian ini bersumber dari studi pustaka melalui artikel, buku, dan majalah perbankan.

Pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini ialah skala *Likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur tingkat kesetujuan dan tidak kesetujuan seseorang terhadap suatu objek. Setiap pertanyaan yang diajukan kepada responden diberi nilai atau bobot yang disusun secara bertingkat berdasarkan skala *Likert* seperti yang ditunjukkan pada tabel 1 sebagai berikut:

**Tabel 1. Skala Likert**

No	Pilihan Jawaban	Skor
1	Sangat tidak setuju	1
2	Tidak Setuju	2
3	Kurang Setuju	3
4	Setuju	4
5	Sangat Setuju	5

Sumber Data diolah 2020

Dari pengembangan instrument penelitian tersebut, kemudian disusun beberapa item pertanyaan kuesioner. Pengukuran sikap, pendapatan, dan persepsi responden diukur dengan menggunakan skala *likert*.

#### Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah di kota Banda Aceh yaitu pada Bank Syariah Mandiri Cabang Banda Aceh. Selanjutnya, peneliti memilih Bank Syariah Mandiri dikarenakan termasuk salah satu bank ternama yang sudah menjadi kepercayaan masyarakat di kota Banda Aceh.

#### Populasi dan Sampel

Populasi merupakan suatu keseluruhan dari isi objek penelitian. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang sudah mempunyai kualitas dan misi karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiono, 2014: 90). Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa perbankan syariah Universitas Muhammadiyah Aceh.

Sedangkan sampel adalah sebagian dari populasi yang diambil dari sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi tersebut. Penentuan dari sampel merupakan

hal yang sangat penting karena merupakan wakil dari populasi penelitian. Namun dalam penelitian ini populasi yang tidak mencapai 100 yaitu 54 mahasiswa. Dengan demikian maka seluruh populasi dijadikan sampel atau bisa disebut dengan penelitian populasi. Apabila subjeknya kurang dari 100, maka sebaiknya diambil semua, selanjutnya jika subjeknya besar maka diambil 10-15% atau 20-25% atau lebih. (Arikunto, 2003: 108).

### **C. Hasil dan Pembahasan**

#### Gambaran Umum Objek Penelitian

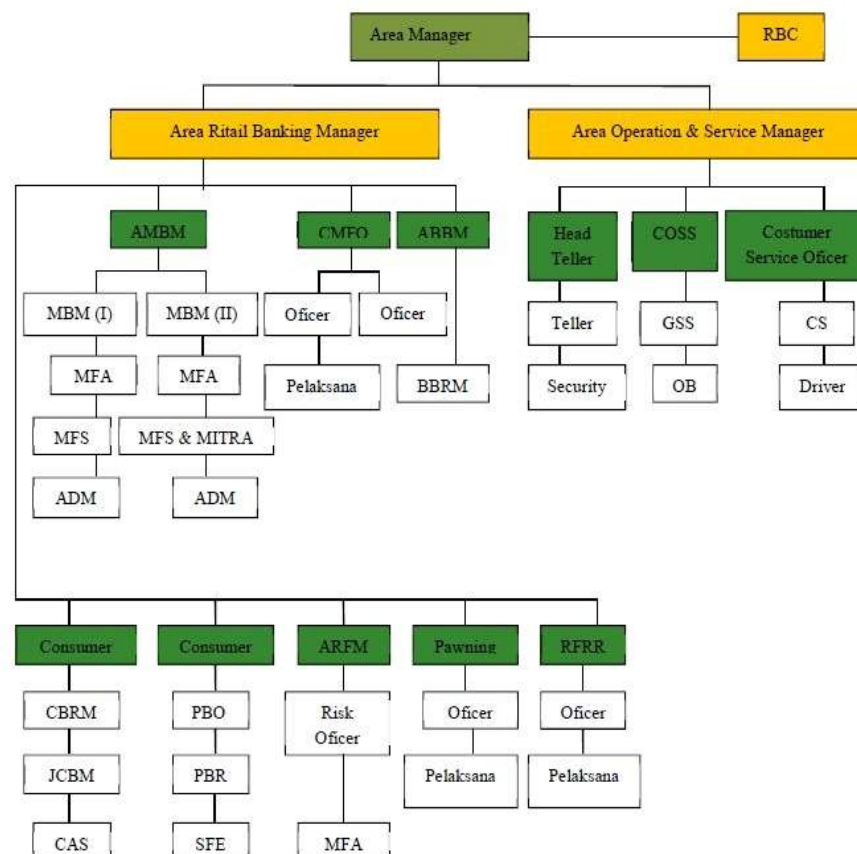
Krisis moneter dan ekonomi sejak Juli 1997 telah mengakibatkan kesulitan yang parah bagi perbankan di Indonesia, di mana pada saat itu hanya didominasi oleh bank-bank konvensional. Untuk mengantisipasi masalah tersebut, maka pemerintah melakukan restrukturisasi sebagian bank-bank di Indonesia. Lahirnya Undang-Undang No.10 Tahun 1998, tentang perubahan atas Undang-Undang No.7 Tahun 1992 tentang Perbankan, pada bulan November 1998 telah memberi peluang yang sangat baik bagi tumbuhnya bank-bank syariah di Indonesia. Undang-Undang tersebut memungkinkan bank beroperasi sepenuhnya secara syariah atau dengan membuka cabang khusus syariah. PT. Bank Susila Bhakti (BSB) yang dimiliki oleh Yayasan Kesejahteraan Pegawai (YKP) PT. Bank Dagang Negara dan PT. Mahkota Prestasi juga berupaya keluar dari krisis dengan melakukan berbagai cara, mulai dari langkah-langkah menuju merger sampai pada akhirnya memilih konversi menjadi bank syariah dengan suntikan modal dari pemilik. (Ismail, 2011: 45).

Pada tanggal 31 Juli 1999, terlaksana perubahan PT. Bank Susila Bakti (BSB) menjadi bank syariah dengan nama (Bank Syariah Sakinah) yang kemudian diambil alih oleh PT. Bank Mandiri (Persero). PT. Bank Mandiri (Persero) selaku pemilik baru mendukung sepenuhnya dan melanjutkan rencana perubahan PT. Bank Susila Bakti menjadi Bank Syariah, sejalan dengan keinginan PT. Bank Syariah Mandiri untuk membuka unit syariah. Langkah awal dengan mengubah anggaran dasar tentang nama PT. Bank Susila Bakti menjadi PT. Bank Syariah Sakinah berdasarkan akta Notaris: Ny. Machrani M.S.S.H.No.29 pada tanggal 19 Mei 1999. Kemudian melalui akta No. 23 tanggal 8 September 1999, Notaris: Sutjipto, S.H. maka Nama PT. Bank Syariah Sakinah Mandiri diubah menjadi PT. Bank Syariah Mandiri.

Pada tanggal 25 Oktober 1999, Bank Indonesia melalui surat keputusan Gubernur Bank Indonesia No.1/24/KEP.BI/1999 telah memberikan izin perubahan

kegiatan usaha konvensional menjadi kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah kepada PT. Bank Susila Bakti. Selanjutnya dengan surat keputusan Deputy Gubernur Senior Bank Indonesia No.1/1/KEP.DGS/1999 tanggal 25 Oktober 1999, Bank Indonesia telah menyetujui perubahan nama PT. Bank Susila Bakti menjadi PT. Bank Syariah Mandiri. Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999 merupakan hari pertama beroperasinya PT. Bank Syariah Mandiri. Kelahiran PT. Bank Syariah Mandiri merupakan buah usaha bersama dari para perintis bank syariah di PT. Bank Susila Bakti dan manajemen PT. Bank Mandiri yang memandang pentingnya kehadiran bank syariah di lingkungan PT. Bank Mandiri (Persero). PT. Bank Syariah Mandiri hadir sebagai bank yang mengkombinasikan idealism usaha dengan nilai-nilai rohani yang melandasi operasinya. Harmoni antara idealism usaha dengan nilai-nilai rohani inilah yang menjadi salah satu unggulan PT. Bank Syariah Mandiri sebagai alternatif jasa perbankan di Indonesia. Adapun struktur organisasi PT. Bank Syariah Mandiri sebagai berikut:

**Gambar Struktur Organisasi PT. Bank Syariah Mandiri**



Sumber :PT. Bank Syariah Mandiri (2019)

### Karakteristik Sampel

Responden yang penulis jadikan sampel adalah Mahasiswa Perbankan Syariah Universitas Muhammadiyah Aceh yang merupakan nasabah-nasabah Bank Syariah Mandiri. Pengumpulan data melalui kuisisioner berdasarkan angkatan, diperoleh hasil seperti berikut:

**Tabel 2.**  
**Jumlah Mahasiswa dan Masing-Masing Angkatan**

No	Angkatan	Jumlah Mahasiswa
1.	2016	10 Mahasiswa
2.	2017	10 Mahasiswa
3.	2018	5 Mahasiswa
4.	2019	29 Mahasiswa
Jumlah		54

Sumber: Data Primer diolah (2020)

Berdasarkan tabel 2. dapat diketahui bahwa berdasarkan angkatan 2016 terdiri dari 10 mahasiswa, angkatan 2017 terdiri dari 10 mahasiswa, angkatan 2018 terdiri 5 mahasiswa, dan angkatan 2019 terdiri dari 29 mahasiswa. dari 54 kuesioner yang dibagikan, hanya 50 mahasiswa yang mengembalikannya.

### Analisis Terhadap Penelitian

Penelitian ini mengamati tiga variabel bebas (*idenpenden variabel*) yaitu variabel pengetahuan (X1), variabel lokasi (X2), dan variabel bagi-hasil (X3)., serta mengamati satu variabel terikat (*dependenvariabel*) yaitu variabel memilih produk perbankan syariah (Y).

Berdasarkan hasil penelitian, responden variabel pengetahuan dapat mempengaruhi minat nasabah dalam memilih produk perbankan syariah dengan nilai data frekuensi 39. Responden akan melakukan pencarian informasi mengenai jasa PT. Bank Syariah Mandiri kota Banda Aceh ditandai dengan nilai data 100.0 data presentasi yang valid, artinya sebagian besar nilai rata-rata responden menyatakan setuju dengan semua pertanyaan yang ada pada kuesioner untuk variabel minat nasabah.

### Pembuktian Terhadap Hasil Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian disimpulkan dengan angka-angka dan menggunakan analisis statistik. Terdapat dua macam statistik yang digunakan untuk analisis data dalam penelitian, yaitu statistik deskriptif dan statistik inferensial. Pada penelitian ini peneliti menggunakan statistik deskriptif. Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendiskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Adapun hasil uji validasi yaitu:

**Tabel 3. Hasil Uji Validitas**

No	Variable	Pernyataan	Nilai kritis (r)	R hitung	Simpulan
1.	Pengetahuan	Perbankan syariah Menggunakan sistem bagi hasil.	0,667	0,284	Valid
		Produk perbankan syariah halal dan sesuai dengan syariat Islam.	0,696	0,284	Valid
		Perbankan syariah memiliki layanan perbankan yang lengkap.	0,697	0,284	Valid
		Perbankan syariah diawasi oleh dewan pegawai syariah dalam kegiatan	0,642	0,284	Valid
		Jumlah kantor cabang perbankan syariah di Banda Aceh banyak	0,706	0,284	Valid



2.	Lokasi	Lokasi perbankan syariah di Banda Aceh mudah ditemui.	0,733	0,284	Valid
		Lokasi perbankan syariah di Banda Aceh dekat dengan lokasi kantor atau rumah saya.	0,625	0,284	Valid
		Lokasi perbankan syariah mudah di akses.	0,519	0,284	Valid
		Perbankan syariah di Banda Aceh mudah di temui.	0,588	0,284	Valid
		Sistem bagi hasil di Perbankan syariah bebas dari riba.	0,708	0,284	Valid
		Bagi hasil di perbankan syariah lebih adil dan transparan.	0,802	0,284	Valid
3.	Bagi hasil	Bagi hasil di perbankan syariah berbeda dengan bunga di bank konvensional.	0,735	0,284	Valid
		Bagi hasil diperbankan syariah sesuai dengan syariat Islam (halal).	0,483	0,284	Valid
		Sistem bagi hasil di perbankan syariah bebas dari riba.	0,708	0,284	Valid
		Bagi hasil di perbankan syariah lebih adil dan transparan.	0,802	0,284	Valid

4.	Minat Nasabah	Bagi hasil di perbankan syariah berbeda dengan bunga di bank konvensional.	0,735	0,284	Valid
		Bagi hasil di perbankan syariah sesuai dengan syariat Islam (halal).	0,483	0,284	Valid

Sumber: Data Primer diolah, 2020

Dari tabel 3. diperoleh bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai korelasi koefisien lebih besar  $r_{tabel} = 0,284$  (nilai  $r_{tabel}$  untuk  $n = 50$ ), sehingga indikator semuanya valid.

#### Pembahasan

Penelitian ini menunjukkan hasil yang baik. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya tanggapan setuju responden terhadap masing-masing variabel penelitian. Pengaruh variabel pengetahuan (X1) terhadap minat nasabah memilih produk perbankan syariah (Y) secara parsial dengan nilai  $t_{hitung}$  (2,018) lebih besar dari pada nilai  $t_{tabel}$  (2,012), maka hasil penelitian tersebut adalah menerima  $H_1$  dan menolak  $H_0$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel pengetahuan terhadap minat nasabah Bank Syariah Mandiri dalam memilih produk perbankan syariah di kota Banda Aceh. Penemuan ini diperkuat dengan hasil penelitian yang dilakukan Ghazali Maski (2010) bahwa responden yang terbuka terhadap informasi perbankan syariah dengan baik cenderung ingin menjadi nasabah perbankan syariah. Informasi atau pengetahuan yang lebih mengenai perbankan syariah sangat diperlukan untuk meningkatkan animo masyarakat terhadap perbankan syariah. Hal ini sesuai dengan faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen. Oleh karena itu, meskipun jasa bank sangat menarik disertai layanan yang profesional tanpa sebuah pemahaman yang baik kepada calon nasabah maka mereka akan ragu untuk membelinya. Dapat disimpulkan bahwa pengetahuan mampu mempengaruhi minat nasabah bank syariah mandiri dalam memilih produk perbankan syariah kota Banda Aceh. Oleh karena itu, perbankan syariah harus dapat

memberikan pemahaman secara luas dan menyeluruh terhadap masyarakat yang belum memahami perbankan syariah dalam aplikasi maupun produknya

Pengaruh variabel lokasi (X2) terhadap minat nasabah memilih produk perbankan syariah (Y) secara parsial dengan nilai  $t_{hitung}$  (2,061) lebih besar dari pada nilai  $t_{tabel}$  (2,012), maka hasil penelitian tersebut adalah menerima  $H_{a2}$  dan menolak  $H_{o2}$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel lokasi terhadap minat nasabah Bank Syariah Mandiri dalam memilih produk perbankan syariah kota Banda Aceh. Dari hasil penelitian terdahulu yang dilakukan Tatik Ernawati pada tahun 2015 bahwa lokasi berpengaruh terhadap keputusan masyarakat dalam memilih perbankan syariah yang mudah dijangkau. Perbankan syariah yang berada di pusat keramaian, perbankan yang dekat dengan pertokoan, saluran (sejumlah kantor cabang) perbankan syariah yang banyak berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih perbankan syariah. Dapat disimpulkan bahwa lokasi mampu mempengaruhi minat nasabah bank syariah mandiri dalam memilih produk perbankan syariah kota Banda Aceh.

Pengaruh variabel bagi hasil (X3) terhadap minat nasabah memilih produk perbankan syariah (Y) secara parsial dengan nilai  $t_{hitung}$  (1,557) lebih kecil dari pada nilai  $t_{tabel}$  (2,012), maka hasil penelitian tersebut adalah menolak  $H_{a3}$  dan menerima  $H_{o3}$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel lokasi terhadap minat nasabah Bank Syariah mandiri. Didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Satria Ismujati pada tahun 2014 bahwa 80% persepsi masyarakat kota Surabaya Timur menganggap bahwa perbankan syariah dan perbankan konvensional secara aplikasi adalah sama, hanya istilah penggunaannya saja yang berbeda. Hal ini dikarenakan pandangan masyarakat terhadap memilih produk perbankan syariah bahwa tidak ada perbedaan antara sistem bagi hasil dengan riba.

## **D. Kesimpulan dan Saran**

### **Kesimpulan**

Dari pembahasan dan penelitian yang telah penulis lakukan, ada beberapa kesimpulan yang dapat penulis kemukakan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel pengetahuan terhadap minat nasabah Bank

Syariah Mandiri dalam memilih produk perbankan syariah kota Banda Aceh dengan signifikan yaitu  $0.000 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yaitu terdapat pengaruh yang signifikan antara pengaruh pengetahuan dengan minat nasabah Bank Syariah Mandiri dengan nilai koefisien pengaruh 0,190.

2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel lokasi dengan minat nasabah Bank Syariah Mandiri dalam memilih produk perbankan syariah kota Banda Aceh dengan signifikan  $0,047 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yaitu terdapat pengaruh yang signifikan antara pengaruh lokasi dengan minat nasabah Bank Syariah Mandiri dengan nilai koefisien pengaruh 0,344.
3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bagi-hasil dengan minat nasabah Bank Syariah Mandiri dalam memilih produk perbankan syariah kota Banda Aceh dengan signifikan  $0.128 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan menolak  $H_{a3}$  dan Menerima  $h_{o3}$ . Dari hasil uji signifikansi secara parsial bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara pengaruh bagi-hasil dengan minat nasabah Bank Syariah Mandiri dengan nilai koefisien pengaruh 0,246.
4. Minat nasabah Bank Syariah Mandiri dalam memilih perbankan syariah sangat tinggi hal itu terlihat dari banyaknya tanggapan setuju nasabah Bank Syariah Mandiri kota Banda Aceh.

### Saran

Merujuk pada kesimpulan di atas, maka peneliti mencoba memberikan dan mengemukakan masukan atau rekomendasi bagi Bank Syariah Mandiri Kota Banda Aceh, yang kiranya dapat menjadi bahan pertimbangan kepada Bank Syariah Mandiri Kota Banda Aceh :

1. Bagi Bank Syariah Mandiri kota Banda Aceh, meskipun faktor yang mempengaruhi nasabah dalam memilih produk perbankan syariah adalah pengetahuan, lokasi dan bagi hasil faktor-faktor lain juga perlu diperhatikan

agar jumlah masyarakat memilih perbankan syariah biasa bertambah serta dapat bersaing dengan bank konvensional.

2. Bagi perbankan syariah upaya perlunya meningkatkan pemberian informasi dan mengalokasikan kantor cabang di daerah yang dekat dengan kehidupan bermasyarakat serta melihat kultur budaya suatu daerah karena masyarakat Aceh khususnya berperekonomian menengah ke bawah sehingga perlu adanya tindakan yang lebih seperti memberikan suatu pemahaman atau informasi melalui penyuluhan kepada masyarakat bagaimana sistem bagi hasil berbeda dengan riba sehingga perbankan syariah khususnya Bank Syariah Mandiri dapat diterima sepenuhnya masyarakat.
3. Untuk lebih berusaha mensyariahkan dari segala akad-akad yang akan diterapkan, karena sesuai dengan pengaplikasiannya produk pembiayaan yang menggunakan akad murabahah dengan peraturan-peraturan yang ada seperti Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) dan peraturan Bank Indonesia.
4. Bank Syariah Mandiri merupakan Bank ternama yang sudah menjadi kepercayaan masyarakat, sehingga harapan peneliti Bank Syariah bisa menjaga amanat baik kepada atasan, sesama anggota, maupun dengan nasabah.
5. Bagi peneliti selanjutnya agar dapat menambah faktor-faktor lainnya seperti faktor pelayanan dan promosi yang dapat meningkatkan minat terhadap perbankan syariah dengan ruang lingkup yang lebih besar lagi.

## E. Referensi

- Arikunto. (2003). *Prosedur Penelitian Suatu Penelitian Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Andespa, Roni. (2017)). "*Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menabung di Bank Syariah*", Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang: Jurnal Lembaga Keuangan.
- Burhan, Bungin. (2013). *Metode Penelitian Sosial dan Ekonomi*, Jakarta: Kencana Prenada Media Goup.
- Ismail. (2011). *Perbankan Syariah*, Jakarta: Prenada Media Group.
- Muhammad. (2011). *Bank Syariah Problemdan Prospek Perkembangannya di Indonesia*, Yogyakarta: Ekonesia.

Sugiono. (2014). *Metode Penelitian Administrasi*, Bandung: Alfa Beta.