



Journal of Sharia and Law

Vol. 3, No. 1 Januari 2024. H. 225-245

Editorial Office: Faculty of Syaria'h and Law Sultan Syarif Kasim State Islamic University, Riau-Indonesia. Jl. H.R Soebrantas KM. 15 Pekanbaru, Riau.

Website: <https://jom.uin-suska.ac.id/index.php/jurnalfsh/login>.

Journal of Sharia and Law E-ISSN: 2964-7436

Siti Mariamah, Nur Hasanah, Muslimah: Pengaruh Persepsi Konversi, Religiusitas dan pengetahuan Produk terhadap Minat Nasabah Pembiayaan di Bank Riau Kepri Syariah Pekanbaru Panam

PENGARUH PERSEPSI KONVERSI, RELIGIUSITAS DAN PENGETAHUAN PRODUK TERHADAP MINAT NASABAH PEMBIAYAAN DI BANK RIAU KEPRI SYARIAH PEKANBARU PANAM

Siti Mariamah¹

¹Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

²Fakultas Syariah dan Hukum

E-mail: imarmariamah3@gmail.com

No. Hp: 082288249487

Nur Hasanah²

¹Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

E-mail: nurhasanah.bustam@uin-suska.ac.id

Musrifah³

¹Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

E-mail: musrifah@uin-suska.ac.id

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh konversi yang dilakukan Bank Riau Kepri menjadi Bank Riau Kepri Syariah yang dapat mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan produk di Bank Riau Kepri Syariah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi konversi, religiusitas dan pengetahuan produk terhadap minat nasabah pembiayaan di Bank Riau Kepri Syariah Pekanbaru Panam. Jenis penelitian yaitu penelitian lapangan (*field research*) dengan metode deskriptif kuantitatif. Populasi adalah nasabah pembiayaan aneka guna Bank Riau Kepri Syariah Pekanbaru Panam yang berjumlah 494 nasabah. Metode penentuan sampel adalah *non probability sampling* berupa *sampling incidental* dengan rumus slovin diperoleh sampel 83 nasabah. Pengumpulan data menggunakan observasi, angket, wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan uji instrumen penelitian, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji hipotesis, dan uji determinasi (R^2). Berdasarkan hasil penelitian, maka didapat persamaan regresi sebagai berikut: $Y = 1,008 + 0,260X_1 + 0,264X_2 + 0,554X_3$. Berdasarkan hasil (uji t) diperoleh bahwa persepsi konversi (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah pembiayaan dengan nilai $t_{hitung} (2,199) > t_{tabel} (1,990)$. Religiusitas (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah pembiayaan dengan nilai $t_{hitung} (3,212) > t_{tabel} (1,990)$. Pengetahuan Produk (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah pembiayaan dengan nilai $t_{hitung} (3,234) > t_{tabel} (1,990)$. Hasil uji F diperoleh bahwa persepsi konversi, religiusitas dan pengetahuan produk berpengaruh secara simultan terhadap minat nasabah pembiayaan di Bank Riau Kepri Syariah Pekanbaru Panam dengan nilai

$F_{hitung} (49,064) > F_{tabel} (2,72)$ dan uji koefisien determinasi sebesar 0,637, artinya variabel persepsi konversi, religiusitas dan pengetahuan produk berpengaruh sebesar 63,7% terhadap variabel minat nasabah Pembiayaan. Sedangkan sisanya, yaitu sebesar 36,3% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Kata kunci: Persepsi Konversi, Religiusitas, Pengetahuan Produk, Minat Nasabah Pembiayaan

Abstract

This research was motivated by the conversion of Bank Riau Kepri to Bank Riau Kepri Syariah which could influence customer interest in using products at Bank Riau Kepri Syariah. This research aims to determine the influence of conversion perceptions, religiosity and product knowledge on the interest of financing customers at Bank Riau Kepri Syariah Pekanbaru Panam. The type of research is field research with quantitative descriptive methods. The population is multi-purpose financing customers of Bank Riau Kepri Syariah Pekanbaru Panam, totaling 494 customers. The sampling method was non-probability sampling in the form of incidental sampling using the Slovin formula to obtain a sample of 83 customers. Data collection uses observation, questionnaires, interviews and documentation. This research uses research instrument tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, hypothesis testing, and determination tests (R^2). Based on the research results, the following regression equation is obtained: $Y = 1.008 + 0.260X_1 + 0.264X_2 + 0.554X_3$. Based on the results (t test), it was found that the perception of conversion (X_1) had a positive and significant effect on financing customer interest with a value of $t_{count} (2.199) > t_{table} (1.990)$. Religiosity (X_2) has a positive and significant effect on financing customer interest with a value of $t_{count} (3.212) > t_{table} (1.990)$. Product Knowledge (X_3) has a positive and significant effect on financing customer interest with a value of $t_{count} (3.234) > t_{table} (1.990)$. The results of the F test show that conversion perception, religiosity and product knowledge simultaneously influence customer interest in financing at Bank Riau Kepri Syariah Pekanbaru Panam with a value of $F_{count} (49.064) > F_{table} (2.72)$ and a coefficient of determination test of 0.637, meaning that the conversion perception variable, religiosity and product knowledge have an influence of 63.7% on the financing customer interest variable. Meanwhile, the remainder, namely 36.3%, is influenced by other variables outside this research.

Keywords: Perception of Conversion, Religiosity, Product Knowledge, Interest in Financing Customers

PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi suatu negara dapat ditandai dengan melihat pertumbuhan industri perbankan yang ada dalam negara tersebut. Semakin berkembang industri perbankan maka semakin baik pertumbuhan ekonomi negara tersebut.¹ Begitu juga dengan Ekonomi Islam di Indonesia. Perkembangan ekonomi Islam di Indonesia ditandai dengan perkembangan bank dan lembaga

¹ Muhammad, *Kebijakan Fiskal dan Moneter Dalam Ekonomi Islam*, (Jakarta: Salemba Empat, 2002), Cet. Ke-1, h. 3.

keuangan syariah.² Sebagai lembaga keuangan, bank mempunyai tugas pokok berupa penghimpun dana (*funding*), kemudian menyalurkan kembali dana (*lending*) tersebut kepada masyarakat untuk jangka waktu tertentu.³

Di dalam sistem Ekonomi Syariah, individu dapat membuat keputusan sendiri untuk memenuhi keinginan dan kebutuhannya akan tetapi tetap harus sesuai dengan nilai-nilai agama dan batas-batas peraturan syariat Islam.⁴ Implementasi pengembangan ekonomi syariah di Indonesia fokus utama adalah sektor riil, yaitu perbankan yang merupakan lembaga pembiayaan bagi sektor riil untuk meningkatkan produktivitasnya.⁵

Bank merupakan lembaga yang menyimpan dana dari masyarakat berupa simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau dalam bentuk lainnya, untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat banyak.⁶ Berdasarkan Undang-Undang No. 3 Tahun 2004 tentang Bank Indonesia yang merupakan amandemen atau revisi dari Undang-Undang No. 23 Tahun 1999, menyatakan bahwa di Indonesia memiliki dua sistem perbankan yaitu konvensional dan perbankan syariah.⁷

Sesuai UU No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau prinsip hukum Islam yang diatur dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia seperti prinsip keadilan dan keseimbangan (*'adl wa tawazun*), kemaslahatan (*maslahah*), universalisme (*alamiyah*), serta tidak mengandung gharar, maysir, riba, zalim dan obyek yang haram.⁸ Ada beberapa sektor perbankan syariah Indonesia, yaitu Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS), dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).⁹ Di Indonesia perkembangan perbankan syariah sangat pesat. Tidak sedikit dari bank-bank syariah di Indonesia merupakan konversi dari bank-bank konvensional. Berikut data perbankan di Indonesia yang telah melakukan konversi:

Tabel 1
Data Konversi Bank Periode Tahun 1999 - 2022

Tahun	Sebelum Konversi	Sesudah Konversi
1999	Bank Susila Bhakti	Bank Syariah Mandiri
2004	Bank Umum Tugu	Bank Mega Syariah
2008	Bank Jasa Arta	Bank BRI Syariah

² Dwi Suwiknyo, *Analisis Laporan Keuangan Perbankan Syariah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), h. 1.

³ Ihsan Fahmi, "Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Memilih Produk Bank Garansi (Kafalah) Pada Bank Aceh Syariah Cabang Tapaktuan", (Sriksi: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, 2019), h. 1

⁴ Boy Syamsul Bakhri, "Sistem Ekonomi Islam dalam Perbandingan" dalam *Jurnal Al-Hikmah*, Volume 8., No. 1., (2011), h. 46

⁵ Andi Nurmansyah Ramdan, et.al., "Manajemen Proses Konversi Perbankan Konvensional Menjadi Perbankan Syariah (Studi Kasus Bank NTB Syariah)" dalam *Jurnal Tambora*, Volume 4., No. 2A., (2020), h. 1

⁶ Ismail, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2018), Cet. Ke-5, h. 4

⁷ Sandra Dewi, et.al., "Analisis Persepsi Nasabah Konversi Bank Nagari Konvensional menjadi Bank Nagari Syariah" dalam *JUSIE (Jurnal Sosial dan Ilmu Ekonomi)*, Volume V., No. 02., (2021), h. 192.

⁸ OJK, "UU 21 Tahun 2008", artikel dari <https://www.ojk.go.id>. Diakses pada 6 Juni 2023.

⁹ Khairunnisa, "Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Pelayanan Bank Syariah di Kota Pekanbaru", (Skripsi: Universitas Islam Riau, 2020), h. 2

2008	Bank Persyarikatan Indonesia	Bank Syariah Bukopin
2009	Bank Harfa	Bank Panin Dubai Syariah
2009	Bank UIB	Bank BCA Syariah
2010	Bank Swaguma	Bank Victoria Syariah
2010	Bank Maybank Indocorp	Bank Maybank Syariah
2014	Bank Sahabat Purna Danarta	Bank BTPN Syariah
2016	Bank Aceh	Bank Aceh Syariah
2018	Bank NTB	Bank NTB Syariah
2022	Bank Riau Kepri	Bank Riau Kepri Syariah

Sumber: *Syariahpedia.com, 2019*

Konversi adalah perubahan usaha dari satu sistem ke sistem yang lain. Perubahan usaha bank konvensional menjadi bank syariah adalah salah satu bentuk konversi. Perkembangan bank syariah dari hasil konversi mengalami perkembangan yang sangat signifikan dibanding sebelum dikeluarkannya peraturan mengenai landasan operasional bank syariah dan mengenai proses pelaksanaan bank. Pembentukan bank syariah melalui proses konversi merupakan transformasi legal formil bagi bank konvensional menjadi bank syariah.

Dengan dilakukan konversi dari bank konvensional menjadi bank syariah oleh lembaga keuangan dalam hal ini perbankan merupakan salah satu usaha yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, memberikan rasa adil serta terhindar dari kegiatan yang menggunakan sistem bunga atau lebih tepatnya riba. Bila ditinjau dari segi teori fiqih, menurut Wahbah al-Zuhaili yang membahas hukum bunga bank menurutnya bunga bank sama dengan riba yang hukumnya jelas-jelas haram. Suatu sistem ekonomi Islam harus bebas dari bunga atau riba.¹⁰

Riba dalam Islam secara jelas dan tegas dijelaskan dalam QS. Al Baqarah ayat 275.

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَاتْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ﴿٢٧٥﴾

Artinya: "Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah

¹⁰ Syahrini Usman, "Bunga Bank Dalam Perspektif Hukum Islam" dalam *Tahkim*, Volume X., No. 1., (2014), h. 30

menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya”.

Kebijakan konversi perbankan tidak hanya berkenaan dengan aspek legal formil namun juga berkaitan dengan mekanisme pengawasan dan fungsi-fungsi manajemen yang terdiri dari tata kelola perusahaan (*corporate governance*), operasional bank, struktur, kinerja keuangan, dan sumber daya manusia.¹¹

Konversi dari bank konvensional menjadi bank syariah tentu akan berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan jasa dari bank tersebut. Minat adalah suatu kecenderungan untuk memberikan suatu perhatian dan bertindak untuk melakukan aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut yang disertai dengan perasaan senang.¹² Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat nasabah dalam menentukan keputusan diantaranya ada faktor persepsi, agama, pengetahuan, lokasi, pelayanan, dan kebutuhan.

Dalam menanggapi perubahan yang dilakukan oleh perbankan, masyarakat atau nasabah tentu memiliki persepsi yang berbeda. Beragam persepsi yang timbul akibat konversi suatu perbankan dapat menjadi pengaruh terhadap minat seseorang pada Bank tersebut. Persepsi adalah suatu proses seseorang untuk mengetahui, menafsirkan dan mengingat serta mengorganisasikan objek atau sesuatu di sekitar mereka dengan alat indra. Persepsi tidak hanya bergantung pada rangsangan fisik tetapi juga pada rangsangan yang berhubungan dengan lingkungan sekitar dan keadaan individu yang bersangkutan.¹³

Religiusitas juga menjadi faktor yang penting terhadap minat nasabah dalam menggunakan sebuah produk yang ada di perbankan terutama pada bank syariah. Kelompok agama cenderung membuat keputusan pembelian yang dipengaruhi oleh identitas keagamaan mereka. Religiusitas adalah suatu sikap atau kesadaran yang muncul yang didasar oleh keyakinan dan kepercayaan seseorang terhadap suatu agama. Religiusitas seseorang diwujudkan dalam berbagai sisi kehidupannya. Aktivitas beragama bukan hanya terjadi jika seseorang melakukan perilaku ritual (beribadah), tetapi juga ketika melakukan aktivitas lain.¹⁴

Selain persepsi dan religiusitas, pengetahuan juga berpengaruh terhadap minat. Masyarakat atau nasabah yang tidak mengetahui produk-produk bank syariah tentu akan kurang berminat menggunakan jasa bank syariah. Menurut

¹¹ Syamsul Idul Adha, et.al., “Konversi Bank Konvensional menjadi Bank Syariah di Indonesia” dalam *Journal of Sharia Economics*, Volume 1., No. 1., (2020), h. 38

¹² Sumarni Syukri, “Minat Nasabah Dalam Menggunakan Produk Rahn Di Bank Syariah Mandiri Polewali Mandar”, (Skripsi: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare, 2020), h. 9

¹³ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Edisi Millenium, Indeks, 2002), h. 198

¹⁴ Sardita Hidayati dan Multifiah, “Identifikasi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung Di Perbankan Syariah (Studi Kasus PT. BNI Syariah Malang)”, (Skripsi: Universitas Brawijaya, 2018), h. 2

Suwarman, pengetahuan adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk serta informasi lain yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen, sehingga menimbulkan minat setelah adanya evaluasi alternatif dari seseorang akan membuat serangkaian pilihan atas dasar pengetahuan yang dimiliki.¹⁵ Sehingga semakin baik pengetahuan produk nasabah tentang bank syariah maka semakin besar minat nasabah dalam menggunakan produk pada bank tersebut.

Salah satu usaha perbankan yang telah berhasil melakukan konversi yaitu Bank Riau Kepri. Bank Riau Kepri merupakan Bank Pembangunan Daerah (BPD) Bank Riau Kepri didirikan sesuai dengan Undang-Undang No. 13 Tahun 1962 tentang Bank Pembangunan Daerah (BPD), pada tanggal 01 April 1966 secara resmi kegiatan bank pembangunan daerah Riau dimulai dengan status sebagai bank milik pemerintah daerah Riau.¹⁶

Bank Riau Kepri awalnya merupakan perbankan konvensional BUMD milik Pemerintah Provinsi Riau dan Kepulauan Riau yang juga sudah memiliki Unit Usaha Syariah (UUS). Perubahan Bank Riau Kepri yang kegiatan operasionalnya berprinsip syariah atau menjadi Bank Umum Syariah sesuai dengan Surat Keputusan Anggota Dewan Komisiner Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Nomor KEP-93/D.03/2022 pada tanggal 4 Juli 2022 tentang Pemberian Izin Perubahan Kegiatan Usaha Bank Umum Konvensional (BUK) menjadi Bank Umum Syariah (BUS).¹⁷ Bank Riau Kepri Syariah diresmikan pada tanggal 25 Agustus 2022 di Menara Dang Merdu, Pekanbaru Riau.

Konversinya Bank Riau Kepri menjadi Bank Riau Kepri Syariah berkaitan dengan latar belakang masyarakat di Riau dan Kepulauan Riau yang cukup kental dengan budaya Islam. Bank Riau Kepri sebagai roda utama perbankan di Riau dapat dengan baik memproyeksikan nilai-nilai keislaman tersebut dalam kegiatan operasionalnya sesuai dengan yang menjadi keinginan masyarakat di Riau.¹⁸ Dan suksesnya konversi Bank Riau Kepri menjadi Bank Riau Kepri Syariah tidak lepas dari itikad seluruh pemangku kepentingan ditunjang dengan dukungan dari masyarakat.¹⁹

Bank syariah mempunyai tugas pokok berupa penghimpun dana yang meliputi giro, tabungan dan deposito. Kemudian menyalurkan kembali dana

¹⁵ Sigit Setiyo Nugroho, "Pengaruh Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Dosen FIAI Kopertais III D.I Yogyakarta Di Bank Syariah", (Sriksi: Universitas Islam Indonesia, 2020), h. 32

¹⁶ Biro Ekonomi, "PT. Bank Riau Kepri", artikel dari <https://biroekonomi.riau.go.id>. Diakses pada 11 Januari 2023.

¹⁷ "BRK Syariah - Wikipedia Bahasa Indonesia", artikel dari <https://id.m.wikipedia.org>. Diakses pada 22 Mei 2023.

¹⁸ Raisa Azura Figana, et.al., "The Effect Of Conversion Of Conventional Bank Riau Kepri To Sharia Bank Riau Kepri On Assets And Customer Satisfaction With Customer Perceptions As Intervening Variables" dalam *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, Volume 24., No. 1., (2022), h. 53

¹⁹ "Wapres Ma'ruf Amin Resmikan BRK Syariah di Riau", artikel dari <https://www.menpan.go.id>. Diakses pada 11 Januari 2023.

dalam bentuk pembiayaan yang dikelompokkan menjadi menjadi tiga model yaitu jual beli, sewa, dan bagi hasil.

Bank Riau Kepri Syariah Pekanbaru Panam untuk saat ini menawarkan 3 produk dalam pembiayaan, yaitu sebagai berikut:

Tabel 2

Produk Pembiayaan pada Bank Riau Kepri Syariah Oktober 2023

Jenis Pembiayaan	Jumlah Nasabah
Pembiayaan Aneka Guna	494
Pembiayaan Pemilikan Rumah	212
Pembiayaan Usaha Mikro Kecil Menengah	55
Total	761

Sumber: Dokumen pembiayaan Bank Riau Kepri Syariah Pekanbaru Panam Oktober 2023

Berdasarkan tabel 2 diatas, diketahui bahwa pada Bank Riau Kepri Syariah Pekanbaru Panam memiliki 3 produk pembiayaan dengan produk pembiayaan aneka guna adalah produk yang paling diminati. Menurut salah satu pegawai pembiayaan Bank Riau Kepri Syariah Pekanbaru Panam, setelah Bank Riau Kepri melakukan konversi menjadi bank syariah terjadi peningkatan terhadap jumlah nasabah pada produk pembiayaan sekitar 20%.²⁰ Perubahan Bank Riau Kepri menjadi Bank Riau Kepri Syariah, menimbulkan perbedaan persepsi dari masyarakat atau nasabah, perubahan ini juga memberi nuansa yang cukup menarik mengenai religiusitas dan pengetahuan produk syariah terhadap minat masyarakat atau nasabah dalam menggunakan produk yang terdapat pada Bank Riau Kepri Syariah.

Hal ini didukung pra survey yang dilakukan dengan salah satu nasabah di Bank Riau Kepri Syariah Pekanbaru Panam yang menuturkan bahwa:

“Saya menggunakan Bank Riau Kepri karena Bank Riau Kepri sudah menjadi Bank Syariah, menurut saya setelah menjadi bank syariah tentu bank tersebut menjadi lebih baik dan sesuai dengan prinsip Islam, iya kan”.²¹

“Saya menggunakan pembiayaan aneka guna karena saya tau produk ini dan sesuai dengan yang saya butuhkan”.²²

Berdasarkan wawancara diatas, dapat diketahui bahwa nasabah berminat dalam menggunakan produk di bank syariah karena memiliki persepsi yang baik terhadap bank syariah, sesuai dengan prinsip Islam dan mengetahui produk yang sesuai dengan kebutuhan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Gia Dara Hafizah dengan judul “Pengaruh Persepsi Masyarakat Atas Konversi Bank Aceh Menjadi Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat di Bank Aceh

²⁰ Roka Rindo, Pegawai Pembiayaan di Bank Riau Kepri Syariah Pekanbaru Panam, Wawancara, Pekanbaru, 10 November 2023

²¹ Rizki Saputra, Nasabah Pembiayaan Bank Riau Kepri Syariah Pekanbaru Panam, Wawancara, Pekanbaru, 10 November 2023

²² Ibu Leni, Nasabah Pembiayaan Bank Riau Kepri Syariah Pekanbaru Panam, Wawancara, Pekanbaru, 10 November 2023

Syariah (Studi Pada Masyarakat Aceh Tengah)” yang menunjukkan bahwa persepsi masyarakat atas konversi Bank Aceh berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat di Bank Aceh Syariah. Dan penelitian yang dilakukan oleh Deni Imba Saputra dengan judul “Pengaruh Religiusitas, Pemahaman, Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah Pada Masyarakat Iringmulyo” yang menunjukkan bahwa religiusitas dan pemahaman berpengaruh terhadap minat masyarakat Iringmulyo menggunakan produk bank syariah.

Oleh karena itu dari latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh persepsi konversi, religiusitas dan pengetahuan produk terhadap minat nasabah pembiayaan di Bank Riau Kepri. Adapun rumusan masalah dari penelitian ini yakni Apakah persepsi konversi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah pembiayaan di Bank Riau Kepri Syariah Pekanbaru Panam? Apakah religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah pembiayaan di Bank Riau Kepri Syariah Pekanbaru Panam? Apakah pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah pembiayaan di Bank Riau Kepri Syariah Pekanbaru Panam? Apakah persepsi konversi, religiusitas dan pengetahuan produk berpengaruh secara simultan terhadap minat nasabah pembiayaan di Bank Riau Kepri Syariah Pekanbaru Panam? Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah persepsi konversi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah pembiayaan di Bank Riau Kepri Syariah Pekanbaru Panam, untuk mengetahui apakah religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah pembiayaan di Bank Riau Kepri Syariah Pekanbaru Panam, untuk mengetahui apakah pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah pembiayaan di Bank Riau Kepri Syariah Pekanbaru Panam dan untuk mengetahui apakah persepsi konversi, religiusitas dan pengetahuan produk berpengaruh secara simultan terhadap minat nasabah pembiayaan di Bank Riau Kepri Syariah Pekanbaru Panam.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (*field research*). Lokasi Penelitian Bank Riau Kepri Syariah Panam yang beralamat di JL. HR. Soebrantas Komp Metropolitan III Blok A No. 26, Panam, Pekanbaru.

Subjek dari penelitian ini adalah nasabah pembiayaan aneka guna Bank Riau Kepri Syariah Pekanbaru Panam. Objek penelitian ini adalah pengaruh persepsi konversi, religiusitas dan pengetahuan produk terhadap minat nasabah pembiayaan di Bank Riau Kepri Syariah Pekanbaru Panam.

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah pembiayaan aneka guna di Bank Riau Kepri Syariah Pekanbaru Panam yang berjumlah 494 Nasabah. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 83 nasabah pembiayaan aneka guna.

Sumber data yang digunakan adalah Data primer dan data skunder. Penelitian menggunakan teknik pengumpulan data yaitu Observasi, Kuisisioner (angket)Wawancara, Dokumentasi. Metode analisis data penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Dimana analisis yang digunakan yaitu Regresi Linier Berganda dengan Uji Instrumen Penelitian, Uji Asumsi Klasik, Uji t, Uji F, dan Uji Determinasi (R^2).

HASIL dan PEMBAHASAN

Analisis Data

a. Karakteristik Responden

Karakteristik responden digunakan untuk menggambarkan kondisi atau keadaan yang dapat memberikan informasi tambahan untuk hasil penelitian. Karakteristik responden dalam kegiatan penelitian ini merupakan suatu yang penting untuk mengetahui jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendapatan, dan pendidikan terakhir dari suatu individu yang dijadikan sampel.

b. Analisis Deskriptif Variabel

Pengukuran statistik deskriptif variabel perlu dilakukan untuk melihat gambaran data secara umum, seperti nilai rata-rata (Mean), tertinggi (Max), terendah (Min), dan standar deviasi masing-masing variabel yaitu Persepsi Konversi (X_1), Religiusitas (X_2), Pengetahuan Produk (X_3) dan Minat Nasabah Pembiayaan (Y). Mengenai hasil uji statistik deskriptif penelitian dapat dilihat pada tabel 3 sebagai berikut:

Tabel 3
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Persepsi Konversi	83	26	45	36.36	3.501
Religiusitas	83	36	50	43.80	3.256
Pengetahuan Produk	83	22	35	28.66	2.782
Minat Nasabah Pembiayaan	83	26	45	36.98	4.339
Valid N (listwise)	83				

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2023

Berdasarkan data pada tabel 3, dapat diketahui bahwa statistik deskriptif pada masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

1. Variabel Persepsi Konversi dengan jumlah sampel sebanyak 83 orang memiliki nilai minimum sebesar 26 sedangkan nilai maksimum sebesar 45, dengan nilai rata-rata sebesar 36.36 dan standar deviasi sebesar 3.501. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat penyebaran data yang baik karena nilai rata-rata lebih besar dari nilai standard deviasi.
2. Variabel Religiusitas dengan jumlah sampel sebanyak 83 orang memiliki nilai minimum sebesar 36 sedangkan nilai maksimum sebesar 50, dengan

nilai rata-rata sebesar 43.80 dan standar deviasi sebesar 3.256. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat penyebaran data yang baik karena nilai rata-rata lebih besar dari nilai standar deviasi.

3. Variabel Pengetahuan Produk dengan jumlah sampel sebanyak 83 orang memiliki nilai minimum sebesar 22 sedangkan nilai maksimum sebesar 35, dengan nilai rata-rata sebesar 28.66 dan standar deviasi sebesar 2.782. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat penyebaran data yang baik karena nilai rata-rata lebih besar dari nilai standar deviasi.
4. Variabel Minat Nasabah Pembiayaan dengan jumlah sampel sebanyak 83 orang memiliki nilai minimum sebesar 26 sedangkan nilai maksimum sebesar 45, dengan nilai rata-rata sebesar 36.98 dan standar deviasi sebesar 4.339. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat penyebaran data yang baik karena nilai rata-rata lebih besar dari nilai standar deviasi.

Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat pengukur itu mengukur apa yang diukur dan rumus yang dipakai adalah menggunakan *Alpha Cronbac*. Untuk uji validitas, instrument kuisioner dapat dinyatakan valid apabila memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ untuk $\alpha = 5\%$.

Tabel 4
Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Persepsi Konversi	X1.1	0,532	0,215	Valid
	X1.2	0,398	0,215	Valid
	X1.3	0,372	0,215	Valid
	X1.4	0,524	0,215	Valid
	X1.5	0,729	0,215	Valid
	X1.6	0,716	0,215	Valid
	X1.7	0,604	0,215	Valid
	X1.8	0,620	0,215	Valid
	X1.9	0,755	0,215	Valid
Religiusitas	X2.1	0,650	0,215	Valid
	X2.2	0,582	0,215	Valid
	X2.3	0,726	0,215	Valid
	X2.4	0,714	0,215	Valid
	X2.5	0,786	0,215	Valid
	X2.6	0,642	0,215	Valid
	X2.7	0,772	0,215	Valid
	X2.8	0,709	0,215	Valid
	X2.9	0,689	0,215	Valid
	X2.10	0,690	0,215	Valid
Pengetahuan	X3.1	0,469	0,215	Valid

Produk	X3.2	0,668	0,215	Valid
	X3.3	0,430	0,215	Valid
	X3.4	0,799	0,215	Valid
	X3.5	0,699	0,215	Valid
	X3.6	0,651	0,215	Valid
	X3.7	0,620	0,215	Valid
Minat Nasabah Pembiayaan	Y.1	0,339	0,215	Valid
	Y.2	0,401	0,215	Valid
	Y.3	0,714	0,215	Valid
	Y.4	0,650	0,215	Valid
	Y.5	0,789	0,215	Valid
	Y.6	0,786	0,215	Valid
	Y.7	0,713	0,215	Valid
	Y.8	0,740	0,215	Valid
	Y.9	0,742	0,215	Valid

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2023

Berdasarkan hasil pengujian validitas pada Tabel 4 di atas diketahui nilai r hitung $>$ r tabel (0,215), artinya keseluruhan butir pernyataan yang digunakan untuk mengukur masing-masing variabel dinyatakan valid dan memenuhi syarat sebagai alat ukur pada penelitian ini.

b. Uji Reabilitas

Reabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur dalam mengukur gejala yang sama, setiap alat pengukur seharusnya memiliki kemampuan memberikan hasil pengukuran yang konsisten. Reabilitas dapat dilihat dengan menggunakan koefisiensi *Cronbach's Alpha*, hal ini digunakan untuk menentukan alat ukur reliabel atau tidak. Bila nilai *Cronbach's Alpha* $>$ 0,60 (nilai standar), maka hal ini menunjukkan instrumen tersebut dapat dikatakan reliabel.

Tabel 5
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Batas Reliabilitas	Cronbach's Alpha	Reliabel
Persepsi Konversi	0,60	0,765	Reliabel/dapat dipercaya
Religiusitas	0,60	0,879	Reliabel/dapat dipercaya
Pengetahuan Produk	0,60	0,739	Reliabel/dapat dipercaya
Minat Nasabah Pembiayaan	0,60	0,843	Reliabel/dapat dipercaya

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2023

Dari tabel diatas, dapat dilihat nilai koefisien reliabilitas variabel independen yaitu persepsi konversi (X_1) adalah 0,765, nilai koefisien variabel

religiusitas (X_2) adalah 0,879, nilai koefisien variabel pengetahuan produk (X_3) adalah 0,739, dan nilai koefisien variabel dependen yaitu minat nasabah pembiayaan (Y) adalah 0,843. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan pada masing-masing variabel penelitian adalah reliabel/handal (dapat dipercaya) karena hasil nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60.

Uji Asumsi Klasik

Sebelum analisa regresi dilakukan, pengujian linearitas meliputi uji normalitas, multikolinieritas dan heteroskedastisitas haruslah dilaksanakan uji asumsi klasik.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel independen dan variabel dependen keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Adapun hasil uji normalitas dengan menggunakan uji *One-Sample Kolmogorov Smirnov*, yang mana dikatakan normal jika nilai signifikan diatas 0,05 sedangkan jika dibawah 0,05 maka residual berdistribusi tidak normal.

Tabel 6
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		83
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.42092858
Most Extreme Differences	Absolute	.066
	Positive	.055
	Negative	-.066
Test Statistic		.066
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2023

Berdasarkan hasil uji normalitas *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* pada tabel 6 di atas diperoleh nilai signifikan sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual seluruh variabel berdistribusi secara normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah pada suatu model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel independen atau variabel bebas. Untuk menemukan terdapat atau tidaknya multikolinearitas pada suatu model regresi dapat diketahui dari nilai toleransi nilai variance inflation factor (VIF). Nilai yang digunakan adalah nilai tolerance $> 0,1$ dan nilai VIF < 10 .

Tabel 7
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Persepsi Konversi	.450	2.224
	Religiusitas	.493	2.029
	Pengetahuan Produk	.312	3.203

a. Dependent Variable: Minat Nasabah Pembiayaan

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2023

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas dari tabel *Coefficient* pada tabel 7 di atas, maka dapat diketahui bahwa nilai tolerance dan nilai VIF pada persepsi konversi (X_1) dengan nilai tolerance yaitu $0,450 > 0,1$ dan VIF yaitu $2,224 < 10$. Pada religiusitas (X_2) dengan nilai tolerance $0,493 > 0,1$ dan VIF yaitu $2,029 < 10$. Dan pada pengetahuan produk (X_3) dengan nilai tolerance $0,312 > 0,1$ dan VIF yaitu $3,203 < 10$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas, yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Persyaratan yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas. Mengetahui adanya gejala heteroskedastisitas dapat diuji dengan metode Glejser dengan cara meregresi absolut residual dengan variabel bebas. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka data tidak terjadi heteroskedastisitas. Berikut dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 8
Hasil Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.528	1.885		3.463	.001
	Persepsi Konversi	-.112	.072	-.247	-1.547	.126

	Religiusitas	-.084	.050	-.253	-1.662	.100
	Pengetahuan Produk	.094	.105	.171	.896	.373

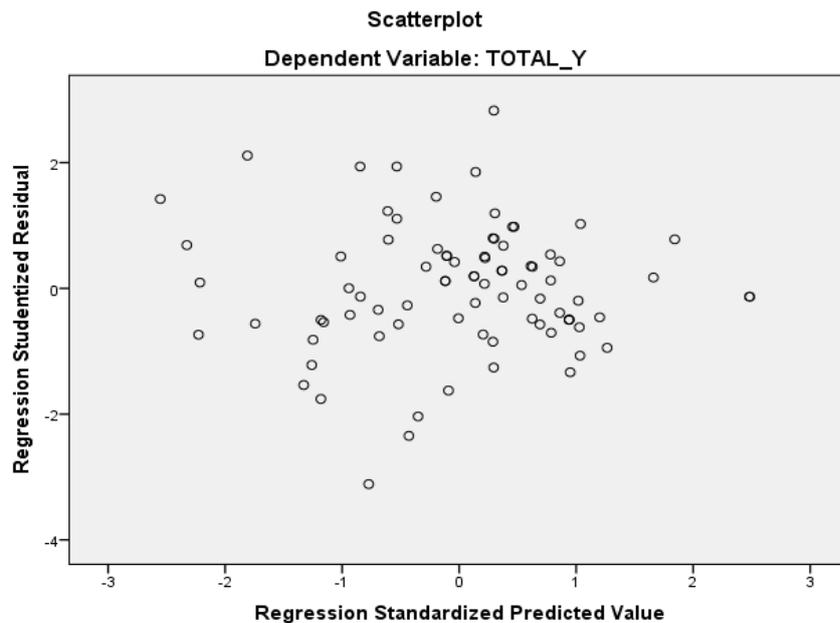
a. Dependent Variable: Minat Nasabah Pembiayaan

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2023

Hasil uji heteroskedastisitas pada Tabel 8 menunjukkan bahwa nilai signifikan residual variabel Persepsi Konversi (X_1) sebesar $0,126 > 0,05$. Nilai signifikan residual variabel Religiusitas (X_2) sebesar $0,100 > 0,05$. Dan nilai signifikan residual variabel Pengetahuan Produk (X_3) sebesar $0,373 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa pada model regresi tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Cara lain untuk mengetahui uji heteroskedastisitas adalah dengan melihat *scatterplot*. Jika dot menyebar tidak teratur, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Gambar 1



Berdasarkan Gambar 1 tampilan pada scatterplot terlihat bahwa plot menyebar secara acak maupun di bawah angka nol pada sumbu *regression standardized predicted value*. Oleh karena itu maka berdasarkan uji heteroskedastisitas menggunakan metode analisis grafik, pada model regresi yang berbentuk scatterplot dinyatakan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar berpengaruh variabel independen Persepsi Konversi (X_1), Religiusitas (X_2), dan Pengetahuan Produk (X_3) terhadap variabel dependen Minat Nasabah Pembiayaan (Y). Persamaan regresi linier berganda secara umum adalah:

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3e$$

Tabel 9
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.008	3.081		.327	.744
	Persepsi Konversi	.260	.118	.218	2.199	.031
	Religiusitas	.264	.082	.304	3.212	.002
	Pengetahuan Produk	.554	.171	.385	3.234	.002

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2023

Berdasarkan Tabel 9 diatas, maka dapat dilihat nilai konstanta (nilai α) sebesar 1,008 dan untuk Persepsi Konversi (nilai β) sebesar 0,260, sementara Religiusitas (nilai β) sebesar 0,264 serta Pengetahuan Produk (nilai β) sebesar 0,554. Sehingga didapatkan persamaan regresi liner berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3e$$

$$Y = 1,008 + 0,260X_1 + 0,264X_2 + 0,554X_3$$

Arti dari persamaan regresi tersebut adalah:

- a) Nilai Konstanta (α) sebesar 1,008, artinya menunjukkan bahwa jika variabel Persepsi Konversi (X_1), Religiusitas (X_2), dan Pengetahuan Produk (X_3) sama dengan nol (0), maka minat nasabah pembiayaan di Bank Riau Kepri Syariah Panam Pekanbaru adalah sebesar 1,008.
- b) Nilai koefisien regresi Persepsi Konversi (X_1) sebesar 0,260 menyatakan bahwa variabel persepsi konversi memiliki hubungan positif dengan nilai minat nasabah pembiayaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik persepsi konversi nasabah, maka semakin meningkat minat nasabah pembiayaan pada Bank Riau Kepri Syariah Pekanbaru Panam.
- c) Nilai koefisien regresi Religiusitas (X_2) sebesar 0,264 menyatakan bahwa variabel religiusitas memiliki hubungan positif dengan minat nasabah pembiayaan, hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi religiusitas nasabah semakin meningkat minat nasabah pembiayaan pada Bank Riau Kepri Syariah Pekanbaru Panam.
- d) Nilai koefisien regresi Pengetahuan Produk (X_3) sebesar 0,554 menyatakan bahwa variabel pengetahuan produk memiliki hubungan positif dengan minat nasabah pembiayaan, hal ini menunjukkan bahwa semakin baik pengetahuan nasabah terhadap produk semakin meningkat minat nasabah pembiayaan pada Bank Riau Kepri Syariah Pekanbaru Panam.

Setelah melakukan pengujian di atas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Persepsi Konversi (X_1), Religiusitas (X_2), dan Pengetahuan Produk (X_3) memiliki

pengaruh yang positif dan signifikan dengan nilai koefisiennya lebih besar dari nilai signifikan 0,05 terhadap minat nasabah pembiayaan di Bank Riau Kepri Syariah Pekanbaru Panam.

Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (Persepsi Konversi (X_1), Religiusitas (X_2), dan Pengetahuan Produk (X_3)) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Minat Nasabah pembiayaan (Y)).

Berikut hipotesis penelitian:

1. H_0-1 : Persepsi konversi tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat nasabah pembiayaan di Bank Riau Kepri Syariah Pekanbaru Panam.

H_a-1 : Persepsi konversi terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat nasabah pembiayaan di Bank Riau Kepri Syariah Pekanbaru Panam.

2. H_0-2 : Religiusitas tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat nasabah pembiayaan di Bank Riau Kepri Syariah Pekanbaru Panam.

H_a-2 : Religiusitas terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat nasabah pembiayaan di Bank Riau Kepri Syariah Pekanbaru Panam.

3. H_0-3 : Pengetahuan produk tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat nasabah pembiayaan di Bank Riau Kepri Syariah Pekanbaru Panam.

H_a-3 : Pengetahuan produk terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat nasabah pembiayaan di Bank Riau Kepri Syariah Pekanbaru Panam.

Hasil uji parsial (uji t) diperoleh sebagai berikut:

Tabel 10
Hasil Uji Parsial (Uji t)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.008	3.081		.327	.744
	Persepsi Konversi	.260	.118	.218	2.199	.031
	Religiusitas	.264	.082	.304	3.212	.002
	Pengetahuan Produk	.554	.171	.385	3.234	.002

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2023

Menentukan diterima atau ditolaknya hipotesis, maka harus diketahui t tabel yang dapat diperoleh dengan persamaan $df = (n-k-1)$ sehingga df adalah $(83-3-1 = 79)$ pada kolom signifikan 0,05 sehingga didapatkan nilai t tabel = 1,990.

Berdasarkan tabel 10 diatas, maka dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Persepsi konversi (X_1) diperoleh nilai t hitung sebesar 2,199 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,031. Karena t hitung > t tabel yaitu $2,199 > 1,990$ dengan tingkat signifikansi $0,031 < 0,05$, maka H_0-1 ditolak dan H_a-1 diterima. Artinya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara persepsi konversi terhadap minat nasabah pembiayaan di Bank Riau Kepri Syariah Pekanbaru Panam.
2. Religiusitas (X_2) diperoleh nilai t hitung sebesar 3,212 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,002. Karena t hitung > t tabel yaitu $3,212 > 1,990$ dengan tingkat signifikansi $0,002 < 0,05$, maka H_0-2 ditolak dan H_a-2 diterima. Artinya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara religiusitas terhadap minat nasabah pembiayaan di Bank Riau Kepri Syariah Pekanbaru Panam.
3. Pengetahuan produk (X_3) diperoleh nilai t hitung sebesar 3,234 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,002. Karena t hitung > t tabel yaitu $3,234 > 1,990$ dengan tingkat signifikansi $0,002 < 0,05$, maka H_0-3 ditolak dan H_a-3 diterima. Artinya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara pengetahuan produk terhadap minat nasabah pembiayaan di Bank Riau Kepri Syariah Pekanbaru Panam.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji secara simultan (uji F) digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel independen ($X_1, X_2,$ dan X_3) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen (Y). Analisis uji F dilakuka dengan membandingkan F hitung dan F tabel.

Dengan pengambilan keputusannya sebagai berikut:

1. Bila F hitung < F tabel, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
2. Bila F hitung > F tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Hasil uji simultan (Uji F) diperoleh sebagai berikut:

Tabel 11
Hasil Uji Simultan (Uji F)
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	895.431	3	298.477	49.064	.000 ^b
	Residual	480.593	79	6.083		
	Total	1376.024	82			

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

b. Predictors: (Constant), TOTAL_X3, TOTAL_X2, TOTAL_X1
Sumber: Data Olahan Penelitian, 2023

Mengetahui F tabel dapat diperoleh dengan persamaan

$$df1 = k-1 = (4-1) = 3$$

$$df2 = n-k = (83-4) = 79$$

Sehingga dapat dilihat pada F tabel kolom 79 baris 3 dengan signifikan 5% atau 0,05 sehingga didapatkan nilai F tabel = 2,72

Hasil uji F pada tabel 4.14 di atas diperoleh bahwa nilai F hitung sebesar 49,064 > F tabel sebesar 2,72 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 < 0,05, maka H0-4 ditolak dan Ha-4 diterima. Artinya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara persepsi konversi, religiusitas dan pengetahuan produk secara simultan atau bersama-sama terhadap minat nasabah pembiayaan di Bank Riau Kepri Syariah Pekanbaru Panam.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol dan satu. Jika koefisien determinasi (R²) = 1, artinya menunjukkan adanya hubungan yang sempurna antara variabel independen dan variabel dependen. Jika koefisien determinasi (R²) = 0, artinya menunjukkan tidak ada hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.

Hasil uji koefisien determinasi yang diperoleh sebagai berikut:

Tabel 12
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.807 ^a	.651	.637	2.466

a. Predictors: (Constant), TOTAL_X3, TOTAL_X2, TOTAL_X1

b. Dependent Variable: TOTAL_Y

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2023

Hasil tabel 12 di atas, uji koefisien determinasi memiliki *Adjusted R Square* sebesar 0,637, artinya variabel Persepsi Konversi (X₁), Religiusitas (X₂), dan Pengetahuan Produk (X₃) berpengaruh sebesar 63,7% terhadap variabel minat nasabah pembiayaan (Y). Sedangkan sisanya 36,3% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Pengaruh Persepsi Konversi Terhadap Minat Nasabah Pembiayaan di Bank Riau Kepri Syariah Pekanbaru Panam

Berdasarkan hasil pengujian data pada uji parsial (Uji t), diperoleh bahwa hasil pada variabel persepsi konversi (X₁) diperoleh nilai t hitung sebesar 2,199 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,031. Karena t hitung > t tabel yaitu (2,199 > 1,990) dengan tingkat signifikansi (0,031 < 0,05), maka H0-1 ditolak dan Ha-1 diterima. Artinya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara persepsi

konversi terhadap minat nasabah pembiayaan di Bank Riau Kepri Syariah Pekanbaru Panam. Dengan demikian, persepsi konversi memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat nasabah pembiayaan di Bank Riau Kepri Syariah Pekanbaru Panam.

Hal ini dibuktikan dengan hasil dilapangan bahwasannya nasabah atau masyarakat berharap setelah dilakukan konversi Bank Riau Kepri membuat kualitas Bank Riau Kepri menjadi lebih baik, sesuai dengan harapan, keinginan dan kebutuhan mereka. Sehingga persepsi inilah yang mendorong minat nasabah pembiayaan di Bank Riau Kepri Syariah.

Pendapat Maxxwell dalam Khunniza bahwa konsumen akan memutuskan produk yang akan dibeli berdasarkan persepsi mereka terhadap produk tersebut berkaitan dengan kemampuan produk tersebut dalam memenuhi kebutuhannya. Hal ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Gia Dara Hafizah dalam penelitiannya yang berjudul "Pengaruh Persepsi Masyarakat Atas Konversi Bank Aceh Menjadi Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Bank Aceh (Studi pada masyarakat Kabupaten Aceh Tengah) yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa berdasarkan hasil uji hipotesis menggunakan uji parsial (uji t) diperoleh hasil t hitung sebesar 19,909 sedangkan t tabel sebesar 1,987 , yang berarti t hitung > t tabel. Maka dalam hal ini, terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara persepsi masyarakat Aceh Tengah atas konversi Bank Aceh terhadap minat menabung masyarakat di Bank Aceh Syariah. Sehingga semakin tinggi atau semakin bagus persepsi terhadap sesuatu, maka minat untuk membeli atau menggunakan sesuatu itu akan semakin tinggi.²³

Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Nasabah Pembiayaan di Bank Riau Kepri Syariah Pekanbaru Panam

Berdasarkan hasil pengujian data pada uji parsial (uji t), diperoleh bahwa hasil pada variabel religiusitas (X_2) dengan t hitung sebesar 3,212 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,002. Karena t hitung > t tabel, yaitu ($3,212 > 1,990$) dengan tingkat signifikansi ($0,002 < 0,05$), maka H_0-2 ditolak dan H_a-2 diterima. Artinya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara religiusitas terhadap minat nasabah pembiayaan di Bank Riau Kepri Syariah Pekanbaru Panam.

Hal ini didukung dengan latar belakang masyarakat di Pekanbaru yang sebagian besar beragama Islam. Sehingga nasabah berminat menggunakan produk di Bank Riau Kepri Syariah karena sesuai dengan prinsip agama Islam dan menjadi suatu usaha untuk menerapkan tuntunan agama dalam kegiatan ekonomi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Eva Mardiana, Husni Thamrin, dan Putri Nuraini dalam penelitiannya yang berjudul "Analisis Religiusitas Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Kota Pekanbaru" dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung guru Pondok Modern al-Kautsar

²³ Gia Dara Hafizah, op.cit., h. 75

Pekanbaru.²⁴ Dan penelitian yang dilakukan oleh Deni Imba Saputra yang berjudul “Pengaruh Religiusitas, Pemahaman, Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah Pada Masyarakat Iringmulyo” yang menunjukkan bahwa religiusitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam menggunakan produk bank syariah.²⁵

Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Minat Nasabah Pembiayaan di Bank Riau Kepri Syariah Pekanbaru Panam

Berdasarkan hasil pengujian data pada uji parsial (uji t), diperoleh bahwa hasil pada variabel pengetahuan produk (X_3) diperoleh nilai t hitung sebesar 3,234 dengan nilai signifikansi sebesar 0,002. Karena t hitung > t tabel, yaitu (3,234 > 1,990) dengan tingkat signifikansi (0,002 < 0,05), maka H_0-3 ditolak dan H_a-3 diterima. Artinya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara pengetahuan produk terhadap minat nasabah pembiayaan di Bank Riau Kepri Syariah Pekanbaru Panam.

Hal ini dibuktikan dengan hasil dilapangan dimana nasabah yang telah mengetahui produk pembiayaan di Bank Riau Kepri Syariah berminat untuk menggunakan produk pembiayaan di Bank Riau Kepri Syariah salah satunya produk pembiayaan aneka guna karena dengan pembiayaan aneka guna ini nasabah dapat melakukan pembiayaan untuk segala macam kebutuhan sesuai dengan kebutuhan nasabah.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Faqih Wildan Hakim dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan Dan Religiusitas Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Produk Bank Syariah (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bandar Lampung Tahun 2019), hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan variabel pengetahuan terhadap minat nasabah untuk menggunakan produk bank syariah secara parsial. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Abdul Haris Romdhoni dan Dita Ratnasari dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah”, hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel pengetahuan terhadap minat nasabah menggunakan produk simpanan di BMT Amanah Ummah Gumpang.²⁶

Pengaruh Persepsi Konversi, Religiusitas dan Pengetahuan Produk Secara Simultan Terhadap Minat Nasabah Pembiayaan di Bank Riau Kepri Syariah Pekanbaru Panam

²⁴ Eva Mardiana, et.al., loc.cit

²⁵ Deni Imba Saputra, “Pengaruh Religiusitas, Pemahaman, Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah Pada Masyarakat Iringmulyo”, (Skripsi: IAIN Metro, 2021), h. 63

²⁶ Abdul Haris Romdhoni dan Dita Ratnasari, op.cit., h. 144

Berdasarkan hasil uji F dengan menggunakan analisis varian ANOVA^a dapat diperoleh bahwa nilai F hitung sebesar 49,064 > F tabel sebesar 2,72 dengan tingkat signifikan sebesar (0,000 < 0,05), maka H₀₋₄ ditolak dan H_{a-4} diterima. Artinya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara persepsi konversi, religiusitas dan pengetahuan produk secara simultan atau bersama-sama terhadap minat nasabah pembiayaan di Bank Riau Kepri Syariah Pekanbaru Panam.

Adapun untuk hasil uji koefisien determinasi (R²) memiliki *Adjusted R Square* sebesar 0,637. Artinya variabel Persepsi Konversi (X₁), Religiusitas (X₂) dan Pengetahuan Produk (X₃) berpengaruh sebesar 63,7% terhadap variabel Minat Nasabah Pembiayaan (Y). Sedangkan sisanya, yaitu sebesar 36,3% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Hal ini bisa dipengaruhi oleh variabel lain, seperti: kualitas pelayanan, informasi, lokasi dan lainnya.

KESIMPULAN

Persepsi Konversi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat nasabah pembiayaan di Bank Riau Kepri Syariah Pekanbaru Panam dengan hasil uji parsial (uji t) dimana nilai t hitung sebesar 2,199 > t tabel 1,990 dan tingkat signifikansi sebesar 0,031 < 0,05. Religiusitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat nasabah pembiayaan di Bank Riau Kepri Syariah Pekanbaru Panam dengan hasil uji parsial (uji t) dimana nilai t hitung sebesar 3,212 > t tabel 1,990 dan tingkat signifikansi sebesar 0,002 < 0,05. Pengetahuan Produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat nasabah pembiayaan di Bank Riau Kepri Syariah Pekanbaru Panam dengan hasil uji parsial (uji t) dimana nilai t hitung sebesar 3,234 > t tabel 1,990 dan tingkat signifikansi sebesar 0,002 < 0,05. Persepsi Konversi, religiusitas dan pengetahuan produk berpengaruh secara positif dan signifikan secara simultan atau bersama-sama terhadap minat nasabah pembiayaan di Bank Riau Kepri Syariah Pekanbaru Panam dengan hasil uji F dimana F hitung > F tabel dengan nilai 49,064 > 2,72 dan tingkat signifikansi sebesar (0,000 < 0,05). Dan uji koefisien determinasi dengan *Adjusted R Square* sebesar 0,637, artinya bahwa pengaruh persepsi konversi, religiusitas dan pengetahuan produk sebesar 63,7% sedangkan sisanya 36,3% dipengaruhi oleh variabel lain.

REFERENSI

- Andi Nurmansyah Ramdan, et.al., "Manajemen Proses Konversi Perbankan Konvensional Menjadi Perbankan Syariah (Studi Kasus Bank NTB Syariah)" dalam *Jurnal Tambora*, Volume 4., No. 2A., (2020)
- Biro Ekonomi, "PT. Bank Riau Kepri", artikel dari <https://biroekonomi.riau.go.id>. Diakses pada 11 Januari 2023.
- Boy Syamsul Bakhri, "Sistem Ekonomi Islam dalam Perbandingan" dalam *Jurnal Al-Hikmah*, Volume 8., No. 1., (2011)

- BRK Syariah – Wikipedia Bahasa Indonesia”, artikel dari <https://id.m.wikipedia.org>. Diakses pada 22 Mei 2023.
- Deni Imba Saputra, “Pengaruh Religiusitas, Pemahaman, Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah Pada Masyarakat Iringmulyo”, (Skripsi: IAIN Metro, 2021)
- Dwi Suwiknyo, *Analisis Laporan Keuangan Perbankan Syariah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010)
- Ihsan Fahmi, “Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Memilih Produk Bank Garansi (Kafalah) Pada Bank Aceh Syariah Cabang Tapaktuan”, (Skripsi: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, 2019)
- Ismail, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2018), Cet. Ke-5, h. 4
- Khairunnisa, “Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Pelayanan Bank Syariah di Kota Pekanbaru”, (Skripsi: Universitas Islam Riau, 2020)
- Muhammad, *Kebijakan Fiskal dan Moneter Dalam Ekonomi Islam*, (Jakarta: Salemba Empat, 2002)
- OJK, “UU 21 Tahun 2008”, artikel dari <https://www.ojk.go.id>. Diakses pada 6 Juni 2023.
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Edisi Millenium, Indeks, 2002)
- Raisa Azura Figana, et.al., “The Effect Of Conversion Of Conventional Bank Riau Kepri To Sharia Bank Riau Kepri On Assets And Customer Satisfaction With Customer Perceptions As Intervening Variables” dalam *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, Volume 24., No. 1., (2022)
- Sandra Dewi, et.al., “Analisis Persepsi Nasabah Konversi Bank Nagari Konvensional menjadi Bank Nagari Syariah” dalam *JUSIE (Jurnal Sosial dan Ilmu Ekonomi)*, Volume V., No. 02., (2021)
- Sardita Hidayati dan Multifiah, “Identifikasi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung Di Perbankan Syariah (Studi Kasus PT. BNI Syariah Malang)”, (Skripsi: Universitas Brawijaya, 2018)
- Sigit Setiyo Nugroho, “Pengaruh Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Dosen FIAI Kopertais III D.I Yogyakarta Di Bank Syariah”, (Skripsi: Universitas Islam Indonesia, 2020)
- Sumarni Syukri, “Minat Nasabah Dalam Menggunakan Produk Rahn Di Bank Syariah Mandiri Polewali Mandar”, (Skripsi: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare, 2020)
- Syahrani Usman, “Bunga Bank Dalam Perspektif Hukum Islam” dalam *Tahkim*, Volume X., No. 1., (2014)
- Syamsul Idul Adha, et.al., “Konversi Bank Konvensional menjadi Bank Syariah di Indonesia” dalam *Journal of Sharia Economics*, Volume 1., No. 1., (2020)
- Wapres Ma’ruf Amin Resmikan BRK Syariah di Riau”, artikel dari <https://www.menpan.go.id>. Diakses pada 11 Januari 2023.