

**Pengaruh Pengetahuan, Persepsi, Perilaku Pelaku Bisnis dan Motivasi Terhadap Minat Bertransaksi di Perbankan Syariah
(Studi Kasus Pada Pelaku Bisnis Pasar Tradisional Kota Kuala simpang)**

Cut Khairani¹, Abdul Hamid², Ade Fadillah FW Pospos³

¹IAIN Langsa, khaicut9@gmail.com

²IAIN Langsa, hamidzck@gmail.com

³IAIN Langsa, ade.pospos@gmail.com

ABSTARCT

The purpose of this study was to determine whether there is an influence of knowledge, perception, behavior, and motivation variables on interest in transacting in Islamic banking. The population in this study was 295 people and the sample of this study was 75 traders (business people) in the traditional market of Kuala simpang city, sampling using the Slovin formula. Data analysis used Multiple Regression test, hypothesis testing used coefficient of determination (R²), partial test (t test), and simultaneous test (f test), while data processing used SPSS 21. The results showed that knowledge, perception, behavior, and motivation is able to explain its existence on interest in transacting in Islamic banking. In addition, partially knowledge, perception, behavior, and motivation have a positive and significant effect on interest in transacting in Islamic banking, simultaneously knowledge, perception, behavior, and motivation have a positive and significant effect on interest in transacting in Islamic banking.

Keywords: Knowledge, Perception, Behavior, Motivation, and Interest

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh variabel pengetahuan, persepsi, prilaku, dan motivasi terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah. Populasi dalam penelitian ini adalah 295 orang dan Sampel penelitian ini adalah 75 orang pedagang (pelaku bisnis) di pasar tradisional kota kualasimpang, pengambilan sampel menggunakan rumus *Slovin*. Analisis data menggunakan uji Regresi Berganda, pengujian hipotesis menggunakan uji koefisien determinasi (R²), uji parsial (uji t), dan uji simultan (uji f), Sedangkan pengolahan data menggunakan SPSS 21. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan, persepsi, prilaku, dan motivasi mampu menjelaskan pengaruhnya terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah, Selain itu secara parsial pengetahuan, persepsi, prilaku, dan motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah, secara simultan pengetahuan, persepsi, prilaku, dan motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah.

Kata Kunci : Pengetahuan, Persepsi, Prilaku, Motivasi, Dan Minat

PENDAHULUAN

Lembaga keuangan bank merupakan badan usaha yang melakukan kegiatan di bidang keuangan dengan menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau pembiayaan (Wijaya, 2017: 2). Peran bank syariah dalam memacu pertumbuhan perekonomian daerah semakin strategis dalam rangka mewujudkan struktur perekonomian yang semakin berimbang. terhadap pengembangan perbankan syariah juga diperlihatkan dengan adanya “*dual banking system*”, dimana bank konvensional diperkenankan untuk membuka unit usaha Syariah. Dengan *dual banking system* ini diharapkan perkembangan perbankan syariah dapat bersaing dengan perbankan konvensional, namun faktanya pengguna perbankan syariah justru masih dikatakan minim hal ini belum cukup membuat bank-bank syariah menjadi bank yang terbesar di Indonesia dikarenakan minat masyarakat Indonesia yang masih kurang (Mardani, 2018).

Pada zaman sekarang ini sudah mulai banyak bank syariah, tetapi masyarakat Islam dan bahkan kalangan intelektual terdidik, masih menganggap bahwa bank syariah sama saja dengan Bank konvensional. Mereka juga beranggapan bahwa bagi hasil dan margin keuntungan, sama saja dengan bunga. Hal ini didasari karena minimnya pengetahuan dan informasi yang dimiliki oleh masyarakat secara mendalam tentang perbankan syariah termasuk dalam sistem balas jasa (pengelolaan keuangan) oleh bank syariah itu sendiri. Secara tidak langsung hal tersebut juga bisa mempengaruhi pola pikir masyarakat yang masih awam untuk tidak menabung dan menjadi nasabah di bank syariah, dan terbiasa melakukan transaksi dengan Bank konvensional (Afriadi, 2016).

Sektor perdagangan merupakan salah satu sektor penting dalam kehidupan manusia, dikarenakan kegiatan ini merupakan bagian dari sistem perputaran perekonomian yang berdasarkan permintaan dan penawaran sehingga menjadikan sektor perdagangan adalah sektor unggul dibandingkan sektor lainnya. Pasar merupakan salah satu lembaga yang paling penting dalam institusi ekonomi. Salah satunya adalah pasar Kualasimpang terletak di jalan lintas Banda Aceh - Medan.

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Syaiful didapatkan informasi sebagai berikut. Pasar ini memiliki luas bangunan 5.458 persegi, dengan total jumlah pedagang di Pasar tersebut mencapai 832 orang yang notabene berasal dari berbagai macam daerah di Kabupaten Aceh

Tamiang. Dalam memfasilitasi kebutuhan pelaku bisnis yang transaksinya beragam, dibutuhkan suatu lembaga keuangan yang memberikan solusi membangun sebuah bisnis yang mengembangkan usahanya maupun sekedar menyimpan uang, hal ini menjadi peluang bagi perbankan syariah untuk menawarkan produk dan menarik minat para pelaku bisnis di Pasar tersebut agar untuk bertransaksi di perbankan syariah. Peran bank syariah dalam memacu pertumbuhan perekonomian daerah semakin strategis dalam rangka mewujudkan struktur perekonomian yang semakin berimbang. Namun nyatanya pertumbuhan perekonomian daerah tidak sesuai dengan apa yang dikatakan oleh bank syariah.

Perbankan konvensional yang menerapkan bunga berjalan berdampingan dengan perbankan syariah yang menerapkan sistem bagi hasil. Namun nyatanya masih banyak tantangan dan permasalahan yang di hadapi dalam perbankan syariah seperti rendahnya pengetahuan tentang bank syariah yang disebabkan dominasi perbankan konvensional sehingga perbankan syariah dianggap sebelah mata.

Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan ditemukan alasan kenapa kurangnya minat masyarakat dalam menabung di perbankan syariah yaitu pengetahuan tentang bank syariah yang diketahui masih sangat sedikit, karena kurangnya promosi yang diberikan oleh perbankan kepada masyarakat tentang perbankan syariah itu sendiri. Dan setiap nasabah akan memperhatikan dan mempertimbangkan faktor-faktor tertentu untuk memutuskan menabung. Semakin tinggi persepsi nasabah tentang produk bank syariah maka semakin besar kemungkinan seseorang untuk mengambil keputusan menabung di bank syariah. Hal ini mendukung penelitian yang sudah dilakukan oleh Hutabarat yang menyatakan ada pengaruh positif dan signifikan produk bank syariah terhadap keputusan nasabah.

LANDASAN TEORI

Bank Syariah

Menurut Kasmir (2010:11), secara sederhana bank dapat diartikan sebagai lembaga keuangan yang kegiatan utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa-jasa bank lainnya. Bank islam atau selanjutnya disebut dengan bank syariah ini adalah bank yang beroperasi dengan tidak

mengandalkan pada bunga. Bank Islam atau disebut dengan bank tanpa bunga adalah lembaga keuangan yang beroperasi dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al-qur'an dan Hadis Nabi SAW (Kasmir, 2010: 33).

Pengetahuan

Pengetahuan merupakan suatu pembelajaran yang diperoleh seseorang dari sebuah pengalaman. Pengetahuan nasabah merupakan informasi yang disimpan oleh nasabah dalam benak ingatan. Pengetahuan (*Knowledge*) adalah informasi yang diberikan kepada seseorang subjek mengenai kebenaran atau ketepatan reaksinya. Prinsip penting dari jenis belajar ini menyatakan bahwa mempelajari asosiasi bisa dipermudah dengan jalan memberikan kepada orang yang tengah belajar itu informasi mengenai kemajuannya, baik segera setelah ia membuat pilihan atau pada akhir satu seri pilihannya (Sutedi, 2011: 121). Indikator pengetahuan yang digunakan pada penelitian ini adalah indikator yang dikemukakan oleh Saraswati yaitu: pengetahuan tentang perbankan syariah, pengetahuan tentang karakteristik produk pada bank syariah dan kemudahan dalam akses.

Persepsi

Persepsi merupakan suatu proses pemahaman ataupun pemberian makna atas suatu informasi terhadap stimulus. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi pada dasarnya dibagi menjadi 2 yaitu faktor internal dan faktor eksternal (Sutedi, 2011: 121). Faktor internal yaitu fisiologi, perhatian, minat, kebutuhan yang searah, pengetahuan dan ingatan, dan suasana hati. Sedangkan faktor eksternal yaitu penempatan dari obyek atau *stimulus*, warna dari obyek-obyek, keunikan dan kontrasan *stimulus*, *intensity* dan kekuatan dari *stimulus*, serta *motion* atau gerakan (Setiasih, 2010: 31).

Perilaku Pelaku Usaha

Menurut Hasan (2017:32), Perusahaan perbankan syariah harus berupaya memahami perilaku setiap nasabahnya. Dimana ketika perusahaan tersebut mengetahui perilaku konsumen secara mendalam maka perusahaan dapat menyusun strategi dan program pemasaran yang tepat untuk memanfaatkan setiap peluang yang ada secara optimal guna untuk menghasilkan laba di atas para pesaingannya. Faktor-Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu faktor kebudayaan, faktor social, faktor pribadi, faktor psikologis.

Motivasi

Motivasi di definisikan sebagai daya penggerak didalam individu yang mendorong mereka ke tindakan. Daya penggerak ini diperoleh dari suatu kebutuhan tak dipenuhi, Motivasi merupakan keadaan yang diaktivasi atau digerakkan dimana seseorang mengarahkan perilaku berdasarkan tujuan, dalam hal ini termasuk dorongan, keinginan dan hasrat (Hurryati, 2005: 83). Indikator-indikator motivasi antara lain:

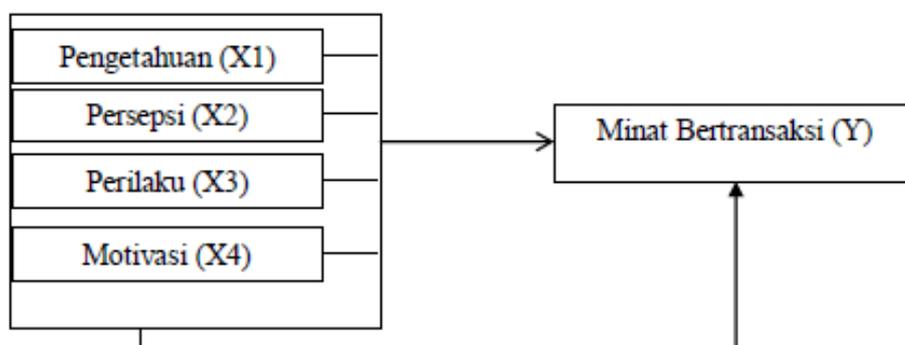
1. Motivasi Intrinsik, yaitu minat dan sikap positif
2. Motivasi Ekstrinsik, yaitu motivator dan stimulus

Minat Bertransaksi

Minat merupakan suatu penangkap atau pemilihan terhadap sesuatu yang dapat mempengaruhi sikap seseorang. Menurut Abdul Rahman Soleh dan Muhib Abdul Wahab, minat merupakan suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian kepada orang dan bertindak terhadap orang, situasi atau aktivitas yang menjadi objek dari minat itu dengan didasari perasaan senang (Maghfiroh, 2018: 12). Faktor - faktor yang mempengaruhi minat antara lain yaitu : dorongan dari dalam, motif sosial, dan faktor emosional. Adapun indikator dalam variabel minat bertransaksi yaitu minat transaksional, minat referensial, minat preferensial, dan minat eksploratif.

Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir ini dinyatakan dalam bentuk bagan sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah tersebut dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan.

H₀1: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara pengetahuan terhadap minat bertransaksi

Ha1: Terdapat pengaruh signifikan antara pengetahuan terhadap minat bertransaksi

H₀2: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara persepsi terhadap minat bertransaksi

Ha2: Terdapat pengaruh signifikan antara persepsi terhadap minat bertransaksi

H₀3: Tidak terdapat pengaruh antara perilaku pelaku bisnis terhadap minat bertransaksi

Ha3: Terdapat pengaruh antara perilaku pelaku bisnis terhadap minat bertransaksi

H₀4: Tidak terdapat pengaruh signifikan antara motivasi terhadap minat bertransaksi

Ha4: Terdapat pengaruh signifikan antara motivasi terhadap minat bertransaksi

H₀5: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara pengetahuan, persepsi, perilaku pelaku bisnis dan motivasi terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah

Ha5: Terdapat pengaruh signifikan antara pengetahuan, persepsi, perilaku pelaku bisnis dan motivasi terhadap minat transaksi di perbankan syariah.

METODE PENELITIAN

Pendekatan ini menggunakan metode atau pendekatan penelitian deskriptif kuantitatif karena dalam pelaksanaannya meliputi data, analisis dan interpretasi tentang arti dan data yang diperoleh. Lokasi penelitian ini dilakukan di Pasar Tradisional Kota Kualasimpang di Jln. Lintas Medan-Banda Aceh. Waktu penelitian dilaksanakan bulan Februari 2020 sampai Februari 2021. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Dan sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data. Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpulan data (Sevilla, 2016: 34). Populasi dalam penelitian ini adalah pedagang di pasar tradisional kota kualasimpang yaitu sebanyak 295 orang. Maka jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 75 orang Pelaku Bisnis (pedagang) di Pasar Tradisional Kota Kualasimpang. Pengumpulan data dilakukan dengan cara membagikan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Persyaratan Analisis

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut, berikut hasil penelitian uji validitas :

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Pengetahuan (X1)

Instrument Pertanyaan	Nilai Validitas		Kesimpulan
	Rhitung	rtabel	
Pengetahuan 1	0.578	0.227	Valid
Pengetahuan 2	0.569		Valid
Pengetahuan 3	0.640		Valid
Pengetahuan 4	0,466		Valid

Berdasarkan table di atas hasil uji validitas terlihat bahwa hasil pengujian masing-masing instrument variable pengetahuan (x1) memiliki nilai r-hitung $> 0,227$, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan instrument pernyataan dari variabel pengetahuan yang digunakan valid.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi (X2)

Instrument Pertanyaan	Nilai Validitas		Kesimpulan
	Rhitung	rtabel	
Persepsi 1	0.574	0.227	Valid
Persepsi 2	0.582		Valid
Persepsi 3	0.434		Valid
Persepsi 4	0,463		Valid

Berdasarkan table di atas hasil uji validitas terlihat bahwa hasil pengujian masing-masing instrument variable persepsi (x2) memiliki nilai r-hitung $> 0,227$, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan instrument pernyataan dari variabel persepsi yang digunakan valid.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Prilaku (X3)

Instrument Pertanyaan	Nilai Validitas		Kesimpulan
	Rhitung	rtabel	
Prilaku 1	0.666	0.227	Valid
Prilaku 2	0.504		Valid
Prilaku 3	0.481		Valid
Prilaku 4	0,339		Valid

Berdasarkan table di atas hasil uji validitas terlihat bahwa hasil pengujian masing-masing instrument variable Prilaku (x3) memiliki nilai r-hitung $> 0,227$, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan instrument pernyataan dari variabel Prilaku yang digunakan valid.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Motivasi (X4)

Instrument Pertanyaan	Nilai Validitas		Kesimpulan
	Rhitung	rtabel	
Motivasi 1	0.517	0.227	Valid
Motivasi 2	0.773		Valid
Motivasi 3	0.773		Valid
Motivasi 4	0,427		Valid

Berdasarkan table di atas hasil uji validitas terlihat bahwa hasil pengujian masing-masing instrument variable Motivasi (x4) memiliki nilai r-hitung $> 0,227$, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan instrument pernyataan dari variabel Motivasi yang digunakan valid.

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel Minat (Y)

Instrument Pertanyaan	Nilai Validitas		Kesimpulan
	Rhitung	rtabel	
Minat 1	0.781	0.227	Valid
Minat 2	0.686		Valid
Minat 3	0.516		Valid
Minat 4	0,635		Valid

Berdasarkan table di atas hasil uji validitas terlihat bahwa hasil pengujian masing-masing instrument variable Minat (x4) memiliki nilai r-hitung $> 0,227$, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan instrument pernyataan dari variabel Minat yang digunakan valid.

Uji Reabilitas

Uji reabilitas digunakan untuk menjamin instrument yang digunakan merupakan instrument yang handal, konsisten dan stabil jika digunakan secara berulang-ulang pada waktu yang berbeda-beda. Instrumen dikatakan reliabel jika nilai *cronbach alfa* hitung > *cronbach alfa* toleransi (0,6). Hasil pengujian reabilitas terlihat seperti berikut ini :

Tabel 6. Hasil Uji Reabilitas

No	Variabel	Nilai Cronbach's Alfa	Kesimpulan
1	Pengetahuan (x1)	0,691	Reliabel
2	Persepsi (x2)	0,641	Reliabel
3	Prilaku (x3)	0,629	Reliabel
4	Motivasi (x4)	0,756	Reliabel
5	Minat (y)	0,725	Reliabel

Berdasarkan table 4.6 hasil uji reabilitas menunjukkan bahwa nilai *cronbach alfa* seluruh variabel lebih besar dari 0,6, maka dapat disimpulkan bahwa kuesioner penelitian ini dikatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Berikut:

Tabel 7. Hasil Uji *One Sample Kolmogorov Smirnov Test*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		75
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.38069755
Most Extreme Differences	Absolute	.086
	Positive	.046
	Negative	-.086
Kolmogorov-Smirnov Z		.748
Asymp. Sig. (2-tailed)		.631

a. Test distribution is Normal.

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi keempat variabel (0,631) bernilai lebih dari Alpha (0,05) atau $K.S > A$. Dengan kata lain artinya distribusi frekuensi masing- masing variabel memiliki data yang berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui apakah terjadi multikolinieritas yakni keadaan dimana ada hubungan linier secara sempurna atau mendekati sempurna antar variabel independen dalam model regresi.

Tabel 8. Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Pengetahuan	.944	1.060
Persepsi	.972	1.029
Perilaku	.957	1.044
Motivasi	.988	1.012

a. Dependent Variable: MINAT

Berdasarkan tabel 4.8 diketahui nilai *tolerance* untuk variable pengetahuan adalah 0,944 lebih besar dari 0,10 , pada variable persepsi memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,972 lebih besar dari 0,10 pada variable perilaku diketahui memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,957 lebih besar dari 0,10 dan pada variable motivasi memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,988 lebih besar dari 0,10, maka dengan ini disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas dalam model regresi sementara untuk setiap variable. Dilihat dari nilai VIF nya pada nilai VIF pada variable pengetahuan adalah 1,060 lebih kecil dari 10,0 , pada variable persepsi memiliki nilai VIF sebesar 1,029 lebih kecil dari 10,0, pada variable perilaku diketahui memiliki nilai VIF sebesar 1,044 lebih kecil dari 10,0 dan pada variable motivasi memiliki nilai VIF sebesar 1,012 lebih kecil dari 0,10, maka dengan ini disimpulka bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas dalam model regresi sementara untuk setiap variable.

Uji Heteroskedestisitas

Pengujian heteroskedestisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varaince dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dasar pengambilan uji heterokedasitas glesjer ialah jika nilai sig antara variable independent dengan

absolut residual lebih besar dari 0,05, maka tidak terjadi masalah heterokedasitas, Berikut hasil uji dari penelitian:

Tabel 9. Hasil Uji Heteroskedestisitas

Variabel	Sig.	Kesimpulan
Pengetahuan	0,558	Tidak terjadi heterokedasitas
Persepsi	0,557	Tidak terjadi heterokedasitas
Prilaku	0,620	Tidak terjadi heterokedasitas
Motivasi	0,215	Tidak terjadi heterokedasitas

Berdasarkan tabel 4.9 dapat dilihat nilai signifikansi antar variabel bebas lebih dari 0,05. Maka gejala heteroskedesitas tidak terdeteksi.

Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui bentuk hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Dasar pengambilan keputusan untuk uji linearitas adalah jika nilai sig linear > 0,05, maka terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas dan variabel terikat, sebaliknya jika nilai sig linear < 0,05, maka tidak terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas dengan variabel terikat, dengan hasil pengujian sebagai berikut:

Tabel 10. Hasil Uji Linearitas

No	Variabel	Sig	Ket
1	Pengetahuan	0.098	Linear
2	Persepsi	0.501	Linear
3	Prilaku	0.140	Linear
4	Motivasi	0.082	Linear

Berdasarkan hasil uji linearitas diketahui nilai sig. deviation from linearity lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan linear antara pengetahuan, persepsi, prilaku dan motivasi dengan minat bertransaksi di perbankan syariah.

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Aceh Syariah Cabang Kualasimpang. Berikut ini tabel hasil pengujian regresi linear berganda pada masing-masing variabel yaitu :

Tabel 11. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	4.535	2.498		1.815	.074
	PENGETAHUAN	.205	.101	.226	2.028	.046
	PERSEPSI	.048	.104	.048	.449	.655
	PRILAKU	.255	.124	.236	2.056	.044
	MOTIVASI	.232	.098	.261	2.363	.021

a. Dependent Variable: MINAT

Berdasarkan tabel 4.12 hasil pengujian regresi linear berganda, maka diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y=4,535+0.205X_1+0.046X_2+0,255X_3+0,232X_4$$

Pada model regresi linear berganda diperoleh nilai konstanta kepuasan nasabah sebesar 4,535 artinya jika nilai variabel bebas (x1, x2,x3,x4) nilainya 0, maka variabel terikat (Y) nilainya sebesar 4,535. Koefisien regresi masing-masing variabel bebas bernilai positif, artinya Minat bertransaksi di perbankan syariah dapat dipengaruhi oleh pengetahuan, persepsi, perilaku dan motivasi.

Uji Hipotesis

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur berapa besar kemampuan dalam menerangkan variabel terikat. Nilai koefisien determinasi dapat dilihat pada table berikut:

Tabel 12. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.519 ^a	.270	.228	1.420

a. Predictors: (Constant), MOTIVASI, PENGETAHUAN, PERSEPSI, PRILAKU

b. Dependent Variable: MINAT

Nilai koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0.27 atau 27% menunjukkan bahwa variabel pengetahuan, persepsi, perilaku dan motivasi mampu menjelaskan variasi yang terjadi pada minat bertransaksi di perbankan syariah, sedangkan sisanya 73% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan (uji F), uji ini dilakukan untuk melihat pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan nasabah, pengujian dilakukan pada tingkat kepercayaan 95% atau tingkat kesalahan $\alpha = 0.05$ (5%), dengan kriteria :

1. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_0 diterima, H_1 ditolak, artinya secara simultan penelitian ini tidak berpengaruh;
2. Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 ditolak, H_1 diterima, artinya secara simultan penelitian ini berpengaruh.

Tabel 13. Hasil Uji simultan (Uji F)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	52.079	4	13.020	6.461	.000 ^a
	Residual	141.068	70	2.015		
	Total	193.147	74			

a. Predictors: (Constant), MOTIVASI, PENGETAHUAN, PERSEPSI, PRILAKU

b. Dependent Variable: MINAT

Berdasarkan table tersebut dapat dilihat bahwa nilai Fhitung yaitu 6.461 > dari Ftabel yaitu 2.350 dan nilai signifikan 0.000 < dari nilai alpha 0.05. Maka keputusan yang diambil H0 ditolak H1 diterima. Dengan diterimanya H1 menunjukkan bahwa variable bebas yang terdiri dari pengetahuan (X1), persepsi (X2), prilaku (X3), dan motivasi (X4) mampu menjelaskan keragaman variable terikat (Y). dengan demikian pengetahuan (X1), persepsi (X2), prilaku (X3), dan motivasi (X4) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah.

Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial (uji t) bertujuan untuk melihat pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah, dengan kriteria :

1. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau $sig. > 0.05$ maka H0 diterima, H1 ditolak, artinya secara parsial penelitian ini tidak berpengaruh signifikan;
2. Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ atau $sig. < 0.05$ maka H0 ditolak, H1 diterima, artinya secara parsial penelitian ini berpengaruh signifikan.

Tabel 14. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficient^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.535	2.498		1.815	.074
Pengetahuan	.205	.101	.226	2.028	.046
Persepsi	.046	.104	.048	0.449	.655
Prilaku	.255	.124	.236	2.056	.044
Motivasi	.232	.098	.261	2.363	.021

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat dilihat bahwa:

1. Nilai thitung untuk Pengetahuan sebesar $2.028 > 1.994$ ttabel dan nilai signifikan $0.046 >$ dari alpha 0.05 , maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, dengan demikian secara parsial variable pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi.
2. Nilai thitung untuk persepsi sebesar $0.449 >$ ttabel 1.994 dan nilai signifikan $0,655 >$ dari alpha 0.05 , maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, dengan demikian secara parsial variable persepsi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi.
3. Nilai thitung untuk prilaku sebesar $2.056 >$ ttabel 1.994 dan nilai signifikan $0,044 >$ dari alpha 0.05 , maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, dengan demikian secara parsial variable prilaku berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi.
4. Nilai thitung untuk motivasi sebesar $2.363 >$ ttabel 1.994 dan nilai signifikan $0,021 >$ dari alpha 0.05 , maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, dengan demikian secara parsial variable motivasi berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi.

KESIMPULAN

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai thitung untuk Pengetahuan sebesar $2.028 >$ 1.994 ttabel dan nilai signifikan $0.046 <$ dari 0.05 , maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, bahwa secara parsial pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah.
2. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan nilai thitung untuk persepsi sebesar $0.449 <$ ttabel 1.994 dan nilai signifikan $0,655 >$ dari 0.05 , maka H_1 ditolak dan H_0 diterima, bahwa secara parsial persepsi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah.
3. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan nilai thitung untuk prilaku sebesar $2.056 >$ ttabel 1.994 dan nilai signifikan $0,044 <$ dari alpha 0.05 , maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, bahwa secara parsial prilaku berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah.

4. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan nilai t_{hitung} untuk motivasi sebesar $2.363 > t_{tabel}$ 1.994 dan nilai signifikan $0,021 <$ dari α 0.05 , maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, bahwa secara parsial motivasi berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah.
5. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel pengetahuan, persepsi, perilaku dan motivasi yang terjadi pada secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah, ini dibuktikan dengan nilai F_{hitung} $3,46 > F_{tabel}$ $2,35$.

DAFTAR PUSTAKA

- A. sonny Keraf and Michael Dua, *Ilmu pengetahuan (Tinjauan filosofis)*, Kasinisius Yogyakarta 2001
- Anggie Nurmalasari, “Pengaruh pengetahuan dan motivasi terhadap minat menabung mahasiswa perbankan syariah angkatan 2016 iain ponorogo di bank bri syariah kcp ponorogo”, (Jurnal fakultas ekonomi dan bisnis islam, IAIN Ponorogo), 2019
- Amstrong Dan Kotler, 2004, *Perilaku Konsumen Teori Dan Penerapan Nya Dalam Pemasaran*. Bogor:Ghalia Indonesia
- Emmang Gusmail, *Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kurangnya minat masyarakat menabung di bank syariah*. Rappocini Kota Makassar : Skripsi UIN Alauddin, 2016
- G Consuelo Sevilla. *Pengantar Metode Penelitian*. Jakarta : Universitas Indonesia UI-Press, 2006
- Ghozali Imam, *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*. Semarang : Badan penerbit UNDIP, 2005
- Hurryati Ratih, *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen Fokus Pada Konsumen Kartu Kredit Perbankan*. Bandung:Afabeta, 2005
- Idi Abdullah, *Sosiologi Pendidikan*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2011
- Ilmawan Firnia Nova, “Pengaruh Persepsi dan Sikap Pelaku Usaha Terhadap Pemilihan Bank Syariah Setelah Fatwa Majelis Ulama Indonesia di Kauman Surakarta”, Skripsi, IAIN Surakarta, 2017
- Kasmir, *Manajemen perbankan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010
- Maghfiroh Laili Nur, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Untuk Menabung Study Kasus Pada Nasabah Bmt An-Nur Rewwin Sidoarjo”, Skripsi, Universitas Slam Negeri Sunan Ampel Program Study Ekonomi Syariah Surabaya, 2018
- Muhammad, *Manajemen Keuangan Syariah: Analisis Fiqh dan Keuangan*. Yogyakarta: upp stim ykp, 2014

- Nazir Moh., *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2008
- Nisa Ayu Purwati, "Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi terhadap minat nasabah dalam penggunaan mobile banking bank syariah (Studi Pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Darussalam Banda Aceh)" (Jurnal, fakultas ekonomi dan bisnis, Ar-Raniry Banda Aceh,). 2018
- Nur Laili Maghfiroh, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Untuk Menabung Study Kasus Pada Nasabah Bmt An-Nur Rewwin Sidoarjo (Jurnal, Universitas Slam Negeri Sunan Ampel Program Studi Ekonomi Syariah Surabaya), 2018
- Oktavia Eka, "Analisis Persepsi Pengetahuan dan Sikap Nasabah Terhadap Keberadaan Bank Syariah", (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung), 2018
- Ramadhan Syahri Suhendra Dimas, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Pembiayaan Murabahah Pada BMT Al-QOBAN Pusri Palembang". Skripsi, Fakultas Ekonomu dan Bisnis Islam UIN Raden Patah Palembang, 2017
- Prof. T.M Hasbi ash Shiddieqy, Dr. Tafsir al-Bayan, PT Almaarif, Bandung, J 2
- Sabani Akbar, *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi rendahnya minat masyarakat muslim menabung pada bank syariah*. Kota Palopo : Skripsi, UIN Alauddin, 2017
- Setiasih Panca, "Analisis Persepsi, Preferensi, Sikap dan Perilaku Dosen Terhadap Perbankan Syariah", Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Wali Songo, 2010
- Sugiarto Aji, *Pengaruh Pengetahuan, Persepsi, Sikap, Dan Perilaku Pelaku Bisnis Terhadap Minat Bertransaksi Di Perbankan Syariah, (Studi Pada Pelaku Bisnis Pasar Demangan Yogyakarta*. Yogyakarta : Skripsi, UIN Sunan Kalijaga), 2018
- Suliyanto, *ekonometrika terapan: teori & aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2011
- Sutedi Adrian, *Perbankan Syariah*. Bogor : Ghalia Indonesia, 2013 Sutedi Andrian, *Pasar Modal Syariah*. Jakarta : Sinar Grafika, 2011
- Utami Ratna Ana Dwi, *Pengaruh persepsi masyarakat tentang bank syariah terhadap minat menabung di bank syariah*. Wijirego pandak bantul : Skripsi, UIN Sunan Kalijaga, 2017
- Vivianli Liu, *Pengaruh kualitas pelayanan, harga dn suasana café terhadap kepuasan konsumen*. Universitas Sanatadharma Yogyakarta, 2016
- Wijaya Adi Dody, *Analisis Peran Perbankan Syariah Dalam Mengimpletasikan Keuangan Inklusif Di Indonesia*. Yogyakarta : Skripsi, UIN Sunan kalijaga, 2017