

Pengetahuan Riba dan Teknologi Informasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Perbankan Syariah Pada Masyarakat Surakarta

Sidiq Hariyanto¹⁾, Muhammad Tho'in²⁾, Sumadi³⁾ Agus Subekti⁴⁾

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia

Email Korespondensi: sidiqsoekarto@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan tentang riba dan teknologi informasi terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah (Studi Masyarakat Surakarta). Penelitian ini dilakukan di wilayah Surakarta dengan sampel sebanyak 50 responden dari hasil setelah penelitian. Dengan menggunakan teknik probability sampling dari perhitungan regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini adalah variabel pengetahuan tentang riba berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah perbankan syariah, dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,451 > 2,01174$ atau dengan nilai signifikan $0,001 < 0,05$. Sedangkan variabel Teknologi Informasi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah perbankan syariah, dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $6,195 > 2,01174$ atau dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Nilai koefisien determinasi pada penelitian ini sebesar 70,4% yang berarti pengaruh variabel pengetahuan riba, dan teknologi informasi berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah perbankan syariah sebesar 70,4% dan sisanya 29,6% adalah dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

Kata kunci: *riba, teknologi informasi, keputusan menjadi nasabah*

Abstract

This study aims to determine the effect of knowledge about usury and information technology on the decision to become a customer of a sharia bank (Study of the Surakarta Society). This research was conducted in the Surakarta area with a sample of 50 respondents from the results after the research. By using probability sampling technique from multiple linear regression calculations. The result of this study is that the knowledge variable about usury has a significant positive effect on the decision to become a sharia banking customer, with $t_{count} > t_{table}$ that is $3.451 > 2.01174$ or with a significant value of $0.001 < 0.05$. While the Information Technology variable has a significant positive effect on the decision to become a sharia banking customer, with $t_{count} > t_{table}$ that is $6.195 > 2.01174$ or with a significant value of $0.000 < 0.05$. The value of the coefficient of determination in this study is 70.4%, which means the influence of the variable knowledge of usury, and information technology has an effect on the decision to become a customer of Islamic banking by 70.4% and the remaining 29.6% is influenced by other variables outside the study.

Keywords: *Riba, Information Technology, Decision to Become a Customer*

PENDAHULUAN

Perkembangan perbankan syariah dalam waktu belakangan ini sudah mulai pesat dan menarik perhatian masyarakat muslim untuk menggunakan jasa perbankan syariah yang lebih halal dan jauh dari riba. Namun masih banyak masyarakat muslim yang belum tau apa itu perbankan syariah, bagaimana mekanismenya dan bahkan belum begitu faham tentang riba itu sendiri. Seharusnya semakin seseorang itu faham akan keharaman riba maka akan berbanding lurus dengan semakin tinggi minat untuk menjadi nasabah bank syariah (Nasution, 2020).

Pengetahuan adalah informasi yang diketahui dengan pemahaman dan potensi yang melekat di benak seseorang. Pengetahuan mahasiswa mengenai bank syariah mencakup pengetahuan produk, layanan, serta pengetahuan tentang penerapan nilai-nilai syariah oleh perbankan syariah. Pemahaman dan pengetahuan mengenai bank Syariah akan mempengaruhi keputusan yang akan dipilih oleh mahasiswa. Jika pengetahuan tentang bank syariah rendah maka dalam memandang dan keinginan untuk menjadi nasabah bank syariah pastinya rendah pula dan apabila pengetahuan tentang bank syariah tinggi maka keinginan untuk menjadi nasabah bank syariah pastinya tinggi (Nasution, 2020)..

Masyarakat Surakarta yang banyak kegiatan keagamaan, masyarakat muslim cenderung religius, jika melihat lokasi daerahnya yang lebih religi tentunya lebih paham mengenai riba. Maka dengan begitu seharusnya masyarakat surakarta akan jauh lebih faham tentang riba dan memiliki minat yang lebih tinggi untuk menjadi nasabah di perbankan syariah. Masyarakat Surakarta sudah mengetahui mengenai bahaya, dampak dan dosa yang ditimbulkan dari riba, namun realita dilapangan masih sedikit masyarakat Surakarta yang belum membuka rekening tabungan bank syariah atau menabung di bank syariah bahkan masih banyak masyarakat surakarta yang menabung di bank konvensional.

Lembaga perbankan dan keuangan baik konvensional maupun syariah telah dipengaruhi dengan kuat oleh perkembangan produk dalam teknologi informasi untuk memberikan jasa-jasa mereka kepada pelanggan mereka. Oleh karena itu, dalam rangka memenuhi tuntutan akan perkembangan teknologi, maka banyak industri perbankan yang menyediakan layanan berbasis IT. Salah satunya adalah penggunaan m-banking, meskipun dengan investasi yang cukup mahal, m-banking semakin banyak peminatnya setelah beberapa tahun belakangan ini diaplikasikan oleh bank papan atas (Musyayadah, 2021).

Mobile Banking adalah pemanfaatan teknologi sebagai media untuk melakukan transaksi perbankan, kegiatan ini menggunakan smartphone sebagai perantara atau penghubung antara nasabah bank dan pihak bank. Selain itu, transaksi yang digunakan berbentuk maya atau tanpa memerlukan proses tatap muka antara nasabah dan petugas bank. Mobile Banking merupakan layanan perbankan yang berfungsi untuk memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi perbankan tanpa perlu datang ke bank atau ATM kecuali penarikan uang cash. Atas dasar penjelasan-penjelasan diatas, maka penelitian ini dimaksudkan untuk

mengidentifikasi Pengaruh Pengetahuan Tentang Riba Dan Teknologi Informasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Perbankan Syariah.

Beberapa penelitian terdahulu sudah dilakukan oleh Hasibuan dan wahyuni (2020); Mahmuda dan anwar (2019); Parastika dkk (2021); Rika (2019); Sahar (2021); Nurngaeni (2018); dan Maski (2010) dimana pengetahuan tentang riba mempengaruhi seseorang untuk menabung di perbankan syariah. Semakin mengetahui ketentuan hukum tentang riba, seseorang akan semakin mentaati larangan menjauhi riba pada perbankan konvensional dan beralih ke perbankan syariah. Sedangkan penelitian putri (2016) dan Saputra (2014), dimana teknologi informasi seperti fasilitas ATM, m-banking, internet banking dan sebagainya ikut mendorong seseorang untuk menabung di perbankan syariah.

KAJIAN TEORITIS

2.1. Keputusan Menabung

2.1.1. Pengertian Keputusan

Menurut Peter dan Olson dalam Kurniawati (2019) pengambilan keputusan konsumen adalah proses pemecahan masalah yang diarahkan pada sasaran. Lebih lengkap lagi menyebutkan bahwa inti dari pengambilan keputusan adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih, dan memilih salah satu diantaranya.

Tahapan Pengambilan Keputusan adalah sebagai berikut:

- 1) Pengenalan kebutuhan: konsumen mengartikan perbedaan antara keadaan yang diinginkan dan situasi aktual yang memadai untuk membangkitkan dan mengaktifkan proses keputusan konsumen.
- 2) Pencarian informasi: konsumen mencari informasi yang disimpan di dalam ingatan atau mendapatkan informasi yang relevan dengan keputusan dari lingkungan.
- 3) Evaluasi alternatif: konsumen mengevaluasi pilihan berkaitan dengan manfaat yang diharapkan dan mengerucutkan pilihan sampai dengan alternatif pilihan.
- 4) Keputusan pembelian: konsumen memperoleh alternatif yang dipilih atau pengganti yang dapat diterima.
- 5) Perilaku pasca pembelian: konsumen mengevaluasi apakah alternatif yang dipilih dapat memenuhi kebutuhan. (Magda, 2019)

Keputusan nasabah adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih, dan memilih salah satunya (Putri, et al, 2021). Pengambilan keputusan konsumen dalam membeli barang disebabkan oleh perbedaan karakteristik seseorang (manfaat,kebutuhan, nilai pengalaman masa lalu, sikap dan gaya hidup) dan juga berupa pengaruh sosial yang meliputi kondisi keluarga maupun perbedaan kelas sosial (Putranto, 2019).

2.1.2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menabung

Menurut Andespa (2017) faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menabung adalah:

- 1) Faktor Marketing Mix, yaitu seperangkat alat pemasaran yang digunakan untuk mencapai tujuan pemasarannya. Jika sasaran sudah ditentukan maka perusahaan harus membuat suatu rencana yang baik untuk memasuki segmen pasar yang dipilih seperti, produk, harga, dan promosi..
- 2) Faktor Kelas Sosial, ialah pembagian masyarakat yang relatif homogen dan permanen yang tersusun secara hierarki dan anggotanya menganut nilai-nilai, minat dan perilaku yang serupa.
- 3) Faktor Keluarga, anggota keluarga merupakan faktor yang paling penting bagi beberapa konsumen, karena secara kuat mempengaruhi nilai, sikap, konsep pribadi, dan perilaku pembelian.
- 4) Faktor Pribadi, keputusan juga dipengaruhi karakteristik pribadi yang terdiri dari, usia, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri.
- 5) Faktor Keyakinan, setiap orang memiliki keyakinan yang berbeda-beda terhadap sesuatu, tak terkecuali terhadap bank syariah, masih ada beberapa orang yang beranggapan bank syariah sama dengan bank konvensional. Keyakinan disini bisa juga berarti agama yang dianut oleh masyarakat.
- 6) Faktor Pemahaman, setiap orang memiliki pemahaman yang berbeda terhadap suatu hal, ada yang pendidikannya tinggi maka tinggi pula ilmu dan pemahamannya terhadap sesuatu, sebaliknya jika pendidikannya rendah maka pemahaman dan ilmunya lebih sedikit
- 7) Faktor Lokasi, Setiap perusahaan harus memiliki lokasi tempat berdirinya perusahaan, karena lokasi perusahaan tersebut akan didatangi oleh pelanggan-pelanggannya. Ketetapan pemilihan lokasi merupakan hal yang penting dalam sebuah perusahaan karena lokasi juga mempengaruhi tingkat penjualan dalam sebuah perusahaan

2.1.3. Indikator keputusan

Menurut Tjiptono (2015) indikator keputusan adalah:

- 1) Identifikasi kebutuhan
- 2) Pencarian Informasi
- 3) Evaluasi Alternatif
- 4) Keputusan Pembelian atau Konsumsi
- 5) Perilaku setelah Membeli

2.2. Pengetahuan Tentang Riba

Pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa, serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen” (Mowen and Minor, 2008). Menurut Engel et al. (2004) membagi pengetahuan konsumen ke dalam tiga jenis pengetahuan yaitu: “(1) pengetahuan produk, (2) pengetahuan pembelian dan (3) pengetahuan pemakaian.

Pengertian riba secara etimologi berasal dari bahasa arab yaitu dari kata riba *yarbu rabwan* yang berarti *az-ziyadah* (tambahan) atau *al-fadl* (kelebihan). Menurut Ustaz Sulaiman Rasjid, secara lughot, riba dalam bahasa Arab berarti lebih atau bertambah. Sedangkan menurut *syara'*, riba adalah akad yang terjadi dengan penukaran yang tertentu (Wijayanto, 2019). Implementasi riba terdapat pada bunga pada perbankan konvensional. Bunga bank dapat diartikan sebagai balas jasa yang diartikan oleh bank yang berdasarkan prinsip konvensional kepada nasabah yang membeli atau menjual produknya. Bunga bagi bank dapat diartikan sebagai harta yang harus di bayar oleh nasabah (yang memiliki simpanan) dan harga yang harus di bayar oleh nasabah kepada bank (nasabah) yang memperoleh pinjaman (Widjaja, 2013).

2.3. Teknologi Infomasi

Menurut Hamzah B. Uno dan Nina Lamatenggo (2011) juga mengemukakan teknologi informasi adalah suatu teknologi yang digunakan untuk mengolah data. Pengolahan itu termasuk memproses, mendapatkan, menyusun, menyimpan, memanipulasi data dalam berbagai cara untuk menghasilkan informasi yang berkualitas, yaitu informasi yang relevan, akurat, dan tepat waktu.

Teknologi Informasi merupakan elemen penting dalam kehidupan berbangsa dan bernegara. Peranan teknologi informasi pada aktivitas manusia pada saat ini memang begitu besar. Teknologi informasi telah menjadi fasilitas utama bagi kegiatan berbagai sektor kehidupan dimana memberikan andil besar terhadap perubahan – perubahan yang mendasar pada struktur operasi dan manajemen organisasi, pendidikan, transportasi, kesehatan dan penelitian.

Pemanfaatan Teknik Informasi di dunia Perbankan.

a) Sistem Online

Dengan adanya sistem online ini para penggunanya tidak perlu lagi repot repot mendatangi bank untuk melakukan transaksi seperti melakukan transaksi, membayar tagihan telepon, listrik, pulsa, dan lain-lainnya. Selain efisien, hemat waktu juga lebih aman. Pemanfaatan teknologi informasi dengan sistem online misalnya Mobile Banking. Internet Banking, Phone Banking.

Arti istilah Mobile Banking dianggap berkaitan erat dengan pengertian berikut atau disingkat dengan M-Banking. Fasilitas perbankan dengan melalui komunikasi bergerak seperti handphone. Dengan penyediaan fasilitas yang hampir sama dengan ATM kecuali mengambil uang cash. Arti istilah SMS Banking merupakan layanan yang disediakan Bank menggunakan sarana SMS untuk melakukan transaksi keuangan dan permintaan informasi keuangan misal cek saldo, mutasi rekening dan sebagainya (Nurastuti, 2015).

Internet Banking merupakan salah satu pelayanan jasa Bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet. Jenis kegiatan Internet Banking dibedakan menjadi 3 (tiga) yaitu *informational internet banking*, *communicative internet banking*, dan *transactional internet banking*.

Sedangkan layanan phone banking merupakan jasa yang disediakan bank untuk melakukan transaksi, antara lain: (1) Transaksi di mana dapat dilakukan selama waktu tertentu melalui phone banking dengan bantuan seorang anngotakaryawan bank yang menerima intruksi dengan menggunakan telepon. (2) Transaksi di mana dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan jasa otomatis dengan menggunakan telepon oleh nasabah tanpa bantuan staf bank. (3) Transaksi yang lainnya yang dapat disediakan oleh bank dari waktu ke waktu (Nurastuti, 2015).

b) ATM

ATM (bahasa Indonesia: Anjungan Tunai Mandiri atau dalam bahasa Inggris: *Automated Teller Machine*) adalah sebuah alat elektronik yang memungkinkan nasabah bank untuk mengambil uang dan mengecek rekening tabungan mereka tanpa perlu dilayani oleh seorang "teller" manusia. Banyak ATM juga memungkinkan penyimpanan uang atau cek, transfer uang atau bahkan membeli perangko. Fitur tradisional ATM adalah untuk mengetahui informasi saldo dan melakukan penarikan tunai. Dalam perkembangannya, fitur semakin bertambah yang memungkinkan untuk melakukan pemindah bukuan antar rekening, pembayaran (kartu kredit, listrik, dan telepon), pembelian (voucher dan tiket), dan yang terkini transfer ke bank lain (dalam satu switching jaringan ATM). Selain bertransaksi melalui mesin ATM, kartu ATM dapat pula digunakan untuk berbelanja di tempat perbelanjaan, berfungsi sebagai kartu debit. Bila kita mengenal ATM sebagai mesin untuk mengambil uang, belakangan muncul pula ATM yang dapat menerima setoran uang, yang dikenal pula sebagai Cash Deposit Machine/CDM. Layaklah bila ATM disebut sebagai mesin sejuta umat dan segala bisa, karena ragam fitur dan kemudahan penggunaannya. ATM sering ditempatkan di lokasi lokasi strategis, seperti restoran, pusat perbelanjaan, bandar udara, pasar, dan kantor-kantor bank itu sendiri (Handman, 2009).

METODE

Populasi adalah keseluruhan individu yang menjadi objek atau sumber data penelitian (Sugiyono, 2016). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat Kota Surakarta yang menggunakan jasa perbankan syariah. Sampel adalah wakil atau sebagian populasi yang diamatim(Arikunto, 2013). Dalam Penelitian ini tersedia 50 sampel. Sumber data pada penelitian ini yaitu menggunakan sumber data primer yang dilakukan pada masyarakat Surakarta. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini merupakan metode kuantitatif dengan cara menyebar kuesioner.

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas, yaitu Pengetahuan Tentang Riba (X_1), Teknologi Informasi (X_2). Sedangkan dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat, yaitu Keputusan Menjadi Nasabah Perbankan Syariah (Y). Indikator variabel Pengetahuan tentang riba adalah dasar larangan riba, riba, pengertian riba, bunga bank adalah riba, bahaya riba, transaksi sesuai syariah di bank syariah. Indikator untuk variabel teknologi informasi adalah kemudahan, risiko dan pelayanan. Sedangkan indikator keputusan menabung adalah

identifikasi kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternative, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pengambilan keputusan.

Penelitian ini menggunakan analisa regresi linier berganda, meliputi uji t, uji F dan uji koefisien determinasi R square. . Terlebih dahulu, data diuji dengan uji validitas dan reliabilitas, untuk memastikan pertanyaan kuesioner valid dan reliable. Data juga diuji dengan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas, dan uji autokorelasi untuk memastikan data baik dan hasil regresi dapat dipercaya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Hasil Penelitian

1) Hasil uji Validitas dan reliabilitas

Variabel pengetahuan tentang riba terdiri 5 item pertanyaan maka pengujian ini dilakukan dengan membandingkan r_{hitung} dan r_{tabel} . Hasil uji validitas ini dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Pengetahuan Tentang Riba

Pengetahuan Tentang Riba (X1)	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X1.1	0,805	0,273	Valid
X1.2	0,785	0,273	Valid
X1.3	0,843	0,273	Valid
X1.4	0,744	0,273	Valid
X1.5	0,495	0,273	Valid

Sumber: data primer yang diolah 2022

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel diatas diketahui bahwa seluruh item pertanyaan pada variabel pengetahuan tentang riba memiliki nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Oleh karena itu, seluruh pertanyaan kuisisioner variabel pengetahuan tentang riba dinyatakan valid.

Variabel teknologi informasi terdiri dari 6 item pertanyaan untuk melakukan pengujian dengan membandingkan nilai r_{hitung} dan r_{tabel} . Hasil pengujian ini dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Teknologi Informasi

Teknologi Informasi (X2)	r_{hitung}	r_{table}	Keterangan
X2.1	0,766	0,273	Valid
X2.2	0,755	0,273	Valid
X2.3	0,639	0,273	Valid
X2.4	0,777	0,273	Valid
X2.5	0,816	0,273	Valid

X2.6	0,733	0,273	Valid
------	-------	-------	-------

Sumber: data primer yang diolah 2022

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel diatas diketahui bahwa seluruh item pertanyaan pada variabel teknologi informasi memiliki nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Oleh karena itu, seluruh pertanyaan kuisioner dinyatakan valid.

Variabel keputusan menjadi nasabah bank syariah pertanyaan sebanyak 7 dimana pengujian ini dengan membandingkan nilai r_{hitung} dan r_{tabel} . Hasil pengujian ini dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 3 . Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Menjadi Nasabah

Keputusan (Y)	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Y1	0,706	0,273	Valid
Y2	0,656	0,273	Valid
Y3	0,509	0,273	Valid
Y4	0,748	0,273	Valid
Y5	0,757	0,273	Valid
Y6	0,755	0,273	Valid
Y7	0,721	0,273	Valid

Sumber: data primer yang diolah 2022

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel diatas diketahui bahwa seluruh item pertanyaan pada variabel keputusan menjadi nasabah memiliki r_{hitung} lebih besar dari pada r_{tabel} . Oleh karena itu, seluruh pertanyaan variabel keputusan menjadi nasabah dinyatakan valid.

Hasil Uji Reliabilitas disajikan sebagai berikut:

Tabel 4. Rangkuman Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Pengetahuan Tentang Riba	0,768	Reliabel
Teknologi Informasi	0,837	Reliabel
Keputusan Menjadi Nasabah	0,815	Reliabel

Sumber: data primer yang diolah 2022

Dari tabel diatas menyatakan bahwa hasil pengujian reliabilitas variabel pengetahuan tentang riba dan teknologi informasi terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah terdapat nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60 yang menerangkan jika seluruh variabel menunjukkan kuatnya reliabilitas.

2) Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas dalam penelitian ini juga menggunakan uji One Sample Kolmogorov Smirnov. Dimana data dikatakan berdistribusi normal apabila nilai Asymp. sig. > 0,05.

Berikut hasil uji One Sample Kolmogorov Smirnov:

Tabel 5. Uji One Sample Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual
N	50
Normal Parameters ^{a,b} Mean	.0000000
Std. Deviation	2.52167924
Most Extreme Differences Absolute	.077
Positive	.077
Negative	-.070
Test Statistic	.077
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

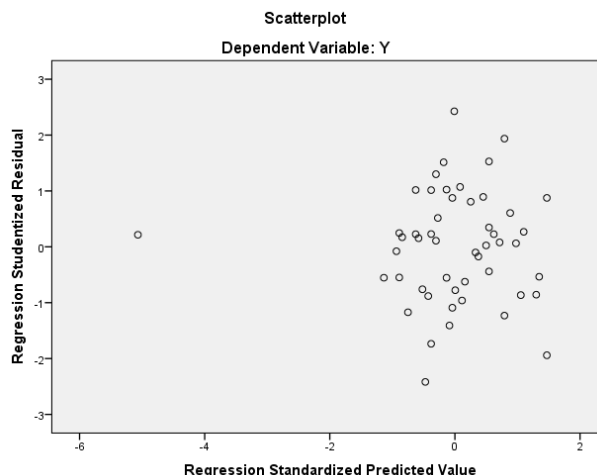
c. Lilliefors Significance Correction.

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

Sumber data: data primer yang diolah 2022

Berdasarkan tabel diatas nilai Asymp. Sig. (2-tailed) 0,200 > 0,05. Hal ini berarti data berdistribusi normal atau lolos uji normalitas.

Uji heteroskedastisitas pada penelitian ini digunakan untuk menentukan ada tidaknya heteroskedastisitas menggunakan uji grafik *scatterplot*. Jika tidak terdapat pola yang jelas, maupun titik-titik yang menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas



Berdasarkan gambar diatas menyatakan pada model regresi tidak terdapat gejala heteroskedastisitas ini karena seperti titik-titik yang menyebar secara acak dan tidak teratur maka mengindikasikan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Pengujian multikolinieritas dapat dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) pada model regresi. Kriteria pengambilan keputusan terkait uji multikolinearitas adalah jika nilai VIF < 10 atau nilai *Tolerance* > 0,01, maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	Variance Influence Factor (VIF)	Keterangan
Pengetahuan riba	0,649	1,540	Terjadi Multikolinieritas
Teknologi Informasi	0,649	1,540	Terjadi Multikolinieritas

Sumber: data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.10 hasil uji multikonieritas diatas, diketahui bahwa nilai *Tolerance* untuk variabel Pengaruh pegetahuan tentang riba (X1) adalah 0,649 atau lebih besar dari 0,1, Pengetahuan teknologi informasi (X2) adalah 0,649, dimana semua variabel X lebih besar 0,1. Sementara itu, nilai VIF untuk variabel Pengetahuan tentang riba adalah 1,540, Pengetahuan teknologi informasi adalah 1,540 dimana semua variabel X lebih kecil dari 10,00. Jadi bisa disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas dalam model regresi.

Uji autokorelasi penelitian ini menggunakan uji Durbin Watson Test, dengan dasar pengambilan keputusan jika nilai $du < dw < 4-du$, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi. Hasil penelitian dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 7. Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Squer	Adjusted R Squer	Std. Error of the Estimate	DW
1	0,846 ^a	0,716	0,704	2,574	1,672

Sumber: data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai yang dihasilkan oleh *Durbin-Watson* (dW) yaitu 1,4625 lebih kecil dari batas atas (dU) yaitu 1,4625 dan kurang dari 4-dU (4-1,4625 = 2,5375) atau (1,4625 < 1,672 < 2,5375) yang memenuhi syarat Durbin-Watson yaitu $du < dw < 4-du$. Hal

tersebut menunjukkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi autokorelasi antara variabel independent.

3) Hasil Analisa Regresi Linier Berganda

a) Hasil Uji t

Uji t digunakan untuk menguji apakah variabel pengetahuan tentang riba (X1), pengetahuan teknologi informasi (X2), memiliki pengaruh terhadap variabel Keputusan nasabah menjadi nasabah perbankan syariah (Y) atau tidak. Kriteria yang digunakan yaitu menolak H_0 dan menerima H_a apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, serta menolak H_0 dan menerima H_a apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka menerima H_0 dan menolak H_a atau dengan membandingkan nilai signifikansi dengan $\alpha = 5\%$. Adapun hasil dari Uji t dapat dilihat pada hasil SPSS berikut:

Tabel 8. Hasil Uji t

Variabel	t_{hitung}	Sign	Keterangan
Pengetahuan tentang riba(X1)	3,541	0,001	Signifikan
teknologi informasi (X2)	6,195	0,000	Signifikan

Sumber: data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.12 diatas tersebut dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Hasil perhitungan pengetahuan tentang riba terhadap keputusan nasabah menjadi nasabah perbankan syariah.
Hasil perhitungan pengetahuan tentang riba terhadap keputusan menjadi nasabah yang dihasilkan dari $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $3,541 > 2,01174$ sehingga H_0 ditolak, artinya variabel pengetahuan tentang riba secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah. Berdasarkan pengujian terhadap nilai probabilitas yang dapat diketahui dari hasil Sig sebesar $0,001 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan artinya variabel pengetahuan tentang riba berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah perbankan syariah.
- 2) Hasil perhitungan pengaruh teknologi informasi terhadap keputusan nasabah menjadi nasabah perbankan syariah
Hasil perhitungan pengaruh teknologi informasi terhadap keputusan nasabah menjadi nasabah perbankan syariah yang dihasilkan dari $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $6,195 > 2,01174$, sehingga H_0 ditolak artinya variabel teknologi informasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Berdasarkan pengujian terhadap nilai probabilitas yang dapat diketahui dari hasil Sig sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan artinya variabel teknologi informasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah perbankan syariah

b) Hasil Uji F

Uji F ini digunakan untuk menguji apakah variabel pengetahuan tentang riba, dan teknologi informasi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah perbankan syariah. Adapun hasil dari uji simultan (Uji F) adalah sebagai berikut:

Tabel 9. Hasil Uji F ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	785.236	2	392.618	59.223	.000 ^b
Residual	311.584	47	6.629		
Total	1096.820	49			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: data primer yang diolah, 2022

Dari hasil pengujian tabel 4.13 diatas dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} sebesar 25,116 dan dapat diketahui bahwa F_{tabel} sebesar 3,20, maka $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $59,223 > 3,20$ maka H₀ ditolak yang artinya model penelitian ini tepat atau variabel pengetahuan tentang riba, dan teknologi informasi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah perbankan syariah

c) Koefisien Determinasi

Uji Koefisien Determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Adapun hasil dari Uji Koefisien Determinasi (R²) sebagai berikut:

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²) Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df 1	df 2	Sig. F Change	
1	.846 ^a	.716	.704	2.57477	.716	59.223	2	47	.000	1.672

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan hasil analisis seperti yang tersaji pada tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai Adjusted R Squer sebesar 0,704 yang berarti pengaruh variabel pengetahuan tentang riba, dan teknologi informasi berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah perbankan syariah sebesar 70,4% dan sisanya sebesar 29,6% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

b. Pembahasan

1. Pengaruh pengetahuan tentang riba terhadap keputusan menjadi nasabah perbankan syariah

Berdasarkan hasil analisis uji t, diketahui bahwa besarnya nilai t_{hitung} pada variabel pengetahuan tentang riba yang didapatkan sebesar 3,451 dengan nilai signifikan sebesar 0,001. Sedangkan besarnya nilai t_{tabel} sebesar 2,01174 ($df=(n-k) = 50-3= 47$, $\alpha = 0,05$), sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,451 > 2,01174$) yang artinya pengetahuan tentang riba secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah perbankan syariah

Pengetahuan tentang riba berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah perbankan syariah karena masyarakat dengan adanya pengetahuan mereka mengenai riba, mengetahui hukuman dan ancaman bagi pelaku riba dari Allah Swt, menimbulkan rasa takut dan taat terhadap larangan riba.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Hasibuan dan Wahyuni (2020)., Nurngaeni (2018)., Parastika,dkk (2021) yang mengatakan bahwa Pengetahuan tentang riba berpengaruh meningkatkan keputusan menjadi nasabah perbankan syariah. Sedangkan menurut Mahmuda dan Anwar (2019), Maski (2010), pada hasil penelitiannya mengatakan bahwa Pengetahuan tentang riba tidak berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah perbankan syariah.

2. Pengaruh Teknologi Informasi terhadap Keputusan menjadi nasabah perbankan syariah.

Berdasarkan hasil analisis uji t, diketahui bahwa besarnya nilai t_{hitung} pada variabel Teknologi Informasi yang didapatkan sebesar 6,195 dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Sedangkan besarnya nilai t_{tabel} sebesar 2,01174 ($df=(n-k)= 50-3 = 47$, $\alpha = 0,05$), sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,195 > 2,01174$) yang artinya Teknologi Informasi secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah perbankan syariah.

Berdasarkan hasil analisis penelitian dapat diketahui bahwa dari hasil analisis diatas, teknologi informasi disini adalah spesifik kepada fasilitas ATM maupun m banking, dimana keduanya mampu memberikan berbagai informasi diantaranya saldo rekening nasabah, cara transfer dan lainnya. Keduanya dapat mempermudah transaksi nasabah tanpa langsung datang ke kantor bank syariah. Hal ini dapat meningkatkan keputusan menabung di perbankan syariah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Saputra (2014) yang mengatakan bahwa teknologi informasi berpengaruh terhadap keputusan menabung di perbankan syariah.

3. Pengaruh pengetahuan tentang riba dan teknologi informasi secara bersama-sama terhadap Keputusan menabung di perbankan syariah.

Berdasarkan hasil analisis uji F, diketahui bahwa besarnya nilai F_{hitung} sebesar 59,223 dengan probabilitas sebesar 0,000 dan F_{tabel} sebesar 3,20. Hasil F_{hitung} dibandingkan F_{tabel} yaitu $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $59,223 > 3,20$, maka H_0 ditolak dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pengetahuan tentang riba dan teknologi informasi secara bersama-sama terhadap Keputusan menabung di perbankan syariah.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka jawaban rumusan masalah dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel pengetahuan tentang riba t_{hitung} yang didapatkan sebesar 3,451 dengan nilai signifikan sebesar 0,001. Sedangkan besarnya nilai t_{tabel} sebesar 2,01174 sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,451 > 2,01174$) yang artinya pengetahuan tentang riba secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah perbankan syariah. Pengetahuan tentang riba berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah perbankan syariah karena masyarakat dengan adanya pengetahuan mereka mengenai riba, mengetahui hukuman dan ancaman bagi pelaku riba dari Allah Swt, menimbulkan rasa takut dan taat terhadap larangan riba.
2. Variabel Teknologi Informasi t_{hitung} yang didapatkan sebesar 6,195 dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Sedangkan besarnya nilai t_{tabel} sebesar 2,01174 sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,195 > 2,01174$) yang artinya Teknologi Informasi secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah perbankan syariah. Berdasarkan hasil analisis penelitian dapat diketahui bahwa dari hasil analisis diatas, teknologi informasi disini adalah spesifik kepada fasilitas ATM maupun m banking, dimana keduanya mampu memberikan berbagai informasi diantaranya saldo rekening nasabah, cara transfer dan lainnya. Keduanya dapat mempermudah transaksi nasabah tanpa langsung datang ke kantor bank syariah. Hal ini dapat meningkatkan keputusan menabung di perbankan syariah.
3. Nilai F_{hitung} sebesar 25,116 dan dapat diketahui bahwa F_{tabel} sebesar 3,20, maka $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $25,116 > 3,20$ maka H_0 ditolak yang artinya model penelitian ini tepat atau variabel pengetahuan tentang riba, dan teknologi informasi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah perbankan syariah

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti disini mengucapkan terimakasih kepada ITB AAS Indoensia sebagai tempat peneliti menempus studi pendidikan Strata 1 Ekonomi Syariah. Terkhusus kepada Bapak Muhammad Thoin, SEI.,ME.Sy dan Bapak Dr. Sumadi.,SE.,MSi selaku pembimbing yang membantu terselesaikannya penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Andespa, Roni. 2017. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung Di Bank Syariah 2. *Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan*. Vol. 2, no. 1.
- Hamzah, B. Uno. dan Lamatenggo, Nina. 2011. *Teknologi, Komunikasi, dan Informasi Pembelajaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Handiman, Edia. 2009. *Bank dan Lembaga Keuangan Bukan Bank*. Jakarta: PT. Indeks Permata Puri Media.
- Hasibuan, Faisal Umardani dan wahyuni, rahma. 2020. Pengaruh Pengetahuan Masyarakat dan Minat Penerapan Nilai Islam Terhadap Keputusan Menggunakan Tabungan Perbankan Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kota Langsa). *JIEI: Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*. Vol 06. No. 1
- Kurniawati, R. 2019. Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan Murabahah pada Bank BRI Syariah KCP Ngawi. IAIN Ponorogo.
- Magda, D. P. W. 2019. Pengaruh Faktor Emosional dan Rasional Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Produk Perbankan Syariah di Tulungagung. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas Tulungagung.
- Maski, Ghazali. 2010. Analisis Keputusan Nasabah Menabung: Pendekatan Komponen dan Model Logistik Studi Pada Bank Syariah di Malang. *Journal of Indonesian Applied Economics*. Vol. 04, No. 01
- Mowen, John. C dan Michael Minor. 2008. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Musyayadah, Raudhotul. 2021. Pengaruh Teknologi Informasi, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Pembiayaan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Pada Bank Syariah Indonesia Cabang Perumnas Klender). *Skripsi Thesis*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.
- Nasution, Abdul Haris. 2020. *Flores Tanjung, Kurikulum dan Pembelajaran Sejarah*. Yayasan Kita Menulis.
- Nurastuti, Wiji. 2015. *Teknologi Perbankan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Nurngaeni. 2018. Pengaruh Pengetahuan Dan Persepsi Mahasiswa Tentang Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto). *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. IAIN Purwokerto.

- Parastika., Hartini., Titin...,Amri, Ulil. 2021. Pengaruh Religiusitas Dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah Dengan Minat Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Intelektualita: Keislaman/ Sosial, dan Sains* Vol. 10 No. 1
- Putranto, M. Z. N. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Mahasiswa Menjadi Nasabah di Bank Syariah. *Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas Muhammadiyah Malang.*
- Putri, Saskia, Fasa., Muhammad Iqbal., Suharto. 2021. Pengaruh Produk, Pelayanan Dan Motivasi Menghindari Riba Terhadap Keputusan Mahasiswa Menjadi Nasabah Bank Syariah. El Mudhorib: *Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan Syariah*. Vol. 2. No. 01
- Putri,adika anggarani.2016. Pengaruh Teknologi Informasi Dan Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan *Mobile Banking*. *Skripsi jurusan ekonomi perbankan islam UMY.*
- Rika. 2019. Pengaruh pengetahuan masyarakat tentang riba terhadap keputusan menggunakan jasa kredit pada rentenir (Studi kasus di kecamatan Padang Gelugur Kabupaten Pasaman). *Skripsi. Fakultas ekonomi dan bisnis islam IAIN Padangsidempuan*
- Sahar, Zul Akram. 2021. Pengaruh Pemahaman Tentang Riba,Kwalitas Pelayanan, Dan Lokasi Terhadap Keutusan Masyarakat Menabung Pada Bank Syariah. *Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Sultan Thaha Syaifuddin Jambi.*
- Saputra, Wakhid Ajhi. 2014. Pengaruh Strategi Pemasaran, Perkembangan Teknologi Informasi Dan Inovasi Terhadap Pengambilan Keputusan Penjualan Dipasar Tradisional Di Surakarta. *Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah Surakarta*
- Sugiyono. 2011. *Statiska Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Tho'in, Muhammad. 2016. *Larangan Riba Dalam Teks Dan Konteks*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Vol.2 No. 2.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*. Edisi 4. Andi Offset. Yogyakarta
- Widjaja, Wangsa. 2013. *Pembiayaan Bank Syariah*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Wijayanto, Muhammad Lip. 2019. *Tuhan, Aku Ingin Hidup Tanpa Riba*. Desa Pustaka Indonesia.