

Pengaruh Pengetahuan Riba, Atribut Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Memilih Produk Simpanan LKMS BTM

Rina Istiqomawati ^{a,1*}, Windu Baskoro ^{a,2}, Dwi Fahru Rozi ^{a,3}

^a STIE Yogyakarta, Indonesia

¹ rinaistiqomawati18@gmail.com*

*korespondensi penulis

Informasi artikel

Received: 2 Januari 2022;

Revised: 17 Januari 2022;

Accepted: 25 Januari 2022.

Kata-kata kunci:

Pengetahuan Riba;

Atribut Produk;

Kualitas Pelayanan;

Minat.

: ABSTRAK

Minat mengarahkan pada pilihan memilih produk simpanan pada LKMS BTM Pemalang Cabang Petarukan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengetahuan riba, atribut produk, dan kualitas pelayanan mempengaruhi minat memilih produk simpanan pada LKMS BTM Pemalang cabang Petarukan. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda, serta uji t dan uji F. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 150 responden yang menjadi anggota pada LKMS BTM Pemalang cabang petarukan, menggunakan teknik Purposive Sampling. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel pengetahuan riba dan variabel atribut produk tidak memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap minat memilih produk simpanan pada. Sedangkan variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat memilih produk simpanan pada, dibuktikan dengan nilai sig. sebesar $0,00 < 0,05$. Berdasarkan hasil uji F variabel pengetahuan riba, atribut produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap minat memilih produk simpanan pada, dibuktikan dengan nilai sig. sebesar $0,00 < 0,05$.

Keywords:

Knowledge of Riba;

Product Attributes;

Quality of Service;

Interest.

ABSTRACT

The Influence of Riba Knowledge, Product Attributes and Service Quality on Interest in Choosing LKMS BTM Savings Products. Interest directs the choice of choosing a deposit product at the BTM Pemalang LKMS Petarukan Branch. This study aims to determine usury knowledge, product attributes, and service quality affect the intention to choose savings products at LKMS BTM Pemalang Petarukan branch. This study aims to determine usury knowledge, product attributes, and service quality affect the intention to choose a savings product at the BTM Pemalang LKMS Petarukan. The research method used is quantitative research. The data analysis technique used multiple linear regression analysis, as well as t-test and F-test. Data were obtained by distributing questionnaires to 150 respondents who were members of the Petarukan BTM LKMS, using the Purposive Sampling technique. The results of this study indicate that partially knowledge of riba and product attribute variables do not have a partial significant effect on interest in choosing savings products. Meanwhile, the service quality variable has a significant influence on the interest in choosing savings products, as evidenced by the sig. of $0.00 < 0.05$. Based on the results of the F test, the variable knowledge of usury, product attributes, and service quality has a simultaneous and significant effect on the interest in choosing a savings product, as evidenced by the sig. of $0.00 < 0.05$.

Copyright © 2022 (Muhammad Risqi Maulana & Muhammad Taufiq Abadi). All Right Reserved

How to Cite : Istiqomawati, R., Baskoro, W., & Rozi, D. F. (2022). Pengaruh Pengetahuan Riba, Atribut Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Memilih Produk Simpanan LKMS BTM. *Pacioli : Jurnal Kajian Akutansi Dan Keuangan*, 2(1), 1–8. <https://doi.org/10.56393/pacioli.v2i1.1306>



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/). Allows readers to read, download, copy, distribute, print, search, or link to the full texts of its articles and allow readers to use them for any other lawful purpose. The journal hold the copyright.

Pendahuluan

Kemunculan lembaga keuangan syariah di Indonesia dipelopori oleh berdirinya Bank Muammalat Indonesia yang diteguhkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dapat menarik aspirasi dan keinginan masyarakat untuk mendapatkan pembiayaan dari lembaga keuangan syariah terutama pengusaha UKM. Lembaga keuangan syariah harus bersaing dengan bank konvensional yang telah berkembang jauh sebelum lembaga keuangan syariah. Lembaga keuangan syariah memiliki peluang cukup besar mengingat banyaknya keunggulan dan kelebihan yang dimiliki lembaga keuangan syariah di banding bank konvensional.

Lembaga keuangan syariah memiliki fungsi utama yaitu menghimpun dan dari masyarakat dan kemudian menyalurkan dananya kembali ke masyarakat. Secara umum pengetahuan masyarakat tentang lembaga keuangan syariah yaitu dominan dengan sistem bagi hasilnya dan lembaga keuangan syariah adalah bank Islam. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Miftakhur dan Wahyuni (2016), lembaga keuangan syariah adalah lembaga keuangan yang menjalankan kegiatannya, baik menghimpun dana, menyalurkan dana dan pelayanan jasa. Kemudian pada faktor pertimbangan agama merupakan suatu motivasi penting agar dapat mengajak masyarakat untuk menggunakan jasa lembaga keuangan syariah dan masyarakat non anggota yang diberikan penjelasan terhadap produk atau jasa lembaga keuangan syariah sehingga memiliki minat untuk memilih produk simpanan pada di lembaga keuangan syariah (Miftakhur & Wahyuni, 2016).

Pengetahuan Riba merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat memilih produk simpanan pada di bank syariah. Pengetahuan menurut Notoatmodjo adalah hasil dari tahu yang diperoleh melalui panca indra manusia yang sebagian besar pengetahuan diperoleh melalui mata dan telinga. Riba adalah tambahan atau kelebihan dari modal pokok yang disyaratkan bagi salah satu dari dua orang yang mengadakan akad (Irawati & Akramunnas, 2018). Pengetahuan Riba adalah sesuatu yang diperoleh tentang bagaimana jika menjadi pelaku Riba, dalam Islam Riba adalah hal yang diharamkan untuk dilakukan. Penelitian Hafni Rahmayani dkk (2021) menunjukkan bahwa pengetahuan menghindari Riba secara parsial berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan menjadi anggota tabungan marhamah pada PT Bank of Sumut Syariah (Rahmayani et al, 2021).

Faktor atribut produk juga menjadi faktor yang mempengaruhi minat memilih produk simpanan pada di bank syariah. Atribut produk menurut Simamora adalah segala sesuatu yang melekat pada produk dan menjadi bagian dari produk itu sendiri (Sungkar & Budiarmo, 2016). Seperti penelitian oleh Sindi Meinita Sari (2021) menunjukkan bahwa Atribut produk berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa memilih produk simpanan pada di bank syariah (Sari, 2021).

Faktor kualitas pelayanan juga menjadi faktor yang mempengaruhi minat memilih produk simpanan pada di bank syariah. Kualitas pelayanan merupakan faktor penting yang memberikan kepuasan bagi pelanggannya yang terkait dengan hasil perilaku dari mulut-mulut seperti keluhan, rekomendasi dan pertukaran atau perpindahan (Aryska, 2017). Seperti penelitian oleh Diana Oktavia (2021) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa memilih produk simpanan pada di bank syariah (Oktavia, 2021).

Perkembangan pembangunan ekonomi di Indonesia saat ini tidak bisa di lepaskan dari peranan Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS). Lembaga Keuangan Mikro Syariah mempunyai peranan yang cukup penting dalam pertumbuhan stabilitas ekonomi. Hal ini dapat dilihat dengan kehadiran dan perkembangan LKMS ditengah-tengah masyarakat begitu cepat menunjukkan telah diterima masyarakat sebagai patner kerja untuk menumbuh kembangkan usaha kecil mereka (Wiyati et al, 2016). LKMS BTM Pemalang kantor cabang petarukan memiliki badan hukum dengan No. 01/PAD/XIV-19/IV/2016 di bawah naungan Kementrian Koperasi serta dalam pengawasan Otoritas Jasa Keuangan (OJK). LKMS BTM Pemalang menjadi salah koperasi simpan pinjam atau lembaga keuangan mikro syariah yang menawarkan beberapa produk sesuai dengan prinsip syariah. Secara umum produk yang ditawarkan oleh LKMS BTM Pemalang terdiri dari dua jenis yaitu produk tabungan dan produk pembiayaan. LKMS

BTM Pemalang cabang petarukan masih kurang dikenal dengan perbandingan jumlah masyarakat muslim yang ada dikecamatan Petarukan dibuktikan dengan jumlah anggotanya. Berikut tabel jumlah anggota LKMS BTM Pemalang kantor cabang Petarukan:

Tabel 1. Jumlah Anggota pada LKMS BTM Pemalang Kantor Cabang Petarukan

No.	Jenis Produk	Jumlah Anggota
1.	Pembiayaan	217
2.	Tabungan	2247
Jumlah		2464

Sumber: LKMS BTM Pemalang, 2022

Berdasarkan masalah yang telah dikemukakan diatas, maka tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah: (1) untuk mengetahui pengaruh faktor pengetahuan riba, atribut produk, dan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap minat memilih produk simpanan pada LKMS BTM cabang Petarukan, Pemalang; (2) untuk mengetahui faktor pengetahuan riba, atribut produk, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap minat memilih produk simpanan pada LKMS BTM cabang Petarukan, Pemalang.

Metode

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif yaitu penelitian yang menggambarkan atau menguraikan suatu keadaan atau kejadian se jelas mungkin dengan cara menggunakan kuesioner sebagai alat untuk mengumpulkan keterangan dan informasi yang diolah dengan menggunakan statistik, yaitu analisis regresi linier berganda untuk mengetahui hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu variabel dependen (terikat) dan variabel independen (bebas). Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kecamatan Petarukan. Diketahui jumlah masyarakat menurut Badan Pusat Statistik kabupaten Pemalang pada tahun 2021 terdapat 88.278 laki-laki, 85.239 perempuan jiwa (BPS, 2021). Populasi pada penelitian ini yaitu jumlah anggota pada LKMS BTM cabang petarukan dengan jumlah 2.464 anggota. Terdiri dari 217 anggota produk pembiayaan dan 2.247 anggota produk tabungan. Sampel yang akan digunakan pada penelitian ini adalah 150 responden sesuai karakteristik tertentu yaitu anggota yang memiliki rekening pada LKMS BTM cabang Petarukan, Pemalang.

Instrument yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuisisioner. Penelitian ini menggunakan alat uji instrumen penelitian uji Validitas dan Reliabilitas. Metode pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Kuisisioner diberikan kepada responden dengan tujuan agar lebih efektif dan efisien menjangkau jumlah sampel dan mudah memberi penjelasan berkenaan dengan pengisian kuisisioner tersebut. Cara memperoleh data dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden terhadap minat memilih produk simpanan pada di LKMS BTM Pemalang cabang Petarukan. Teknis analisis data dalam penelitian ini menggunakan Uji Asumsi Klasik yang didalamnya terdapat Regresi yang baik harus memenuhi asumsi-asumsi yang disyaratkan untuk memenuhi uji asumsi normalitas, bebas dari multikolinieritas, heterokedastisitas, Uji Koefisien Determinasi (R²), Uji Regresi Linear Berganda, dan Uji Parsial (t) dan Uji Simultan (F)

Hasil dan Pembahasan

Dalam tahap analisis data ini telah dilakukan beberapa teknik analisis data untuk memperoleh jawaban terkait dengan hipotesis yang sudah disusun oleh peneliti dan tentunya berkaitan dengan hasil dari penelitian ini. Dari hasil analisis diperoleh hasil yang akan diuraikan lebih lanjut dalam pembahasan penelitian ini.

Hasil Uji Asumsi Klasik
Pertama, Uji Normalitas

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa data pada penelitian ini berdistribusi normal. Hal tersebut berdasarkan pengambilan keputusan adalah jika nilai signifikansi variabel $> 0,05$ maka distribusi normal, sebaliknya jika signifikansi variabel $< 0,05$ maka distribusi variabel tidak normal. Berdasarkan tabel 13 dapat diketahui nilai Asymp.Sig (2-Tailed) yaitu $0,200 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan data berdistribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel pengetahuan riba, atribut produk, dan kualitas pelayanan tidak terdapat gejala heteroskedastisitas. Dasar pengambilan keputusannya adalah dengan membandingkan nilai signifikansi variabel independen dengan nilai tingkat kepercayaan ($\alpha = 0,05$). Apabila nilai signifikansi lebih besar dari nilai α ($\text{sig} > \alpha$), maka dapat disimpulkan bahwa pada model regresi tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

Variabel pengetahuan riba dengan nilai signifikansi $0,124 > 0,05$, variabel atribut produk dengan nilai signifikansi $0,152 > 0,05$, dan variabel kualitas pelayanan dengan nilai signifikansi $0,204 > 0,05$. Berdasarkan hasil pengujian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa pada model regresi tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

Uji Multikolinieritas

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa semua variabel independen memiliki nilai Tolerance $\geq 0,10$ dan VIF ≤ 10 , sehingga dapat disimpulkan bahwa pada semua variabel independen tidak terjadi multikolinieritas. Hal ini dikarenakan nilai Tolerance pada variabel pengetahuan riba adalah $0,827 \geq 0,10$, variabel atribut produk $0,727 \geq 0,10$, dan variabel kualitas pelayanan $0,705 \geq 0,10$. Sedangkan nilai VIF variabel pengetahuan riba adalah $1,210 \leq 10$, variabel atribut produk $1,376 \leq 10$, dan variabel kualitas pelayanan $1,418 \leq 10$.

Kedua, Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa besaran koefisien determinasi (Adjusted R Square) atau kemampuan faktor pengetahuan riba (X₁), atribut produk (X₂), dan kualitas pelayanan (X₃) dalam menjelaskan variabel minat memilih produk simpanan pada pada LKMS BTM cabang Petarukan (Y) sebesar 0,299 atau 29,9%. Dalam hal ini berarti variabel independen masih kurang dalam memberikan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependennya. Sisanya 70,1% dijelaskan oleh faktor lain diluar ke tiga faktor dan model lain di luar model tersebut.

Ketiga, Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Berdasarkan hasil pengujian dapat diketahui bahwa persamaan analisis regresi linier berganda sebagai berikut: $Y = 7.346 + 0.071 X_1 + 0.136 X_2 + 0.444 X_3 + e$

Berdasarkan persamaan tersebut, dapat diketahui hasil uji regresi linier berganda adalah sebagai berikut: (1) Nilai konstanta sebesar 7.346 artinya jika variabel pengetahuan riba (X₁), variabel atribut produk (X₂), dan variabel kualitas pelayanan (X₃) = tetap, maka variabel minat memilih produk simpanan pada (Y) sebesar 7.346. Artinya jika pengetahuan riba adalah positif, kemudian atribut produk serta kualitas pelayanan adalah tinggi maka menunjukkan pengaruh positif terhadap minat memilih produk simpanan pada pada LKMS BTM cabang Petarukan; (2) nilai koefisien variabel pengetahuan riba (X₁) sebesar +0.071 menunjukkan bahwa X₁ berpengaruh positif terhadap variabel minat memilih produk simpanan pada (Y). Artinya, semakin besar pengetahuan riba yang positif, maka minat untuk memilih produk simpanan pada juga akan bertambah; (3) nilai koefisien variabel atribut produk (X₂) sebesar +0.136 menunjukkan bahwa X₂ berpengaruh positif terhadap variabel minat memilih produk simpanan pada (Y). Artinya semakin tinggi atribut produk, maka minat untuk memilih produk simpanan pada juga akan tinggi; (4) nilai koefisien variabel kualitas pelayanan (X₃) sebesar +0.444 menunjukkan bahwa X₃ berpengaruh positif terhadap variabel minat memilih produk simpanan pada (Y). Artinya semakin tinggi kualitas pelayanan, maka minat untuk memilih produk simpanan pada juga akan tinggi.

Keempat, Hasil Uji Parsial (t) dan Uji Simultan (F). Pengaruh Pengetahuan Riba terhadap Minat Memilih produk simpanan pada pada LKMS BTM Cabang Petarukan Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa secara parsial variabel pengetahuan riba (X1) tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap minat memilih produk simpanan pada. Hal ini didukung nilai signifikansi variabel pengetahuan riba (X1) sebesar $0.288 > 0.05$ dengan nilai thitung $1.067 < t_{tabel} 1.976$, dapat disimpulkan bahwa H1 ditolak. Hal ini berarti tidak terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara variabel pengetahuan riba terhadap variabel minat. Pengetahuan tentang riba tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk memilih produk simpanan pada pada LKMS BTM cabang Petarukan. Hal ini dikarenakan kesadaran masyarakat untuk menghindari riba masing kurang. Masyarakat diyakini masih kurang memahami bagaimana bahaya riba dalam agama islam oleh karena itu tidak memiliki pemikiran untuk memilih produk simpanan pada pada LKMS BTM cabang Petarukan yang termasuk dalam lembaga keuangan syariah. Maka dari itu, dapat disimpulkan juga bahwa pengetahuan masyarakat tentang menghindari riba masih sangat minim. Hasil penelitian ini juga didukung oleh (Haida et al, 2021) yang menyatakan bahwa variabel pemahaman masyarakat tentang riba tidak berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi di Bank Syariah.

Pengaruh Atribut Produk terhadap Minat Memilih produk simpanan pada pada LKMS BTM Cabang Petarukan. Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa secara parsial variabel atribut produk (X2) tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap minat memilih produk simpanan pada. Hal ini didukung nilai signifikansi variabel atribut produk (X2) sebesar $0.083 > 0.05$ dengan nilai thitung $1.747 < t_{tabel} 1.976$, dapat disimpulkan bahwa H2 ditolak. Hal ini berarti tidak terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara variabel atribut produk terhadap variabel minat. Atribut produk tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk memilih produk simpanan pada pada LKMS BTM cabang Petarukan. Perlu adanya sosialisasi atau promosi yang harus dilakukan oleh LKMS BTM cabang Petarukan terkait atribut produk terhadap masyarakat sehingga akan lebih dikenal. Masyarakat masih kurang memahami atribut produk pada lembaga keuangan syariah yang tentunya menganut prinsip syariah islam sehingga tidak memiliki pemikiran untuk memilih produk simpanan pada pada LKMS BTM cabang Petarukan. Maka dari itu, dapat disimpulkan juga bahwa atribut produk pada LKMS BTM cabang Petarukan masih sangat minim diketahui masyarakat.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh (Putri & Setyawan, 2022) yang menyatakan bahwa variabel atribut produk tidak berpengaruh signifikan terhadap sikap anggota nonmuslim untuk menjadi anggota pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Memilih produk simpanan pada pada LKMS BTM Cabang Petarukan. Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa secara parsial variabel Kualitas Pelayanan (X3) memiliki pengaruh terhadap minat untuk memilih produk simpanan pada, artinya semakin positif kualitas pelayanan yang diberikan LKMS BTM cabang Petarukan maka semakin tinggi minat mereka untuk memilih produk simpanan pada. Hal ini didukung nilai signifikansi variabel kualitas pelayanan (X3) sebesar $0.000 < 0.05$ dengan nilai thitung $5.356 > t_{tabel} 1.976$, dapat disimpulkan bahwa H3 diterima. Hal ini berarti terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara variabel atribut produk terhadap variabel minat.

Hasil penelitian ini didukung oleh (Hasanah, 2019) yang menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat memilih produk simpanan pada di Bank Syariah Palembang.

Pengaruh Pengetahuan Riba, Atribut Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Memilih produk simpanan pada pada LKMS BTM Cabang Petarukan. Berdasarkan hasil output uji F secara simultan (bersama- sama) menunjukkan hasil yang positif terhadap minat memilih produk simpanan pada. Dapat ditunjukkan dari perhitungan bahwa variabel pengetahuan riba, atribut produk, dan kualitas pelayanan mempunyai Fhitung $> F_{tabel} (22.165 > 2.27)$ dengan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$. Berdasarkan nilai kriteria, H04 ditolak dan Ha4 diterima. Hal ini berarti variabel pengetahuan riba,

atribut produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan (bersama-sama) dan signifikan terhadap memilih produk simpanan pada pada LKMS BTM cabang Petarukan. Diketahui bahwa besaran koefisien determinasi (Adjusted R Square) atau kemampuan faktor pengetahuan riba (X1), atribut produk (X2), dan kualitas pelayanan (X3) dalam menjelaskan variabel minat memilih produk simpanan pada pada LKMS BTM cabang Petarukan (Y) sebesar 0,299 atau 29,9%. Dalam hal ini berarti variabel independen sudah cukup memberikan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependennya. Sisanya 70,1% dijelaskan oleh faktor lain diluar ke tiga faktor dan model lain di luar model tersebut.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori dari (Sari, 2021) yang menyatakan bahwa variabel atribut produk, kualitas pelayanan dan pemahaman tentang riba berpengaruh signifikan secara simultan terhadap minat memilih produk simpanan pada pada Bank Syariah di Tulungagung.

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, dapat ditarik beberapa kesimpulan dalam penelitian ini yaitu: pertama, faktor pengetahuan riba (X1), atribut produk (X2), dan kualitas pelayanan (X3) dalam menjelaskan variabel minat memilih produk simpanan pada pada LKMS BTM cabang Petarukan (Y) sebesar 0,299 atau 29,9%. Dalam hal ini berarti variabel independen masih kurang dalam memberikan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependennya. Sisanya 70,1% dijelaskan oleh faktor lain diluar ke tiga faktor tersebut. Kedua, nilai koefisien variabel pengetahuan riba (X1) sebesar +0.071 menunjukkan bahwa, semakin besar pengetahuan riba, maka minat untuk memilih produk simpanan pada juga akan bertambah Nilai koefisien variabel atribut produk (X2) sebesar +0.136 menunjukkan bahwa semakin tinggi atribut produk, maka minat untuk memilih produk simpanan pada juga akan tinggi. Dan Nilai koefisien variabel kualitas pelayanan (X3) sebesar +0.444 menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan, maka minat untuk memilih produk simpanan pada juga akan tinggi. Ketiga, pengaruh variabel pengetahuan riba, atribut produk, dan kualitas pelayanan terhadap minat memilih produk simpanan pada pada LKMS BTM cabang Petarukan: (1), secara parsial variabel pengetahuan riba tidak berpengaruh terhadap minat memilih produk simpanan pada.

Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi variabel pengetahuan riba (X1) sebesar $0.288 > 0.05$ dengan nilai thitung $1.067 < t_{tabel} 1.976$, dapat disimpulkan bahwa H1 ditolak. Hal ini berarti tidak terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara variabel pengetahuan riba terhadap variabel minat; (2) secara parsial variabel pengetahuan riba tidak berpengaruh terhadap minat memilih produk simpanan pada. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi variabel atribut produk (X2) sebesar $0.083 > 0.05$ dengan nilai thitung $1.747 < t_{tabel} 1.976$, dapat disimpulkan bahwa H2 ditolak. Hal ini berarti tidak terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara variabel atribut produk terhadap variabel minat; (3) secara parsial variabel Kualitas Pelayanan (X3) memiliki pengaruh terhadap minat untuk memilih produk simpanan pada, artinya semakin positif kualitas pelayanan yang diberikan LKMS BTM cabang Petarukan maka semakin tinggi minat mereka untuk memilih produk simpanan pada. Hal ini didukung nilai signifikansi variabel kualitas pelayanan (X3) sebesar $0.000 < 0.05$ dengan nilai thitung $5.356 > t_{tabel} 1.976$, dapat disimpulkan bahwa H3 diterima. Hal ini berarti terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara variabel atribut produk terhadap variabel minat. Keempat, secara simultan menunjukkan hasil yang positif terhadap minat memilih produk simpanan pada. Dapat ditunjukkan dari perhitungan bahwa variabel pengetahuan riba, atribut produk, dan kualitas pelayanan mempunyai Fhitung $> F_{tabel} (22.165 > 2.27)$ dengan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$. Berdasarkan nilai kriteria, H04 ditolak dan Ha4 diterima. Hal ini berarti variabel pengetahuan riba, atribut produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan (bersama-sama) dan signifikan terhadap memilih produk simpanan pada pada LKMS BTM cabang Petarukan.

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah peneliti uraikan sebelumnya, maka peneliti memberikan beberapa saran antara lain: Bagi Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS BTM cabang Petarukan). Mengingat variabel yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah variabel kualitas pelayanan hendaknya LKMS BTM cabang Petarukan minimal tetap mempertahankan kualitas pelayanan terhadap anggota dalam melakukan proses transaksi. Lembaga keuangan mikro syariah agar melakukan promosi, sosialisasi dan juga edukasi secara intens kepada masyarakat. LKMS BTM cabang Petarukan dapat menjalin kerjasama dengan pemerintah atau pemuka agama setempat untuk menyediakan platform digital edukasi yang dapat diakses masyarakat secara gratis berisikan informasi tentang pentingnya menghindari riba, sosialisasi lebih terkait produk LKMS BTM cabang Petarukan yang tentunya sesuai prinsip syariah. Masyarakat dewasa ini mayoritas menggunakan media digital dalam memperoleh suatu informasi, sehingga dengan adanya fasilitas tersebut diharapkan literasi dan minat masyarakat untuk memilih produk simpanan pada pada LKMS BTM cabang Petarukan semakin tinggi.

Referensi

- Alhifni, A., Huda, N. (2015). Kinerja LKMS dalam Mendukung Kegiatan Ekonomi Rakyat Berbasis Pesantren (Studi Pondok Pesantren Darut Tauhid dan BMT Tauhid). *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 13(4), 597-609.
- Ariyaningsih, P. Zuhirsyan, M. Wathan, H. (2021). Pengaruh Interaksi Sosial Budaya dan Pemahaman Tentang Riba Terhadap Keputusan Anggota dalam Memilih Bank Syariah. *Jurnal Bisnis Ekonomi Halal*, 2(2), 159-169.
- Aryska, M. (2017). Pengaruh Reputasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien (Kasus Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Pekanbaru). *JPOM FISIP*, 4(1).
- Aurefanda, V. (2019). Pengaruh Pengetahuan Mahasiswa Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Memilih produk simpanan pada di Bank Syariah. Skripsi UIN Ar-Raniry.
- BPS. (2021). Jumlah Penduduk menurut Kecamatan. Badan Pusat Statistik Kabupaten Pematang.
- Buchori, N. S. (2012). Koperasi Syariah. Jakarta: AuFa Media.
- Dwiputra, R. (2018). Analisis Pengaruh Pengetahuan Riba dan Sikap Keada Bank Syariah terhadap Intensi Menjadi Anggota Bank Syariah. Skripsi STIE IBS Jakarta.
- Ghazali, I. (2005). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Haida, N., Pratama., Sukarnoto, T., Widiawati. (2021). Pengaruh Pemahaman Masyarakat tentang Riba Terhadap Minat Bertransaksi di Bank Syariah. *Journal of Economy and Banking*, 2 (2), 131-139.
- Hasanah, F. (2019). Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Preferensi Memilih produk simpanan pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang pada Bank Syariah. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, 4(1), 485-495.
- Ifham, A. (2015). Ini Lho Bank Syariah Memahami Bank Syariah dengan Mudah.
- Irawati, Akramunnas. (2018). Pengetahuan Masyarakat Tentang Riba Terhadap Perilaku Utang Piutang di Kecamatan Anreapi Polewali Mandar. *LAA MAISYIR*, 5(2), 109-122.
- Khadijah, S., Saleh, K., Haryadi. (2013). Sustainability Of Islamic Micro Finance Institutions (IMFIs). *Universal Journal of Accounting and Finance* 1(2), 70- 77.
- Khasanah, W. (2015). Pengaruh Persepsi Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih produk simpanan pada di Bank Syariah Mandiri. Skripsi UIN Sunan Kalijaga.
- Lestari, N. T. D. (2017). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Masyarakat Menjadi Anggota Pada Bank Syariah. Skripsi IAIN Metro .
- Lestari. (2015). Pengaruh Religiusitas, Produk Bank, Kepercayaan, Pengetahuan, dan Pelayanan Terhadap Preferensi Memilih produk simpanan pada pada Perbankan Syariah. *Jurnal Ilmiah*.
- Mahendra, T. R. (2021). Pengaruh Persepsi dan Minat Masyarakat Yogyakarta terhadap Sikap Masyarakat dalam Wakaf. *Jurnal Ekonomi dan Statistik Indonesia*, 1(1), 14-21.
- Miftakhur, R. S., Wahyuni, S. (2016). Pengaruh Persepsi Mahasiswa Tentang Bank Syariah terhadap Minat Memilih produk simpanan pada di Perbankan. Skripsi Universitas Jember.

-
- Muhammad. (2004). Manajemen Dana Bank Syariah. Yogyakarta: Ekonesia.
- Nasution, S. (2017). Variabel Penelitian. *Raudhah*, 5(2), 1-9.
- Nisa, D. H. (2021). Analisis Pengaruh Pengetahuan, Pendapatan, Religiusitas, dan Akses Media Informasi Terhadap Minat Berwakaf pada Cash Waqf Linked Sukuk (Cwls). Skripsi UII.
- Nurhadi. (2018). Pembiayaan dan Kredit di Lembaga Keuangan. *Islamic Banking and Finance*, 1(2).
- Nurlatifah, S., Masykur. (2017). Pengaruh Strategi Pemasaran Word of Mouth dan Produk Pembiayaan Syariah terhadap Minat dan Keputusan menjadi Anggota (Anggota) pada Baitut Tamwil Muhammadiyah (BTM) Kota Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 163-184.
- Oktavia, D. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Minat Memilih produk simpanan pada PT Bank Muamalat Indonesia TBK Cabang Kediri. Skripsi IAIN Tulungagung.
- Oscar, B., Megantara, H. C. (2020). Pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Muslim Army. *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*, 10(1), 1- 12.
- Setiyowati, S. W., Gultom, A. F., Asna, A., & Dwanoko, Y. S. (2022). PKM Pengembangan Produk Makanan Olahan Bahan Baku Kedelai Pada Irt Bido Jaya Kabupaten Malang Melalui Implementasi Teknologi Produksi Tepat Guna. Selaparang: *Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 6(4), 1996-2001.