

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MAHASISWA EKONOMI SYARIAH FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS (FEB) MENJADI CALON NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA

Rafy Muhammad Toha¹, Ghaitza Zahira Ardelia Putri², Muhammad Faisal³, Abiyyu Akbar Aristy⁴

email: Rafyautos02@gmail.com¹ ghaitsazah.24@gmail.com² muhfaissal97@gmail.com³ abiyyuakbar27@gmail.com⁴

UIN Syarif hidayatullah Jakarta, Tangerang Selatan

Jl. Ir. H. Djuanda No. 95 Ciputat, Kota Tangerang Selatan, Banten, Jawa Barat

Article History:
Dikirim:
6 Desember 2023

Direvisi:
17 Januari 2024

Diterima:
27 Maret 2024

Korespondensi Penulis:
HP / WA :
089653357360

Penelitian ini berupaya untuk mengidentifikasi dan menjelaskan elemen-elemen yang mempengaruhi kecenderungan mahasiswa ekonomi syariah FEB UIN Jakarta untuk menjadi patron Bank Syariah Indonesia. Partisipan yang dilibatkan dalam penelitian ini adalah 30 mahasiswa peminatan ekonomi syariah dari FEB UIN Jakarta. Kuesioner dibagikan untuk mengumpulkan sampel. Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode statistik dengan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25. Analisis data menggunakan uji t menunjukkan adanya pengaruh yang besar dan positif antara faktor pelayanan dan pengetahuan terhadap minat mahasiswa ekonomi syariah di FEB UIN Jakarta. Variabel promosi, lokasi, sistem keamanan, variasi produk, reputasi, dan kepatuhan terhadap prinsip ekonomi syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa ekonomi syariah FEB UIN Jakarta. Gabungan pengaruh pelayanan, promosi, lokasi, keahlian, sistem keamanan, keragaman produk, reputasi, dan ketaatan terhadap prinsip ekonomi syariah sangat mempengaruhi keinginan mahasiswa ekonomi syariah FEB UIN Jakarta untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia

Kata Kunci : BSI, Mahasiswa Eksyar, Minat, Pelayanan, Pengetahuan

PENDAHULUAN

Penerapan peraturan perbankan syariah menghasilkan peningkatan yang signifikan dalam jumlah Bank Umum Syariah (BUS) dari hanya 5 BUS menjadi 11 BUS antara tahun 2009 dan 2010. Peningkatan jumlah BUS (Bank Umum Syariah) ini konsisten dengan pertumbuhan sistem perbankan syariah di Indonesia yang mencakup fitur kelembagaan,

infrastruktur pendukung, aturan perangkat, mekanisme pengawasan, serta kesadaran dan literasi masyarakat terhadap layanan keuangan syariah¹. Pendirian bank syariah di Indonesia semakin difasilitasi dengan konsolidasi tiga bank syariah milik negara, yaitu PT Bank BRI Syariah Tbk (BRIS), PT Bank BNI Syariah (BNIS), dan PT Bank Syariah Mandiri (BSM), ke dalam Bank Syariah Indonesia (BSI).

Pilihan calon nasabah terhadap bank syariah dipengaruhi oleh berbagai kriteria, antara lain faktor identitas, kenyamanan pembukaan rekening, keamanan dana, faktor kesadaran masyarakat, dan unsur kepuasan produk². Pengaruh identitas tentunya menjadi penting sebagai salah satu faktor calon nasabah untuk memilih sistem bank syariah. Namun, tidak menutup kemungkinan bahwa selain identitas mayoritas dapat menjadi nasabah bank syariah tersebut, tetapi juga karena melihat keuntungan dari sistem operasi yang terdapat pada bank syariah.

Bank syariah mempunyai kapasitas untuk menarik basis nasabah yang lebih besar, sehingga berkontribusi terhadap pertumbuhan sistem perbankan syariah yang ada³. Meski demikian, perlu dilakukan kajian lebih lanjut untuk mengetahui seberapa besar potensinya, mengidentifikasi segmen pasar dengan potensi tertinggi, dan menganalisis elemen-elemen yang mempengaruhi pengambilan keputusan dalam memilih lembaga keuangan.

Penulis memilih Bank Syariah Indonesia sebagai fokus penelitian ini karena penerapan sistem perbankan syariah dan statusnya sebagai bank syariah yang baru berdiri hasil merger antara PT Bank Syariah TBK dan PT Bank BNI Syariah pada tanggal 27 Januari 2021, sebagaimana didokumentasikan secara resmi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dalam surat nomor SR-3/PB.1/2021.

Menyikapi hal tersebut, penulis melakukan kajian terhadap basis nasabah Bank Syariah Indonesia secara keseluruhan. Studi ini berfokus pada berbagai aspek yang sebelumnya telah diidentifikasi memiliki dampak menguntungkan terhadap keputusan konsumen mengenai produk dan layanan. Penelitian mereka terfokus pada Bank Syariah Indonesia (BSI) sebagai subjek penyelidikan⁴.

¹ Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area, "Sejarah Dan Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia," 2021.

² Ahmad Munajim And Saeful Anwar, "Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Ahmad," *Jurnal Ilmiah Indonesia* 1, No. 2 (2016): 41–52, <https://doi.org/10.22373/ekobis.v7i1.17789>.

³ Rahmat Brilyan Sukmono, "Pengaruh Label 'Syariah' Pada Lembaga Perbankan Terhadap Jumlah Nasabah Bni Syariah Cabang Jakarta Selatan," 2011.

⁴ Fitriani Sinaga, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Pembantu Cirendeu)," *Skripsi*, 2019.

Penelitian yang dilakukan oleh Evianti, dkk. dengan judul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah pada Bank Syariah Indonesia di Semarang” mengungkapkan beberapa temuan penting. Pertama, kemudahan layanan yang diberikan kepada pelanggan diidentifikasi sebagai faktor yang signifikan. Kedua, kemudahan aksesibilitas lokasi bank ditemukan mempengaruhi minat nasabah. Ketiga, nasabah menyatakan tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap Bank Syariah Indonesia (BSI). Terakhir, penelitian ini menyoroti pentingnya menawarkan beragam produk layanan yang secara efektif memenuhi kebutuhan pelanggan⁵. Pada tahun 2013, Ananggadipa Abhimantra dan rekannya melakukan penelitian bertajuk “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nasabah (Mahasiswa) Dalam Memilih Menabung di Bank Syariah”. Temuan menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti pengetahuan perbankan syariah, religiusitas, kualitas produk, reputasi, dan layanan mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan menabung di bank, meskipun secara statistik tidak signifikan.

Penelitian yang dilakukan ini bertujuan memperoleh temuan mengenai determinan minat mahasiswa khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta untuk menjadi calon nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI). Tujuan lainnya adalah untuk mengetahui aspek-aspek yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan calon nasabah bank syariah, meliputi tingkat pengetahuan, lokasi geografis, kualitas layanan, dan kegiatan promosi. Selain itu untuk memberikan wawasan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan bank syariah Indonesia oleh calon klien, khususnya mahasiswa peminatan Ekonomi Syariah di UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

METODE PENELITIAN

Penelitian kuantitatif, sebagaimana dijelaskan oleh Sugiyono, merupakan metode penelitian yang umum digunakan di kalangan mahasiswa dengan tujuan untuk menyelesaikan tugas akhirnya⁶. Kesederhanaan penelitian ini ditunjukkan oleh hipotesis penelitian asli, yang dirumuskan untuk memudahkan siswa dalam memvalidasi hipotesis tersebut melalui serangkaian metodologi penelitian terstruktur. Penelitian kuantitatif merupakan suatu metode penelitian yang bertujuan untuk memahami gejala secara komprehensif dan kontekstual dengan mengumpulkan data dari situasi kehidupan nyata, dengan peneliti memainkan peran penting

⁵ Eviyanti Et Al., (2022)

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif Kualitatif*, 2003.

Rafy Muhammad Toha, Ghaitza Zahira Ardelia Putri, Muhammad Faisal, Abiyyu Akbar Aristy, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis (FEB) Menjadi Calon Nasabah Bank Syariah Indonesia*

sebagai instrumen utama⁷. Penelitian kuantitatif adalah pendekatan sistematis untuk memperoleh pengetahuan yang memanfaatkan data numerik sebagai sarana menganalisis informasi yang berkaitan dengan pertanyaan kita⁸.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN [UNTUK STUDI LAPANGAN]

UJI VALIDITAS

Validitas menurut Dian Ayunita, mengacu pada tingkat akurasi dan presisi yang ditunjukkan oleh suatu instrumen dalam proses pengukuran. Awalnya penelitian diawali dengan melakukan uji validitas dengan aplikasi SPSS⁹. Teknik uji validitasnya menggunakan korelasi Bivariat Pearson yang sering disebut dengan Pearson Moment Product. Yaitu dilakukan dengan menetapkan korelasi antara skor masing-masing item dan skor keseluruhan. Skor keseluruhan dihitung dengan menjumlahkan nilai semua item individual. Item yang memiliki korelasi besar dengan skor total mencerminkan kemampuan item tersebut dalam memberikan informasi yang diinginkan secara efektif. Dapat diterima. Jika koefisien korelasi yang dihitung (r) sama dengan atau melebihi koefisien korelasi kritis (r tabel) pada tingkat signifikansi 0,05 dalam pengujian dua sisi, maka dapat disimpulkan bahwa instrumen atau item pertanyaan tersebut berkorelasi tinggi dengan total skor, sehingga menunjukkan validitasnya.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Item	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)
Y	0.541	0.002
X1	0.527	0.003
X2	0.590	0.001
X3	0.698	0.000
X4	0.656	0.000
X5	0.694	0.000
X6	0.585	0.001
X7	0.572	0.001
X8	0.693	0.000

Sumber referensi data table: olah data primer

Setiap item pertanyaan mempunyai koefisien Korelasi Pearson (r) yang lebih tinggi dari nilai kritis 0,36 dan berkorelasi positif. Banyaknya r tabel ditentukan berdasarkan besar sampel

⁷ Sidik Priadana And Denok Sunarsi, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Tangerang Selatan: Pascal Books, 2021).

⁸ Andi Fitriani Djollong, "Teknik Pelaksanaan Penelitian Kuantitatif (Technique Of Quantitative Research)," *Istiqra* ' 2, No. 1 (2014): 86–100.

⁹ Dian Ayunita, "Modul Uji Validitas Dan Reliabilitas," *Statistika Terapan*, No. October (2018).

N yaitu sebesar 30 responden dan tingkat signifikansi α sebesar 0,05. Nilai spesifik r adalah 0,36. Oleh karena itu, setiap item pertanyaan dianggap valid. Selain itu, setiap item pertanyaan diberi nilai signifikansi pada kolom Sig. Nilai p kurang dari 0,05 untuk uji dua sisi. Jika angka signifikansinya kurang dari 0,05 maka dianggap sah.

UJI RELIABILITAS

Menurut Sri Sujarwadi, reliabilitas mengacu pada tingkat konsistensi hasil tes ketika tes dilakukan berkali-kali. Dengan kata lain, jika hasil pengujian pertama dan pengujian berikutnya mempunyai keterhubungan yang tinggi, maka hal tersebut menunjukkan tingkat konsistensi yang signifikan¹⁰. Tujuan uji reliabilitas adalah untuk menilai konsistensi pengukuran yang diperoleh dari penggunaan kuesioner secara berulang-ulang. Suatu data disebut reliable jika nilai Cronbach's alpha melebihi dari 0,6.

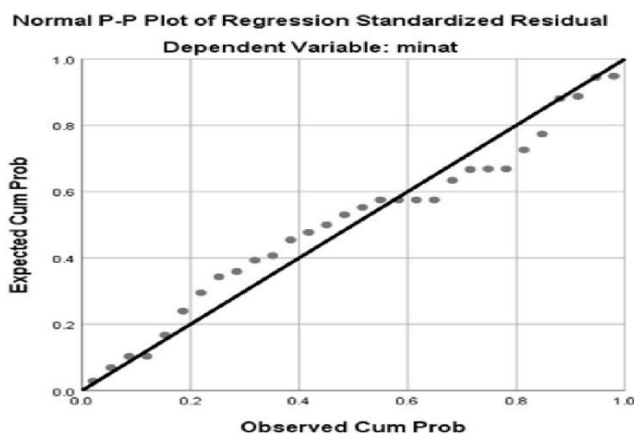
Cronbach's alpha	N of items
0.790	9

Tabel uji reliabilitas menunjukkan nilai Cronbach's alpha sebesar 0,790 melampaui ambang batas 0,6. Semua faktor dalam penelitian ini dapat dianggap dapat diandalkan.

UJI ASUMSI KLASIK

Uji Normalitas

Sesuai dengan penelitian oleh Doddy dkk., uji normalitas menguji apakah nilai residu mempunyai distribusi normal. Suatu kumpulan data dikatakan berdistribusi teratur apabila titik-titik data yang diplotnya membentuk suatu garis lurus¹¹.



¹⁰ Sri Sujarwadi, "Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian (Edisi Revisi)," *Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian* 6, No. 87 (2011): 23.

¹¹ Doddy Et Al., (2018)

Gambar 1. Tampilan Uji Normalitas

Berdasarkan Plot P-P Normal yang digambarkan titik-titik data tersebar sesuai dengan garis diagonal. Datanya dapat disimpulkan mengikuti distribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas

Diagram P-P Reguler Diagram di atas menunjukkan sebaran titik-titik yang sejajar diagonal. Distribusi datanya dapat diasumsikan mengikuti distribusi normal.

Table 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Item	Sig.
Pelayanan	0.565
Promosi	0.660
Lokasi	0.571
Pengetahuan	0.325
Sistem Keamanan	0.672
Variasi Produk	0.088
Reputasi	0.844
Prinsip Eksyar	0.228

Nilai p-value hubungan variabel bebas dengan residu absolut lebih besar dari 0,05 maka artinya tidak ada atau terjadi heteroskedastisitas. Dilihat dari data diatas dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi (Sig) seluruh variabel melebihi ambang batas 0,05 yang menunjukkan tidak adanya heteroskedastisitas.

Uji Multikolinieritas

Menurut Setiawati, uji multikolinieritas untuk mengetahui apakah ada korelasi yang signifikan diantara variabel variable independent pada model regresi linier berganda. Jika tidak terdapat indikasi multikolinieritas apabila nilai toleransi melebihi 0,100 dan nilai VIF dibawah 10,00¹².

¹² Setiawati, "Analisis Pengaruh Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Farmasi Di Bei," *Jurnal Inovasi Penelitian* 1, No. 8 (2021): 1581–90.

Table 4. Hasil Uji Multikolinieritas

Item	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Pelayanan	0.549	1.822
Promosi	0.617	1.621
Lokasi	0.513	1.948
Pengetahuan	0.604	1.655
Sistem Keamanan	0.508	1.967
Variasi Produk	0.596	1.679
Reputasi	0.580	1.725
Prinsip Eksyar	0.630	1.587

Nilai toleransi yang diperoleh dari tabel uji multikolinieritas diatas 1,00, sedangkan nilai variance inflasi faktor (VIF) dibawah 10,00. Oleh karena itu, tidak terdapat adanya multikolinieritas antar variabel independen.

Uji Autokorelasi

Autokorelasi seperti dijelaskan oleh Georgina, mengacu pada pelanggaran asumsi Ordinary Least Square. Asumsi ini menyiratkan bahwa tidak boleh ada korelasi antara error term dalam persamaan regresi pada berbagai observasi.. Nilai Durbin Watson jika berada antara rentang (4 – du) hingga du, maka tidak terdapat indikasi terjadinya autokorelasi¹³.

Tabel 5. Hasil uji autokorelasi model summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0.728	0.529	0.350	0.325	1.656

Sumber referensi data table: olah data primer

Sumber referensi data table: olah data primer

Nilai Durbin Watson (DW) yang ditunjukkan dengan 25aria uji autokorelasi adalah 1,656. Nilai tersebut diperoleh dengan 25ariabl signifikansi 5% dengan 8variabel independent

¹³ Georgina M. Tinungki, “Metode Pendeteksian Autokorelasi Murni Dan Autokorelasi Tidak Murni,” *Jurnal Matematika, Statistika Dan Komputasi* 13, No. 1 (2016): 46–54.

dan jumlah sampel 30. Nilai 2.1410 didapatkan pada 26aria Durbin Watso. Autokorelasi dapat disimpulkan dari nilai DW sebesar 1,656 lebih kecil dibandingkan nilai du (2,1410) dan 4-2,1410.

Uji Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi seperti dijelaskan oleh Rina (2018) merupakan pendekatan analisis data 26variable26 yang digunakan untuk menguji korelasi antara banyak 26ariab dan meramalkan suatu 26variable tertentu.

Tabel 6. Hasil Uji Analisis Regresi Berganda Coefficients

Item	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.943	0.438		4.433	0.000
Pelayanan	0.279	0.103	-0.481	2.709	0.013
Promosi	0.103	0.083	0.056	0.329	0.746
Lokasi	0.361	0.089	0.213	1.151	0.263
Pengetahuan	0.034	0.117	0.531	3.091	0.006
Sistem Keamanan	0.059	0.1293	0.050	0.265	0.794
Variasi Produk	0.007	0.125	0.081	0.470	0.643
Reputasi	0.007	0.120	0.010	0.058	0.954
Prinsip Eksyar	0.080	0.094	0.144	0.853	0.403

Nilai koefisien regresi variabel pelayanan sebesar 0,279 terlihat dari data di atas. Variabel promosi menghasilkan koefisien regresi sebesar 0,103. Variabel lokasi menghasilkan nilai koefisien regresi sebesar 0,361. Variabel pengetahuan menghasilkan koefisien regresi sebesar 0,034. Variabel sistem keamanan menghasilkan koefisien regresi yaitu 0,059. Pada variabel variasi produk menghasilkan koefisien regresi sebesar 0,007. Variabel reputasi menghasilkan nilai koefisien regresi yaitu 0,007. Variabel independen yang dikenal dengan prinsip exyar menghasilkan koefisien regresi sebesar 0,080. Nilai konstanta variabelnya sebesar 1,943. Artinya, persamaan regresi selanjutnya diturunkan:

$$Y = a + b1X1 + b2X2 + b3X3 + b4X4 + b5X5 + b6X6 + b7X7 + b8X8$$

$$Y = 1.943 + 0.279(X1) + 0.103(X2) + 0.361(X3) + 0.034(X4) + 0.059(X5) + 0.007(X6) + 0.007(X7) + 0.080(X8)$$

UJI HIPOTESIS

Uji Parsial (Uji T)

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh M-progress et al. pada tahun 2022, uji t adalah jenis metode statistik yang peruntukkan untuk menguji koefisien regresi parsial individu dari variabel independen (X1 dan X2) untuk menilai pengaruh spesifiknya terhadap variabel dependen (Y). Jika singkatannya adalah "Sig." digunakan. Tingkat signifikansi sebesar 0,05 artinya bahwa variabel independen (X) mempunyai pengaruh secara parsial terhadap variabel dependen (Y).

Tabel 7. Tabel Hasil Uji Parsial

Item	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.943	0.438		4.433	0.000
Pelayanan	0.279	0.103	-0.481	2.709	0.013
Promosi	0.103	0.083	0.056	0.329	0.746
Lokasi	0.361	0.089	0.213	1.151	0.263
Pengetahuan	0.034	0.117	0.531	3.091	0.006
Sistem Keamanan	0.059	0.129	0.050	0.265	0.794
Variasi Produk	0.007	0.125	0.081	0.470	0.643
Reputasi	0.007	0.120	0.010	0.058	0.954
Prinsip Eksyar	0.080	0.094	0.144	0.853	0.403

Nilai t pada tabel koefisien variabel pelayanan adalah sebesar 2,709 yang berarti tingkat signifikansi 0,013 berada di bawah nilai 0,05. Diterima Ha, hal ini menunjukkan bahwa variabel pelayanan memiliki pengaruh yang terbatas terhadap minat mahasiswa ekonomi syariah untuk menjadi calon nasabah BSI. Oleh karena itu, hipotesis penelitian (H1) terverifikasi.

Tabel koefisien nilai t hitung variabel promosi menunjukkan angka sebesar 0,329 dengan signifikansi 0,746 yang berada diatas ambang batas 0,05. Oleh karena itu penerimaan H_0 menunjukkan bahwa variabel promosi mempunyai pengaruh secara parsial dan dapat diabaikan secara statistik terhadap minat mahasiswa ekonomi syariah untuk menjadi calon nasabah BSI. Oleh karena itu hipotesis penelitian (H_1) tidak valid.

Nilai t variabel lokasi pada tabel koefisien adalah 1,151 yang menunjukkan signifikansi sebesar 0,263, berada di atas ambang batas 0,05. H_0 diterima yang berarti bahwa variabel geografis mempunyai pengaruh positif yang parsial dan dapat diabaikan secara statistik terhadap minat mahasiswa ekonomi syariah untuk menjadi calon nasabah BSI. Hal ini menolak hipotesis penelitian (H_1).

Nilai t hitung variabel pengetahuan sebesar 3,091 dan tingkat signifikansi 0,006 berada di bawah ambang batas 0,05. H_0 telah diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel pengetahuan mempunyai pengaruh parsial yang baik dan sangat signifikan terhadap minat mahasiswa ekonomi syariah yang menjadi calon nasabah BSI. Oleh karena itu, hipotesis penelitian (H_1) terverifikasi.

Pada tabel koefisien nilai t hitung variabel sistem keamanan memiliki nilai sebesar 0,265 pada tingkat signifikansi sebesar 0,794 lebih dari 0,05. H_0 dianggap dapat diterima, artinya bahwa variabel sistem keamanan mempunyai pengaruh positif yang parsial dan dapat diabaikan secara statistik terhadap minat mahasiswa ekonomi syariah untuk menjadi calon nasabah BSI. Oleh karena itu hipotesis penelitian (H_1) tidak terbukti.

Nilai t hitung variabel variasi produk pada tabel koefisien sebesar 0,470 dan tingkat signifikansi 0,643 berada di atas ambang batas 0,05. Artinya bahwa variabel variasi produk berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa ekonomi syariah untuk menjadi calon nasabah BSI, namun secara statistik tidak signifikan. Oleh karena itu hipotesis penelitian (H_1) tidak terbukti.

Variabel reputasi memiliki nilai t sebesar 0,058 dengan signifikansi sebesar 0,954 yang berada diatas ambang batas sebesar 0,05. H_0 diterima. Artinya bahwa variabel reputasi mempunyai pengaruh secara parsial dan secara statistik dapat diabaikan terhadap minat mahasiswa ekonomi syariah untuk menjadi calon nasabah BSI. Oleh karena itu hipotesis penelitian (H_1) tidak valid.

Nilai t hitung variabel “Prinsip Ekonomi Syariah” dari tabel koefisien adalah 0,853. Tingkat signifikansi yang terkait dengan nilai t ini adalah 0,403, berada di atas ambang batas

yang diterima secara umum yaitu 0,05. Ha diterima. Artinya bahwa variabel Prinsip Exyrah mempunyai pengaruh yang positif walaupun kecil terhadap minat mahasiswa ekonomi syariah yang menjadi calon nasabah BSI. Oleh karena itu hipotesis penelitian (H1) tidak valid.

Uji Simultan (Uji F)

Menurut Muhamad Jusmansyah, uji F digunakan untuk menentukan apakah faktor-faktor independen bersama-sama memberikan dampak yang signifikan terhadap variabel dependen. Jika nilai Sig kurang dari 0,05, mengindikasikan bahwa variabel independen (X) memiliki pengaruh bersama yang signifikan terhadap variabel dependen (Y) ¹⁴.

Table 8. Hasil Uji Simultan

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	2.488	8	0.311	2.952	0.22
Residual	2.212	21	0.105		
Total	4.700	29			

Pemeriksaan secara serentak ditunjukkan dengan hasil perhitungan uji F yang menghasilkan nilai 2,952 dengan probabilitas sebesar 0,22 lebih rendah dari nilai alpha sebesar 0,05. Artinya variabel independen yang meliputi pelayanan, promosi, lokasi, pengetahuan, sistem keamanan, variasi produk, reputasi, dan prinsip bisnis secara bersama-sama berdampak pada variabel dependen yaitu minat. Oleh karena itu, dapat diambil kesimpulan bahwa teori tersebut telah dibuktikan.

Uji Koefisien Determinasi

Table 9. Hasil Uji Simultan

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0.728	0.529	0.350	0.325	1.656

Berdasarkan tabel tersebut, variabel independen (X) mempunyai pengaruh sebesar 52,9% terhadap variabel dependen, sedangkan 47,1% dipengaruhi oleh faktor yang tidak diamati.

¹⁴ Muhamad Jusmansyah, Universitas Budi, And Luhur Jakarta, "Analisis Pengaruh Current Ratio, Debt To Equity Ratio, Total Asset Turn Over, Dan Return On Equity Terhadap Harga Saham," *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen* 9, No. 2 (2020): 179–98.

SIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini mengungkapkan bahwa pengetahuan dan pelayanan merupakan faktor yang berpengaruh dalam membentuk minat mahasiswa jurusan ekonomi syariah UIN Syarif Hidayatullah untuk menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia. Kriteria tambahan seperti upaya pemasaran, kedekatan geografis, langkah keamanan, jangkauan produk, reputasi, dan kepatuhan terhadap prinsip ekonomi syariah tidak mempengaruhi kecenderungan mahasiswa Ekonomi Syariah UIN Syarif Hidayatullah Jakarta untuk menjadi patron Bank Syariah Indonesia. Pelayanan memiliki pengaruh positif, Promosi memiliki pengaruh negative, Lokasi memiliki pengaruh negative, Pengetahuan memiliki pengaruh positif, Sistem keamanan memiliki pengaruh negative, Variasi produk memiliki pengaruh negative, Reputasi memiliki pengaruh negative, Prinsip Ekonomi Syariah memiliki pengaruh negatif

Saran yang dapat peneliti berikan yaitu Bank Syariah Indonesia perlu meninjau faktor lokasi yang merupakan dasar pertimbangan minat mahasiswa menjadi nasabah, BSI dapat mengenalkan, mengedukasi sekaligus promosi melalui media cetak atau media elektronik dan juga bisa melakukan berbagai kolaborasi dengan stakeholder lain yang dapat menguntungkan sisi nasabah, BSI juga perlu memperhatikan sistem kemananannya karena hal tersebut mendatangkan rasa percaya calon nasabah pada BSI, BSI juga bisa berinovasi dengan menambah variasi layanan yang disediakan sehingga sesuai dengan kebutuhan calon nasabah khususnya mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, kemudian BSI juga harus mempertahankan reputasinya serta dapat memberi kepercayaan pada calon nasabah agar citra yang ditampilkan baik, dan terakhir BSI ikut andil dalam mengedukasi mahasiswa untuk beralih dalam penggunaan produk konvensional ke produk syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayunita, Dian. "Modul Uji Validitas Dan Reliabilitas." *Statistika Terapan*, No. October (2018).
- Djollong, Andi Fitriani. "Teknik Pelaksanaan Penelitian Kuantitatif (Technique Of Quantitative Research)." *Istiqra' 2*, No. 1 (2014): 86–100.
- Doddy, Ignasius, Siti Masyithoh, And Ledy Setiawati. "Analisis Overreaction Pada Harga Saham Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia." *Jurnal Manajemen* 9, No. 1 (2018): 31. <https://doi.org/10.29264/Jmmn.V9i1.2473>.
- Eviyanti, Novitasari, Didiek Susilo Tamtomo, Afni Sirait, Ulfa Afifah, Politeknik Negeri Semarang, Politeknik Negeri Semarang, Universitas Pembangunan, Nasional Veteran, Universitas Riau, And Indonesia Indonesia. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi

Rafy Muhammad Toha, Ghaitza Zahira Ardelia Putri, Muhammad Faisal, Abiyyu Akbar Aristy, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis (FEB) Menjadi Calon Nasabah Bank Syariah Indonesia*

Minat,” 2022, 1–7.

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area. “Sejarah Dan Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia,” 2021.

Jusmansyah, Muhamad, Universitas Budi, And Luhur Jakarta. “Analisis Pengaruh Current Ratio, Debt To Equity Ratio, Total Asset Turn Over, Dan Return On Equity Terhadap Harga Saham.” *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen* 9, No. 2 (2020): 179–98.

Munajim, Ahmad, And Saeful Anwar. “Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Ahmad.” *Jurnal Ilmiah Indonesia* 1, No. 2 (2016): 41–52. <https://doi.org/10.22373/ekobis.v7i1.17789>.

Priadana, Sidik, And Denok Sunarsi. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Tangerang Selatan: Pascal Books, 2021.

Setiawati. “Analisis Pengaruh Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Farmasi Di Bei.” *Jurnal Inovasi Penelitian* 1, No. 8 (2021): 1581–90.

Sinaga, Fitriani. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Pembantu Cirendeu).” *Skripsi*, 2019.

Sugiyono. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif Kualitatif*, 2003.

Sujarwadi, Sri. “Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian (Edisi Revisi).” *Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian* 6, No. 87 (2011): 23.

Sukmono, Rahmat Brilyan. “Pengaruh Label ‘Syariah’ Pada Lembaga Perbankan Terhadap Jumlah Nasabah Bni Syariah Cabang Jakarta Selatan,” 2011.

Tinungki, Georgina M. “Metode Pendeteksian Autokorelasi Murni Dan Autokorelasi Tidak Murni.” *Jurnal Matematika, Statistika Dan Komputasi* 13, No. 1 (2016): 46–54.