



BALANCE

JOURNAL OF ISLAMIC ACCOUNTING

Prodi Akuntansi Syariah - Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung

Website: <https://ejournal.uinsatu.ac.id/index.php/jas/INDEXING>

Submission: 2025-11-22 Revision: 2026-02-16 Published: 2026-08-19

**PENGARUH MOTIVASI, PENGETAHUAN, DAN SISTEM BAGI
HASIL TERHADAP MINAT MASYARAKAT DALAM
MELAKUKAN PEMBIAYAAN PADA BANK SYARIAH
(Studi pada Pelaku UMKM Kecamatan Karangrejo Kabupaten
Tulungagung)**

Zain Nurinnashirin¹, Novi Khoiriawati²

Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung^{1,2}

znashirin11@gmail.com¹, novikhoiriawati@gmail.com²

Abstrak : Keberadaan dua sistem perbankan telah memicu perdebatan yang tak terhindarkan di kalangan masyarakat Indonesia mengenai mana yang lebih baik. Saat ini, bank syariah telah melampaui tren pertumbuhan total bank konvensional. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah minat dalam menggunakan pembiayaan syariah dipengaruhi oleh beberapa variabel dalam penelitian ini, khususnya bagi pelaku UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap minat ($0,224 < 2,003$), sedangkan pengetahuan dan sistem bagi hasil memiliki pengaruh yang signifikan, dengan nilai masing-masing ($4,329 > 2,003$) dan ($7,124 > 2,003$). Selain itu, minat pemilik UMKM dipengaruhi secara simultan oleh semua variabel independen ($66,905 > 2,769$).

Kata Kunci : *Motivasi, Pengetahuan, Sistem Bagi Hasil, Pembiayaan, Bank Syariah*



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).

Pendahuluan

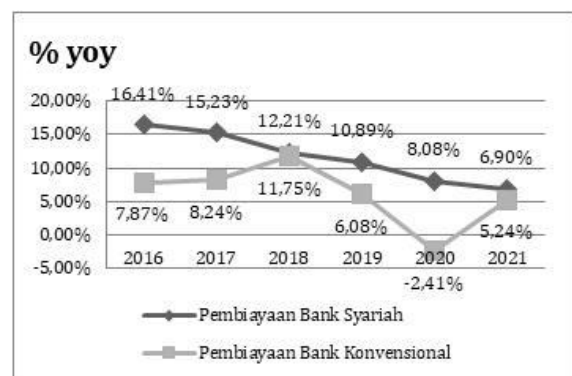
Proses ekonomi dalam suatu negara tidak pernah lepas dari peran penting perbankan. Hal ini karena perbankan yang mengatur peredaran uang (*money supply*) yang ada di tengah masyarakat.¹ Oleh karena itu, roda perekonomian suatu negara sangat dipengaruhi oleh lembaga perbankan.

Indonesia memiliki dua sistem perbankan, yaitu syariah dan konvensional. Perbedaan dari dua sistem perbankan tersebut terletak dalam sistem pengambilan keuntungannya. Meskipun memiliki dua sistem perbankan yang berbeda, masing-masing perbankan tersebut berperan penting dalam meningkatkan tingkat perekonomian masyarakat.

Perekonomian suatu negara tidak pernah lepas dari pengaruh UMKM.² Di Indonesia, sektor ini semakin banyak bermunculan di tengah-tengah masyarakat dan menjadi penopang kehidupan masyarakat luas. Untuk

pengembangan sektor UMKM itu sendiri, perbankan memiliki peran sebagai penyedia dana berupa pembiayaan kepada pelaku-pelaku usaha. Berdasarkan dari laporan OJK, trend pertumbuhan pembiayaan bank syariah lebih stabil daripada bank konvensional.

Gambar 1 Trend Pertumbuhan Pembiayaan



Sumber: Lap. Keuangan OJK

Meskipun dapat melampaui pertumbuhan pembiayaan bank konvensional, jika dilihat berdasarkan data jumlahnya, pembiayaan bank syariah masih terlampaui jauh dari bank konvensional.

¹ Luh Putu Puji Trisnawati and Jonathan Tristan Alfayed, 'Analisis Kinerja Keuangan Bank Umum Konvensional', *Jurnal Lentera Akuntansi*, 9.1 (2024), 30-41 <<https://doi.org/10.34127/jrakt.v9i1.1087>>.

² Olena Zvarych, 'Evaluation of Small Business Influence on The Economic Development of The Region', *Baltic Journal of Economic Studies*, Vol. 3, No.31 (2017), 151-56 <<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30525/2256-0742/2017-3-5-151-156>>.

Tabel 1 Perbandingan Total Jumlah Pembiayaan (Nominal dalam Miliar Rp)

Tahun	Konvensional	Syariah
2016	3.736.609	177.482
2017	4.044.724	189.789
2018	4.494.416	202.298
2019	4.830.794	225.146
2020	4.723.761	246.532
2021	4.955.703	256.219
2022	5.475.409	322.599

Sumber: Statistik Perbankan dan Perbankan Syariah, OJK

Besarnya jarak total pembiayaan tersebut karena masyarakat masih memilih bank konvensional. Asumsi ini berdasarkan hasil penelitian awal yang mengungkapkan bahwa dari 20 pelaku usaha di Kecamatan Karangrejo hanya 1 (5%) orang yang memakai pembiayaan bank syariah. Persentase ini jauh lebih rendah daripada hasil penelitian awal yang dilakukan di Kecamatan Kuripan, Kabupaten Lombok Barat (20%).³

Selain berdasarkan pada hasil pra penelitian di atas, studi ini dilakukan terhadap pemilik UMKM di kecamatan Karangrejo karena kecamatan ini memiliki jumlah usaha yang terbilang

cukup, yang menempati urutan ke 5 dari 19 kecamatan di kabupaten Tulungagung. Jumlah tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah:

Tabel 2 Jumlah UMKM di Kabupaten Tulungagung

No.	Kecamatan	Jumlah Usaha
1.	Gondang	22.300
2.	Kedungwaru	11.288
3.	Kalidawir	11.059
4.	Ngunut	10.582
5.	Karangrejo	8.821
6.	Sumbergempol	7.135

Sumber: Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kab. Tulungagung, 2022

Ada beberapa faktor yang memiliki kemungkinan untuk memengaruhi minat masyarakat untuk melakukan pembiayaan melalui bank syariah. Pertama, motivasi yang dimiliki masyarakat itu sendiri. Motivasi didefinisikan sebagai sebuah mekanisme dorongan untuk bergerak dari satu keadaan ke keadaan yang lebih diinginkan atau lebih baik.⁴ Dalam melakukan setiap tindakan, manusia selalu membutuhkan dorongan tersebut. Oleh karena itu, motivasi sangat berpengaruh terhadap tindakan yang dilakukan seseorang.

³ Dian Lestari, 'Analisis Faktor Yang Menyebabkan Rendahnya Minat Masyarakat Dalam Memilih Produk Pembiayaan Di Bank Syari'ah (Studi Kasus Masyarakat Desa Kuripan Selatan Kecamatan Kuripan Lombok Barat)' (UIN Mataram, 2021).

⁴ Wirawan Dony Dahana and others, 'The Importance of Motivation, Store Patronage, and Marketing Efforts in Influencing Cross-Buying Behaviors', *Journal of Strategic Marketing*, 30.5 (2022), 481-509 <<https://doi.org/10.1080/0965254X.2020.1811997>>.

Selain motivasi, minat masyarakat dapat dipengaruhi oleh pengetahuan dan informasi yang dimiliki masyarakat itu sendiri. Peran penting informasi sudah banyak diteliti dalam berbagai studi dan studi-studi tersebut menunjukkan bahwa informasi atau pengetahuan merupakan komponen penting dalam memahami perilaku konsumen.⁵ Oleh karena itu, minat pembiayaan di bank syariah dapat tergantung seberapa baik pengetahuan yang dimiliki oleh masyarakat.

Faktor selanjutnya adalah sistem bagi hasil. Hal ini karena kinerja bank syariah tidak hanya berorientasi pada keuntungan tapi juga peran dan kontribusinya untuk kemaslahatan masyarakat.⁶ Untuk memenuhi tujuan tersebut, bank syariah bank syariah memakai sistem bagi hasil yang berlandaskan pada persetujuan oleh pihak-pihak yang terlibat. Dengan begitu, pihak bank dan nasabah dapat

melakukan negosiasi terhadap besarnya margin keuntungan yang akan dibagi. Jika sistem bagi hasil ini lebih bermanfaat dari sistem bunga, maka masyarakat akan cenderung menggunakan pembiayaan pada bank syariah.

Variabel-variabel seperti motivasi, pengetahuan, dan sistem bagi hasil ini perlu untuk diteliti sebagai bahan dalam pengembangan kebijakan bank syariah dalam menarik nasabah untuk perkembangan bank syariah itu sendiri. Selain itu, penelitian ini dapat menunjukkan tingkat ketertarikan pelaku UMKM untuk mendapatkan pembiayaan di bank syariah.

Kajian Literatur

A. Motivasi

Keputusan pembelian konsumen pada semua jenis bisnis dapat dipengaruhi oleh motivasi. Ketika seseorang memiliki kebutuhan, orang tersebut akan termotivasi untuk mencari cara dalam memenuhi kebutuhan

⁵ Gözde Kandemir, Serdar Pirtini, and Azra Bayraktar, 'A Research on The Role of Consumer Participation and Product Knowledge Levels in Purchasing Decisions', *Turkish Journal of Marketing*, 4.2 (2019), 162–83 <<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30685/tujom.v4i2.57A>>.

⁶ Felia Oktafiani and others, 'Kinerja Sosial Perbankan Syariah Di Indonesia: Peran Intellectual Capital, Sharia Compliance, Dan Dewan Pengawas Syariah', *Jurnal Akademi Akuntansi*, 5.2 (2022), 176–95 <<https://doi.org/10.22219/jaa.v5i2.18626>>.

tersebut untuk mendapat kepuasan atau kesenangan.⁷ Oleh karena itu, semua pihak penyedia produk dan jasa sebagai produsen harus dapat memenuhi kebutuhan pasar yang dituju.

Bank sebagai pihak produsen diharuskan untuk dapat memahami perilaku nasabah selaku konsumen sebagai pihak yang akan menggunakan produk mereka. Menurut Schiffman dan Wisenblit, motivasi merupakan faktor psikologis penting yang dapat memengaruhi perilaku dan kognitif yang mendorong seseorang untuk mengambil sebuah tindakan, salah satunya adalah keputusan pembelian.⁸

Pada umumnya, faktor yang dapat yang dapat mendorong seseorang dalam melakukan sebuah tindakan atau kegiatan tertentu adalah berdasarkan pada kebutuhan maupun keinginan orang tersebut. Oleh karena itu, motivasi

(motif) yang ada dan muncul dalam individu setiap orang berbeda-beda.

B. Pengetahuan

Pengetahuan merupakan faktor penting dalam perilaku konsumen. Hal ini terjadi karena kemampuan konsumen untuk membuat keputusan pembelian ditentukan oleh banyak atau sedikitnya pengetahuan yang dimiliki konsumen tersebut.⁹

Pengetahuan merupakan sumber yang berharga bagi produsen dalam keunggulan kompetitif. Hal ini terjadi karena pengetahuan konsumen dapat memberikan nilai keunikan yang dapat menentukan efektifitas dan efisiensi dalam keputusan pembelian seorang konsumen.¹⁰

Dalam dunia usaha saat ini, pengetahuan dapat disebut aset tak berwujud bagi para produsen dalam berkompetisi.¹¹ Hal dapat terjadi karena pengetahuan yang dimiliki konsumen

⁷ Gusti Rayi and Muhammad Aras, 'How Product Innovation and Motivation Influence Purchasing Decision as Consumer Buying Behavior', *Journal of Distribution Science*, 19.1 (2021), 49–60 <<https://doi.org/10.15722/jds.19.1.202101.49>>.

⁸ Leon G Schiffman and Joe Wisenblit, *Consumer Behavior*, 12th edn (Malaysia: Pearson, 2019).

⁹ Andrea Niosi, *Introduction to Consumer Behaviour*, 7th edn (Canada: BC campus, 2021).

¹⁰ Kai Schütz and others, 'How to Reach Cost Savings and Strategic Performance in Buying Simultaneously: A Knowledge-Based View', *Journal of Purchasing and Supply Management*, 26.2 (2020), 1–49 <<https://doi.org/10.1016/j.pursup.2019.04.002>>.

¹¹ Schütz and others.

dapat memberikan sebuah nilai tambah (*additional value*) bagi sebuah produk jika dibandingkan dengan produk yang lain.

C. Sistem Bagi Hasil

Berdasarkan pada penelitian Azhar, dkk., sistem bagi hasil ini sangat memengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan produk dari bank syariah. Hal ini terjadi karena, semakin besar keuntungan bagi hasil, semakin nasabah terdorong untuk menggunakan jasa perbankan syariah.¹²

Jika dilihat dalam perspektif perilaku konsumen, dalam pemilihan sebuah produk, konsumen akan mengumpulkan informasi dan memprosesnya sehingga dapat mengidentifikasi pilihan-pilihan produk yang tersedia dan akan membuat pilihan yang paling masuk akal dari pilihan-pilihan tersebut, mulai dari pertimbangan harga, kebutuhan, manfaat, dll.¹³

Dalam sistem perbankan syariah, salah satu manfaat yang dapat diberikan kepada nasabah adalah salah satunya manfaat sistem bagi hasil. Bagi hasil sendiri merefleksikan harga-harga produk yang disediakan bank syariah.¹⁴ Harga-harga tersebut ditentukan berdasarkan kesepakatan bersama antara penyedia dan penerima dana. Oleh karena itu, pembayaran atau pengembalian dana bank oleh nasabah pembiayaan akan ditentukan berdasarkan tingkat pendapatan yang diperoleh nasabah dari hasil usaha yang dijalankan atau yang disebut dengan nisbah. Jika nasabah mendapatkan hasil usaha yang besar maka pembagian hasilnya kepada pihak bank juga akan pada tingkat yang besar juga, begitupun sebaliknya.

D. Minat

Secara terminologi minat adalah keinginan untuk memiliki atau

¹² Indana Almas Azhar, Ribut Suprpto, and Nila Alfiatul Fuad, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menabung Pada Nasabah Di Bank Syariah Indonesia Cabang Rogojampi', *Jurnal Perbankan Syariah Darussalam*, 3.1 (2023), 61-73 <<https://doi.org/10.30739/jpsda.v2i1.1943>>.

¹³ Niosi.

¹⁴ Sri Rahayu Hijrah Hati and others, 'Brand Familiarity versus Profit-Sharing Rate: Which One Has A Robust Influence on Muslim Customers' Intention To Invest in An Islamic Bank?', *Journal of Islamic Marketing*, 13.8 (2022), 1703-27 <<https://doi.org/10.1108/JIMA-08-2020-0247>>.

mendapatkan sesuatu yang diinginkan.¹⁵

Dalam dunia usaha, minat didefinisikan sebagai keinginan untuk memiliki atau memakai produk, yang tinggi atau rendahnya hal tersebut dipengaruhi oleh kualitas produk.¹⁶ Semakin tinggi kualitas suatu produk dari produk lainnya, semakin tinggi juga minat seseorang untuk membeli atau menggunakan produk tersebut.

Jadi, ketika seseorang semakin berminat terhadap sesuatu, itu artinya kecocokan antara orang dan sesuatu tersebut semakin kuat dan besar.¹⁷

Metodologi Penelitian

Pendekatan kuantitatif merupakan metode yang akan diimplementasikan untuk mencapai hasil yang selaras dengan tujuan penelitian. Oleh karena itu, data mentah yang didapat akan diolah memakai uji

statistik untuk mendapatkan hasil yang sesuai.

Data yang dibutuhkan akan dihimpun dari sasaran populasi, yaitu seluruh pelaku usaha kecil dan menengah yang bertempat di Kecamatan Karangrejo Kabupaten Tulungagung yang berjumlah 8.821.¹⁸

Dari jumlah populasi di atas peneliti akan memilih sampel yang akan digunakan dengan teknik *probability sampling*, yang menggunakan konsep seleksi acak karena setiap anggota sampel memiliki peluang untuk menjadi sampel.¹⁹ Akan tetapi, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, seperti waktu yang minim dan kurangnya tenaga peneliti. Maka dari itu, jumlah sampel yang dipakai akan ditentukan langsung oleh peneliti berdasarkan pada

¹⁵ Asnawati Matondang, 'Pengaruh antara Minat dan Motivasi dengan Prestasi Belajar', *Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 2.2 (2018), 24-32.

¹⁶ Mark G. Maffett and Jorge O. Brusa, 'The Influence of Online Advertisement on Consumer Buying Interest in Online Selling Applications with Customer Satisfaction as An Intervening Variable (Case Study of Medical Doctor and Nurses in Chicago)', *Medalion Journal: Medical Research, Nursing, Health and Midwife Participation*, 3.4 (2022), 136-143 <<https://doi.org/10.59733/medalion.v3i4.63>>.

¹⁷ Asnawati Matondang.

¹⁸ Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Tulungagung, *Jumlah Umkm Per Kecamatan Kabupaten Tulungagung* (Tulungagung, 2022).

¹⁹ Robert Graham Cumming, 'Is Probability Sampling More Effective? A Comparison of Yields from a Quota and a Probability Sample Survey', *Community Health Studies*, 14.2 (1990), 132-37 <<https://doi.org/10.1111/j.1753-6405.1990.tb00033.x>>.

teori Roscoe,²⁰ yaitu sebanyak 60 responden dari seluruh populasi.

Data mentah (*raw data*) yang diperoleh dari pendistribusian angket kepada sampel (pelaku UMKM) tidak akan menjadi satu-satunya yang digunakan dalam mendukung studi ini. Akan tetapi, peneliti juga akan memakai data yang dikumpulkan dari beberapa sumber, seperti laporan keuangan sebagai data sekunder.

Setelah data dihimpun, data akan dianalisis memakai metode regresi linier berganda yang berorientasi pada identifikasi pengaruh linier antar variabel. Adapun rumusnya seperti di bawah:

$$Y = \alpha + bX_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Penjabaran rumus:

Y = Minat Melakukan Pembiayaan

Pada Bank Syariah

α = Nilai konstanta

b = Nilai koefisien regresi variabel bebas

X_1 = Motivasi

X_2 = Pengetahuan

X_3 = Bagi Hasil

Hipotesisnya seperti berikut ini:

1. X_1

H_0 : motivasi tidak memengaruhi minat pelaku UMKM secara signifikan

H_1 : motivasi memengaruhi minat pelaku UMKM secara signifikan

2. X_2

H_0 : pengetahuan tidak memengaruhi minat pelaku UMKM secara signifikan

H_2 : pengetahuan memengaruhi minat pelaku UMKM secara signifikan

3. X_3

H_0 : bagi hasil tidak memengaruhi minat pelaku UMKM secara signifikan

H_3 : bagi hasil memengaruhi minat pelaku UMKM secara signifikan

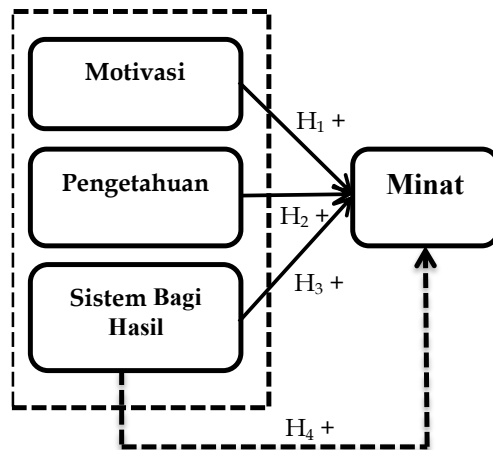
4. X_1, X_2, X_3

H_0 : ketiga variabel bebas secara serentak tidak memengaruhi minat pelaku UMKM secara signifikan

²⁰ Nur Sayidah, *Metodologi Penelitian Disertai dengan Contoh dalam Penelitian*, Zifatama, I (Sidoarjo: Zifatama, 2018), 106

H₄: ketiga variabel bebas secara serentak memengaruhi minat pelaku UMKM secara signifikan

Gambar 1 Konsep Dasar Penelitian



Hasil dan Pembahasan

A. Karakteristik Responden

Tabel 3 Berdasarkan Gender

Classification	Frequency Count	%	Adjusted Percent	Cumulative Proportion
Valid Pria	36	60,0	60,0	60,0
Wanita	24	40,0	40,0	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Sumber: Diolah Menggunakan SPSS 26.0, 2023

Tabel tersebut memperlihatkan bahwa sebagian besar subjek penelitian adalah pria, sebanyak 36 orang (60%). Namun demikian, perempuan hanya 24 orang (40%).

Tabel 4 Berdasarkan Usia

Classification	Frequency Count	%	Adjusted Percent	Cumulative Proportion
Valid 17-25	7	11,7	11,7	11,7
25-35	9	15,0	15,0	26,7
36-45	20	33,3	33,3	60,0
> 45	24	40,0	40,0	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Sumber: Data Diolah Memakai SPSS 26.0, 2023

Data tersebut menunjukkan bahwa subjek penelitian didominasi oleh rentan usia lebih dari 45 tahun,

sebanyak 24 orang (40%). Diikuti usia 36-45 tahun (33,3%/20 orang), 26-35 tahun (15%/9 orang), 17-25 tahun (11,7%/7 orang).

Tabel 5 Berdasarkan Jenjang Pendidikan

Classification	Frequency Count	%	Adjusted Percent	Cumulative Proportion
Valid SD	11	18,3	18,3	18,3
SMP	8	13,3	13,3	31,7
SMA	30	50,0	50,0	81,7
Sarjana	7	11,7	11,7	93,3
Pascasarjana	4	6,7	6,7	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Sumber: Diolah Memakai SPSS 26.0, 2023

Data menyatakan bahwa mereka yang memiliki pendidikan terakhir SMA mendominasi proporsi yang ada dengan persentase 50% (30 orang). Proporsi lainnya terdiri dari responden yang berpendidikan SD (11 orang/18,3%), SMP (8 orang/13,3%), Sarjana (7 orang/11,7%), dan Pascasarjana (4 orang/ 6,7%).

Tabel 6 Berdasarkan Periode Usaha

Classification	Frequency Count	%	Adjusted Percent	Cumulative Proportion
Valid Less than 5 years	20	33,3	33,3	33,3
Between 5-10 years	15	25,0	25,0	58,3
Between 11-15 years	9	15,0	15,0	73,3
More than 15 years	16	26,7	26,7	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Sumber: Diolah Memakai SPSS 26.0, 2023

Tabel tersebut menampilkan data bahwa narasumber didominasi oleh mereka yang sudah menjalankan usahanya selama kurang dari 5 tahun, sebanyak 20 orang (33,3%). Sisanya ada 16 orang (26,7%) yang usahanya berjalan lebih dari 15 tahun, 15 orang (25%) yang usahanya sudah berjalan 5-10 tahun, dan 9 orang (15%) yang usahanya berjalan 11-15 tahun.

Tabel 7 Berdasarkan Kategori Pembiayaan

	Classification	Frequency Count	%	Adjusted Percent	Cumulative Proportion
Valid	Pinjaman Syariah	6	10,0	10,0	10,0
	Pinjaman Umum	37	61,7	61,7	71,7
	Modal Sendiri	17	28,3	28,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Sumber: Diolah Memakai SPSS 26.0, 2023

Tabel tersebut dapat diinterpretasikan bahwa kebanyakan subjek penelitian adalah pengguna pembiayaan bank konvensional sebanyak 37 orang (61,7%). Sisanya ada 6 orang yang menggunakan pembiayaan syariah (10%) dan 17 orang (28,3%) pengguna modal sendiri.

B. Hasil Uji Statistik

Uji Validitas

Tabel 8 Pengujian Validitas

Variable	Item Label	r-value	Critical r Value	Description
Motivasi (X1)	X1.1.1	,479	,3610	Valid
	X1.1.2	,537	,3610	
	X1.2.2	,675	,3610	
	X1.2.3	,768	,3610	
	X1.2.4	,679	,3610	
Pengetahuan (X2)	X2.1.1	,775	,3610	Valid
	X2.1.2	,628	,3610	
	X2.1.3	,489	,3610	
	X2.2.1	,488	,3610	
	X2.2.2	,647	,3610	
	X2.3.1	,692	,3610	
Sistem Bagi Hasil (X3)	X3.1.1	,512	,3610	Valid
	X3.2.1	,662	,3610	
	X3.3.1	,731	,3610	
	X3.4.1	,732	,3610	
	X3.5.1	,610	,3610	
Minat (Y)	Y1.1.1	,660	,3610	Valid
	Y1.1.2	,580	,3610	
	Y1.2.1	,533	,3610	
	Y1.2.2	,553	,3610	
	Y1.3.1	,699	,3610	
	Y1.3.2	,652	,3610	

Sumber: Data Diolah Memakai SPSS 26.0, 2023

Setiap item pada keempat variabel dapat dikatakan valid. Hal tersebut merujuk pada data bahwasanya tiap item memiliki nilai r yang melampaui 0,3610 (r tabel) dengan derajat kebebasan (*degrees of freedom*) = 30-2=28 dan alpha 0,05.

Uji Reliabilitas

Tabel 9 Pengujian Reliabilitas

Variable	N Of Items	Cronbach Alpha	Criteria	Description
X1	5	,610	≥ 0,60 = Reliable	Reliable
X2	6	,774	≥ 0,60 = Reliable	Reliable
X3	5	,739	≥ 0,60 = Reliable	Reliable
Y	6	,623	≥ 0,60 = Reliable	Reliable

Sumber: Diolah Memakai SPSS 26.0, 2023

Hasil analisis menyatakan bahwasanya seluruh variabel dapat

dianggap reliabel karena memiliki *alpha cronbach* > 0,60.²¹

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Dalam menguji distribusi data, *Kolmogorov-Smirnov* atau uji K-S merupakan salah satu metode yang dapat digunakan. Uji ini memiliki ketentuan bahwasanya sebuah data harus memiliki nilai signifikansi yang melebihi 0,05 supaya dapat dinilai normal.²²

Tabel 10 Pengujian Normalitas

K-S One Sample Test		Unstd. Residual
N		60
Normal Distribution Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Standard Deviation	1,34275132
Largest Differences	Absolute	,088
	Positive	,048
	Negative	-,088
Test Statistic		,088
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Sumber: Diolah Memakai SPSS 26.0, 2023

Tabel tersebut menunjukkan bahwa data memiliki nilai Asymp. Sig. sebesar 0,200, yang melampaui 0,05. Dengan kata lain, data yang digunakan terdistribusi secara normal.

Uji Multikolinearitas

Analisis ini digunakan untuk mengidentifikasi eksistensi/keberadaan tentang korelasi antara variabel bebas. Suatu variabel mengalami gejala multikolinearitas (Multicollinearity Symptoms) apabila nilai *tolerance* yang dimiliki variabel tersebut melampaui 0,10 dan nilai faktor inflasi variannya melebihi 10.²³

Tabel 11 Pengujian Multikolinearitas

	Unstd. Coefficients		Std. Coefficients	t-statistic	Significance	Collinearity Diagnostics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance Value	VIF Value
(Constant)	1,929	1,384		1,394	,169		
Motivasi	,022	,098	,023	,224	,824	,382	2,620
Pengetahuan	,364	,084	,391	4,329	,000	,479	2,089
Bagi Hasil	,622	,087	,593	7,124	,000	,562	1,778

Sumber: Data Diolah Memakai SPSS 26.0, 2023

Hasil analisis mengidentifikasi bahwasanya pada ketiga variabel bebas tidak terjadi gejala multikolinearitas, yang dibuktikan dengan nilai *tolerance* yang dimiliki setiap variabel, yaitu variabel motivasi (0,382), pengetahuan (0,479), dan variabel bagi hasil (0,562) yang semuanya lebih dari 0,10. Sedangkan jika dilihat berdasarkan nilai

²¹ Keith S. Taber, 'The Use of Cronbach's Alpha When Developing and Reporting Research Instruments in Science Education', *Res Sci Educ*, 48.6 (2018), 1273-1296 <<https://doi.org/10.1007/s11165-016-9602-2>>.

²² Hadi Alizadeh Noughabi, 'A Comprehensive Study on Power of Tests for Normality', *Journal*

of Statistical Theory And Applications, 17.4 (2018), 647

<<https://doi.org/10.2991/jsta.2018.17.4.7>>.

²³ Jong Hae Kim, 'Multicollinearity and Misleading Statistical Results', *Korean Journal of Anesthesiology*, 72.6 (2019), 559-69 <<https://doi.org/https://doi.org/10.4097/kja.19087>>.

VIF, motivasi (2,620), pengetahuan (2,089), dan bagi hasil (1,778).

Uji Heteroskedastisitas

Analisis ini dilakukan untuk mendapati perbedaan variasi residual dari suatu penelitian terhadap penelitian lain. Untuk mengidentifikasi hal tersebut, peneliti akan menggunakan metode *Glejser*, yang mengharuskan sebuah data mempunyai *significance value* lebih dari 0,05 supaya dapat dianggap bebas dari gejala heteroskedastisitas.²⁴

Tabel 12 Pengujian Heteroskedastisitas

	Unstd. Coefficients		Std. Coefficients		t-statistic	Significance	Collinearity Diagnostics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance Value	VIF Value
(Constant)	1,485	,881			1,685	,097		
Motivasi	-,048	,062	-,164	-,764		,448	,382	2,620
Pengetahuan	,008	,053	,027	,142		,888	,479	2,089
Bagi Hasil	,013	,056	,041	,230		,819	,562	1,778

Sumber: Diolah Memakai SPSS 26.0, 2023

Tabel tersebut dapat diinterpretasikan bahwasanya setiap variabel bebas (X) tidak terindikasi adanya gejala heteroskedastisitas, yang dibuktikan dengan nilai signifikansi yang melebihi 0,05, yaitu $X_1 = 0,448$, $X_2 = 0,888$, dan $X_3 = 0,819$.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 13 Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,929	1,384		1,394	,169
	Motivasi	,022	,098	,023	,224	,824
	Pengetahuan	,364	,084	,391	4,329	,000
	Bagi Hasil	,622	,087	,593	7,124	,000

Sumber: Data Diolah Memakai SPSS 26.0, 2023

Di bawah ini adalah model regresinya:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

$$Y = 1.929 + 0.022X_1 + 0.364X_2 + 0.622X_3$$

Interpreatasinya dapat diuraikan seperti di bawah ini:

- Hasil analisis di atas memberikan kesimpulan bahwa nilai konstanta adalah 1,929. Artinya, pelaku UMKM di Kecamatan Karangrejo, Kabupaten Tulungagung memiliki minat sebesar 1,929 dalam melakukan pembiayaan di bank syariah ketika seluruh variabel bebas bernilai 0.
- Koefisien regresi X_1 dinyatakan positif (0,022) terhadap minat pelaku UMKM. Artinya, peningkatan motivasi sebesar 1%, akan menaikkan minat sebesar 2,2% dengan syarat variabel-variabel bebas lainnya berada pada kondisi tetap.
- Koefisien regresi X_2 dinyatakan positif (0,364) terhadap minat pelaku UMKM. Artinya, setiap peningkatan

²⁴ Soliyah Wulandari and Asep Dadan Suganda, 'Determining Aspects of Earnings Management Based on Accrual Model', *Jurnal Akuntansi &*

Auditing Indonesia, 25.1 (2021), 45–53 <<https://doi.org/10.20885/jaai.vol25.iss1.ar15>>.

pengetahuan sebesar 1%, akan membuat minat pelaku UMKM semakin meningkat sebesar 36,4% dengan syarat variabel-variabel bebas lainnya berada pada kondisi tetap.

4) Koefisien regresi X3 dinyatakan positif (0,622) terhadap minat pelaku UMKM. Artinya, jika sistem bagi hasil mengalami peningkatan bagi hasil sebesar 1%, maka minat pelaku UMKM akan meningkat sebesar 62,2% dengan syarat variabel-variabel bebas lainnya pada kondisi tetap.

Uji Statistik t

Tabel 14 Statistik t

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,929	1,384		1,394	,169
	Motivasi	,022	,098	,023	,224	,824
	Pengetahuan	,364	,084	,391	4,329	,000
	Bagi Hasil	,622	,087	,593	7,124	,000

Sumber: Data Diolah Memakai SPSS 26.0, 2023

Kesimpulan dari tabel tersebut adalah sebagai berikut:

a) Menerima H_0 dan menolak H_1 , yang dibuktikan dengan fakta diperolehnya nilai t dan nilai sig. sebesar 0,224 dan 0,824 oleh variabel motivasi (X1). Dengan begitu, perbandingannya dengan t tabel dan alpha adalah sebagai berikut: $(0,224 < 2,003)$ dan $(0,824 > 0,05)$. Oleh karena itu, ditarik interpretasi bahwasanya motivasi tidak signifikan

memengaruhi minat untuk melakukan pembiayaan syariah.

b) Menolak H_0 dan menerima H_2 , yang dibuktikan dengan fakta bahwa diperolehnya nilai t dan nilai sig. sebesar 4,329 dan 0,000 oleh variabel pengetahuan (X2). Dengan begitu, perbandingannya dengan t tabel dan alpha adalah sebagai berikut: $(4,329 > 2,003)$ dan $(0,000 < 0,05)$. Artinya, pengetahuan secara signifikan memengaruhi minat.

c) Menolak H_0 dan menerima H_3 , yang divalidasi dengan diperolehnya nilai t dan nilai sig. sebesar 7,124 dan 0,000 oleh variabel bagi hasil. Dengan begitu, perbandingannya dengan t tabel dan alpha adalah sebagai berikut: $(7,124 > 2,003)$ dan $(0,000 < 0,05)$. Artinya bagi hasil secara signifikan mempengaruhi minat.

Uji Signifikansi Simultan (F test)

Tabel 15 Uji Signifikansi Simultan

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	381,274	3	127,091	66,905	,000 ^a
	Residual	106,376	56	1,900		
	Total	487,650	59			

Sumber: Diolah Memakai SPSS, 2023

Tabel tersebut dapat diinterpretasikan bahwa menolak H_0 dan menerima H_4 . Kesimpulan tersebut diambil dari hasil analisis yang mengungkapkan bahwa nilai $f=66,905$

dan nilai sig.=0,000. Dengan demikian perbandingannya dengan f tabel dan alpha adalah sebagai berikut: (66,905>2,769) dan (0,000<0,05). Artinya, variabel bebas dalam studi ini secara bersamaan memengaruhi minat sebagai variabel terikat.

Uji R² (R-Square Test)

Tabel 16 Uji R²

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,884 ^a	,782	,770	1,378

Sumber: Data Diolah Memakai SPSS 26.0, 2023

Dari tabel tersebut, Adjusted R Square adalah 0,770. Artinya, dalam model regresi, variabel Y dapat dijelaskan X1, X2, X3 secara simultan sebesar 77%, sedangkan 23% sisanya oleh variabel lain di luar studi ini.

Pembahasan

a. Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Pelaku UMKM

Dari hasil uji signifikansi parsial dapat diinterpretasikan bahwa menerima H₀ dan menolak H₁. Selain itu, dari hasil uji analisis regresi diketahui bahwa motivasi secara signifikan memengaruhi minat. Hal ini berarti setiap penambahan nilai dalam

variabel motivasi tidak selalu dapat memberi kenaikan pada tingkatan (*level*) minat melakukan pembiayaan syariah bagi pelaku UMKM.

Tidak berpengaruhnya motivasi yang dimiliki pelaku UMKM tersebut bisa terjadi karena sejak awal mereka tidak tertarik untuk menggunakan produk pembiayaan dari bank syariah. Masyarakat lebih memilih produk pembiayaan bank syariah ketika produk tersebut memberikan keuntungan secara nyata, yang dilihat pada sistem dan beban pembayaran.

Meskipun motivasi dalam individu memiliki pengaruh yang besar dalam perilaku seseorang, akan tetapi faktor-faktor yang ada di luar individu juga memengaruhi hal tersebut. Hal ini sesuai dengan teori dua faktor Herzberg. Pada teori ini terdapat adanya faktor yang disebut *Hygiene Factors* yang menjelaskan bahwa ada faktor di luar motivasi intrinsik yang juga sangat berpengaruh terhadap sebuah perilaku.²⁵ Dengan kata lain, meskipun motivasi positif dalam diri seseorang

²⁵ Byunghyun Lee and others, 'Analyzing Determinants of Job Satisfaction Based on Two-Factor Theory', *Sustainability*, 14.12557 (2022), 1–

19
<<https://doi.org/https://doi.org/10.3390/su141912557>>.

sangat berpengaruh, akan tetapi terkadang faktor eksternal lebih cenderung dapat membentuk minat.

Alhasil, penelitian ini bertentangan dengan teori Schiffman dan Wisenblit. Dalam bukunya mereka menjelaskan bahwasanya proses dan keputusan atau perilaku seseorang, termasuk keputusan pembelian dihasilkan dari faktor psikologis yang disebut motivasi.²⁶ Akan tetapi, hasil ini sejalan dengan studi terdahulu oleh (Azmi & Riyaldi)²⁷; (Maulana, et al.)²⁸; dan (Sakti, et al.)²⁹ yang mengindikasikan bahwa minat dan keputusan seseorang dalam memilih produk tidak dipengaruhi oleh motivasi.

b. Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Pelaku UMKM

Dari hasil uji signifikansi parsial dapat diinterpretasikan bahwa menolak H_0 dan menerima H_2 . Selain itu, dari hasil uji analisis regresi diketahui bahwa pengetahuan secara signifikan memengaruhi minat. Artinya, setiap penambahan nilai dalam variabel ini dapat meningkatkan minat para pelaku UMKM dalam melakukan pembiayaan syariah.

Pengetahuan itu sendiri merupakan komponen penting dalam menilai *customer behavior*, karena semakin tinggi pengetahuan yang dimiliki konsumen, maka akan semakin tinggi kepercayaan atas sebuah keputusan pembelian.³⁰

Oleh karena itu, masih banyaknya pelaku UMKM di Kecamatan Karangrejo yang

²⁶ Schiffman and Wisenblit.

²⁷ Nurul Azmi and Muhammad Haris Riyaldi, 'Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Pengusaha Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Dalam Mengajukan Pembiayaan Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Aceh)', *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam*, 1.1 (2019), 71-90.

²⁸ Muhamad Fajar Maulana, Nawangsih, and Riza Bahtiar Sulistyan, 'Pengaruh Persepsi Konsumen Dan Motivasi Konsumen Pada Keputusan Membelian Kartu Perdana IM3', *Jurnal Riset Manajemen*, 2.1 (2019), 78-88 <<http://jkm.stiawidyagamalumajang.ac.id/index.php/jrm>>.

²⁹ Diana Harum Sakti and Marynta Putri Pratama, 'Pengaruh Kelompok Acuan, Gaya Hidup, dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Polygon Di Kebumen', *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi (JIMMBA)*, 4.1 (2022), 83-96 <<https://doi.org/https://doi.org/10.32639/jimmba.v4i1.30>>.

³⁰ Kamal Ghalandari, 'The Effect of Intentions on Ethical Purchasing Behavior in Islam: Moderating Role of Subjective Knowledge & Perceived Reliability', *International Journal of Ethics & Society*, 3.1 (2021), 33-40 <www.ijethics.com>.

menggunakan produk pembiayaan bank konvensional dengan fakta dalam penelitian ini yang ternyata pengetahuan mengenai bank syariah ini berpengaruh terhadap minat mereka, ini menunjukkan bahwa kurangnya pengenalan bank syariah terhadap masyarakat luas yang membuat minimnya pengetahuan mereka terkait bank syariah dan rendahnya minat mereka terhadap bank syariah.

Hasil ini memiliki kesesuaian dengan teori perilaku konsumen oleh Niosi, yang menyebutkan bahwa kemampuan konsumen untuk membuat keputusan pembelian ditentukan oleh banyak atau sedikitnya pengetahuan yang dimiliki konsumen tersebut.³¹ Karena dengan adanya pengetahuan, konsumen akan membuat keputusan yang lebih baik.

Penelitian oleh (Schütz, dkk.)³²; (Hoque, dkk.)³³; dan (Kandemir, dkk.)³⁴ dapat didukung dengan studi ini yang mengidentifikasi bahwa faktor pengetahuan memengaruhi minat

seseorang dalam memilih atau menggunakan sebuah produk.

c. Pengaruh Bagi Hasil Terhadap Minat Pelaku UMKM

Dari hasil uji signifikansi parsial dapat diinterpretasikan bahwa menolak H_0 dan menerima H_3 . Selain itu, dari hasil uji analisis regresi diketahui bahwa bagi hasil secara signifikan memengaruhi minat. Artinya, setiap kenaikan pada faktor bagi hasil akan meningkatkan minat dalam melakukan pembiayaan bank syariah bagi pelaku UMKM.

Dalam pemilihan sebuah produk, konsumen akan mempertimbangkan beberapa hal yang salah satunya adalah manfaat yang akan di dapat. Jadi, semakin bermanfaat sistem bagi hasil, maka pelaku UMKM akan semakin berminat dalam melakukan pembiayaan pada bank syariah.

Oleh karena itu, para pelaku usaha di kecamatan Karangrejo relatif memilih produk yang dapat memberikan banyak manfaat bagi

³¹ Niosi.

³² Schütz and Others.

³³ Mohammed Ziaul Hoque and Md Nurul Alam, 'Consumers' Knowledge Discrepancy and Confusion in Intent To Purchase Farmed Fish',

British Food Journal, 122.11 (2020), 3567-83
<<https://doi.org/10.1108/BFJ-01-2019-0021>>.

³⁴ Kandemir, Bayraktar, And Serdar Pirtini.

mereka. Hal ini selaras dengan teori Azhar, dkk., tentang keputusan nasabah yang akan cenderung memilih produk perbankan syariah yang dilihat pada manfaat dan keuntungan sistem bagi hasil.³⁵ Selain itu, penelitian ini juga mendukung studi sebelumnya oleh (Hati, dkk.)³⁶; (Asyari, dkk.)³⁷; dan (Syahri, dkk.)³⁸ yang memiliki kesimpulan yang sama bahwa bagi hasil secara signifikan mempengaruhi minat seseorang dalam menggunakan produk bank syariah.

d. Pengaruh Simultan Variabel Bebas Terhadap Minat Pelaku UMKM

Dari hasil uji t dapat diinterpretasikan H_0 ditolak dan H_a diterima. Selain itu, hasil uji analisis regresi mengidentifikasi bahwa setiap peningkatan nilai pada variabel bebas akan meningkatkan minat melakukan pembiayaan pada bank syariah bagi para pelaku UMKM. Hal ini

dibuktikan dengan nilai positif yang diperoleh setiap variabel independen (motivasi, pengetahuan, bagi hasil). Setiap variabel independen juga mendapat nilai signifikansi kurang dari alpha, kecuali pada variabel motivasi.

Berpengaruhnya variabel bebas pada penelitian ini terhadap minat tidak sejalan dengan fakta yang ada, karena faktanya masih banyak pelaku UMKM yang memilih untuk melakukan pembiayaan pada bank konvensional. Hal ini membuktikan kurang adanya upaya-upaya dari pihak bank syariah untuk meningkat motivasi dan pengetahuan tentang bank syariah kepada para pelaku UMKM dan masyarakat secara luas.

Kesimpulan

Berdasarkan tujuan penelitian, hipotesis yang diajukan, serta hasil uji analisis regresi dapat ditarik kesimpulan bahwa motivasi tidak memengaruhi

³⁵ Azhar, Suprpto, and Fuad.

³⁶ Hati and Others.

³⁷ Asyari and others, 'Millennial Generation's Islamic Banking Behavioral Intention: The Moderation Effect of Profit-Loss Sharing, Perceived Financial Risk, Knowledge of Riba, and Marketing Relationship', *Journal of Risk and Financial Management*, 15.12 (2022), 1-22 <<https://doi.org/https://doi.org/10.3390/jrfm15120590>>.

³⁸ Nurul Alfi Syahri and Dwipraptono Agus Harjito, 'The Influence of Financing Using The Principle of Profit-Loss Sharing on Profitability Level of Commercial Islamic Bank Listed in Bank Indonesia', *Asian Journal of Islamic Management (AJIM)*, 2.1 (2020), 46-58 <<https://doi.org/10.20885/ajim.vol2.iss1.art5>>.

minat untuk melakukan pembiayaan bank syariah yang dimiliki pelaku UMKM, melihat pada nilai t yang bernilai di bawah tabel ($0,224 < 2,003$) dan nilai $sig.$ yang melebihi α ($0,824 > 0,05$). Sementara itu, pengetahuan dan bagi hasil memengaruhi minat mereka, dibuktikan dengan fakta hasil analisis yang menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut mendapatkan nilai t yang melampaui t tabel ($2,003$), yakni $4,329$ dan $7,124$. Selain itu, kedua variabel tersebut sama-sama memiliki nilai $sig.$ yang melebihi $0,05$, yaitu $0,000$. Di samping itu, seluruh variabel bebas dalam studi ini secara serentak memengaruhi minat melakukan pembiayaan syariah bagi pelaku UMKM.

Daftar Rujukan

- Asnawati Matondang, 'Pengaruh Antara Minat Dan Motivasi Dengan Prestasi Belajar', *Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 2.2 (2018), 24-32
- Asyari, Mohammad Enamul Hoque, M. Kabir Hassan, Perengki Susanto, Taslima Jannat, and Abdullah Al Mamun, 'Millennial Generation's Islamic Banking Behavioral Intention: The Moderation Effect of Profit-Loss Sharing, Perceived Financial Risk, Knowledge of Riba, and Marketing Relationship', *Journal of Risk and Financial Management*, 15.12 (2022), 1-22 <<https://doi.org/10.3390/jrfm15120590>>
- Azhar, Indana Almas, Ribut Suprpto, and Nila Alfiatul Fuad, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menabung Pada Nasabah Di Bank Syariah Indonesia Cabang Rogojampi', *Jurnal Perbankan Syariah Darussalam*, 3.1 (2023), 61-73 <<https://doi.org/10.30739/jpsda.v2i1.1943>>
- Azmi, Nurul, and Muhammad Haris Riyaldi, 'Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Pengusaha Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Dalam Mengajukan Pembiayaan Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Aceh)', *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam*, 1.1 (2019), 71-90
- Cumming, Robert Graham, 'Is Probability Sampling More Effective? A Comparison of Yields from a Quota and a Probability Sample Survey', *Community Health Studies*, 14.2 (1990), 132-37 <<https://doi.org/10.1111/j.1753-6405.1990.tb00033.x>>
- Dahana, Wirawan Dony, Yukihiro Miwa, Chris Baumann, and Makoto Morisada, 'The Importance of Motivation, Store Patronage, and Marketing Efforts in Influencing Cross-Buying Behaviors', *Journal of Strategic Marketing*, 30.5 (2022), 481-509

- <<https://doi.org/10.1080/0965254X.2020.1811997>>
- Ghalandari, Kamal, 'The Effect of Intentions on Ethical Purchasing Behavior in Islam : Moderating Role of Subjective Knowledge & Perceived Reliability', *International Journal of Ethics & Society*, 3.1 (2021), 33-40 <www.ijethics.com>
- Hati, Sri Rahayu Hijrah, Niken Iwani Surya Putri, Sri Daryanti, Sigit Sulistiyo Wibowo, Anya Safira, and Hapsari Setyowardhani, 'Brand Familiarity versus Profit-Sharing Rate: Which One Has A Robust Influence on Muslim Customers' Intention To Invest in An Islamic Bank?', *Journal of Islamic Marketing*, 13.8 (2022), 1703-27 <<https://doi.org/10.1108/JIMA-08-2020-0247>>
- _____, 'Brand Familiarity vs Profit-Sharing Rate: Which Has a Stronger Impact on Muslim Customers' Intention to Invest in an Islamic Bank?', *Journal of Islamic Marketing*, 13.8 (2022), 1703-27 <<https://doi.org/10.1108/JIMA-08-2020-0247>>
- Hoque, Mohammed Ziaul, and Md Nurul Alam, 'Consumers' Knowledge Discrepancy and Confusion in Intent To Purchase Farmed Fish', *British Food Journal*, 122.11 (2020), 3567-83 <<https://doi.org/10.1108/BFJ-01-2019-0021>>
- Kandemir, Gözde, Serdar Pirtini, and Azra Bayraktar, 'A Research on The Role of Consumer Participation and Product Knowledge Levels in Purchasing Decisions', *Turkish Journal of Marketing*, 4.2 (2019), 162-83 <<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30685/tujom.v4i2.57>>
- Kim, Jong Hae, 'Multicollinearity and Misleading Statistical Results', *Korean Journal of Anesthesiology*, 72.6 (2019), 559-69 <<https://doi.org/https://doi.org/10.4097/kja.19087>>
- Lee, Byunghyun, Changjae Lee, Ilyoung Choi, and Jaekyeong Kim, 'Analyzing Determinants of Job Satisfaction Based on Two-Factor Theory', *Sustainability*, 14.12557 (2022), 1-19 <<https://doi.org/https://doi.org/10.3390/su141912557>>
- Lestari, Dian, 'Analisis Faktor Yang Menyebabkan Rendahnya Minat Masyarakat Dalam Memilih Produk Pembiayaan Di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Desa Kuripan Selatan Kecamatan Kuripan Lombok Barat)' (UIN Mataram, 2021)
- Mark G. Maffett, and Jorge O. Brusa, 'The Influence of Online Advertisement on Consumer Buying Interest in Online Selling Applications with Customer Satisfaction as An Intervening Variable (Case Study of Medical Doctor and Nurses in Chicago)', *Medalion Journal: Medical Research, Nursing, Health and Midwife Participation*, 3.4 (2022), 136-43 <<https://doi.org/10.59733/medalion.v3i4.63>>
- Maulana, Muhamad Fajar, Nawangsih, and Riza Bahtiar Sulistyan,

- 'Pengaruh Persepsi Konsumen Dan Motivasi Konsumen Pada Keputusan Membelian Kartu Perdana IM3', *Jurnal Riset Manajemen*, 2.1 (2019), 78-88
<<http://jkm.stiewidyagamalumaja.ng.ac.id/index.php/jrm> >
- Niosi, Andrea, *Introduction to Consumer Behaviour*, 7th edn (Canada: BC campus, 2021)
- Noughabi, Hadi Alizadeh, 'A Comprehensive Study on Power of Tests for Normality', *Journal of Statistical Theory and Applications*, 17.4 (2018), 647
<<https://doi.org/10.2991/jsta.2018.17.4.7>>
- Oktafiani, Felia, Bima Cinintya Pratama, Azmi Fitriati, and Tiara Pandansari, 'Kinerja Sosial Perbankan Syariah Di Indonesia: Peran Intellectual Capital, Sharia Compliance, Dan Dewan Pengawas Syariah', *Jurnal Akademi Akuntansi*, 5.2 (2022), 176-95
<<https://doi.org/10.22219/jaa.v5i2.18626>>
- Olena Zvarych, 'EVALUATION OF SMALL BUSINESS INFLUENCE ON THE ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE REGION', *Baltic Journal Of Economic Studies*, Vol. 3, No.31 (2017), 151-56
<<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30525/2256-0742/2017-3-5-151-156>>
- Rayi, Gusti, and Muhammad Aras, 'How Product Innovation and Motivation Influence Purchasing Decision as Consumer Buying Behavior', *Journal of Distribution Science*, 19.1 (2021), 49-60
<<https://doi.org/10.15722/jds.19.1.202101.49>>
- Sakti, Diana Harum, and Marynta Putri Pratama, 'Pengaruh Kelompok Acuan, Gaya Hidup, Dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Polygon Di Kebumen', *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 4.1 (2022), 83-96
<<https://doi.org/https://doi.org/10.32639/jimmba.v4i1.30>>
- Sayidah, Nur, *Metodologi Penelitian Disertai Dengan Contoh Dalam Penelitian*, Zifatama, I (Sidoarjo: Zifatama, 2018)
<<https://books.google.com/books?hl=en%5C&lr=%5C&id=gcO9DwAAQBAJ%5C&oi=fnd%5C&pg=PA1%5C&dq=pengalaman+kerja+kompensasi+finansial+kualitas+pekerja%5C&ots=sXAZRDn0DB%5C&sig=ZETgagsqAnW6tUv4cb4IRh414OI>>
- Schiffman, Leon G, and Joe Wisenblit, *Consumer Behavior*, 12th edn (Malaysia: Pearson, 2019)
- Schütz, Kai, Matthias Kässer, Constantin Blome, and Kai Foerstl, 'How to Reach Cost Savings and Strategic Performance in Buying Simultaneously: A Knowledge-Based View', *Journal of Purchasing and Supply Management*, 26.2 (2020), 1-49
<<https://doi.org/10.1016/j.pursup.2019.04.002>>
- Syahri, Nurul Alfi, and Dwipraptono Agus Harjito, 'The Influence of Financing Using The Principle of Profit-Loss Sharing on Profitability Level of Commercial Islamic Bank

Listed in Bank Indonesia', Asian Journal of Islamic Management (AJIM), 2.1 (2020), 46-58
<<https://doi.org/10.20885/ajim.vol2.iss1.art5>>

Taber, Keith S., 'The Use of Cronbach's Alpha When Developing and Reporting Research Instruments in Science Education', Res Sci Educ, 48.6 (2018), 1273-96
<<https://doi.org/10.1007/s11165-016-9602-2>>

Trisnawati, Luh Putu Puji, and Jonathan Tristan Alfayed, 'Analisis Kinerja Keuangan Bank Umum Konvensional', Jurnal Lentera Akuntansi, 9.1 (2024), 30-41
<<https://doi.org/10.34127/jrakt.v9i1.1087>>

Tulungagung, Dinas Koperasi Dan Usaha Mikro Kabupaten, Jumlah UMKM Per Kecamatan Kabupaten Tulungagung (Tulungagung, 2022)

Wulandari, Soliyah, and Asep Dadan Suganda, 'Determining Aspects of Earnings Management Based on Accrual Model', Jurnal Akuntansi & Auditing Indonesia, 25.1 (2021), 45-53
<<https://doi.org/10.20885/jaai.vol25.iss1.art5>>