

**PENGARUH SOSIALISASI DAN EDUKASI SERTA JARAK
DALAM MENINGKATKAN MINAT MENABUNG
MASYARAKAT DI BANK SYARIAH
(Studi Kasus Desa Rante Angin Kecamatan Towuti)**

Skripsi

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) Pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas
Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Palopo*



Oleh

Dahlia Winda Sutra

2104020076

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PALOPO**

2025

**PENGARUH SOSIALISASI DAN EDUKASI SERTA JARAK
DALAM MENINGKATKAN MINAT MENABUNG
MASYARAKAT DI BANK SYARIAH
(Studi Kasus Desa Rante Angin Kecamatan Towuti)**

Skripsi

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) Pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas
Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Palopo*



Oleh

Dahlia Winda Sutra

2104020076

Pembimbing

Dr. H. Muh. Rasbi, S.E., M.M.

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PALOPO**

2025

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dahlia Winda Sutra
NIM : 21 0402 0076
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah

menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri,
2. Seluruh bagian dari skripsi/tesis ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan dan atau kesalahan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya.

Bilamana di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 18 Agustus 2025

Yang membuat pernyataan,

A handwritten signature in black ink is written over a yellow rectangular stamp. The stamp contains the text 'METRAH TEMPEL' and a unique identifier '2F135AJX333115860'. To the left of the stamp is a vertical blue and yellow security strip with the number '10000' and the text 'REPUBLIK INDONESIA'.

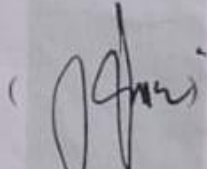
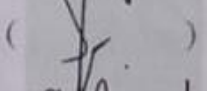
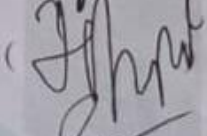
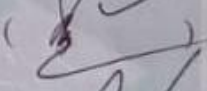
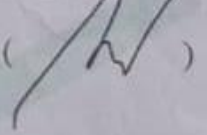
Dahlia Winda Sutra
NIM 21 0402 0076

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Pengaruh Sosialisasi dan Edukasi Serta Jarak dalam Meningkatkan Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah (Studi Kasus Desa Rante Angin Kecamatan Towuti) yang ditulis Dahlia Winda Sutra Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 2104020076, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Palopo yang dimunaqasyahkan pada hari Senin, tanggal 11 Agustus 2025 Miladiyah bertepatan dengan 16 Safar 1447 Hijriah, telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Palopo, 18 Agustus 2025

TIM PENGUJI

- | | | |
|--|-------------------|---|
| 1. Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I. | Ketua Sidang | () |
| 2. Ilham, S.Ag., M.A. | Sekretaris Sidang | () |
| 3. Muh. Hajarul Aswad A, S.Pd., M.Si. | Penguji I | () |
| 4. Hendra Safri, S.E., M.M. | Penguji II | () |
| 5. Dr. H. Muh Rasbi, S.E., M.M. | Pembimbing | () |

Mengetahui

Rektor UIN Palopo
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I.
NIP 198201242009011006

Ketua Program Studi
Perbankan Syariah



Edi Indra Setuawan, S.E., M.M.
NIP 198912072019031005

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ ، وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ ، نَبِيِّنَا وَحَبِيبِنَا
مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ ، وَمَنْ تَبِعَهُمْ بِإِحْسَانٍ إِلَى يَوْمِ الدِّينِ ، أَمَّا بَعْدُ

Puji syukur kehadiran Allah swt. yang telah menganugerahkan rahmat, hidayah serta kekuatan lahir dan batin, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini dengan judul “*Pengaruh Sosialisasi dan Edukasi Serta Jarak Dalam Meningkatkan Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah (Studi Kasus Desa Rante Angin Kecamatan Towuti)*” setelah melalui proses yang panjang. Shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad saw. kepada para keluarga, sahabat dan pengikut-pengikutnya.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis banyak menerima masukan, bantuan, bimbingan, petunjuk dan dorongan dari berbagai pihak yang kesemuanya ini sangat membantu penulis dalam rangka menyusun skripsi ini. Untuk orang tua tercinta, Ayahanda Ruslan Sungkeng selaku cinta pertama dan panutanku, pintu surgaku Ibunda Nurma, mereka memang tidak sempat merasakan pendidikan hingga bangku perkuliahan tetapi mereka bekerja keras dan mendidik serta memberikan motivasi serta dukungan sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini. Mereka yang senantiasa memberikan dorongan dan dukungan serta doa yang tak henti-hentinya untuk kebahagiaan dan kesuksesan anaknya. Tiada yang bisa penulis ucapkan selain terimakasih kepada orang tua penulis, semoga

Allah SWT memberikan pahala berlipat ganda dan melimpahkan rahmat dan kasih sayang kepada orang tua penulis.

Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan, guna memperoleh gelar sarjana ekonomi dalam bidang Perbankan Syariah pada Institut Agama Islam Negeri Palopo. Penelitian skripsi ini terselesaikan berkat bantuan, bimbingan serta dorongan dari banyak pihak. Oleh karena itu, peneliti menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan, kepada:

1. Bapak Dr. Abbas Langaji, M.Ag. selaku Rektor IAIN Palopo, beserta Bapak Dr. Munir Yusuf, M.Pd. selaku Wakil Rektor Bidang Akademik, Bapak Dr. Masruddin, S.Si., M.Hum. selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, dan Bapak Dr. Takdir, S.H., M.H. selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama IAIN Palopo.
2. Ibu Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN palopo dan Bapak Ilham S.Ag., M.A. selaku Wakil Bidang Akademik, Ibu Dr. Alia Lestari, S.Si., M.Si. selaku Wakil Dekan Bidang Adimistrasi Umum, Perencanaan Dan Keuangan, Bapak Muhammad Ilyas, S.Ag., MA, selaku Wakil Bidang Kemahasiswaan Dan Kerja Sama IAIN Palopo
3. Bapak Edi Indra Setiawan, S.E.I., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah IAIN Palopo dan Bapak Ikhsan Purnama S.E. Sy., M.E., Sy. selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah IAIN Palopo.

4. Bapak Dr. H. Muh. Rasbi, S.E., M.M. selaku pembimbing yang telah memberikan bimbingan, masukan, dan mengarahkan dalam rangka penyelesaian skripsi.
5. Ibu Megasari, S.Pd., M.SC. selaku Dosen Penasehat Akademik;
6. Seluruh Dosen beserta seluruh staf pegawai IAIN Palopo yang telah mendidik penulis selama berada di IAIN Palopo dan memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.
7. Bapak Hendra Safri, S.E.,M.M. dan Bapak Muh. Hajarul Aswad A, S.Pd., M.Si. selaku penguji yang telah memberikan bimbingan, masukan dan arahan dalam rangka penyelesaian skripsi.
8. Kepada Unit Perpustakaan beserta Karyawan dan Karyawati dalam ruang lingkup IAIN Palopo, yang telah banyak membantu, khususnya dalam mengumpulkan literatur yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini.
9. Bapak Sapiuddin, A.MD.,HK selaku kepala desa rante angin, beserta masyarakat desa rante angin dan staf bapenda luwu timur, yang telah memberikan izin dan bantuan dalam melakukan penelitian.
10. Kepada keluarga besar Abd. Halik Family terimakasih telah mendengar keluh kesah penulis, terimakasih untuk suport dan dan motivasi yang diberikan.
11. Kepada adik kesayangan penulis yaitu, Berlian Febrianty dan Ummi Kalsum yang selalu memberi semangat, kebahagiaan dan perhatiannya kepala penulis dalam menyusun skripsi ini.
12. Kepada Imela Chontesa, Kurnia Maharani, Risnawati, yang sudah penulis

anggap saudara sendiri. Dan Teman-Teman Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Iain Palopo Angkatan 2021 Khususnya PBS C.

13. Semua Sahabat Penulis Khususnya Riskatul Hairat S.E, Hasriyana, Yang Selama Ini Membantu Dan Selalu Memberikan Semangat Dalam Penyusunan Skripsi ini.

Palopo, 1 Juni 2025



Dahlia Winda Sutra

2104020076

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

A. Transliterasi Arab-Latin

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	-	-
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Ša'	Š	Es dengan titik di atas
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa'	Ḥ	Ha dengan titik di bawah
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet dengan titik di atas
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Esdan ye
ص	Šad	Š	Es dengan titik di bawah
ض	Ḍaḍ	Ḍ	De dengan titik di bawah
ط	Ṭa	Ṭ	Te dengan titik di bawah
ظ	Ẓa	Ẓ	Zet dengan titik di bawah
ع	‘Ain	‘	Koma terbalik di atas

غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Fa
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak diawal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (,).

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monotong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf latin	Nama
اَ	<i>Fathah</i>	A	A
اِ	<i>Kasrah</i>	I	I
اُ	<i>Dammah</i>	U	U

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
نَىْ	<i>Fathah</i> dan <i>Wau</i>	Ai	a dan i
نَوْ	<i>Fathah</i> dan <i>Wau</i>	Au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : kaifa

هَوْلَ : haula

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ... اِ... يَ...	<i>fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>yā'</i>	ā	a dan garis di atas
يِ	<i>kasrah</i> dan <i>yā'</i>	ī	i dan garis di atas
وِ	<i>ḍammah</i> dan <i>wau</i>	ū	u dan garis di atas

Contoh:

مَاتَ : mata

رَمَى : rama

قِيلَ : qila

يَمُوتُ : yamūtu

4. *Tā marbūtah*

Transliterasi untuk tā^ˀ marbūtah ada dua, yaitu tā^ˀ marbūtah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan tā^ˀ marbūtah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan tā^ˀ marbūtah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al- serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka tā^ˀ marbūtah itu ditransliterasikan dengan ha [h].

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : raudah al-atfāl

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : al-madinah al-fādilah

الْحِكْمَةُ : al-hikmah

5. *Syaddah (Tasydid)*

Syaddah atau tasydīd yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydīd (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah.

Contoh:

رَبَّنَا : rabbanā

نَجَّيْنَا : najjainā

الْحَقُّ : al-haqq

نُعِمَ : nu”ima

عَدُوَّ : „aduwwun

Jika huruf ع ber-tasydid di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (َ), maka ia ditransliterasi seperti huruf maddah menjadi ī. Contoh:

عَلِيَّ Alī (bukan ‘Aliyy atau A’ly)

عَرَبِيَّ Arabī (bukan A’rabiyy atau ‘Arabiy)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ل (alif lam ma”rifah). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf syamsi yah maupun huruf qamariyah. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الْشَّمْسُ : asy-syamsu (bukan al-syamsu)

الزَّلْزَلَةُ : az-zalzalāh (bukan al-zalzalāh)

الْفَلَسَفَةُ : al-falsafah

الْبِلَادُ : al-bilād

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (‘) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ : ta’’muruna

الْتَّوْغُ : an-nau’u

شَيْءٌ : syai’’un

أُمِرْتُ : umirtu

1. Penelitian Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata al-Qur‘‘an (dari al-Qur‘‘ān), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut

menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

Syarh al-Arbaʿīn al-Nawāwī

Risālah fi Riʿāyah al-Maslahah

9. Lafz al-Jalālah

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jarr dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai mudāfilaih (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِينُ اللَّهِ : dīnullah

بِاللَّهِ : bīllāh

Adapun tāʿmarbūtah di akhir kata yang disandarkan kepada lafz al-jalālah,

diteransliterasi dengan huruf [t].

Contoh:

هُم فِي رَحْمَةِ اللَّهِ
: *hum fī rahmatillāh*

10. Huruf Kapital

Walau tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (All Caps), dalam transliterasinya Huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD).

Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR).

Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi" a linnāsi lallazī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramadān al-lazī unzila fīhi al-Qurān

Nasīr al-Dīn al-Tūsī

Nasr Hāmid Abū Zayd

Al-Tūfī

Al-Maslahah fī al-Tasyrī" al-Islāmī

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama

terakhir harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh: Abū al-Walīd Muhammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad Ibnu)

Nasr Hāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaīd, Nasr Hāmid (bukan, Zaīd Nasr Hāmid Abū)

A. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt.	= <i>subhanahu wa ta'ala</i>
saw.	= <i>sallallahu 'alaihi wa sallam</i>
as	= <i>'alaihi al-salam</i>
H	= Hijrah
M	= Masehi
SM	= Sebelum Masehi
l	= Lahir tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
w	= Wafattahun
QS .../...: 4	= QS al-Baqarah/2: 4 atau QS Ali 'Imran/3: 4
HR	= Hadis Riwayaat

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	
HALAMAN PENGESAHAN	
PRAKATA.....	iii
PEDOMAN TRANSLITERASI	vi
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR AYAT.....	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
ABSTRAK	xx
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN TEORI.....	9
A. Penelitian Terdahulu yang Relevan	9
B. Landasan Teori.....	11
a. Bank Syariah	11
b. Sosialisasi.....	14
c. Edukasi.....	16
d. Jarak	19
e. Minat Menabung	21
C. Kerangka Pikir.....	24
D. Hipotesis.....	24

BAB III METODE PENELITIAN	26
A. Jenis Penelitian.....	26
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	26
C. Definisi Operasional Variabel.....	27
D. Populasi dan Sampel	30
E. Teknik Pengumpulan Data.....	31
F. Instrumen Penelitian	32
G. Teknik Analisis Data.....	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	41
A. Hasil Penelitian	41
B. Pembahasan	58
BAB V PENUTUP.....	62
A. Kesimpulan	62
B. Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA.....	74
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR KUTIPAN AYAT

Kutipan Ayat 1 Q.S At-taubah /9 : 122.....	3
--	---

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional	13
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	27
Tabel 3.2 Skala Penilaian	32
Tabel 3.3 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian.....	33
Tabel 3.4 Pedoman Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi	40
Tabel 4.1 Profil Desa Rante Angin	42
Tabel 4.2 Fasilitas di Desa Rante Angin.....	44
Tabel 4.3 Hasil Pernyataan Variabel Sosialisai	44
Tabel 4.4 Hasil Pernyataan Variabel Edukasi	46
Tabel 4.5 Hasil Pernyataan Variabel Jarak	47
Tabel 4.6 Hasil Pernyataan Variabel Minat Menabung.....	48
Tabel 4.7 Uji Validitas	50
Tabel 4.8 Uji Reabilitas	59
Tabel 4.9 Uji Normalitas.....	60
Tabel 4.10 Uji Multikoleniaritas	61
Tabel 4.11 Uji Heterokedastisitas	62
Tabel 4.12 Uji Regresi Linear Berganda.....	63
Tabel 4.13 Uji Parsial (Uji t).....	65
Tabel 4.14 Uji Simultan (Uji f)	67
Tabel 4.15 Uji Koefisien Determinan R ²	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Bagan Kerangka Pikir	24
-------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Hasil Kuesioner Penelitian

Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas

Lampiran 4 Riwayat Hidup

ABSTRAK

Dahlia Winda Sutra, 2025, *“Pengaruh Sosialisasi dan Edukasi serta Jarak dalam Meningkatkan Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah (Studi Kasus Desa Rante Angin Kecamatan Towuti)”* Skripsi Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam negeri Palopo. Di Bimbing Oleh H. Muh. Rasbi

Skripsi ini membahas tentang pengaruh sosialisasi dan edukasi serta jarak dalam meningkatkan minat menabung masyarakat di bank syariah di desa rante angin kecamatan towuti. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh sosialisasi dan edukasi serta jarak terhadap pemahaman bank syariah yang dimana masyarakat desa rante angin kecamatan towuti masih menganggap bank syariah dan konvensional itu sama. Padahal secara umum kedua bank tersebut memiliki perbedaan satu sama lain seperti sistem bunga dan sistem bagi hasil.

Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian ini dilakukan di Desa Rante Angin Kecamatan Towuti. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Desa Rante Angin Kecamatan Towuti. Pengambilan sample menggunakan teknik random sampling. Sampel yang digunakan sebanyak 156 responden. Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuesioner. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner.

Teknik pengelolaan dan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan analisis data kuantitatif dengan bantuan program *SPSS Ver 20*. Tahapan dalam teknik pengelolaan dan analisis data yaitu uji kualitas instrumen penelitian dengan melakukan uji validitas dan uji reabilitas, selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik, lalu menggunakan analisis regresi linear berganda, selanjutnya menggunakan uji hipotesis yang terdiri dari uji T, uji F, dan uji R (0,717). Berdasarkan hasil uji T (*uji parsial*) menunjukkan bahwa variabel sosialisai (2,153), edukasi (2,538) dan jarak (3,891) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Berdasarkan hasil uji F (*simultan*) menunjukkan bahwa variabel sosialisasi, edukasi dan jarak secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah dengan nilai (4,077).

Kata Kunci: Bank Syariah, Edukasi, Jarak Fisik, Jarak Psikologi, Jarak Sosial, Minat Menabung, Sosialisasi.

ABSTRACT

Dahlia Winda Sutra, 2025, "The Influence of Socialization and Education and Distance in Increasing Public Interest in Saving at Islamic Banks (Case Study of Rante Angin Village, Towuti District)" Thesis, Islamic Banking Study Program, Faculty of Economics and Islamic Business, Palopo State Islamic Institute. Supervised by H. Muh. Rasbi.

This thesis discusses the influence of socialization, education, and distance in increasing the interest of the community in saving at Islamic banks in Rante Angin Village, Towuti District. The study aims to determine the effect of socialization, education, and distance on the understanding of Islamic banking, as the people in Rante Angin Village, Towuti District, still perceive Islamic and conventional banks as the same. In fact, both types of banks have fundamental differences, such as the interest-based system in conventional banks and the profit-sharing system in Islamic banks.

This research uses a quantitative method. The study was conducted in Rante Angin Village, Towuti District. The population in this study consists of the residents of Rante Angin Village, Towuti District. The sampling technique used was random sampling, with a total of 156 respondents. The research instrument used was a questionnaire. Data was collected through the distribution of questionnaires.

The data processing and analysis techniques used in this study involved quantitative data analysis with the help of SPSS Version 20. The stages of data processing and analysis included instrument quality tests through validity and reliability testing, followed by classical assumption tests, then multiple linear regression analysis, and hypothesis testing consisting of the t-test, F-test, and R-test (0.717). Based on the t-test (partial test), the variables of socialization (2.153), education (2.538), and distance (3.891) have a positive and significant influence on the interest in saving in Islamic banks. Based on the F-test (simultaneous test), the variables of socialization, education, and distance simultaneously have a positive and significant effect on the interest in saving in Islamic banks, with a value of 4.077.

Keywords: *Islamic Bank, Education, Physical Distance, Phychological Distance, Social Distance, Interest in Saving, Socialization.*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bank syariah adalah suatu lembaga keuangan yang memiliki fungsi perantara dari dua belah pihak yang kelebihan dan kekurangan dana, yang memiliki tugas pokok menghimpun dan menyalurkan dana. Bank syariah menghimpun dana dengan produk tabungan, giro dan deposito sementara bank syariah menyalurkan dana dengan produk pembiayaan. Bank syariah di Indonesia beroperasi sesuai prinsip syariah berdasarkan ketentuan al-Qur'an dan al-Hadits¹. Bank syariah harus mampu menonjolkan nilai-nilai Islam dalam segala bentuk aktivitasnya, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan nasabahnya².

Bank berdasarkan prinsip syariah atau bank syariah atau bank Islam seperti halnya bank konvensional, juga berfungsi sebagai suatu lembaga intermediasi (*intermediary institusi*), yaitu mengarahkan dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali ke dana-dana tersebut kepada masyarakat yang membutuhkannya dalam bentuk fasilitas pembiayaan. Beda halnya dengan bank syariah melakukan kegiatan usahanya tidak berdasarkan bunga (*interest free*), tetapi berdasarkan prinsip syariah, yaitu prinsip pembagian keuntungan dan kerugian (*profit and loss sharing principle* atau *pls principle*)³. Dengan adanya bank syariah diharapkan dapat memberikan

¹ Edi Wibowo, dkk, Mengapa Memilih Bank Syariah, Bogor: Ghalia Indonesia cet 1 2005, hlm 33.

² Adzan Noor Bakri and Umi Masruroh, "Penerapan Nilai-Nilai Islam Dalam Bank Berbasis Syariah Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Nasabah," *DINAMIS - Journal of Islamic Management And Bussines* 1, no. 1 (2018): 35.

³ Sutan Remy Syahdeini, Perbankan Islam dan Kedudukannya dalam Tata Hukum Perbankan Indonesia, (Jakarta: PT Pustaka Utama Grafiti, 1999), hlm. 1.

kontribusi kemudahan dalam menjalankan aktivitas perekonomian. Bank syariah lahir sebagai pengganti unsur ribawi oleh pihak bank.

Konsep perbankan konvensional berbanding terbalik dengan hukum Islam terdapat praktik riba, serta semua transaksi tidak hanya yang halal saja. Indonesia dengan masyarakat yang mayoritas muslim tetapi belum mampu menunjukkan persepsi yang baik terhadap bank syariah. Perbedaan bank syariah dan bank konvensional yaitu bank syariah tidak mengenal sistem bunga, baik bunga itu di peroleh dari nasabah yang meminjam uang maupun bunga yang akan di berikan kepada penyimpan uang di bank syariah⁴. Pandangan masyarakat terhadap bank syariah diantaranya perbankan syariah tidak ada bunga dan perbankan syariah identik dengan bank dengan sistem bagi hasil. Namun, ternyata persepsi dan sikap masyarakat terhadap bank syariah sangat beragam. Beragamnya persepsi, sikap dan perilaku masyarakat terhadap bank syariah, di antaranya disebabkan oleh pemahaman dan pengetahuan masyarakat tentang bank syariah. Perbedaan persepsi tersebut sangat berpotensi mempengaruhi minat masyarakat terhadap bank syariah.⁵

Pemahaman yang rendah terhadap Bank Syariah salah satunya disebabkan oleh kurangnya sosialisasi mengenai prinsip dan sistem ekonomi islam. Tentunya hal tersebut mempengaruhi pandangan dan sikap masyarakat terhadap bank syariah. Maka hal yang harus di lakukan oleh pengelola bank syariah yaitu meningkatkan sosialisasi sistem bank syariah dengan menggunakan media masa yang aktif. Agar pengetahuan masyarakat tentang bank syariah tidak hanya sekedar bank yang menggunakan sistem bagi hasil. Hal ini merupakan salah satu cara untuk menambah

⁴ M. Unggul, Walid Nopriansyah. *Aspek-Aspek Hukum Perbankan Syariah Di Indonesia*. Rawamangun: Jakarta. 2021

⁵ Imran, Bambang Hermawan, “ Pengaruh Persepsi Masyarakat Batam Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah,” *Jurnal Business Administration*, volume 1, 2 (2017), 210.

pengetahuan mengenai bank syariah, karena semakin luas pemahaman mengenai bank syariah maka semakin tinggi pula kemungkinan untuk menabung di bank syariah.

Berikut ini merupakan ayat tentang pengetahuan yang terdapat pada Q.S At-taubah ayat:122 yang berbunyi:

وَمَا كَانَ الْمُؤْمِنُونَ لِيَنفِرُوا كَآفَّةً ۚ فَلَوْلَا نَفَرَ مِن كُلِّ فِرْقَةٍ مِّنْهُمْ طَائِفَةٌ لِّيَتَفَقَّهُوا فِي الدِّينِ
وَلِيُنذِرُوا قَوْمَهُمْ إِذَا رَجَعُوا إِلَيْهِمْ لَعَلَّهُمْ يَحْذَرُونَ

Terjemah-nya:

Tidak sepatutnya orang-orang mukmin pergi semuanya (ke medan perang). Mengapa sebagian dari setiap golongan di antara mereka tidak pergi (tinggal bersama Rasulullah) untuk memperdalam pengetahuan agama mereka dan memberi peringatan kepada kaumnya apabila mereka telah kembali, agar mereka dapat menjaga dirinya. (Q.S At-taubah [9]: 122)⁶.

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller salah satu faktor yang mempengaruhi minat adalah faktor psikologi yang di dalamnya terdapat persepsi⁷. Philip Kotler juga mengatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat adalah pengetahuan, gaya hidup, pekerjaan dan keadaan ekonomi, kepribadian dan konsep diri, dan promosi⁸. Selain itu menurut Widayani Wahab pilihan pembelian seseorang dipengaruhi oleh empat faktor utama yaitu motivasi, persepsi, pengetahuan dan kepercayaan⁹.

Minat akan timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, kemudian timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut dan akhirnya timbul

⁶ Al-Qur'an Kementerian Agama RI, "Qur'an Kemenag RI" 2019, surah At-taubah 9:22

⁷ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, Manajemen Pemasaran Jilid 2 edisi ke 13, (Jakarta: Erlangga, 2008), 217.

⁸ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, Manajemen Pemasaran Jilid 1 edisi ke 13, (Jakarta: Erlangga, 2008), 172-175

⁹ Wirdayani Wahab, "Pengaruh Tingkat Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah," Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, volume 1, 2 (2016), 175.

keinginan minat untuk membeli dan dapat memiliki produk tersebut¹⁰. Produk dalam perbankan syariah dapat memengaruhi minat menabung dalam bank syariah jika produk itu dapat bermanfaat bagi nasabah, sehingga dapat menarik nasabah untuk minat berkontribusi dan masuk dalam bank syariah terutama untuk masyarakat Indonesia yang dimana mayoritas muslim¹¹.

Faktor lain yang mempengaruhi minat menabung di bank syariah adalah pengetahuan mengenai produk dan jasa bank syariah. Semakin baik pengetahuan masyarakat terhadap produk dan jasa maka minat menabung semakin tinggi¹². Menurut Vinna Sri Yuniarti pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk, serta pengetahuan lainnya yang berkaitan dengan fungsinya sebagai konsumen¹³.

Jarak mempengaruhi minat menabung di bank syariah. Jarak yang dekat memudahkan masyarakat untuk mengakses layanan perbankan dengan lebih cepat dan efisien. Sebaliknya jarak yang jauh dapat menjadi penghambat karena masyarakat harus mengeluarkan waktu dan biaya untuk mengunjungi kantor bank. Selain itu kenyamanan dan kemudahan akses yang didukung oleh jarak yang dekat dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap minat menabung di bank syariah.

Pentingnya minat terhadap perkembangan perbankan syariah, jika minat masyarakat baik maka bank syariah akan mengalami perkembangan yang bagus, dan sebaliknya jika minat masyarakat itu jelek maka bank syariah akan mengalami kebangkrutan. Minat merupakan hal yang sangat penting bagi suatu perusahaan, yaitu

¹⁰ Kotler dan Keller Kevin, Manajemen Pemasaran, 46.

¹¹ "Persepsi masyarakat tentang bank syariah terhadap minat menabung (Studi pada masyarakat Ladongi kecamatan Malangke kabupaten Luwu Utara) hal 3-4

¹² Sabani, A (2012). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi rendahnya minat masyarakat muslim menabung pada bank syariah di Kota Palopo." Program Pascasarjana Uin Alauddin Makassar.

¹³ Vinna Sri Yuniarti, Perilaku Konsumen Teori dan Praktik, (Bandung: Pustaka Setia, 2015), 130

untuk mengetahui keinginan pelanggan agar menimbulkan rasa senang dan puas sehingga pelanggan tetap setia pada produk/jasa yang dibelinya¹⁴. Sama halnya dengan bank syariah juga harus mampu meningkatkan dan mempertahankan usaha serta persaingan yang ketat diperlukan suatu cara, salah satunya yaitu dengan meningkatkan minat konsumen maka tingkat pendapatan pada bank Syariah akan mengalami kenaikan. Oleh sebab itu, pihak bank syariah harus mampu menarik minat konsumen dengan menerapkan strategi pemasaran produk/jasa yang sesuai dengan kebutuhan yang di harapkan konsumen. Sehingga minat konsumen merupakan kunci dalam menciptakan keberhasilan dari suatu perusahaan.

Dibutuhkan sosialisasi yang lebih massif mengenai bank syariah. Sosialisasi itu bisa di lakukan dengan memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi bank konvensional untuk membuka kantor cabang syariah (*KCS*), atau semua pihak yang mampu secara logalitas atau materi untuk mendirikan bank umum syariah di seluruh pelosok negeri. Selain sebagai sarana untuk mensosialisasikan bank syariah, langkah ini juga di lakukan untuk mengurangi perilaku ekonomi masyarakat yang mengandung unsur, *riba*, *maysir*, dan *gharar*¹⁵. Pemahaman dan sosialisasi terhadap masyarakat tentang produk dan sistem perbankan syariah di Indonesia masih sangat terbatas yang disebut sebagai dampak dari kurangnya pengetahuan nasabah tentang lembaga keuangan syariah atau bank syariah.

Masyarakat yang ada di indonesia adalah mayoritas Islam, sedangkan yang menjadi nasabah yaitu tidak berbanding lurusnya jumlah orang islam dengan pertumbuhan bank syariah. Sedangkan yang kita ketahui sebagai masyarakat muslim diuntut untuk menjalankan ajaran islam yang menyeluruh, serta meliputi semua

¹⁴ Basaria Nainggolan. *Perbankan Syariah Di Indonesia*. Jakarta: Rajawali. 2019

¹⁵ Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Yogyakarta: Fak Hukum UII, 2007, hlm. 50.

aspek dalam kehidupan baik itu dari suatu aktivitas perbankan, ekonomi, politik dan sebagainya. Masyarakat masih banyak yang belum mengenal dengan baik bagaimana bank syariah dan produk-produknya. Sehingga banyak masyarakat yang mengasumsikan bahwa bank syariah itu dan bank konvensional sama saja. Pengetahuan yang rendah tentang bank syariah di duga dapat memicu rendahnya minat menabung di bank syariah¹⁶.

Apabila dilihat dan diamati, maka dapat dipahami bahwasanya masyarakat Desa Rante Angin yang menggunakan jasa keuangan Bank Syariah masih sangat sedikit sehingga fenomena ini memunculkan Desa Rante Angin, di mana masyarakat masih menganggap bank syariah dan bank konvensional itu sama, kemungkinan besar disebabkan oleh minimnya pemahaman terhadap konsep perbankan syariah. Banyak masyarakat yang hanya melihat kedua bank sebagai tempat menyimpan uang dan mendapatkan pinjaman tanpa mengetahui perbedaan mendasar dalam sistem operasionalnya. Kurangnya sosialisasi mengenai prinsip syariah, seperti larangan riba dan penerapan sistem bagi hasil, membuat mereka sulit membedakan antara bank syariah dan konvensional. Selain itu, produk dan layanan yang tampak serupa, seperti tabungan dan kredit, juga semakin memperkuat anggapan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan antara keduanya.

Padahal secara umum, kedua bank tersebut memiliki perbedaan satu sama lain seperti pada sistem bunga atau sistem bagi hasil. Kemudian, ada juga masyarakat yang beranggapan bahwa sistem, bunga maupun sistem bagi hasil pada Bank Syariah dan Bank Konvensional sama saja. Oleh karena ini, latar belakang di atas peneliti tertarik melakukan penelitian lebih lanjut dengan mengangkat judul ***“Pengaruh***

¹⁶ Indah Fajarwati Mulyaningtyas, Yoyok Soesatyo, Norida Canda Sakti, “Pengaruh Pengetahuan Tentang Bank Syariah dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Menabung Siswa Di Bank Syariah. “Jurnal Ekonomi Pendidikan dan kewirausahaan Vol. 8, No 1 (Tahun 2020): h 54

Sosialisasi dan Edukasi Serta Jarak Dalam Meningkatkan Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah (Studi kasus desa rante angin kecamatan towuti)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, maka dapat dirumuskan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah sosialisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah?
2. Apakah edukasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah?
3. Apakah jarak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah?
4. Apakah sosialisasi dan edukasi serta jarak secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah?

C. Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini, tujuan yang akan di capai sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh sosialisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah.
2. Untuk mengetahui pengaruh edukasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah di bank syariah.
3. Untuk mengetahui pengaruh jarak berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah.
4. Untuk mengetahui hubungan antara sosialisasi, edukasi dan jarak secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dalam penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

- a. Hasil penelitian ini memberikan pengetahuan baru mengenai pengaruh sosialisasi dan edukasi serta jarak dalam meningkatkan minat menabung masyarakat di bank syariah (Studi kasus desa rante angin kecamatan towuti)
- b. Sebagai referensi dan bahan perbandingan bagi peneliti berikutnya terkait dengan masalah yang sama sekaligus sebagai bahan untuk mengaplikasikan pemahaman penulis tentang teori-teori yang dapat selama mengikuti kegiatan perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo.

2. Manfaat praktis

a. Bagi Penulis

Penelitian ini bermanfaat untuk mengaplikasikan teori selama ini di dapatkan selama masa perkuliahan.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini di harapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan atau di kembangkan lebih lanjut, serta referensi terhadap penelitian sejenis.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian ini berjudul “ Pengaruh sosialisasi dan edukasi serta jarak dalam meningkatkan minat menabung di bank syariah (Studi kasus desa rante angin kecamatan towuti) ”. Berdasarkan judul penelitian tersebut sebelumnya telah di angkat oleh bebrapa peneliti sebagai objek penelitian yang berbeda. Adapun permasalahan tersebut akan dijadikan sebagai bahan rujukan dan yang dilakukan peneliti berikut ini. Beberapa penelitian terdahulu yang di jadikan peneliti sebagai pandangan terhadap penelitian ini adalah:

1. Penelitian yang di lakukan oleh Mufida (2023) dengan judul “Pengaruh persepsi, pengetahuan produk, promosi dan lokasi terhadap minat menabung masyarakat muslim kelurahan battang di bank syariah” fokus penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh persepsi, pengetahuan produk, promosi dan lokasi terhadap minat menabung masyarakat muslim kelurahan Battang di bank syariah baik itu secara parsial maupun simultan. Adapun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pengetahuan produk dan lokasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat menabung di bank syariah, sedangkan variabel persepsi dan promosi secara parsial tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel minat menabung di bank syariah. Adapun persamaan penelitian ini yaitu sama-sama melakukan

penelitian terhadap objek nasabah bank syariah dan sama-sama menggunakan metode kuantitatif. Adapun perbedaan penelitian terdahulu dan peneliti yaitu pada lokasi dan waktu penelitian serta teknik pengumpulan datanya¹⁷.

2. Penelitian yang di lakukan oleh Novita Sari (2022) dengan judul “Pengaruh pengetahuan masyarakat tentang perbankan syariah terhadap keinginan menabung di bank syariah (Studi Pada Masyarakat Desa Salu Paremang kec. Kamandre)” fokus penelitian ini yaitu pemahaman masyarakat tentang bank syariah untuk menabung di bank syariah. Adapun hasil penelitian ini yaitu menjelaskan bahwa pengetahuan masyarakat tentang perbankan syariah sangat berpengaruh terhadap minat menabung. Masyarakat yang memiliki pemahaman yang baik mengenai prinsip-prinsip perbankan syariah, seperti sistem bagi hasil dan kehalalan produk, menunjukkan minat yang lebih tinggi untuk menabung. Adapun persamaan penelitian ini yaitu objek yang di lakukan sama-sama melakukan penelitian terhadap nasabah bank syariah. Adapun perbedaan penelitian terdahulu dan peneliti yaitu pada lokasi dan waktu penelitian serta teknik pengumpulan data¹⁸.

3. Penelitian yang di lakukan oleh Dina Kurniati (2021) dengan judul “Pengaruh sosialisasi, religiositas, dan pengetahuan terhadap persepsi masyarakat tentang perbankan syariah (studi di gayo lues) fokus

¹⁷ Mufida, “Pengaruh persepsi, pengetahuan produk, promosi dan lokasi terhadap minat menabung masyarakat muslim kelurahan battang di bank syariah” 2023

¹⁸ Novita Sari, “Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Keinginan Menabung di Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Desa Salu Paremang Kec. Kamandre)” 2022

penelitian ini yaitu sosialisasi, religiositas dan pengetahuan terhadap bank syariah. Adapun hasil penelitian ini yaitu regresi ditemukan Variabel Sosialisasi, religiositas dan pengetahuan berpengaruh positif terhadap persepsi minat masyarakat. Di Gayo Lues, faktor pengetahuan, merupakan variabel dengan pengaruh yang paling dominan terhadap persepsi masyarakat artinya semakin meningkat atau bertambahnya pengetahuan masyarakat tentu akan menghasilkan pemikiran/persepsi yang baik terhadap keberadaan perbankan syariah itu sendiri. Adapun persamaan penelitian ini yaitu pada variabel X1 serta metode yang di gunakan sama-sama menggunakan metode kuantitatif. Adapun perbedaan penelitian terdahulu dan peneliti yaitu pada teknik pengumpulan data¹⁹.

B. Landasan Teori

1. Bank Syariah

a. Pengertian bank syariah

Bank syariah berdasarkan undang-undang perbankan syariah Nomor 10 tahun 1998 adalah suatu lembaga usaha yang menghimpun modal yang masyarakat miliki dalam bentuk titipan kemudian menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk pinjaman sehingga meningkatkan kehidupan masyarakat yang lebih membutuhkan. Bank syariah adalah bank yang kegiatannya berlandaskan pada syariat islam yang tentunya tidak memberikan pembebanan kepada msyarakat yang meminjam dana dalam bentuk bunga. Adapun upah yang diterima oleh bank syariah ataupun yang di bayarkan kepada masyarakat yang menggunakan produk atau jasa bank syariah sesuai dari akad atau perjanjian antara nasabah dan bank. Rukun maupun akad yang diterapkan

¹⁹ Dina Kurniati, "Pengaruh Sosialisasi, Religisitas, dan Pengetahuan Terhadap Persepsi Masyarakat Tentang Perbankan Syariah (Studi di Gayo Lues). 2021

dalam produk maupun jasa bank syariah harus berpedoman dalam syariat islam. Berdasarkan jenisnya bank syariah terdiri dari bank umum syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).

Adapun yang dimaksud dengan bank umum syariah (BUS) adalah bank yang berdiri sendiri berdasarkan dengan akta pendirinya, bukan bagian dari bank konvensional. Berikutnya yaitu Unit Usaha Syariah (BPRS) yang merupakan unit kerja dari kantor pusat bank konvensional dengan tujuan sebagai kantor induk dari kantor unit kerja di kantor cabang dari suatu bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor cabang pembantu syariah dan atau unit syariah.²⁰

b. Fungsi Bank Syariah

Berikut ini fungsi utama yang dimiliki oleh bank syariah yaitu:

1) Menghimpun modal

Bank syariah berfungsi sebagai penghimpun modal yang berasal dari masalah yang dimiliki modal berlebih. Adapun akad yang digunakan dalam bentuk simpanan modal yang berasal dari nasabah yaitu akad *al-wadi'ah* dan dalam bentuk investasi dengan menggunakan akad *al-mudharabah*. Dengan menitipkan modalnya di bank, maka nasabah dapat memperoleh keuntungan yaitu imbalan atas modal yang

²⁰ Drs. Ismail, *Perbankan Syariah*, Cet. V, (Jakarta: KENCANA Prenada Media Grup. 2017), 29-30

diinvestasikan yang besarnya tergantung aturan masing-masing bank syariah serta tergantung pada hasil yang diperoleh bank syariah.

2) Menyalurkan modal

Bank syariah berfungsi sebagai penyalur modal yang memberikan modal tersebut ke masyarakat yang lebih membutuhkan. Ada beberapa akad yang digunakan oleh bank syariah dalam menyalurkan modal ke masyarakat diantaranya yaitu akad jual beli, maka imbalan yang didapatkan bank atas penyaluran modalnya yaitu dalam bentuk margin keuntungan. *Margin* keuntungan merupakan selisih antara harga jual kepada nasabah dan harga beli bank. Penghasilan yang diperoleh dari kegiatan penyaluran modal kepada nasabah dengan menggunakan akad kerja sama usaha yaitu bagi hasil. Aktivitas penyaluran modal kepada masyarakat, di samping merupakan kegiatan yang memperoleh penghasilan yang menguntungkan berupa pendapatan margin keuntungan dan bagi hasil, juga untuk memanfaatkan dana yang idle (*idle fund*)

3) Memberikan layanan berupa jasa

Selain menghimpun dan menyalurkan modal disamping itu bank syariah memberikan pelayanan jasa perbankan. Bank syariah dalam hal pemberian layanan jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam menjalankan kegiatannya. Ada

beberapa jenis produk yang diterapkan dalam pelayanan jasa yang ada di bank syariah di antaranya yaitu pengiriman uang (transfer), pemindahbukuan, penagihan surat berharga, kliring, garansi bank pelayanan dalam menjalankan kegiatannya.²¹

c. Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional

Tabel 2.1 Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional

Bank Syariah	Bank Konvensional
Akad dan aspek legalitas berdasarkan hukum islam dan hukum positif.	Akad dan aspek legalitas berdasarkan hukum positif
Lembaga penyelesaian sengketa Badan Arbitrase Muamalat Indonesia (BAMUI)	Lenbaga penyelesaian sengketa Badan Arbitrase Nasional (BAN)
Struktur organisasi terdiri dari Dewan Syariah Nasional (DSN) dan Dewan Pengawas Syariah (DPS)	Tidak terdapat dewan sejenis
Melakukan investasi yang halal	Melakukan investasi yang halal dan haram
Berdasarkan prinsip bagi hasil, jual beli dan sewa	Berdasarkan prinsip bunga
<i>Profit and falah oriented</i>	<i>Profit oriented</i>
Hubungan dengan nasabah dalam bentuk kemitraan	Hubungan dengan nasabah dalam bentuk debitur-debitur

²¹ Drs Ismail, Perbankan Syariah, Cet. V, (Jakarta: KENCANA Prenada Media Grup, 2017), 39-43.

2. Sosialisasi

a. Pengertian Sosialisasi

Sosialisasi merupakan proses interaksi sosial dimana kita mengenal cara-cara berpikir, berperasaan dan berperilaku sehingga dapat berperan secara efektif dalam masyarakat. Sosialisasi sebagai salah bentuk informasi kepada masyarakat, sehingga bank perlu melakukan sosialisasi kepada masyarakat untuk memperkenalkan bank Syariah kepada masyarakat. Sosialisasi yang dilakukan bank merupakan salah satu langkah kegiatan untuk memperkenalkan sistem Syariah yang diterapkan sehingga sosialisasi berperan sebagai promosi²².

Peter L Berger, mendefinisikan sosialisasi sebagai suatu proses di mana seseorang belajar menjadi anggota yang berpartisipasi dalam masyarakat²³. Bruce J. Cohen, mendefinisikan sosialisasi sebagai suatu proses manusia untuk mempelajari tentang tata cara kehidupan dalam bermasyarakat, guna menyesuaikan diri sebagai individu di dalam kelompok. sosialisasi merupakan proses di mana seseorang mempelajari pola-pola hidup dalam masyarakat sesuai dengan nilai-nilai, norma dan

²² Sri A Wahyuni, Andi Bahri, and Moh Yasin Soumena, "Jurnal Mirai Management Efektivitas Sosialisasi Bank Muamalat KCP Parepare Terhadap Peningkatan Minat Menabung Masyarakat," *Jurnal Mirai Management* 8, no. 3 (2023): 251–57.

²³ Muria Herlina, *Sosiologi Kesehatan Paradigma Kontruksi Sosial Perilaku Hidup Bersih dan Sehat dalam Perspektif Peter L. Barger & Thomas Luckmann*, (Surabaya: Ikapi, 2017), h. 8

kebiasaan yang berlaku untuk berkembang sebagaimana anggota masyarakat dan sebagai individu (pribadi)²⁴.

sosialisasi yang dilakukan untuk meningkatkan pemahaman tentang apa yang belum dan sudah masyarakat ketahui, dengan cara ini akan menanamkan pemahaman tentang perbankan syariah seperti mengajak masyarakat untuk menabung di bank syariah²⁵. Sosialisasi juga dapat memberikan wawasan yang mendalam kepada para nasabah untuk menarik minat menabung di bank syariah. Dalam konteks perbankan syariah, sosialisasi menjadi langkah awal yang sangat penting untuk membangun pemahaman masyarakat, terutama di daerah yang masih menganggap bank syariah dan bank konvensional tidak memiliki perbedaan yang signifikan. Melalui sosialisasi, masyarakat dikenalkan pada prinsip-prinsip syariah seperti sistem bagi hasil yang berbeda dengan sistem bunga pada bank konvensional.

Sosialisasi dapat dilakukan melalui berbagai metode, seperti penyuluhan, seminar, pelatihan atau bahkan melalui sosial media dan komunikasi langsung dari petugas bank kepada masyarakat. Keberhasilan sosialisasi sangat dipengaruhi oleh intensitas, keterlibatan tokoh masyarakat serta penggunaan bahasa dan media yang mudah dipahami oleh masyarakat lokal. Sosialisasi yang efektif dapat meningkatkan pengetahuan dan membentuk persepsi positif terhadap bank syariah,

²⁴ Elly M. Setiadi & Usman Kolip, Pengantar Sosiologi Pemahaman Fakta dan Gejala Permasalahan Sosial: Teori, Aplikasi dan Pemecahannya, Cet. Ke-3 (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2013), hlm. 155.

²⁵ Abdul Nasser Hasibuan, Nofinawati. *Produk Perbankan Syariah*. Tulungagung: Penerbit Ilmu Syariah. 2021

sehingga mendorong masyarakat untuk lebih berminat menabung di bank syariah.

1. Indikator sosialisasi

Menurut para ahli indikator sosialisasi sebagai berikut:

a. Meningkatnya status yang seringkali diikuti dengan meningkatnya kepercayaan dan meningkatnya kepercayaan peranan sosial di lingkungan sosial yang baru. Terintegrasi secara kuat dengan masyarakat setempat dalam setiap aktifitas yang ditandai dengan keakraban dan persaudaraan diantara individu tersebut dengan masyarakat lain. Dapat menyesuaikan diri dengan lingkungan sosial maupun lingkungan fisiknya²⁶.

b. Pemahaman Nilai dan Prinsip Syariah

Salah satu tujuan utama sosialisasi adalah meningkatkan pemahaman masyarakat tentang nilai-nilai dan prinsip-prinsip syariah yang menjadi dasar operasional bank syariah. Dalam hal ini, masyarakat perlu diberi pengetahuan tentang konsep seperti larangan riba, keadilan dalam transaksi, keberkahan dalam muamalah, dan konsep bagi hasil yang menggantikan sistem bunga pada bank konvensional.

c. Komunikasi Efektif Tentang Produk dan Layanan Bank Syariah

Sosialisasi harus mencakup informasi yang jelas, menarik, dan mudah dipahami tentang produk dan layanan yang ditawarkan oleh bank syariah. Masyarakat perlu mengetahui bahwa bank syariah memiliki

²⁶ Tjipto Subadi, Sosiologi, (Surakarta: BP-FKIP UMS, 2008), h. 20

produk yang setara dengan bank konvensional, tetapi dengan pendekatan yang sesuai dengan prinsip syariah. Hal ini termasuk tabungan reguler, tabungan haji, tabungan pendidikan, serta fitur-fitur seperti mobile banking atau ATM.

d. Internalisasi Kebiasaan Menabung

Sosialisasi bertujuan untuk menanamkan kebiasaan menabung secara disiplin dan konsisten di masyarakat. Dengan mendekatkan aktivitas menabung pada nilai-nilai agama dan keberkahan, masyarakat akan lebih termotivasi untuk menabung di bank syariah. Bank syariah dapat meluncurkan program tabungan berjangka syariah dengan hadiah yang menarik untuk mendorong kebiasaan menabung.

b. Pengertian edukasi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia edukasi adalah proses pembelajaran yang bertujuan untuk mengembangkan potensi diri pada peserta didik dan mewujudkan proses pembelajaran yang lebih baik, edukasi ini bertujuan untuk mengembangkan kepribadian, kecerdasan, dan mendidik peserta untuk memiliki akhlak mulia, mampu mengendalikan diri dan memiliki keterampilan²⁷.

Edukasi merupakan proses pemberian pengetahuan dan keterampilan kepada masyarakat agar mereka mampu mengenali, memahami, dan memanfaatkan produk serta layanan bank syariah secara

²⁷ Hasan Alwi, Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Bandung: Balai Pustaka:2012), h. 232

optimal. Edukasi tidak berfungsi untuk meningkatkan literasi keuangan masyarakat, tetapi juga untuk membentuk sikap dan perilaku terhadap lembaga keuangan bank syariah. Dalam konteks perbankan syariah, edukasi sangat penting karena masih banyak masyarakat yang belum memahami perbedaan mendasar antara bank syariah dan bank konvensional, seperti pada aspek sistem bagi hasil, larangan riba, dan prinsip keadilan dalam transaksi. Melalui edukasi yang tepat, masyarakat dapat mengetahui manfaat menabung di bank syariah, mekanisme operasional, serta jaminan keamanan dan keberkahan dana yang disimpan.

Menurut Bambang Waluyo Dalam cetak biru BI Edukasi atau pendidikan masyarakat dalam bidang Perbankan adalah edukasi yang dilakukan pada intinya merupakan pemberian informasi dan pemahaman kepada masyarakat mengenai fungsi dan kegiatan usaha Bank, serta produk dan jasa yang ditawarkan Bank kepada nasabah²⁸.

Jadi edukasi nasabah merujuk pada pemberian informasi dan pemahaman kepada nasabah tentang fungsi dan kegiatan usaha Bank, serta produk dan jasa yang ditawarkan Bank Syariah. Edukasi tersebut sangat diperlukan untuk mendukung kesetaraan hak dan kewajiban antara nasabah sebagai konsumen produk dan jasa Perbankan dengan Bank sebagai pelaku usaha yang menyediakan produk dan jasa kepada nasabah. Pada dasarnya nasabah perlu memahami secara baik produk dan jasa

²⁸ Bambang Waluyo, at., al, Sosialisasi dan Edukasi Publik Perbankan Syariah di Indonesia, dalam Account Akuntansi Keuangan dan Perbankan, vol. I, 43

Perbankan yang akan digunakan sehingga keputusannya menjadi nasabah tidak salah. Termasuk tingkat risiko yang akan dihadapi (*risk awareness*).

Efektivitas edukasi sangat dipengaruhi oleh kualitas materi, metode penyampaian serta kemampuan edukator dalam menjelaskan konsep-konsep keuangan syariah secara sederhana dan mudah dipahami. Edukasi yang baik akan meningkatkan pemahaman masyarakat, mengurangi keraguan dan menumbuhkan kepercayaan terhadap bank syariah, sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan minat menabung di bank syariah.

1. Indikator edukasi

Menurut para ahli indikator edukasi dapat mencakup berbagai faktor sebagai berikut:

a. Pemahaman tentang Konsep Dasar Ekonomi Syariah

Edukasi bertujuan untuk memberikan pemahaman mendalam tentang prinsip ekonomi syariah, seperti larangan riba (bunga), gharar (ketidakpastian), dan maisir (spekulasi). Masyarakat perlu memahami bahwa bank syariah beroperasi berdasarkan nilai-nilai Islami, seperti keadilan, keberkahan, dan transparansi.

b. Pengetahuan tentang Produk Tabungan Syariah

Meningkatkan minat menabung di bank syariah memerlukan edukasi yang menyeluruh tentang produk-produk tabungan yang ditawarkan, seperti tabungan reguler, tabungan haji, tabungan pendidikan, dan tabungan berjangka. Edukasi ini harus menjelaskan fitur, manfaat, dan keunggulan setiap produk.

c. Pemahaman tentang Sistem Bagi Hasil

Edukasi perlu menekankan perbedaan antara sistem bagi hasil di bank syariah dengan sistem bunga di bank konvensional. Sistem bagi hasil lebih fleksibel, adil, dan sesuai dengan prinsip syariah. Memberikan simulasi perhitungan bagi hasil secara transparan untuk menunjukkan potensi keuntungan menabung di bank syariah.

c. Pengertian jarak

Jarak adalah ruang sela yang ditempuh antara satu tempat dengan tempat yang lain. Di dalam kamus besar Bahasa Indonesia dijelaskan bahwa jarak adalah ruang sela (panjang/jauh) antara dua benda atau tempat²⁹. Jarak merupakan suatu faktor eksternal yang dapat mempengaruhi perilaku keuangan masyarakat, khususnya dalam hal minat menabung di lembaga keuangan seperti bank syariah. Jarak yang dimaksud disini adalah seberapa dekat atau jauhnya lokasi tempat tinggal masyarakat dengan kantor atau unit layanan bank syariah. Jarak terkait menabung di bank syariah dapat mempengaruhi minat menabung nasabah. Jika jarak antara nasabah dengan bank syariah terlalu jauh, maka nasabah mungkin tidak akan tertarik untuk menabung di bank syariah tersebut.

Secara teori, semakin dekat jarak antara masyarakat dengan bank syariah, maka aksesibilitas masyarakat terhadap layanan perbankan syariah akan semakin mudah. Kemudahan akses mencakup berbagai aspek, seperti waktu tempuh, biaya transportasi, dan kenyamanan dalam melakukan

²⁹ Pusat bahasa, Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Cet, II; Jakarta : Balai Pustaka, 2022, h. 459.

transaksi. Sebaliknya, jika jarak antara tempat tinggal masyarakat dengan bank syariah cukup jauh maka akan muncul hambatan-hambatan seperti tingginya biaya perjalanan, waktu yang lebih lama, serta rasa enggan untuk melakukan kunjungan ke bank. Hambatan-hambatan ini dapat menurunkan minat masyarakat untuk menabung di bank syariah, terutama di wilayah pedesaan yang sarana transportasi masih terbatas. Oleh karena itu, bank syariah perlu memperhatikan faktor jarak ini dengan cara memperluas jaringan kantor, membuka unit layanan perbankan dengan mudah tanpa harus datang langsung ke kantor.

Jarak terkait manabung dapat diartikan sebagai jarak antara nasabah dengan bank syariah, baik secara fisik maupun psikologis. Jarak terkait manabung di bank syariah dapat mempengaruhi minat menabung nasabah dan menjadi hambatan bagi nasabah untuk melakukan transaksi di bank syariah. Oleh karena itu, bank syariah perlu mempertimbangkan jarak terkait manabung dalam strategi pemasaran dan layanan nasabah.

1. Indikator jarak

Menurut para ahli indikator jarak dapat mencakup berbagai faktor sebagai berikut:

a. Jarak Fisik

Lokasi Cabang bank menjadi Jarak fisik antara tempat tinggal nasabah dan cabang bank syariah dapat mempengaruhi kemudahan akses. Semakin dekat jarak, semakin besar kemungkinan nasabah untuk

menabung. Aksesibilitas Transportasi untuk ketersediaan transportasi umum atau jalan yang mudah diakses menuju bank syariah juga menjadi faktor penting.

b. Jarak Psikologis

Kepercayaan Nasabah menjadi jarak psikologis yang berkaitan dengan kepercayaan nasabah terhadap bank syariah. Jika nasabah merasa nyaman dan percaya, mereka lebih cenderung untuk menabung. Pengetahuan tentang Produk Tingkat pemahaman nasabah tentang produk dan layanan bank syariah dapat mempengaruhi keputusan menabung. Jarak dalam hal pengetahuan dapat menjadi penghalang.

c. Jarak Sosial

Pengaruh Lingkungan sosial dan budaya di sekitar nasabah dapat mempengaruhi keputusan untuk menabung di bank syariah. Jika banyak orang di sekitar mereka menabung di bank syariah, kemungkinan mereka juga akan mengikuti. Rekomendasi dari orang terdekat dapat mengurangi jarak sosial dan meningkatkan minat menabung.

d. Pengertian minat menabung

Minat (*interest*) adalah suatu sikap yang berlangsung secara terus menerus yang memolakan perhatian seseorang, sehingga membuat dirinya jadi selektif terhadap objek minatnya, perasaan yang menyatakan bahwa suatu aktivitas, pekerjaan atau objek itu berharga atau berarti bagi individu dan suatu keadaan motivasi atau set motivasi yang menuntut tingkah laku

menuju satu arah (sasaran) tertentu³⁰. Adapun dalam kamus Bahasa Indonesia minat diartikan sebagai sebuah kecenderungan hati yang tinggi terhadap suatu gairah atau keinginan³¹.

Minat menabung merupakan dorongan dari dalam diri seseorang untuk menyisihkan sebagian pendapatannya dan menyimpannya dilembaga keuangan, seperti bank syariah, minat menabung tidak muncul begitu saja, melainkan dipengaruhi oleh berbagai faktor baik internal maupun external. Secara psikologis, minat adalah kecenderungan hati atau perhatian yang tinggi terhadap suatu objek atau aktivitas dalam hal ini aktivitas menabung di bank syariah.

Dalam konteks perbankan syariah minat menabung masyarakat sangat dipengaruhi oleh tingkat pemahaman mereka terhadap prinsip-prinsip, manfaat produk tabungan syariah, serta kemudahan akses terhadap layanan bank. Minat menabung juga erat kaitannya dengan persepsi masyarakat terhadap keamanan dana, kepercayaan terhadap lembaga serta adanya nilai tambah seperti sistem bagi hasil yang adil dan terpercaya.

Minat untuk menabung di bank syariah adalah kecenderungan atau ketertarikan seseorang untuk menyimpan uangnya di lembaga perbankan yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah Islam. Minat ini dapat didasarkan pada berbagai alasan, seperti keyakinan agama, kepercayaan terhadap sistem perbankan syariah, manfaat yang ditawarkan, atau faktor lainnya yang sesuai dengan kebutuhan dan nilai-nilai pribadi.

³⁰ Chaplin, J P, Kamus Psikologi Lengkap, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2008, 15.

³¹ Anton M. Moeliono, et al, Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta: Balai Pustaka, 1999), 225.

1. Indikator Minat menabung

Menurut para ahli indikator minat menabung dapat mencakup berbagai faktor sebagai berikut:

a. Kesadaran terhadap Manfaat Menabung

Kesadaran adalah tingkat pemahaman seseorang mengenai pentingnya menabung, baik untuk kebutuhan masa depan, keamanan finansial, maupun mencapai tujuan keuangan tertentu. Dalam konteks bank syariah, kesadaran ini juga mencakup pengetahuan tentang keuntungan menabung secara syariah, seperti pengelolaan dana yang sesuai dengan prinsip Islam dan pembagian hasil yang adil.

Kesadaran terhadap manfaat menabung tidak hanya terbatas pada pemahaman akan pentingnya menabung untuk masa depan, tetapi juga mencakup sikap dan perilaku dalam mengelola keuangan secara lebih bijak. Individu yang sadar akan manfaat menabung biasanya memiliki perencanaan keuangan yang lebih baik, mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan, serta lebih siap menghadapi resiko atau kebutuhan mendadak di masa depan.

b. Kepercayaan terhadap Bank Syariah

Kepercayaan merupakan faktor penting dalam membangun minat menabung. Hal ini meliputi keyakinan terhadap kredibilitas, integritas, dan transparansi bank syariah dalam mengelola dana nasabah. Nasabah cenderung memiliki minat tinggi untuk menabung jika mereka yakin bahwa bank syariah dapat menjaga dana mereka dengan aman,

mengelolanya sesuai prinsip syariah, dan memberikan keuntungan yang adil.

c. Ketertarikan terhadap Produk dan Layanan

Produk dan layanan yang relevan dan menarik dapat menjadi indikator kuat dari minat menabung. Bank syariah menawarkan berbagai produk seperti tabungan mudharabah (bagi hasil) dan tabungan wakaf, yang tidak hanya memenuhi kebutuhan finansial tetapi juga mendukung tujuan sosial. Karena apabila bank memiliki produk yang unggul dan mampu menarik minat nasabah untuk menggunakan produk tersebut otomatis akan memberikan keuntungan tersendiri bagi bank³². Semakin banyak seseorang merasa produk dan layanan bank syariah sesuai dengan kebutuhannya, semakin besar kemungkinan mereka untuk menabung di bank tersebut.

d. Niat atau Motivasi untuk Menabung

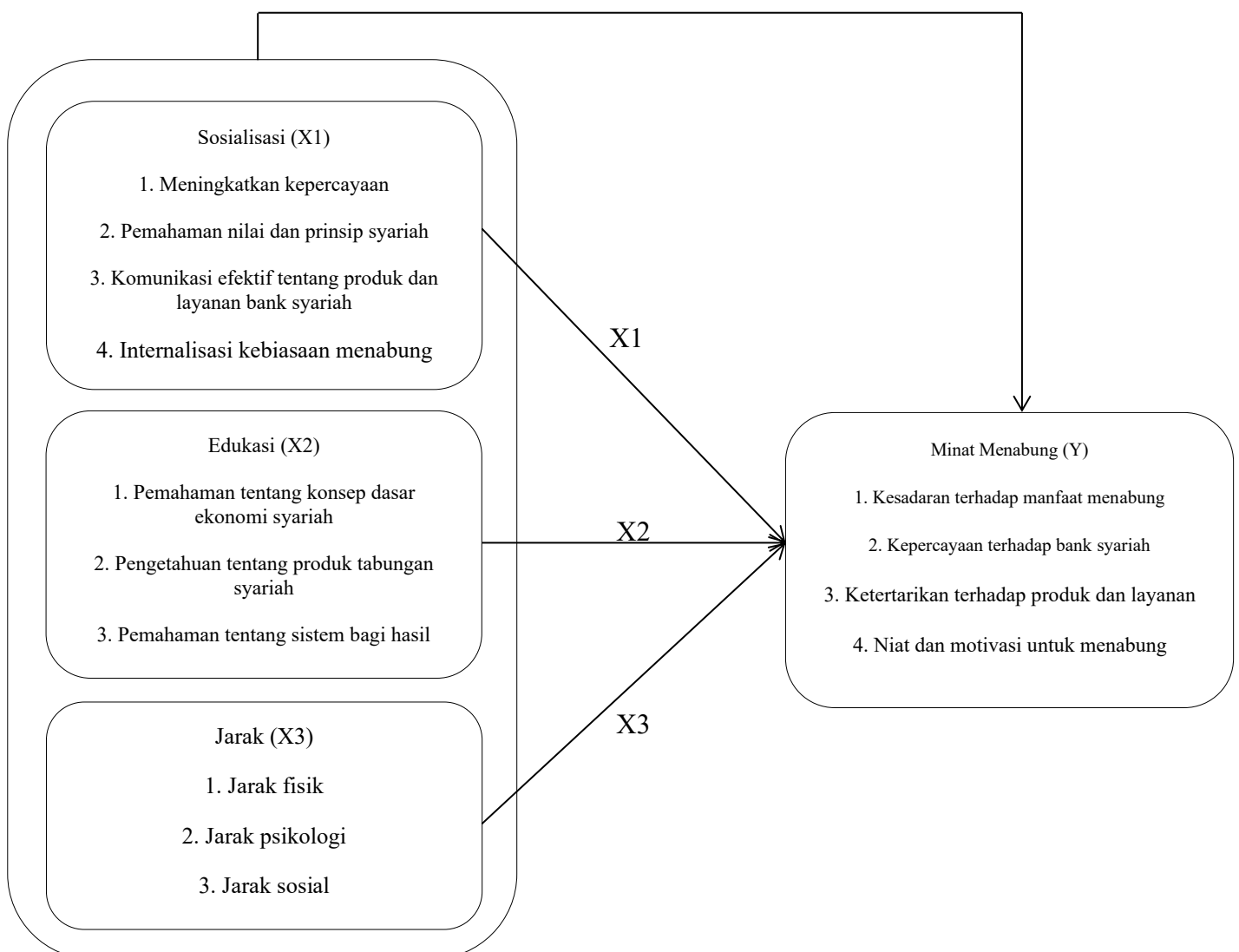
Niat atau motivasi untuk menabung merupakan dorongan internal yang mendorong seseorang dalam mengambil keputusan untuk menyisihkan sebagian pendapatnya dan menyimpannya di bank syariah. Motivasi ini dapat berasal dari kebutuhan untuk mempersiapkan masa depan, mengatasi kebutuhan mendadak, atau mencapai tujuan finansial tertentu. Selain itu, motivasi juga dipengaruhi oleh pemahaman terhadap

³² Muzayyanah Jabani, Sitti Chodijah “Strategi pemasaran produk gadai syariah (Rahn) dalam upaya menarik minat nasabah pada bank syariah mandiri kota palopo”, *DINAMIS-Journal of Islamic Management And Bussines*, Vol. 1, No 1 April 2018

manfaat menabung dan kepercayaan terhadap keamanan serta prinsip yang diterapkan oleh bank.

Niat adalah dorongan internal yang mendorong seseorang untuk menyimpan uang di bank syariah. Motivasi ini bisa bersifat intrinsik, seperti keinginan untuk menjalankan nilai-nilai agama, atau ekstrinsik, seperti promosi dari bank. Jika seseorang memiliki niat yang kuat untuk menabung di bank syariah karena merasa hal tersebut selaras dengan keyakinannya, maka minat mereka cenderung tinggi.

C. Kerangka pikir



Keterangan:

X1 : Sosialisasi

X2 : Edukasi

X3 : Jarak

Y : Minat Menabung

D. Hipotesis

H1 : Sosialisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah

H2 : Edukasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah maka

H3 : Jarak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah

H4 : Sosialisasi, edukasi dan jarak secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Pendekatan kuantitatif mementingkan adanya variabel variabel sebagai objek penelitian, dan variabel tersebut harus di definisikan dalam bentuk operasional variabel masing-masing dan pemahaman dari luar (*outward*). Reabilitas dan validitas merupakan syarat mutlak yang harus dipenuhi dalam menggunakan pendekatan ini, karena kedua elemen tersebut akan menentukan kualitas hasil penelitian dan kemampuan replikasi serta generalisasi penggunaan metode penelitian selanjutnya³³.

Menurut Ali 2022 Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan temuan-temuan baru yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur secara statistik atau cara lainnya dari suatu kuantifikasi (pengukuran). Penelitian dengan menggunakan pendekatan kuantitatif lebih memusatkan perhatian pada beberapa gejala yang mempunyai karakteristik tertentu di dalam kehidupan manusia, yaitu variabel. Dalam pendekatan kuantitatif, hakikat hubungan di antara variabel-variabel selanjutnya akan dianalisis dengan alat uji statistik serta menggunakan teori yang objektif³⁴.

³³ Sarwono, Jonathan. "Memadu Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif: Mungkinkah?". *Ilmiah Manajemen Bisnis* (2009). Hal 119

³⁴ M. Makhrus Ali dkk, " metode penelitian kuantitatif dan penerepannya dalam penelitian" *education journal*.2022.vol2.2.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh sosialisasi dan edukasi serta jarak dalam meningkatkan minat menabung di bank syariah (Studi kasus desa rante angin kecamatan towuti)

B. Lokasi dan waktu penelitian

Lokasi yang telah dilakukan peneliti pada penelitian ini yaitu berada pada Desa Rante Angin Kecamatan Towuti. Dan adapun waktu penelitian yaitu bulan Februari sampai bulan maret tahun 2025.

C. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah menjelaskan bagaimana sebuah variabel akan di operasionalkan akan diketahui pada penelitian. Operasional variabel digunakan harus selaras dengan konseptual yang dijelaskan sebelumnya. Sesuai dengan judul penelitian yang peneliti tentukan yaitu “Pengaruh sosialisasi dan edukasi serta jarak dalam meningkatkan minat menabung di bank syariah (Studi kasus desa rante angin kecamatan towuti)”. Maka peneliti menetapkan variabel sebagai berikut.

Tabel 3.1 Devinisi operasional variabel

Variabel	Definisi	Indikator
Sosialisasi (X1)	Sosialisasi merupakan proses interaksi sosial dimana kita mengenal cara-cara berpikir, berperasaan dan berperilaku sehingga dapat berperan secara efektif dalam masyarakat.	1. Meningkatnya kepercayaan 2. Pemahaman Nilai dan Prinsip Syariah 3. Komunikasi Efektif tentang Produk dan

	Sosialisasi sebagai salah bentuk informasi kepada masyarakat, sehingga bank perlu melakukan sosialisasi kepada masyarakat untuk memperkenalkan bank Syariah kepada masyarakat. Sosialisasi yang dilakukan bank merupakan salah satu langka kegiatan untuk memperkenalkan sistem Syariah yang diterapkan sehingga sosialisasi berperan sebagai promosi ³⁵ .	Layanan Bank Syariah 4. Internalisasi Kebiasaan Menabung
Edukasi (X2)	Menurut Bambang Waluyo Dalam cetak biru BI Edukasi atau pendidikan masyarakat dalam bidang Perbankan adalah edukasi yang dilakukan pada intinya merupakan pemberian informasi dan pemahaman kepada masyarakat mengenai fungsi dan kegiatan usaha Bank, serta produk dan jasa yang ditawarkan Bank kepada nasabah ³⁶ .	1. Pemahaman tentang Konsep Dasar Ekonomi Syariah 2. Pengetahuan tentang Produk Tabungan Syariah 3. Pemahaman tentang Sistem Bagi Hasil
Jarak (X3)	Jarak adalah ruang sela yang ditempuh antara satu	1. Jarak Fisik 2. Jarak Psikologis

³⁵ Wahyuni, Bahri, and Yasin Soumena, "Jurnal Mirai Management Efektivitas Sosialisasi Bank Muamalat KCP Parepare Terhadap Peningkatan Minat Menabung Masyarakat."

³⁶ Bambang Wuluyo, at., al, Sosialisasi dan Edukasi Publik Perbankan Syariah di Indonesia, dalam Account Akuntansi Keuangan dan Perbankan, vol. I, 43

	tempat dengan tempat yang lain. Di dalam kamus besar Bahasa Indonesia di jelaskan bahwa jarak adalah ruang sela (<i>panjang/jauh</i>) antara dua benda atau tempat ³⁷ . Jarak terkait manabung di bank syariah dapat mempengaruhi minat menabung nasabah. Jika jarak antara nasabah dengan bank syariah terlalu jauh, maka nasabah mungkin tidak akan tertarik untuk menabung di bank syariah tersebut.	3. Jarak sosial
Minat Menabung (Y)	Minat (<i>interest</i>) adalah suatu sikap yang berlangsung secara terus menerus yang memolakan perhatian seseorang, sehingga membuat dirinya jadi selektif terhadap objek minatnya, perasaan yang menyatakan bahwa suatu aktivitas, pekerjaan atau objek itu berharga atau berarti bagi individu dan suatu keadaan motivasi atau set motivasi yang menuntut tingkah laku menuju satu arah (<i>sasaran</i>) tertentu ³⁸ .	1. Kesadaran terhadap Manfaat Menabung 2. Kepercayaan terhadap Bank Syariah 3. Ketertarikan terhadap Produk dan Layanan 4. Niat dan motivasi untuk menabung

³⁷ Pusat bahasa, Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Cet, II; Jakarta : Balai Pustaka, 2022, h. 459.

³⁸ Chaplin, J P, Kamus Psikologi Lengkap, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2008, 15.

Menurut peneliti:

Sosialisasi memegang peran penting dalam menyebarluaskan informasi mengenai manfaat dan keunggulan bank syariah. Melalui kegiatan seperti penggunaan media digital, bank syariah dapat meningkatkan pemahaman masyarakat dan membangun kesadaran akan pentingnya menabung sesuai prinsip syariah. Adapun Edukasi menjadi kunci dalam memperkuat pemahaman masyarakat mengenai produk dan layanan bank syariah. Pengetahuan yang mendalam tentang cara kerja, manfaat, dan keamanan sistem perbankan syariah dapat membantu masyarakat merasa lebih yakin untuk memutuskan menabung di bank syariah. Adapun Jarak yang terlalu jauh antara tempat tinggal masyarakat dan lokasi bank syariah dapat menjadi kendala dalam meningkatkan minat menabung. Oleh karena itu, penyebaran cabang bank syariah yang strategis serta kemudahan akses menjadi aspek yang harus diperhatikan. Adapun Minat menabung adalah dorongan atau keinginan seseorang untuk menyimpan sebagian dari pendapatannya demi memenuhi kebutuhan di masa depan atau mencapai tujuan finansial tertentu. Minat ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kesadaran individu akan pentingnya perencanaan keuangan, kemampuan ekonomi, dan kepercayaan terhadap lembaga keuangan. Menabung tidak hanya sekadar aktivitas menyimpan uang, tetapi juga mencerminkan perilaku ekonomi yang bertanggung jawab.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan kelompok individu-individu kelompok dimana ketika kita ingin mengeneralisasikan hasil penelitian. populasi bisa berupa semua individu atau kelompok yang memiliki literasi keuangan dan ketahanan keuangan, misalnya, masyarakat di suatu daerah, mahasiswa, atau karyawan di suatu perusahaan.³⁹

Penelitian ini dilakukan di Dusun Lambatu yang terletak di Desa Rante Angin Kecamatan Towuti. Pemilihan lokasi ini di dasarkan pada tingkat partisipasi masyarakat dalam meningkatkan minat menabung di bank syariah. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang tinggal di Desa Rante angin yang terdiri dari 2102 jiwa.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang di miliki oleh populasi tersebut⁴⁰. Cara menentukan sampel disebut dengan teknik sampling atau teknik penyampelan. Dalam penelitian ini menggunakan sampel random sampling yaitu sampel yang dipilih dari suatu populasi dengan metode acak, sehingga setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih. Teknik ini bertujuan untuk memastikan bahwa sampel yang diambil benar-benar mewakili populasi secara objektif dan menghindari bias dalam penelitian.

³⁹ Swarjana, I. Ketut, and MPH SKM. *Populasi-sampel, teknik sampling & bias dalam penelitian*. Penerbit Andi, 2022.

⁴⁰ Prof. Dr. Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif, dan R&D*, Bandung. Hlm. 127

Random sampling sering digunakan dalam penelitian statistik untuk mendapatkan hasil yang lebih valid dan dapat digeneralisasikan ke seluruh populasi. Seperti dusun yang dipilih berdasarkan kriteria jarak dan aksesibilitas terhadap bank syariah ⁴¹. Adapun jumlah sampel dalam penelitian ini di tentukan dengan menggunakan rumus slovin karena jumlah populasinya sudah diketahui.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel dibutuhkan

N = jumlah populasi (2102 jiwa)

e = margin of error (kesalahan yang diinginkan, 0,08 untuk 8%)

Didasari rumus slovin tersebut, adapun jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{2102}{1 + 2102(0.08)^2}$$

$$n = 156,175$$

⁴¹ Retnawati, Heri. "Teknik pengambilan sampel." *Disampaikan pada workshop update penelitian kuantitatif, teknik sampling, analisis data, dan isu plagiarisme*. 2017.

Maka diperoleh jumlah sampel sebanyak 156 responden yang mengutamakan sosialisasi dan edukasi serta jarak dalam meningkatkan minat menabung di bank syariah.

E. Teknik pengumpulan data

Pengumpulan data yaitu proses dari pengujian data yang berhubungan pada sumber dan cara perlu mendapatkan data penelitian. Teknik pengumpulan data yang di gunakan dalam penelitian ini menggunakan data sekunder.

Data sekunder adalah “sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data”. Contohnya seperti dari orang lain atau dokumen-dokumen. Data sekunder bersifat data yang mendukung keperluan data primer. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah dokumen-dokumen jurnal⁴².

F. Intrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini berupa penyebaran kuesioner/angket. Pernyataan-pernyataan yang berhubungan dengan penelitian ini disajikan dalam bentuk skala likert.

Adapun yang di maksud dengan skala likert yaitu penggunaan skala yang bertujuan untuk mengukur pendapat seseorang mengenai suatu fenomena tertentu. Pernyataan dalam kuesioner yang disebarkan ke responden dalam bentuk skala likert dengan pernyataan positif yang disesuaikan dengan kriteria alternatif yang disajikan dalam tabel dibawah ini:

⁴² Nuning indah pratiwi, “Penggunaan Media Vidio Call Dalam Teknologi Komunikasi” jurnal ilmiah dinamika sosial vol 1,no 2,2017,212.

Tabel 3.2 Skala Penilaian

Simbol	Alternatif Jawaban	Skor
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Demi mendapatkan hasil yang diinginkan maka diperlukan adanya penyusunan akan suatu rencana penelitian yang bertujuan untuk menentukan hubungan antivariabel pada penelitian tersebut. Agar memudahkan responden dalam memahami setiap indikator sehingga peneliti juga mendapatkan hasil yang maksimal maka pada penelitian ini setiap instrumen dibuatkan pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan penelitian ini.

Tabel 3.3 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Pernyataan
Sosialisasi (X ₁)	Meningkatnya Kepercayaan	1. Saya merasa lebih percaya diri dalam menggunakan layanan bank syariah di bandingkan bank konvesional
	Pemahaman nilai dan prinsip syariah	2. Saya memahami prinsip-prinsip dasar syariah yang di terapkan oleh bank syariah
	Komunikasi efektif tentang produk dan layanan bank syariah	3. Saya Pernyataan mendapatkan informasi yang cukup dari staf bank syariah mengenai produk

Edukasi (X ₂)	Internalisasi kebiasaan menabung	baru dari bank syariah 4. Saya rutin menabung di bank syariah sebagai bagian dari kebiasaan finansial saya
	Pemahaman tentang konsep dasar ekonomi syariah	1. Saya memahami prinsip-prinsip dasar ekonomi syariah yang membedakannya dari ekonomi konvensional 2. Saya memahami perbedaan antara tabungan syariah dan tabungan konvensional
	Pengetahuan tentang produk tabungan	3. Saya memahami konsep bagi hasil dalam konteks tabungan syariah
	Pemahaman tentang sistem bagi hasil	1. Bank syariah terletak dekat dengan tempat tinggal saya 2. Saya merasa nyaman ketika berinteraksi dengan staf bank syariah 3. Saya sering mendengar rekomendasi positif tentang bank syariah dari orang-orang di sekitar saya
Jarak (X ₃)	Jarak Fisik	
	Jarak Psikologis	
	Jarak sosial	
Minat Menabung (Y)	Kesadaran terhadap minat menabung	1. Saya merasa bahwa menabung adalah langkah yang bijak dalam mengelola keuangan 2. Saya percaya bahwa bank syariah memberikan layanan yang sesuai dengan prinsip syariah 3. Saya tertarik untuk mengetahui lebih banyak tentang produk dan layanan yang di tawarkan oleh bank syariah
	Kepercayaan terhadap bank syariah	
	Ketertarikan terhadap produk dan layanan	

G. Teknik Analisis Data

1. Uji validitas dan Uji reabilitas

a. Uji Validitas

Validitas isi menunjukkan bahwa instrumen yang disusun sesuai dengan kurikulum, materi dan tujuan pembelajaran yang diharapkan (Cohen dkk. 2007). Item soal dalam instrumen dapat digunakan untuk mengukur pengetahuan yang diharapkan. Indikator validitas isi yang ditimbang adalah:

- 1) kesesuaian indikator dengan butir soal,
- 2) kesesuaian butir soal dengan aspek diteliti,
- 3) kejelasan bahasa atau gambar dalam soal,
- 4) kelayakan butir soal untuk sampel,
- 5) kesesuaian materi atau konsep yang diuji⁴³.

Penjelasan mengenai penggunaan uji validitas dalam penelitian ini yaitu mengkorelasikan antar masing-masing skor item indikator dengan total skor konstruk. Taraf signifikan yang digunakan yaitu 0,05.

b. Uji Realibilitas

Uji realibilitas adalah pengujian indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan. Hal ini menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran itu tetap konsisten bila dilakukan dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama, dengan menggunakan alat ukur yang sama. Alat ukur dikatakan reliabel jika

⁴³ Novikasari, Ifada. "Uji Validitas Instrumen." *Purwokerto: Institut Agama Islam Negeri Purwokerto* 56 (2016).

menghasilkan hasil yang sama meskipun dilakukan pengukuran berkali-kali.

Perhitungan reliabilitas hanya bisa dilakukan jika variabel pada kuesioner tersebut sudah valid. Dengan demikian harus menghitung validitas dahulu sebelum menghitung reliabilitas, jadi apabila pertanyaan pada kuesioner tidak valid maka tidak perlu dilanjutkan dengan pengujian reliabilitas [7]. Uji reliabilitas dapat diukur dengan menggunakan formula Cronbach's alpha (α).⁴⁴

$$6) \quad \alpha = \frac{k}{k-1} \delta \frac{\sum_{i=1}^k \delta_i^2}{\delta_t^2} +$$

- 1) Nilai Alpha Cronbach 0,00 s.d 0,20, berarti kurang reliabel
 - 2) Nilai Alpha Cronbach 0,21 s.d 0,40, berarti hamper reliabel
 - 3) Nilai Alpha Cronbach 0,41 s.d 0,60, berarti cukup reliabel
 - 4) Nilai Alpha Cronbach 0,61 s.d 0,80 berarti reliabel
 - 5) Nilai Alpha Cronbach 0,81 s.d 1,00, berarti sangat reliable
2. Uji Asumsi Klasik

Tujuan dilakukannya pengujian asumsi klasik adalah untuk memperoleh gambaran mengenai pola dan varian serta kelinieritasan dari suatu populasi (data). Dengan menggunakan uji ini maka dapat mengetahui kenormalan mengenai populasi atau data berdistribusi. Selain

⁴⁴ Livia amanda dkk, "uji validitas dan reliabilitas tingkat partisipasi politik masyarakat kota padang" jurnal matematika Unand, vol 8 no 1.(2019) hal 179-188

itu, uji ini juga digunakan untuk mengetahui apakah populasi mempunyai beberapa varian yang sama serta untuk menguji kelinearitas data.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas biasanya digunakan dalam penelitian kuantitatif untuk memastikan bahwa data yang diamati memenuhi asumsi yang diperlukan oleh beberapa metode analisis statistik, seperti analisis regresi atau uji t. Jika data tidak memiliki distribusi normal, maka metode-metode tersebut mungkin tidak memberikan hasil yang akurat, sehingga penting untuk mengetahui apakah data tersebut normal atau tidak.

b. Uji Multikolineritas

Uji Multikolineritas yaitu hubungan linier yang sangat tinggi pada model regresi di setiap variabel bebasnya. Terjadinya multikolineritas dapat menyebabkan pemakaian metode regresi menjadi kurang tepat karena taksiran regresinya tidak stabil dan variabel koefisien regresinya sangat besar. Beberapa hal yang dapat dilihat untuk mendeteksi adanya multikolineritas, di antaranya (Anggryeny, 2009):

Tingginya nilai R-squared serta nilai F-stat yang signifikan, namun sebagian besar dari t-stat tidak signifikan. Korelasi antar dua variabel bebas cukup tinggi (biasanya $> 0,8$).⁴⁵

c. Uji Heteroskedastisitas

⁴⁵ Azizah, Isna Nur, Prizka Rismawati Arum, and Rochdi Wasono. "Model terbaik uji multikolineritas untuk analisis faktor-faktor yang mempengaruhi produksi padi di Kabupaten Blora tahun 2020." *Prosiding Seminar Nasional UNIMUS*. Vol. 4. 2021.

Uji Heteroskedastisitas adalah prosedur statistik yang digunakan untuk menentukan apakah varian residual dalam mengidentifikasi heteroskedastisitas : teknik grafis dan statistik (Ghozali 2009).⁴⁶

Pengujian heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui adanya ketidaksamaan variabel pada residual dari suatu observasi lainnya dalam model regresi. Jika variasi residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya konstan, hal itu disebut kesalahan kuadrat rata-rata, dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Ini tidak terjadi dengan model regresi yang baik.

3. Analisis regresi Berganda

Pengujian regresi berganda yang merupakan pengembangan dari regresi linear sederhana merupakan alat untuk memprediksi permintaan dimasa depan yang berdasarkan data masa lalu. Selain itu analisis ini juga digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh satu atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen.

Hal yang membedakan antara regresi linear sederhana dengan regresi linear berganda yaitu jumlah variabel independen yang digunakan. Regresi linear sederhana jumlah variabel independen yang digunakan hanya satu, sedangkan pada regresi linear berganda variabel independen yang digunakan lebih dari satu yang mempengaruhi variabel dependen.

⁴⁶ Firdausya, Farah Amalia, and Rachmah Indawati. "Perbandingan Uji Glejser Dan Uji Park Dalam Mendeteksi Heteroskedastisitas Pada Angka Kematian Ibu Di Provinsi Jawa Timur Tahun 2020." *Jurnal Ners* 7.1 (2023): 793-796.

Adapun analisis ini digunakan untuk melihat pengaruh sosialisasi, edukasi serta jarak terhadap minat menabung. Sehingga diperoleh persamaan regresi linear berganda yang dijabarkan sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \epsilon$$

Keterangan:

Y: Minat menabung di bank syariah (variabel dependen).

β_0 : Konstanta (nilai Y ketika X_1 , X_2 , X_3 bernilai nol).

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$: Koefisien regresi untuk masing-masing variabel independen, yang menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel tersebut terhadap Y.

X_1 : Tingkat sosialisasi.

X_2 : Tingkat edukasi.

X_3 : Jarak ke bank syariah.

ϵ : Error atau gangguan residu.

4. Uji Hipotesis

a) Uji parsial (Uji-t)

Pengujian parsial atau uji t bertujuan untuk mengetahui sejauh mana variabel independen dalam memberikan pengaruh kepada variabel dependen dengan variabel independen yang lain dianggap konstan. Adapun hal yang menjadi penentu yang wajib diketahui dalam penggunaan uji statistik ini yaitu apabila nilai t hitungnya lebih besar daripada nilai t tabelnya atau dengan taraf signifikansi sebesar 0,05.⁴⁷

Dengan ketentuan sebagai berikut:

⁴⁷ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMB SPSS 21, Cet. VII*, (Semarang Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), 61

- 1) Jika nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel atau taraf signifikansinya kurang dari 0,05 artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan kata lain variabel independen (X) dapat menjelaskan atau memberikan pengaruhnya kepada variabel dependen (Y).
- 2) Jika nilai t hitung lebih kecil dari t tabel atau taraf signifikansinya lebih dari 0,05 artinya H_0 diterima dan H_1 ditolak. Dengan kata lain variabel independen (X) tidak dapat menjelaskan dan memberikan pengaruhnya kepada variabel dependen (Y).

b) Uji simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah terdapat dampak kolektif sosialisasi, edukasi serta jarak dalam meningkatkan minat menabung. Prosedur pengambilan keputusan menabung didasarkan pada perbandingan nilai f hitung dan f tabel pada tingkat minat menabung.

- 1) Apabila f hitung lebih besar dari nilai pada f tabel atau nilai signifikansinya kurang dari 0,05 maka menunjukkan adanya pengaruh yang besar dan mendukung diterimanya hipotesis H_0 dan menolak hipotesis H_1 .
- 2) Apabila f hitung lebih kecil dari f tabel atau nilai signifikansinya lebih dari 0,05 maka menunjukkan pengaruhnya dapat diabaikan. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis H_0 ditolak dan H_1 ditolak.

c. Uji koefisien determinan R^2

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi-variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol sampai satu (0-1). Nilai R^2

yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas.

Nilai R Square atau R^2 menunjukkan koefisien determinan dalam pengukuran presentase berdasarkan perubahan yang terjadi pada variabel dependen yang merupakan akibat dari variabel independen secara bersama-sama disebabkan oleh variabel bebas secara simultan.⁴⁸ Berdasarkan bukunya mengenai metode “Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R & D”, Sugiono berkata bahwa untuk mengetahui besar kecilnya koefisien determinan maka cara menafsirkannya yaitu dengan berpedoman pada ketentuan berikut.⁴⁹

Tabel 3.4 Pedoman Interpretasi terhadap koefisien korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat kuat

Sumber: Sugiono, Statistik untuk penelitian

⁴⁸ Iman Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 23, Cet. VIII* (Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016), 44.

⁴⁹ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* (Bandung, Alfabeta, 2014), 250

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran lokasi penelitian

a. Sejarah Singkat Desa Rante Angin

Pada tahun 1930, desa rante angin memiliki sistem pemerintahan berbentuk kepala kampung yang di pimpin oleh bapak ambe pangi. Selama periode ini alat transformasi masyarakat masih menggunakan perahu dayung untuk menyebrangi danau towuti. Namun seiring berjalannya waktu, terjadi perubahan signifikan pada tahun 1940 ketika kepala kampung ambe pangi di gantikan oleh Wa'dande. Selain itu alat transformasi mengalami perkembangan dengan adanya penggunaan perahu layar untuk menyebrangi danau towuti. Di tahun berikutnya terdapat periode ketenggangan akibat kedatangan gerombolan DI/TII yang membawa nilai syariat islam dan berdampak pada pengungsian sebagian sebagai masyarakat wilayah pesisir danau towuti. Pada tahun 1957, desa rante angin telah berubah menjadi kepemimpinan dengan kepala kampung baru yaitu Haji Ambe Indar, yang memimpin kampung ini.

Pada tahun 1960-an desa rante angin mengalami perubahan sosial yang signifikan, masyarakat yang sebelumnya mengungsi ke pesisir danau towuti telah kembali ke desa. Dengan kepala kampung saat itu bapak Haji Ambe Indar di tata ulang, sehingga terbentuk 2 wilayah kecil yaitu beau

dan babasalo. Beau memiliki arti kemiri dan bahasa tolaki, sedangkan babasalo berasal dari bahasa toraja yang berarti hilir sungai. Selain pembentukan wilayah baru, kepala kampung juga memimpin pembangunan jalan menuju bantilang, masiku dan larona. Kepala kampung juga mendorong masyarakat untuk menanam ubi dan pisang sebagai makanan tambahan. Pada tahun 1990, desa rante angin menjadi desa induk dan di pimpin oleh bapak Galla yang di tunjuk sebagai kepala desa rante angin. Peristiwa.

b. Geografis Desa Rante Angin

Desa rante angin merupakan salah satu desa yang letaknya sebelah timur dari kecamatan towuti dengan luas 64 km². Secara geografis desa rante angin merupakan daerah dataran pesisir danau towuti dan memiliki lahan persawahan serta perkebunan khususnya perkebunan merica/lada. Desa rante angin berada dalam zona pesisir danau. Sebelah utara berbatasan dengan Sulawesi Tenggara sebelah selatan berbatasan dengan Desa Bantilang sebelah timur berbatasan dengan Desa Masiku dan sebelah barat berbatasan dengan Desa Loeha dan Mahalona terbagi dalam dua Dusun dengan jumlah penduduk Desa Rante Angin 2102 jiwa, dengan jumlah laki-laki 1086 jiwa dan perempuan 1016 jiwa.

Kondisi sosial ekonomi masyarakat Rante Angin mayoritas suku Bugis Luwu dan Toraja serta lainnya dengan adat istiadat yang menonjol adalah Budaya Luwu dan Toraja. Sementara agama dan penganut

kepercayaan adalah hampir semua masyarakatnya beragama islam. Masyarakat Desa Rante Angin terdiri dari berbagai profesi tetapi yang lebih dominan Petani dan Pekebun Merica/Lada, pedagang, nelayan, Wiraswasta, PNS, peternak, dan lain-lain.

Tabel 4.1 profil desa rante angin 2023

No	Nama Desa	Luas wilayah	
		Ha	Presentase%
1	Desa Tokalimbo	42,61	19,11
2	Desa Bantilang	60,10	26,95
3	Desa Masiku	30,23	13,56
4	Desa Rante Angin	64,81	29,072
5	Desa Loeha	25,18	11,29
Luas wilayah kecamatan towuti timur		222,93	100

Berdasarkan tabel 4.1 menunjukkan bahwa desa rante angin mempunyai luas wilayah terbesar di kecamatan towuti yakni 64.81 km² dengan presentase 29.07%, sedangkan yang terkecil luas wilayahnya adalah desa loeha yakni 25,18 dengan presentase 11,29%.

Penduduk desa rante angin dengan jumlah 2102 jiwa, dengan angka 1086 jiwa laki-laki dan 1016 jiwa perempuan. Jumlah kepala

keluarga sebanyak 659 KK. Mayoritas mata pencaharian masyarakat desa ini adalah berkebun, nelayan, dan wiraswasta.

Dengan keadaan geografisnya desa rante angin memiliki potensi yang dapat di kembangkan, terutama pada sektor pertanian dan perikanan, mengingat lokasinya yang dekat danau towuti. Selain itu upaya pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui usaha-usaha wiraswasta juga dapat menjadi salah satu prioritas untuk meningkatkan kesejahteraan penduduk desa rante angin.

c. Fasilitas desa

Fasilitas desa adalah infrastruktur dan layanan yang disediakan oleh pemerintah desa atau lembaga lainnya untuk memenuhi kebutuhan dan kesejahteraan penduduk di wilayah desa. Fasilitas desa bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup dan mendukung pembangunan secara keseluruhan di tingkat desa. Desa rante angin memiliki beberapa fasilitas tersedia untuk memenuhi kebutuhan dan pelayanan masyarakat. Beberapa fasilitas desa yang ada di desa rante angin antara lain.

Tabel 4.2 Fasilitas di desa rante angin

No	Fasilitas	Jumlah
1	Masjid	3 unit
2	Taman kanak-kanak (Tk nurul ilmi dan Tk al-istiqamah)	2 unit

3	Sekolah dasar	1 unit
4	TPA (Taman prndidikan al-quran)	1 unit
5	Pustu	2 unit
6	Lapangan bola	1 unit
7	Pesantren	1 unit
8	Aula serbaguna	1 unit

2. Deskripsi Hasil Penelitian

a. Variabel sosialisasi

Variabel sosialisai yang mencakup indikator meningkatnya kepercayaan, pemahaman nilai dan prinsip, komunikasi efektif tentang produk dan layanan bank syariah serta internalisasi menabung dengan 4 pernyataan. Jawaban yang diberikan responden adalah sebagai berikut.

Tabel 4.3 Variabel sosialisasi

No	Pernyataan	Tanggapan									
		STS		TS		N		S		SS	
		Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%
1	Saya merasa lebih percaya diri dalam menggunakan layanan bank syariah di	0	0%	0	0%	14	9%	61	38,5%	81	51,9%

	bandingkan bank konvensional											
2.	Saya memahami prinsip-prinsip dasar yang diterapkam oleh bank syariah	0	0%	0	0%	17	10,9%	64	45,5%	74	47,9%	
3.	Saya mendapatkan informasi yang cukup dari staf bank syariah mengenai produk baru dari bank syariah	0	0%		0%	8	4,8%	70	48%	78	50%	
4	Saya rutin menabung di bank syariah sebagai bagian dari kebiasaan finansial saya	0	0%	5	6,3%	24	18,5%	47	30,1%	80	51,3%	

b. Variabel edukasi

Tabel 4.4 Variabel edukasi

No	Pernyataan	Tanggapan									
		STS		TS		N		S		SS	
		Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%
1	Saya memahami prinsip-prinsip dasar ekonomi syariahh yang membedakannya dari ekonomi	0	0%	0	0%	17	10,9%	80	51,3%	58	38,5%

konvensional

2.	Saya memahami perbedaan antara tabungan syariah dan tabungan konvensional	0	0%	0	0%	17	10,9%	63	43,5%	75	48,1%
3.	Saya memahami konsep bagi hasil dalam konteks tabungan syariah	0	0%	0	0%	20	12,8%	50	48%	85	53,8%

c. Variabel jarak

Tabel 4.5 Variabel jarak

No	Pernyataan	Tanggapan									
		STS		TS		N		S		SS	
		Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%
1	Bank syariah terletak dekat dengan tempat tinggal saya	0	0%	0	0%	11	7,1%	78	50%	67	41,5%
2.	Saya merasa nyaman ketika berinteraksi dengan staf bank syariah	0	0%	0	0%	16	10,3%	64	45,5%	76	45,7%
3.	Saya sering mendengar rekomendasi positif tentang bank syariah dari orang-orang di sekitar saya	0	0%	0	0%	14	9%	62	40,1%	80	51,3%

d. Variabel minat menabung

Tabel 4.6 Variabel minat menabung

No	Pernyataan	Tanggapan									
		STS		TS		N		S		SS	
		Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%
1	Saya merasa bahwa menabung adalah langkah yang bijak dalam mengelola keuangan	0	0%	0	0%	19	12,2%	73	46,2%	64	45,5%
2.	Saya percaya bahwa bank syariah memberikan layanan yang sesuai dengan prinsip syariah	0	0%	0	0%	8	6,5%	64	45,5%	82	52,6%
3.	Saya tertarik untuk mengetahui lebih banyak tentang produk dan layanan yang di tawarkan oleh bank syariah	0	0%	0	0%	2	1,8%	68	50%	84	53,8%

2. Analisis Data

a. Uji Instrumen

1) Uji Validitas

Pengujian validitas bertujuan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu pernyataan dalam kuesioner penelitian. Dalam uji validitas ini menggunakan sebanyak 156 responden. Kuesioner dapat dinyatakan valid

apabila r hitung lebih besar dari r tabel. Dengan N sebanyak 156 dan sig 0,05. Dimana dapat dihitung nilai r tabel pada penelitian ini yaitu $df=n-2$, $156-2=154$, dengan begitu r tabel sebesar 0,1572.

Berikut hasil uji validitas yang di lakukan menggunakan aplikasi IMB SPSS 20:

Tabel 4.7 Uji Validitas

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Sosialisasi (X_1)	P1	0,709	0,1572	Valid
	P2	0,508	0,1572	Valid
	P3	0,708	0,1572	Valid
	P4	0,607	0,1572	Valid
Edukasi (X_2)	P1	0,792	0,1572	Valid
	P2	0,534	0,1572	Valid
	P3	0,693	0,1572	Valid
Jarak (X_3)	P1	0,730	0,1572	Valid
	P2	0,831	0,1572	Valid
	P3	0,895	0,1572	Valid
Minat Menabung (Y)	P1	0,627	0,1572	Valid
	P2	0,882	0,1572	Valid
	P3	0,880	0,1572	Valid

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan melalui perhitungan uji validitas. Semua variabel pada masing-masing item pernyataan menunjukkan bahwa nilai r hitung $>$ r tabel (r hitung $>$ 0,1572) sehingga dinyatakan valid.

2) Uji Reabilitas

Pada uji reabilitas yang dilakukan terhadap item pernyataan yang valid dengan standar ukur nilai Cronbach Alpha $>$ 0.60 sehingga

dinyatakan reliable. Berikut hasil uji reabilitas yang dilakukan menggunakan aplikasi IMB SPSS 20:

Tabel 4.8 Uji Realibilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Alpha 0.60	Keterangan
Sosialisasi (X ₁)	0,708	0,60	Reliable
Edukasi (X ₂)	0,756	0,60	Reliable
Jarak (X ₃)	0,748	0,60	Reliable
Minat Menabung (Y)	0,711	0,60	Reliable

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan melalui perhitungan uji realibilitas. Semua variabel pada masing-masing item pernyataan menunjukkan cronbach alpha melebihi 0,60 sehingga dinyatakan reliable.

2) Uji Asumsi Klasik

Adapun uji asumsi klasik dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Uji normalitas

Dalam penelitian ini pengujiannya di lakukan dengan metode *One Sample Kolmogorov Smirnov Test*. Apabila taraf signifikansinya lebih besar dari 0,05 maka residualnya berdistribusi dengan normal.

Berikut hasil pengujian dengan *One Sample Kolmogorov Smirnov Test* pada penelitian ini:

Berdasarkan tabel 4.9, maka di dapatkan hasil bahwa nilai sig. Sebesar 0,232. Dasar pengambilan keputusan dari pengujian normalitas dengan teknik statistik uji One Sampel Kolmogorov Smirnov, yaitu nilai signifikansi $> 0,05$ maka nilai residual berdistribusi normal. Dan hasil dari tabel di atas

menunjukkan bahwa nilai signifikansi lebih besar dari taraf signifikansi yaitu ($0,232 > 0,05$). Sehingga dapat di simpulkan bahwa data dalam penelitian ini yaitu berdistribusi normal.

Tabel 4.9 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardize d Residual
N		156
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.38564419
Most Extreme Differences	Absolute	.378
	Positive	.262
	Negative	-.378
Test Statistic		.378
Asymp. Sig. (2-tailed)		.232 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

2. Uji Multikoleniaritas

Tujuan dilakukannya uji multikoleniaritas adalah untuk mengetahui korelasi dalam pengujian model regresi. Model regresi yang sifatnya baik apabila di antara variabel independen tidak terjadi korelasi.

Pengujian ini menggunakan perhitungan nilai Tolerance dan Variance Inflation Faktor (VIF). Nilai Tolerance yang dijadikan dasar perhitungan lebih kecil dari 0,10 atau sama dengan nilai VIF 10.

Berikut hasil uji multikoleniaritas pada penelitian ini:

Tabel 4.10 Uji Multikoleniaritas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-.993	2.063		-.481	.000		
X1	.578	.118	.544	4.901	.640	.520	1.924
X2	.275	.133	.229	2.073	.042	.520	1.924
X3	.036	.068	.043	.533	.595	.520	1.924

a. Dependent Variable: Y

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa X1 memiliki nilai variance inflation (VIF) $1.924 < 10$ dan nilai tolerance $0,520 > 0,10$ sehingga dapat di artikan bahwa tidak terdapat masalah multikolinearitas untuk X1 sehingga memenuhi syarat analisis regresi. Hasil uji multikolinearitas untuk X2 memiliki nilai variance inflation (VIF) $1.924 < 10$ dan nilai tolerance $0,520 > 0,10$ sehingga tidak terdapat gejala multikolinearitas untuk X2 sehingga memenuhi syarat analisis regresi. Hasil uji multikolinearitas untuk X3 memiliki nilai variance inflation (VIF) $1.924 < 10$ dan nilai tolerance $0,520 > 0,10$ sehingga tidak terdapat gejala multikolinearitas untuk X3 sehingga memenuhi syarat analisis regresi.

2. Uji heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas di gunakan untuk menguji apakah dalam model regresi yang terbentuk terjadi kesamaan varian dari residual model regresi

Tabel 4.11 Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.433	4.063		1.481	.632
	X1	.578	.118	.544	1.321	.101
	X2	.275	.133	.229	2.073	.042
	X3	.036	.068	.043	.533	.595

a. Dependent Variable: RES2

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan uji glejser dapat di lihat pada table 4.11 tabel Coefficients di atas, di dapatkan hasil nilai signifikansi dari X1 sebesar $0,101 > 0,05$ dan X2 memiliki nilai signifikansi $0,042 > 0,05$, dan X3 memiliki nilai signifikansi $0,595 > 0,05$. Dimana nilai variabel independen dengan absolut residual lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

3. Uji regresi linear bergada

Tujuan dilakukannnya pengujian regresi linear berganda ini adalah untuk mengetahui pengaruh sosialisasi, edukasi serta jarak dalam meningkatkan minat menabung masyarakat di bank syariah. Disamping itu, penggunaan analisis ini juga untuk mengetahui seberapa besar variabel independen dalam memberikan pengaruhnya kepada variabel dependen.

Berikut hasil uji regresi linear berganda pada penelitian ini:

Tabel 4.12 Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	7.949	2.063		6.783	.000
X1	.578	.118	.544	2.153	.012
X2	.275	.133	.229	2.538	.042
X3	.036	.068	.043	3.891	.000

a. Dependent Variable: Y

Persamaan regresi linear berganda di dapatkan dari hasil perhitungan SPSS

22 yaitu:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \epsilon$$

$$Y = 7,949 + 0,578X_1 + 0,275X_2 + 0,036X_3 + \epsilon$$

Berdasarkan persamaan regresi linear berganda di atas dapat di simpulkan bahwa:

- a) Nilai konstanta (7,949)
- b) Koefisien b X1 (0,578), artinya koefisien tersebut bernilai positif dan jika variabel X1 bertambah satu-satuan maka nilai Y akan bertambah sebesar 0,578 atau 57,8%. Artinya jika semakin bertambah tingkat sosialisasi maka minat menabung akan bertambah.

- c) Koefisien b_{X2} (0,275), artinya koefisien tersebut bernilai positif dan jika variabel X_2 bertambah satu-satuan maka nilai Y akan bertambah sebesar 0,275 atau 27,5%. Artinya jika edukasi semakin bertambah maka minat menabung juga akan semakin meningkat.
- d) Koefisien b_{X3} (0,036), artinya koefisien tersebut bernilai positif dan jika variabel X_3 bertambah satu-satuan maka nilai Y akan bertambah sebesar 0,036 atau 3,6%. Artinya jika jarak lokasi semakin bertambah maka minat menabung juga akan semakin meningkat.

3) Uji hipotesis

Tujuan dilakukannya pengujian hipotesis adalah untuk mengetahui pengaruh variabel independen maupun variabel dependen dan hipotesis penelitian apakah diterima atau ditolak.

1. Uji parsial (Uji t)

Tujuan dilakukannya pengujian hipotesis parsial atau uji t adalah untuk mengetahui sejauh mana masing-masing variabel independen memberikan pengaruhnya kepada variabel dependen dengan anggapan variabel independen lainnya konstan. Adapun yang dijadikan pedoman dalam uji ini dapat dilihat pada nilai F tabel dengan 0,05 sebagai nilai signifikansinya.

$$\begin{aligned}
 T_{\text{tabel}} &= t (\alpha/2 : n-k-1) \\
 &= t (0,05/2 : 156-3-1) \\
 &= t (0,25 : 152)
 \end{aligned}$$

$$= 1,654$$

Keterangan:

A = Nilai signifikansi

N = Jumlah responden

K = Jumlah variabel independen (X)

Tabel 4.13 Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.993	2.063		6.783	.000
X1	.578	.118	.544	2.153	.012
X2	.275	.133	.229	2.538	.042
X3	.036	.068	.043	3.891	.000

a. Dependent Variable: Y

Hipotesis pertama yang menyatakan bahwa variabel X1 berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung. Dari tabel di atas dapat diketahui $t_{hitung} = 2,153 > t_{tabel} = 1,654$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,012 < \alpha = 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga variabel X1 berpengaruh terhadap minat menabung.

Hipotesis kedua yang menyatakan bahwa variabel X2 berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung. Dari tabel di atas dapat diketahui $t_{hitung} 2,538 > t_{tabel} = 1,654$ dengan nilai signifikan sebesar $0,42 < \alpha = 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga variabel X2 berpengaruh terhadap minat menabung.

Hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa variabel X3 berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung. Dari tabel diatas dapat diketahui $t_{hitung} 3,891 > t_{tabel} 1,1654$ dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < \alpha = 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga variabel X3 berpengaruh terhadap minat menabung.

2. Uji simultan (Uji F)

Uji f untuk mengetahui seberapa kuat derajat dari pengaruh antara semua variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.

$$\begin{aligned} F_{tabel} &= F(k; n-k) \\ &= F(3; 156-3) \\ &= F(3; 153) \\ &= 2,66 \end{aligned}$$

Keterangan:

N = Jumlah responden

K = Jumlah variabel independen (X)

Berdasarkan table 4.14, dapat diketahui bahwa hasil uji f hitung sebesar 4.077, sedangkan f tabel adalah 2,66 diperoleh dari tabel presentasi distribusi F untuk probabilitas 0,05. Oleh karena $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($4,077 > 2,66$), dengan nilai $\text{sig } p\text{-value} = 0,020 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga variabel independen secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 4.14 Uji Simultan (Uji f)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	12.439	3	4.146	4.077	.020 ^b
	Residual	11.749	76	.155		
	Total	24.187	79			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

4. Hasil uji koefisien determinan R²

Tabel 4.15 Uji Koefisien Determinan R²**Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.717 ^a	.514	.131	2.872

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel 4.15 dapat diketahui bahwa nilai R Square (R^2) sebesar 0,514. Nilai koefisien determinan 0,514 sama dengan 51,4%. Yang berarti bahwa variabel sosialisai (X_1), edukasi (X_2) dan jarak (X_3) berpengaruh terhadap minat menabung sebesar 51,4%.

B. Pembahasan

1. Pengaruh sosialisai X_1 terhadap minat menabung mayarakat desa rante angin kecamatan towuti Y

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari pengujian hipotesis, mengungkapkan bahwa sosialisai berpengaruh positif terhadap minat menabung di bank syariah. Hal ini dilihat dari nilai t hitung lebih besar dari t tabel maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Adapun penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Novita sari (2022) dimana dalam penelitiannya sosialisai pengaruh positif dan signifikan dengan minat menabung yang dapat dibuktikan dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel yang artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Penelitian ini sesuai dengan teori Peter L. Berger dan Thomas Luckmann yang mengemukakan bahwa sosialisasi adalah proses melalui mana realitas sosial dibentuk dan diwariskan dari satu individu ke induvidu lain. Mereka menjelaskan bahwa realitas sosial tidak muncul secara alami, melainkan dibentuk melalui interaksi sosial yang terus menerus. Masyarakat tidak serta merta memahami atau menerima konsep perbankan syariah tanpa adanya proses pengenalan dan internalisasi nilai-nilai syariah dalam bidang keuangan islam.

Pada penelitian ini teori tersebut terbukti, yakni sosialisasi tentang bank syariah berpengaruh positif terhadap minat menabung di bank syariah. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa apabila tingkat

sosialisasi akan bank syariah semakin baik maka pengaruhnya juga semakin kuat terhadap minat menabung di bank syariah.

2. Pengaruh edukasi X_2 terhadap minat menabung masyarakat desa rantan angin kecamatan towuti Y

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari hasil pengujian hipotesis mengungkapkan bahwa edukasi berpengaruh positif terhadap minat menabung di bank syariah. Hal ini dapat dilihat dari nilai t hitung lebih besar dari t tabel maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Hasil ini sejalan dengan yang dilakukan dengan penelitian terdahulu oleh Dina Kurniawati (2021) dimana penelitiannya edukasi pengaruh positif terhadap minat menabung di bank syariah yang dapat dibuktikan dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel yang artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Penelitian ini sesuai dengan teori Everett Rogers yang mengemukakan bahwa inovasi akan tersebar ke masyarakat melalui proses komunikasi dan edukasi yang terencana, proses penyebaran ini melalui beberapa tahap, seperti pengetahuan, persuasi, keputusan, implementasi, dan konfirmasi. Edukasi berperan utama pada tahap pengetahuan yaitu memperkenalkan masyarakat pada prinsip dan produk perbankan syariah serta membujuk mereka menerima dan menggunakan produk tersebut. Edukasi ini bukan hanya menyampaikan informasi teknis, tetapi juga

membangun kepercayaan dan pemahaman nilai-nilai syariah yang mendasari produk keuangan.

Pada penelitian ini teori tersebut terbukti, yakni edukasi berpengaruh positif terhadap minat menabung di bank syariah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi edukasi tentang pemahaman bank syariah akan semakin kuat untuk menabung di bank syariah.

3. Pengaruh jarak X_3 terhadap minat menabung masyarakat di desa ranten kecamatan towuti Y

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari pengujian hipotesis, mengungkapkan bahwa jarak berpengaruh positif terhadap minat menabung di bank syariah. Hal ini dilihat dari nilai t hitung lebih besar dari t tabel atau maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Adapun penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Novita sari (2022) dimana dalam penelitiannya jarak pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat menabung yang dapat dibuktikan dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel yang artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Jarak atau lokasi bank syariah merupakan salah satu hal penting yang memengaruhi minat menabung masyarakat. Secara umum, jarak yang dekat dan akses yang mudah ke cabang bank syariah meningkatkan kenyamanan dan kemudahan bagi nasabah untuk melakukan transaksi, sehingga dapat meningkatkan minat menabung. Sesuai dengan teori Fandy Tjiptono bahwa pemilihan tempat atau lokasi fisik memerlukan

pertimbangan cermat seperti akses, vivibilitas, lalu lintas, ekspansi dan lingkungan sehingga mempermudah nasabah untuk menempuh jarak lokasi tujuan.

Pada penelitian ini teori tersebut, terbukti yakni jarak atau lokasi bank syariah tidak berpengaruh positif terhadap minat menabung di bank syariah. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa apabila jarak atau lokasi bank syariah semakin baik maka pengaruhnya juga akan semakin kuat terhadap minat untuk menabung di bank syariah.

4. Pengaruh sosialisasi, edukasi dan jarak terhadap minat menabung masyarakat desa rante angin kecamatan towuti di bank syariah

Berdasarkan hasil yang diperoleh sosialisasi, edukasi dan jarak secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah. Hal ini dapat dilihat dari nilai f hitung lebih besar dari nilai f tabel.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Sosialisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah. Berdasarkan dari hasil uji hipotesis menggunakan uji t dimana nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
2. Edukasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah. Berdasarkan dari hasil uji hipotesis menggunakan uji t dimana nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
3. Jarak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah. Berdasarkan dari hasil uji hipotesis menggunakan uji t dimana nilai t hitung lebih besar dari t tabel maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
4. Sosialisasi, edukasi dan jarak secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah. Ketiga variable tersebut memiliki pengaruh yang kuat terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah dengan nilai sebesar 0,717 %.

B. Saran

1. Disarankan bagi Bank Syariah Indonesia agar lebih aktif lagi untuk melakukan sosialisasi, edukasi ataupun seminar tentang Perbankan Syariah

kepada masyarakat secara langsung baik melalui sosial media, media cetak ataupun media lainnya agar dapat memperluas pengetahuan masyarakat sehingga bisa meningkatkan minat menabung di bank syariah khususnya di Desa Rante Angin Kecamatan Towuti.

2. Bagi masyarakat diharapkan mampu meningkatkan pemahaman terhadap bank syariah bahwa menabung di bank syariah memberikan keuntungan berupa sistem bagi hasil yang adil tanpa riba yang sesuai dengan prinsip syariat islam.

3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat melanjutkan penelitian ini dengan cara menambah jumlah pernyataan pada setiap indicator.

DAFTAR PUSTAKA

- Sabani, A (2012). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi rendahnya minat masyarakat muslim menabung pada bank syariah di Kota Palopo.” Program Pascasarjana Uin Alauddin Makassar.
- Muzayyanah Jabani, dkk. “Strategi pemasaran produk gadai syariah (Rahn) dalam upaya menarik minat nasabah pada bank syariah mandiri kota palopo”, *DINAMIS-Journal of Islamic Management And Bussines*, Vol. 1, No 1 April 2018
- Adzan Noor Bakri dkk. “Penerapan Nilai-Nilai Islam Dalam Bank Berbasis Syariah Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Nasabah,” *DINAMIS - Journal of Islamic Management And Bussines* 1, no. 1 (2018): 35
- Al-Qur’an Kementrian Agama RI, “Qur’an Kemenag RI” 2019, surah At-taubah 9:22
- Anton M. Moeliono, et al, Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta: Balai Pustaka, 1999), 225.
- Arna, Wisudaningsi Besse, Irvana Arofah, and Konstansius Aji Belang. "Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda." *Jurnal Statistika dan Matematika* 1.1 (2019).
- Azizah, Isna Nur, Prizka Rismawati Arum, and Rochdi Wasono. "Model terbaik uji multikolinearitas untuk analisis faktor-faktor yang mempengaruhi produksi padi di Kabupaten Blora tahun 2020." *Prosiding Seminar Nasional UNIMUS*. Vol. 4. 2021.
- Bambang Wuluyo, at., al, Sosialisasi dan Edukasi Publik Perbankan Syariah di Indonesia, dalam *Account Akuntansi Keuangan dan Perbankan*, vol. I, 43
- Chaplin, J P, Kamus Psikologi Lengkap, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2008, 15.
- Dendy Sugono, Kamus Bahasa Indonesia (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), 995
- Dina kurniawati “Pengaruh sosialisasi, religiositas, dan pengetahuan terhadap persepsi masyarakat tentang perbankan syariah (studi di gayo lues) 2021
- Dina Kurniawati, “Pengaruh sosialisasi, religiositas, dan pengetahuan terhadap persepsi masyarakat tentang perbankan syariah “ (Studi di gayo lues) hal 4

- Firdausya, Farah Amalia, and Rachmah Indawati. "Perbandingan Uji Glejser Dan Uji Park Dalam Mendeteksi Heteroskedastisitas Pada Angka Kematian Ibu Di Provinsi Jawa Timur Tahun 2020." *Jurnal Ners* 7.1 (2023): 793-796.
- Hamzah Hafied dan Muhammad Nasir, *Lembaga Keuangan Syariah Teori Dan Penelitian Empiris* (Makassar: Umitoha Ukhuwah Grafika, 2013), 1.
- Hasan Alwi, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Bandung: Balai Pustaka:2012), h. 232
- Imran, Bambang Hermawan, “ Pengaruh Persepsi Masyarakat Batam Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah,” *Jurnal Business Administrasion*, volume 1, 2 (2017), 210.
- Indah Fajarwati Mulyaningtyas, Yoyok Soesatyo, Norida Canda Sakti, “Pengaruh Pengetahuan Tentang Bank Syariah dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Menabung Siswa Di Bank Syariah. “*Jurnak Ekonomi Pendidikan dan kewirausahaan* Vol. 8, No 1 (Tahun 2020): h 54
- Indriastuti, H., & Anwar, A. Effect of Sharia Product Attributes and Insaniyyah Promotion that is Conducted By Sharia Bank Toward NonMuslims’ Decision to Become a Customer. *KnE Social*, 1067-1075. 2018.
- Kotler dan Keller Kevin, *Manajemen Pemasaran*, 46.
- Livia amanda dkk, “uji validitas dan reliabilitas tingkat partisipasi politik masyarakat kota padang” *jurnal matematika UNAND*, vol 8 no 1.(2019) hal 179-188
- Luluk Mivta Khunniza, “Pengaruh Harga, Merk, dan Nama Negara Asal Pada Minat Beli Konsumen,” *Skripsi* (Surakarta: Universitas Sebelas Maret Surakarta, 2010), 39
- M. Makhrus Ali dkk, “ metode penelitian kuantitatif dan penerepannya dalam penelitian” *education journal*.2022.vol2.2.
- Muria Herlina, *Sosiologi Kesehatan Paradigma Kontruksi Sosial Perilaku Hidup Bersih dan Sehat dalam Perspektif Peter L. Barger & Thomas Luckmann*, (Surabaya: Ikapi, 2017), h. 8

- Novikasari, Ifada. "Uji Validitas Instrumen." Purwokerto: Institut Agama Islam Negeri Purwokerto 56 (2016).
- Novita Sari, "Pengaruh pengetahuan masyarakat tentang perbankan syariah terhadap keinginan menabung di bank syariah (Studi Pada Masyarakat Desa Salu Paremang Kec . Kamanre)," 2022.
- Nuning indah pratiwi, "Penggunaan Media Vidio Call Dalam Teknologi Komunikasi",jurnal ilmiah dinamika sosial vol 1,no 2,2017,212.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, Manajemen Pemasaran Jilid 1 edisi ke 13,(Jakarta: Erlangga, 2008), 172-175
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, Manajemen Pemasaran Jilid 2 edisi ke 13, (Jakarta: Erlangga, 2008), 217.
- Pusat bahasa, Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Cet, II; Jakarta : Balai Pustaka, 2022, h. 459.
- Retnawati, Heri. "Teknik pengambilan sampel." Disampaikan pada workshop update penelitian kuantitatif, teknik sampling, analisis data, dan isu plagiarisme. 2017.
- Rifqi, "Persepsi masyarakat tentang bank syariah terhadap minat menabung (Studi pada msyarakat ladongi kecamatan malangke kabupaten luwu utara) hal 3-4
- Sarwono, Jonathan. "Memadu Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif: Mungkinkah?. " Ilmiah Manajemen Bisnis (2009). Hal 119
- Silvia Miftakhur Rahmah, Sri Wahyuni, "Pengaruh Persepsi Mahasiswa Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung di Perbankan Syariah," Jurnal Pendidikan Ekomomi volume 10, 1 (2016), 10.
- Sri A Wahyuni, Andi Bahri, and Moh Yasin Soumena, "Jurnal Mirai Management Efektivitas Sosialisasi Bank Muamalat KCP Parepare Terhadap Peningkatan Minat Menabung Masyarakat," Jurnal Mirai Management 8, no. 3 (2023): 251–57.
- Swarjana, 1. Ketut, and MPH SKM. Populasi-sampel, teknik sampling & bias dalam penelitian. Penerbit Andi, 2022.
- Telussa, Ade M., Elvinus R. Persulesy, and Zeth A. Leleury. "Penerapan analisis korelasi parsial untuk menentukan hubungan pelaksanaan fungsi

- manajemen kepegawaian dengan efektivitas kerja pegawai." Barekeng: Jurnal Ilmu Matematika dan Terapan 7.1 (2013): 15-18.
- Tjipto Subadi, Sosiologi, (Surakarta: BP-FKIP UMS, 2008), h. 20
- Veithzal Rivai Zainal, Muliaman Darmansyah Hadad, Mansyur Ramly, Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), 326.
- Vinna Sri Yuniarti, Perilaku Konsumen Teori dan Praktik, (Bandung: Pustaka Setia, 2015), 130
- Widhiarso, Wahyu. "Catatan pada uji linieritas hubungan." Yogyakarta: Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada (2010).
- Wirdayani Wahab, "Pengaruh Tingkat Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah," Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, volume 1, 2 (2016), 175.
- Andrianto dan M. Anang Firmansyah, Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori dan Praktek) (Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media, 2019), hlm.27-33
- Abdul Nasser Hasibuan, Nofinawati. Produk Perbankan Syariah, Cet. Ke-1 (Tulungagung, 2021), hlm. 83.
- Basaria Nainggolan. " Perbankan Syariah Di Indonesia" (Jakarta: Rajawali 2019), hlm 69
- Edi Wibowo,dkk, Mengapa Memilih Bank Syariah, Bogor: Ghalia Indonesia cet 1 2005, hlm 33.
- Elly M. Setiadi & Usman kolip, Pengantar Sosiologi Pemahaman Fakta dan Gejala Permasalahan Sosial: Teor,i Aplikasi dan Pemecahannya, Cet. Ke-3 (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2013), hlm. 155.
- Heri Sudarsono, Bank dan Lembaga Keuangan Syariah, Yogyakarta: Fak Hukum UII, 2007, hlm. 50.
- M. Unggul, WalidNopriansyah. (cetakan ke-2, Maret 2021). Aspek-Aspek Hukum Perbankan Syariah Di Indonesia. Rawamangun: Jakarta. hlm. 21.

- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif, dan R&D, Bandung. hlm. 127.
- Sutan Remy Syahdeini, Perbankan Islam dan Kedudukannya dalam Tata Hukum Perbankan Indonesia, (Jakarta: PT Pustaka Utama Grafiti, 1999), hlm. 1.
- Wiratna Sujarweni, Metodologi Penelitian Bisnis Ekonomi, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2019), hlm 270-271

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1.

Kuesioner penelitian responden Masyarakat Desa Rante Angin Kecamatan Towuti

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH SOSIALISASI DAN EDUKASI SERTA JARAK DALAM MENINGKATKAN MINAT MENABUNG MASYARAKAT DI BANK SYARIAH

(Studi Kasus Desa Rante Angin Kecamatan Towuti)

A. Profil Responden

1. Nama :

2. Alamat :

3. Pekerjaan:

Petunjuk pengisian : lingkari jawaban yang anda pilih, apabila tidak ada pilihan, tulis jawaban anda pada kolom yang telah disediakan.

B. Sosialisasi (X₁)

Variabel	Indikator	Pernyataan	Alternatif jawaban				
			STS	TS	N	S	SS
			1	2	3	4	5
Sosialisai (X ₁)	Meningkatnya Kepercayaan	1. Saya merasa lebih percaya diri dalam menggunakan layanan bank syariah di bandingkan bank konvesional					
	Pemahaman nilai dan prinsip syariah	2. Saya memahami prinsip-prinsip dasar syariah yang di terapkan oleh bank syariah					
	Komunikasi efektif tentang produk dan layanan bank syariah	3. Saya mendapatkan informasi yang cukup dari staf bank syariah mengenai produk baru dari bank syariah					

	Internalisasi kebiasaan menabung	4. Saya rutin menabung di bank syariah sebagai bagian dari kebiasaan finansial saya					
--	----------------------------------	---	--	--	--	--	--

C. Edukasi(X₂)

Variabel	Indicator	Pernyataan	Alternatif jawaban				
			SS	TS	N	S	SS
			1	2	3	4	5
Edukasi(X ₂)	Pemahaman tentang konsep dasar ekonomi syariah	1.Saya memahami prinsip-prinsip dasar ekonomi syariahh yang membedakannya dari ekonomi konvensional					
	Pengetahuan tentang produk tabungan	2.Saya memahami perbedaan antara tabungan syariah dan tabungan konvensional					
	Pemahaman tentang sistem bagi hasil	3. Saya memahami konsep bagi hasil dalam konteks tabungan syariah					

D. Jarak (X₃)

Variabel	Indikator	Pernyataan	Alternatif jawaban				
			STS	TS	N	S	SS
			1	2	3	4	5
Jarak (X ₃)	Jarak Fisik	1. Bank syariah terletak dekat dengan tempat tinggal saya					

	Jarak Psikologis	2. Saya merasa nyaman ketika berinteraksi dengan staf bank syariah					
	Jarak sosial	3. Saya sering mendengar rekomendasi positif tentang bank syariah dari orang-orang di sekitar saya					

F. Minat Menabung (Y)

Variabel	Indikator	Pernyataan	Alternatif jawaban				
			STS	TS	N	S	SS
			1	2	3	4	5
Minat menabung(Y)	Kesadaran terhadap minat menabung	1. Saya merasa bahwa menabung adalah langka yang bijak dalam mengelola keuangan					
	Kepercayaan terhadap bank syariah	2. Saya percaya bahwa bank syariah memberikan layanan yang sesuai dengan prinsip syariah					
	Ketertarikan terhadap produk dan layanan	3. Saya tertarik untuk mengetahui lebih banyak tentang produk dan layanan yang di tawarkan oleh bank syariah					

Lampiran 2

HASIL KUESIONER PENELITIAN

X¹ (Sosialisasi)

[illegible]

5	4	5	5	19
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	4	5	5	19
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	5	5	5	19
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	5	5	5	19
5	4	5	5	19
5	5	5	5	20
5	4	5	5	19
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	4	5	5	19
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	4	5	5	19
5	5	5	5	20
5	4	5	5	19
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20

5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	4	5	5	19
5	4	4	5	18
5	5	4	5	19
5	5	4	5	19
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	5	5	4	18
4	5	4	4	17
5	4	4	5	18
5	4	4	5	18
4	4	5	5	18
4	4	5	5	18
5	4	5	5	19
5	4	5	4	18
5	4	4	4	17
5	5	4	4	18
5	5	4	5	19
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	4	19
5	5	5	4	19
5	5	4	4	18
5	5	4	5	19
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	4	5	19
5	5	4	5	19
5	5	4	5	19

5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	4	5	19
5	5	4	5	19
5	5	5	5	20
4	5	5	5	19
4	5	5	5	19
5	4	5	5	19
5	4	5	5	19
5	5	5	5	20
4	5	5	5	19
5	4	5	5	19
5	5	4	5	19
5	5	4	5	19
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	4	5	19
5	4	5	5	19
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	5	5	5	19
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	4	5	19
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	5	5	5	19
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20

X² (Edukasi)[illegible]

5	4	5	14
5	4	5	14
5	4	5	14
5	4	5	14
5	4	5	14
5	4	5	14
5	4	5	14
5	4	5	14
5	4	5	14
5	4	4	13
5	4	5	14
5	4	5	14
5	4	5	14
5	4	5	14
5	4	5	14
5	4	5	14
4	4	5	13
5	4	5	14
5	4	5	14
5	4	5	14
4	4	5	13
5	4	5	14
5	4	5	14
5	4	5	14
5	4	5	14
5	4	5	14
5	4	5	14
5	4	5	14
5	4	5	14
5	4	5	14
5	4	5	14
5	4	5	14
5	4	5	14
5	4	5	14
5	4	5	14
5	4	5	14
5	4	5	14
5	4	5	14
5	4	5	14
5	4	5	14
5	4	5	14
5	4	5	14
5	4	5	14
5	4	5	14
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15

[illegible]

5	4	5	14
5	4	5	14
5	4	5	14
5	4	5	14
5	4	5	14
5	4	5	14
5	4	4	13
5	4	5	14
5	4	5	14
5	4	5	14
5	4	5	14
5	4	5	14
4	4	5	13
5	4	5	14
5	4	5	14
5	4	5	14
4	4	5	13
5	4	5	14
5	4	5	14
5	4	5	14
5	4	5	14
5	4	5	14
5	4	5	14
5	4	5	14
5	4	5	14
5	4	5	14
5	4	5	14
5	4	5	14
5	4	5	14
5	4	5	14
5	4	5	14
5	4	5	14
5	4	5	14
5	4	5	14
5	4	5	14
5	4	5	14
5	4	5	14
5	5	5	15
5	5	5	15

X^3 (Jarak)[illegible]

[illegible]

[illegible]

5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	4	5	14
5	5	5	15
5	5	5	15
5	4	5	14
5	4	5	14
5	4	4	13
5	5	4	14
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	4	4	13
5	4	4	13
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15

Y (Minat Menabung)

Y.1	Y.2	Y.3	TOTAL
5	5	5	15
5	5	5	14
5	5	5	15
5	5	5	15
5	4	5	14

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

Lampiran 4

HASIL UJI VALIDITAS DAN REABILITAS

A. Uji Validitas

1. Uji validitas variabel sosialisasi X¹

		Correlations				
		P1	P2	P3	P4	TOTAL
P1	Pearson Correlation	1	-.095	.562**	.395**	.709**
	Sig. (2-tailed)		.402	.000	.000	.000
	N	156	156	156	156	156
P2	Pearson Correlation	-.095	1	-.053	-.038	.508**
	Sig. (2-tailed)	.402		.638	.741	.000
	N	156	156	156	156	156
P3	Pearson Correlation	.562**	-.053	1	.703**	.708**
	Sig. (2-tailed)	.000	.638		.000	.000
	N	156	156	156	156	156
P4	Pearson Correlation	.395**	-.038	.703**	1	.607**
	Sig. (2-tailed)	.000	.741	.000		.000
	N	156	156	156	156	156
TOTAL	Pearson Correlation	.709**	.508**	.708**	.607**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	156	156	156	156	156

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

2. Uji validitas variabel edukasi X^2

		Correlations			
		P1	P2	P3	TOTAL
P1	Pearson Correlation	1	.065	.443**	.792**
	Sig. (2-tailed)		.565	.000	.000
	N	156	156	156	156
P2	Pearson Correlation	.065	1	.045	.534**
	Sig. (2-tailed)	.565		.690	.000
	N	156	156	156	156
P3	Pearson Correlation	.443**	.045	1	.693**
	Sig. (2-tailed)	.000	.690		.000
	N	156	156	156	156
TOTAL	Pearson Correlation	.792**	.534**	.693**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	156	156	156	156

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

3. Uji validitas variabel X^3

		Correlations			
		P1	P2	P3	TOTAL
P1	Pearson Correlation	1	.373**	.592**	.730**
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.000
	N	156	156	156	156
P2	Pearson Correlation	.373**	1	.583**	.831**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.000
	N	156	156	156	156
P3	Pearson Correlation	.592**	.583**	1	.895**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	156	156	156	156
TOTAL	Pearson Correlation	.730**	.831**	.895**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	

N	156	156	156	156
---	-----	-----	-----	-----

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

4. Uji validitas variabel Y

Correlations					
		P1	P2	P3	TOTAL
P1	Pearson Correlation	1	.416**	.562**	.766**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	156	156	156	156
P2	Pearson Correlation	.416**	1	.517**	.779**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	156	156	156	156
P3	Pearson Correlation	.562**	.517**	1	.819**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	156	156	156	156
TOTAL	Pearson Correlation	.766**	.779**	.819**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	156	156	156	156

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

B. Uji reabilitas

1. Uji reabilitas variabel X¹

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.708	.770	5

2. Uji reabilitas variabel X²

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.756	.750	4

3. Uji reabilitas variabel X³

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.748	.762	3

4. Uji reabilitas variabel Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.711	.749	3

5. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		156
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.38564419
Most Extreme Differences	Absolute	.378
	Positive	.262
	Negative	-.378
Test Statistic		.378
Asymp. Sig. (2-tailed)		.232 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

6. Uji Multikoleniaritas

Coefficients^a

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.993	2.063		-.481	.000		
	X1	.578	.118	.544	4.901	.640	.520	1.924
	X2	.275	.133	.229	2.073	.042	.520	1.924
	X3	.036	.068	.043	.533	.595	.520	1.924

a. Dependent Variable: Y

7. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.433	4.063		1.481	.632
X1	.578	.118	.544	1.321	.101
X2	.275	.133	.229	2.073	.042
X3	.036	.068	.043	.533	.595

a. Dependent Variable: RES2

8. Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	7.949	2.063		6.783	.000
X1	.578	.118	.544	2.153	.012
X2	.275	.133	.229	2.538	.042
X3	.036	.068	.043	3.891	.000

a. Dependent Variable: Y

9. Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.993	2.063		6.783	.000
X1	.578	.118	.544	2.153	.012
X2	.275	.133	.229	2.538	.042
X3	.036	.068	.043	3.891	.000

a. Dependent Variable: Y

10. Uji Simultan (Uji f)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	12.439	3	4.146	4.077	.020 ^b
Residual	11.749	76	.155		
Total	24.187	79			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

11. Uji Koefisien Determinan R²

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.717 ^a	.514	.131	2.872

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

RIWAYAT HIDUP



Dahlia Winda Sutra, lahir di Towuti Luwu Timur pada tanggal 23 januari 2003. Penulis merupakan anak pertama dari tiga bersaudara dari pasangan seorang ayah Ruslan Sungkeng S dan ibu Nurma. Saat ini penulis bertempat tinggal di kota palopo, perumahan puri cempaka

pajalesang, wara kota palopo. Penulis memulai pendidikan sekolah dasar (SD) pada tahun 2009 dan selesai pada tahun 2014 di UPT SDN 279 Rante Angin, kemudian di tahun yang sama penulis menempuh pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) di Pesantren Modern Datok Sulaiman Bagian Putri Palopo dan selesai pada tahun 2018. Selanjutnya melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) di Pesantren Modern Datok Sulaiman Bagian Putri Palopo dan selesai pada tahun 2021. Penulis melanjutkan pendidikannya di kampus hijau UIN PALOPO Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, penulis menekani jurusan Perbankan Syariah.

Contact Person Penulis : 21110900371@iainpalopo.ac.id