

**PENGARUH PRODUK DAN LOKASI TERHADAP MINAT  
MASYARAKAT DESA KADONG-KADONG MENABUNG DI  
BANK SYARIAH BELOPA**

*Skripsi*

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh Gelar Sarjana*

*Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah*

*Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO  
2021**

**PENGARUH PRODUK DAN LOKASI TERHADAP MINAT  
MASYARAKAT DESA KADONG-KADONG MENABUNG DI  
BANK SYARIAH BELOPA**

*Skripsi*

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh Gelar Sarjana*

*Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah*

*Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



**Pembimbing :**

**Muzayyanah Jabani, ST., M.M**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO  
2021**

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurdin  
Nim : 17 0402 0163  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam  
Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa:

1. Skripsi ini benar-benar merupakan karya hasil saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikat dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Selagi kekeliruan dan 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, 17 Agustus 2021

Yang membuat pernyataan



**NURDIN**

NIM.17 0402 0163

## PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ  
وَأَصْحَابِهِ (اما بعد)

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah menanugrahkan rahmat, hidayah serta kekuatan lahir dan batin, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Desa Kadong-Kadong Menabung Di Bank Syariah Belopa”** setelah melalui proses yang Panjang.

Shalawat dan Shalam kepada Nabi Muhammad SAW, Kepada para keluarga, sahabat dan para pengikut-pengikutnya. Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan, guna memperoleh gelar sarjana ekonomi dalam program studi perbankan Syariah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo.

Penulisan tugas akhir skripsi ini dapat terselesaikan berkat berbagai macam bantuan, bimbingan serta dorongan dari banyak pihak walaupun penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan, kepada:

1. Prof. Dr. Abdul Pirol, M. Ag., Selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) palopo beserta Wakil Rektor I,II, III,IAIN Palopo.
2. Dr.Hj. Ramlah M, M.M., Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Palopo beserta Bapak/Ibu Wakil Dekan I,II, dan III Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Palopo.
3. Hendra Safri. SE., M.M, selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah di IAIN Palopo
4. Muzayyanah Jabana, ST., M.M selaku pembimbing yang telah membantu dan mengarahkan dalam penyelesaian skripsi.
5. Tadjuddin, SE., M.Si., Ak., CA. 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. Madehang,.S.Ag.,M.Pd. selaku pimpinan perpustakaan IAIN Palopo beserta karyawan dan karyawan dalam ruang lingkup IAIN Palopo, yang telah banyak membantu, khususnya dalam mengumpulkan literatur yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini.
8. Spesial kepada kedua orangtua yang saya cintai yang telah membesarkan dan mendidik saya dengan penuh kasih sayang hingga saya dewasa dan membiayai semua pendidikan saya hingga sekarang.
9. Kepada semua teman seperjuangan saya di Perbankan Syariah, yang selalu membantu saya selama saya kuliah dan selalu memberikan saran, masukan dan yang terpenting sudah pernah melalui banyak hal bersama, dan masa kuliah ku bahagia itu dikarenakan oleh kalian. Terima kasih teman-teman, semoga kita sukses semua.

Palopo, 17 Agustus 2021

Penulis

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

### A. Transliterasi Arab-Latin

Daftar huruf Bahasa arab dan translitenya ke dalam huruf latin dapat dilihat pada tabel berikut ini:

#### 1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Te
ت	Ta'	T	Te
ث	Ša'	Š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim.	J	Je
ح	Ha'	H	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	es dan ye
ص	Sad	S	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	D.	de (dengan titik bawah)
ط	Ta	T	te (dengan titik bawah).
ظ	Za	Z	zet (dengan titik bawah).
ع	'ain	'	apstrof terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi

ك	Kaf.	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	,	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak diawalkataa mengikuti vokalnya tanpa diberi tandaapa pun.jika ia terletak di tengah atau di akhir maka ditulis denagan tanda (^).

## 2. Vokal

Vocal Bahasa arab,seperti vocal Bahasa Indonesia , terdiri atas vocal tunggal atau monoftong dan vocal rangkap atau diftong.

Vocal tunggal Bahasa arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, translitenya sebagai berikut:

<b>Tanda</b>	<b>Nama</b>	<b>Huruf Latin</b>	<b>Nama</b>
	<i>Fathah</i>	A	A
	<i>Kasrah</i>	I	I
	<i>Dammah</i>	U	U

<b>Tanda</b>	<b>Nama</b>	<b>Huruf Latin</b>	<b>Nama</b>
	<i>Fathah dan ya'</i>	Ai	a dan i
	<i>Fathah dan wau</i>	au	a dan u

Vokal rangkap bahasa arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, translitenya berupa gabungan huruf:

Contoh:

كيف : *kaifa*

هؤل : *haua*

### 3. Maddah

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harakat atau huruf, translitenya berupa huruf dan tanda yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا	<i>Fathah dan alif atau ya'</i>	A	a garis di atas
ا	<i>Kasrah dan ya'</i>	I	i garis di atas
اؤ	<i>Dammah dan wau</i>	U	u garis di atas

### B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan

Swt. = *subhanahu wa ta`ala*

Saw. = *shallallahu `alaihi wa sallam*

as = *`alaihi as-salam*

H = Hijriah

M = Masehi

SM = Sebelum Masehi

I = lahir tahun (untuk orang yang masih hidup saja)

w = wafat tahun

Qs.../...4 = QS al-Baqarah /2:4 atau QS Ali-`Imran/3:4

HR = Hadis..Riwayat



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>iv</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITER ARAB DAN SINGKATAN</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>Daftar AYAT</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR HADIS</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. LatarBelakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB II KAJIAN TEORI</b> .....	<b>8</b>
A. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	8
B. Landasan Teori .....	10
C. Kerangka Pikir.....	25
D. Hipotesis Penelitian .....	26
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>27</b>
A. Jenis penelitian .....	27
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	27
C. Definisi Operasional Variabel .....	28
D. Populasi dan Sampel.....	29
E. Teknik Pengumpulan Data .....	30
F. Instrumen Penelitian .....	31
G. Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen.....	32
H. Teknik Analisis Data .....	32
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>34</b>
A. Hasil Penelitian.....	34
B. Pembahasan .....	46
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>48</b>
A. Simpulan.....	48
B. Saran .....	49

**DAFTAR PUSTAKA  
LAMPIRAN-LAMPIRAN**



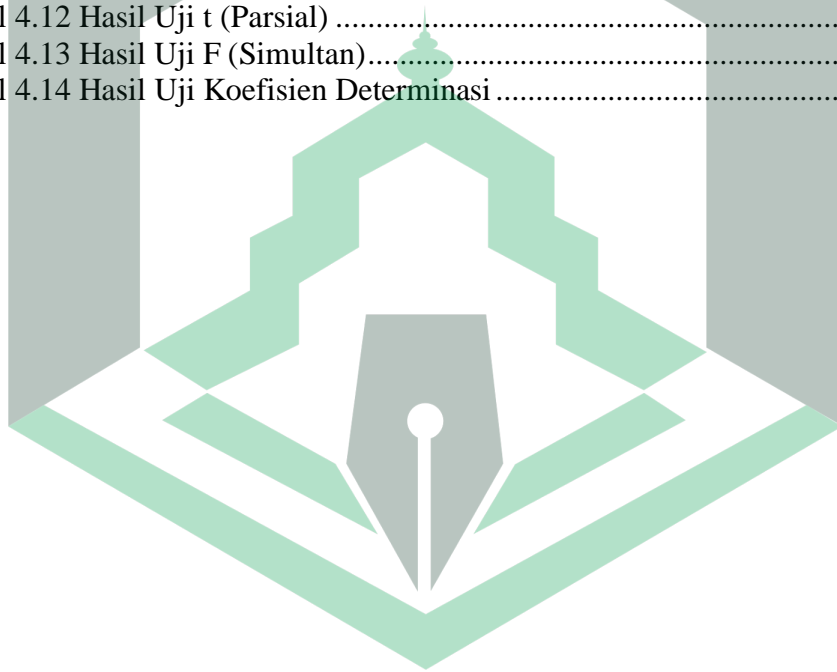
## DAFTAR KUTIPAN AYAT

Kutipan Ayat 1 Q.S an- Nisa’/4: 9.....	28
Kutipan Ayat 1 Q.S An- Nisa’/4:58.....	29



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Defenisi Operasional Variabel .....	25
Tabel 3.2. Alternatif Jawaban .....	28
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden .....	33
Tabel 4.2 Umur Responden.....	34
Tabel 4.3. Nilai Validitas Produk ( $X_1$ ).....	35
Tabel 4.4. Nilai Validitas Lokasi ( $X_2$ ).....	36
Tabel 4.5. Nilai Validitas Minat (Y).....	37
Tabel 4.6. Nilai Reabilitas Produk ( $X_1$ ) .....	38
Tabel 4.7. Nilai Reabilitas Lokasi ( $X_2$ ).....	39
Tabel 4.8. Nilai Reabilitas Minat (Y).....	40
Tabel 4.9 Kolmogorov-Smirnov Test .....	41
Tabel 4.10 Uji Multikolenieritas .....	42
Tabel 4.11 Uji Regresi Berganda .....	43
Tabel 4.12 Hasil Uji t (Parsial) .....	44
Tabel 4.13 Hasil Uji F (Simultan).....	44
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	45



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	22
Gambar 4.1 Scatterplot.....	40
Gambar 4.2. P-Pot .....	38



## ABSTRAK

**Nurdin, 2021.** *"Pengaruh Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Desa Kadong-Kadong Menabung Di Bank Syariah Belopa"*. Skripsi Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Muzayyanah Jabani

Bank memiliki beberapa sarana yang harus dicapai, salah satunya adalah memberikan informasi yang benar-benar dibutuhkan nasabah dalam hal keuangannya pada saat dibutuhkan. Namun pada kenyataannya, masyarakat masih banyak yang menganggap bahwa menabung di bank syariah dan konvensional sama saja karena kurangnya sosialisasi dan pemahaman masyarakat tentang operasional dari lembaga keuangan syariah. Munculnya bank konvensional yang lebih banyak daripada bank syariah juga dapat menyebabkan kurangnya minat masyarakat yang menabung di bank syariah. Sehingga rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu apakah Produk dan Lokasi berpengaruh Terhadap Minat Masyarakat Desa Kadong-Kadong Menabung di Bank Syariah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Produk dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Desa Kadong-Kadong Menabung di Bank Syariah.

Jenis penelitian yang digunakan adalah Kuantitatif dengan metode pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarkan kepada masyarakat desa kadong-kadong. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden dari total populasi sebanyak 1.532 jiwa adapun teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Data yang diperoleh kemudian diolah dan di analisis dengan regresi linear berganda memakai alat bantu SPSS 25.

Hasil penelitian ini menunjukkan Variabel Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat Desa Kadong-kadong menabung di Bank Syariah. variabel Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat Desa Kadong-kadong di Bank syariah. Produk dan lokasi Bank secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat Desa Kadong-kadong menabung di Bank Syariah. Dengan besar pengaruh sebanyak 24,2%, sedangkan sisanya 75,8 % dijelaskan oleh variabel lain diluar model penelitian.

**Kata kunci:** Produk, Lokasi, Minat

## ABSTRACT

Nurdin, 2021. " *The Influence of Products and Locations on the Interests of Kadong Kadong Village People Saving in Belopa Sharia Bank.* ". Thesis Sharia Banking Faculty of Economics and Islamic Business Palopo State Islamic Institute. Supervised by Muzayyanah Jabani

Banks have several means that must be achieved, one of which is to provide information that customers really need in terms of their finances when needed. But in fact, many people still consider that saving in Islamic and conventional banks is the same because of the lack of socialization and public understanding of the operations of Islamic financial institutions. The emergence of more conventional banks than Islamic banks can also lead to a lack of interest in people saving in Islamic banks. So the formula in this study is whether the Product and Location affect the interests of the people of Kaong-Kadong Saving Village in Sharia Bank. This research aims to find out the Effect of Products and Locations on the Interests of Kaong-Kadong Saving Village People in Sharia Banks. This research aims to find out the Influence of Products and Locations on the Interests of Kaong-Kadong Saving Village People in Sharia Bank. The method of collecting data through questionnaires distributed to the people of kadong-kadong village. Samples were taken as many as 100 respondents with purposive sampling techniques. The data obtained is then processed and analyzed with multiple linear regression using SPSS 25 tools. The results of this study are product variables have a significant positive effect on the interest in saving the people of kadong-kadong village saving in Islamic banks. Location variables have a positive and significant effect on the interest in the village of Kaddong-kadong in Bank Syariah. The products and location of the bank together have a significant influence on the interest of the people of kadong-kadong village saving in Islamic Banks.

**Keywords:** Product, Location, and interests.

# BAB I PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang Masalah

Bank syariah pertama kali berdiri Mesir, di kota kecil Mit Ghamr, pada tahun 1963. Sebagai *pilot projet* dalam bentuk bank tabungan pedesan. Bank syariah ke 2 terjadi di Pakistan 1965 dalam bank koperasi. Bank syariah mulai hidup kembali pada tahun 1970-an. Berdirinya Islamic Development Bank pada 20 oktober 1975, yang merupakan lembaga keuangan internasional islam multilateral, mengawali periode ini dengan memicu bermunculnya bank syariah penuh di berbagai negara, seperti *Dubai Islamic Bank* di Dubai (maret 1975), *faisal Islamic Bank* di Mesir dan Sudan (1977), dan *Kuwait Finance House* di Kuwait (1977). Sampai saat ini lebih dari 2000 Bank dan lembaga keuangan syariah beroperasi di 70 negara muslim dan nonmuslim yang total portofoliong sekitar \$200 milyar (Algaud dan lewis, 2001 dan siddiqui, 2004).<sup>1</sup>

Bank syariah di Indonesia sendiri, awal mula kemunculan bank syariah pada tahun 1992 yang ditandai dengan terbentuk Bank Muamalat Indonesia. Sejak saat itu, perkembangan bank syariah mulai meningkat secara perlahan, dengan prinsip syariah yang mampu memenuhi kebutuhan dari masyarakat untuk menghindari layanan atau aktivitas perbankan yang bebas dari larangan atau praktek yang diharamkan, seperti riba, ketidakjelasan atau gharar, kegiatan yang bersifat spekulatif yang nonproduktif yang serupa dengan perjudian,

---

<sup>1</sup> Ascarya Diana Yumanita, *Bank Syariah*, (Jakarta: Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan BI, 2005), 2



dan pelanggaran prinsip keadilan dalam bertransaksi. Disamping itu, pelaksanaan secara syariah harus juga diterapkan pada pembiayaan dan investasi berupa kegiatan usaha yang etis dan halal.<sup>2</sup>

Lahirnya UU No 7 Tahun 1992 dan UU No 10 Tahun 1998 tentang eksistensi bank syariah, memicu tumbuhnya bank-bank syariah di Indonesia, antara lain Bank BNI syariah. Sehingga untuk lebih merangsang serta lebih memperjelas kegiatan perbankan syariah, pada tahun 1998 dikeluarkan UU No 10 Tahun 1998 sebagai amandemen UU No 7 Tahun 1992. Kesempatan tersebut dimanfaatkan oleh bank konvensional untuk mengkonversikan diri secara penuh menjadi bank umum syariah maupun membuka kantor cabang syariah.<sup>3</sup> Undang-Undang perbankan syariah No. 21 Tahun 2008 menyatakan bahwa perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usaha. Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS).<sup>4</sup>

Bank syariah merupakan salah satu lembaga intermediasi yang menghimpun dana dari masyarakat kemudian disalurkan lagi ke masyarakat dalam bentuk pembiayaan. Adapun peranan bank syariah tersebut dapat memurnikan operasional pada perbankan syariah sehingga dapat meningkatkan

---

<sup>2</sup> Ascarya Diana Yumanita, *Bank Syariah*, (Jakarta: Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan BI, 2005), 2.

<sup>3</sup>Yayan Fauzi, *Faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah menabung di bank syariah Kasus pada bank BNI syariah KCP Yogyakarta*, Diss. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2017, 7

<sup>4</sup>Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2017),33

suatu kepercayaan masyarakat serta dapat meningkatkan kesadaran pada umat Islam yang bertujuan untuk memperluas segmen perbankan syariah<sup>5</sup>. Penghimpunan dana di Bank Syariah dapat berbentuk giro, tabungan dan deposito. Dalam produk tabungan di Bank Syariah terbagi atas 2 yakni, (1) tabungan wadiah, dan (2) tabungan mudharabah. Tabungan wadiah adalah produk pendanaan bank syariah berupa simpanan dari nasabah dalam bentuk rekening tabungan (*Savings account*) untuk keamanan dan kemudahan pemakainya. Karakteristik tabungan wadiah ini juga mirip dengan tabungan pada bank konvensional ketika nasabah menyimpan diberi garansi untuk menarik dananya sewaktu-waktu dengan menggunakan berbagai fasilitas yang disediakan bank, seperti kartu atm, dan sebagainya tanpa biaya. Sedangkan tabungan mudharabah adalah bank syariah menerima simpanan dari nasabah dalam bentuk rekening tabungan (*savings account*).

Bank memiliki beberapa sarana yang harus dicapai, salah satunya adalah memberikan informasi yang benar-benar dibutuhkan nasabah dalam hal keuangannya pada saat dibutuhkan. Namun pada kenyataannya, masyarakat masih banyak yang menganggap bahwa menabung di bank syariah dan konvensional sama saja karena kurangnya sosialisasi dan pemahaman masyarakat tentang operasional dari lembaga keuangan syariah. Munculnya bank konvensional yang lebih banyak daripada bank syariah juga dapat menyebabkan kurangnya minat masyarakat yang menabung di bank syariah.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup>Rahmawaty, A. Pengaruh Persepsi Tantang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk di BNI Syariah Semarang. *Jurnal ADDIN*. Vol 8 Tahun 2014: 6-7

<sup>6</sup>Abdul Aziz, "Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah menabung di Bank Syariah," Skripsi IAIN SALATIGA.(2017): 4-5

Bank syariah sebagai lembaga keuangan yang berfungsi untuk memperlancar mekanisme perekonomian terutama di sektor riil suatu negara, juga memiliki Peran sangat penting dikarenakan penghimpunan dana haruslah seimbang dengan dana yang disalurkan. Penerapannya bukan hanya ditunjukan untuk meningkatkan volume penjualan, akan tetapi juga perlu memperhatikan peningkatan minat menabung masyarakat.

Dibutuhkan suatu penelitian atau pengkajian untuk melihat faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat masyarakat untuk menabung dan melakukan transaksi di perbankan syariah. Terkhusus dalam penelitian ini, terdapat 2 Faktor yang menimbulkan minat masyarakat untuk menabung atau tidak sama sekali di Bank Syariah yaitu lokasi dan kualitas produk. dapat dipengaruhi oleh sikap masyarakat terhadap karakteristik perbankan itu sendiri.<sup>7</sup>

Namun realita di lapangan masih banyak masyarakat Desa Kadongkaong yang belum mengetahui tentang Bank Syariah masih sedikit yang menggunakan produk perbankan syariah, bahkan sebagian masyarakat masih menggunakan bank konvensional. Dari hasil wawancara dengan warga Desa kadong-kadong mengenai pengetahuan tentang produk Bank Syariah, menyatakan bahwa mereka menganggap bunga dan bagi hasil sama saja. Meskipun mereka mengerti akan bunga bank yang tidak sesuai dengan syariat Islam mereka beranggapan kalau harus membuka rekening baru adalah hal yang tidak praktis. Dari data yang ada masyarakat Desa kadong-kadong didominasi

---

<sup>7</sup> Vita Widyan Priaji, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Intensi Menabung di Bank Syariah", *Skripsi*, Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2018,11

oleh yang beragama Muslim. Masih banyak yang belum menggunakan jasa layanan Perbankan Syariah di sebabkan oleh faktor lokasi.

Lokasi menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi nasabah dikarenakan oleh kedekatan antara rumah nasabah dengan lokasi bank dan lokasi yang mudah dijangkau oleh kendaraan serta kondisi gedung dengan adanya pengaturan ruang, pemeliharaan gedung sehingga membuat nasabah menjadi nyaman penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yulianto 2009. Hasil tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Pertiwi,D dan Ritonga pada tahun 2012 dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari lokasi dan pelayanan terhadap keputusan nasabah untuk menabung. Jadi dari penjelasan tersebut secara Teori dan hasil statistik menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah untuk memilih bank.

Kualitas produk adalah suatu bentuk dengan nilai kepuasan yang kompleks. Nasabah membeli jasa perbankan untuk menyelesaikan masalah dan nasabah memberikan nilai dalam proporsi terhadap kemampuan layanan untuk melakukan hal tersebut. Nilai yang diberikan nasabah berhubungan dengan benefit atau keuntungan yang akan diterimanya. Kualitas produk perbankan didapatkan dengan cara menemukan keseluruhan harapan nasabah, meningkatkan nilai produk atau pelayanan dalam rangka memenuhi harapan nasabah tersebut.<sup>8</sup> Hal tersebut sejalan dengan Penelitian yang dilakukan oleh Hidayat, pada tahun 2017, dimana kualitas produk berpengaruh positif dan

---

<sup>8</sup> Tandi Larasati, “Pengaruh Lokasi, Produk, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Mahasiswa Iain Salatiga Dalam Menjadi Nasabah Bank Syariah,” Skripsi Iain Salatiga.(2017): 4-5

signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini berarti bahwa semakin baik kualitas produk yang diberikan oleh Bank Mandiri di Jawa Timur maka nasabah semakin merasa puas terhadap produk Bank Mandiri di Jawa Timur.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian ilmiah dengan mengangkat judul **“Pengaruh Produk dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Desa Kadong-Kadong Menabung Di Bank Syariah Belopa”**

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah penelitian ini yaitu:

1. Apakah ada pengaruh produk terhadap minat masyarakat Desa Kadong-kadong menabung di Bank Syariah KCP Belopa?
2. Apakah ada pengaruh lokasi terhadap minat masyarakat Desa Kadong-kadong menabung di Bank Syariah KCP Belopa?
3. Apakah produk dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap minat masyarakat Desa Kadong-kadong menabung di Bank Syariah KCP Belopa?

### **C. Tujuan Penelitian**

Sebagaimana yang telah diuraikan sebelumnya, berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap minat nasabah menabung di Bank Syariah Belopa.
2. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap minat nasabah menabung di Bank Syariah Belopa.
3. Untuk mengetahui pengaruh produk dan lokasi secara simultan terhadap minat nasabah menabung di Bank Syariah Belopa.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini ada 2 yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Dari hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai salah satu referensi tambahan untuk memperkaya ilmu pengetahuan tentang perbankan syariah khususnya terkait dengan pengaruh produk dan lokasi terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian ini memberikan masukan kepada lembaga keuangan syariah, khususnya Bank Syariah Indonesia KCP Belopa untuk mengetahui tentang pengaruh produk dan lokasi terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah.

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI**

#### **A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan**

Penelitian terdahulu ini adalah salah satu acuan atau referensi penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis mendapatkan beberapa teori dari penelitian sebelumnya. Berikut merupakan penelitian terdahulu terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis.

1. Sigit Hartoko dan Sailawati pada tahun 2021 dengan penelitiannya yang berjudul. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung Di Bank Bri Syariah Samarinda”, Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan yaitu Variabel produk, harga, lokasi, dan promosi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menabung di Bank BRI Syariah Samarinda. Dan Variabel produk dan Variabel promosi secara parsial berpengaruh positif terhadap minat nasabah menabung di Bank BRI Syariah Samarinda. Sedangkan variabel harga dan Variabel lokasi secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat nasabah menabung di Bank BRI Syariah Samarinda.<sup>9</sup> Adapun persamaan dari kedua penelitian ini yaitu. keduanya mengkaji tentang faktor-faktor lokasi dan produk yang mempengaruhi minat masyarakat dalam menabung di perbankan syariah, sedangkan perbedaannya yaitu disini peneliti melakukan penelitian

---

<sup>9</sup> Sigit Hartoko, and Sailawati Sailawati. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung Di Bank Bri Syariah Samarinda." *JAMDI (Jurnal Akuntansi Multi Dimensi)* 3.3 (2021):544

secarah khusus di bank BSI Belopa . Sedangkan penelitian Sigit Hartoko melakukan penelitian di bank syariah lainnya.

2. Nur Ayasih, pada tahun 2019 dengan penelitian yang berjudul “Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung masyarakat di KSPPS BMT Mentari Bumi Purbalingga” Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Nur Ayasih dapat disimpulkan bahwa Produk tidak berpengaruh terhadap Minat Menabung Masyarakat diKSPPS BMT Mentari Bumi Purbalingga dilihat dari nilai signifikansisebesar  $0,116 > 0,05$ . Lokasi berpengaruh positif terhadap Menabung Masyarakat diKSPPS BMT Mentari Bumi Purbalingga dilihat dari nilai signifikansisebesar  $0,000 < 0,05$ .<sup>10</sup> Adapun persamaan dari kedua penelitian ini yaitu sama-sama mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah menabung di bank syariah ditinjau dari produk dan lokasinya. Sedangkan perbedaan yaitu disini peneliti melakukan penelitian di bank BNI syariah, sedangkan penelitian Nur Ayasih melakukan penelitian di KSPPS BMT Mentari Bumi Purbalingga.
3. Rizky Marstianti Wijaya, pada tahun 2017 dengan judul penelitian “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi minat Berinteraksi Masyarakat Non Muslim Di Bank Syariah”. Adapun hasil dari penelitian ini yaitu variabel produk berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat non muslim, sedangkan

---

<sup>10</sup> Nur Ayasih, “Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung masyarakat di KSPPS BMT Mentari Bumi Purbalingga” Skripsi IAIN Purwokerto, (2019),53.



variabel lokasi tidak berpengaruh signifikan.<sup>11</sup> Adapun persamaan dari kedua penelitian ini yaitu sama-sama mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah menabung di bank syariah ditinjau dari produk dan lokasinya. Sedangkan perbedaannya yaitu pada penelitian Rizky Marstianti Wijaya berfokus pada nasabah non-Muslim, sedangkan penelitian ini tidak berfokus pada nasabah tertentu.

## **B. Landasan Teori**

### **1. Minat Menabung**

#### **a. Definisi Minat**

Menurut Crow D. Leater dan Crow Alice dari Djalali mengatakan bahwa minat berkaitan dengan gaya gerak, yang mendorong orang untuk menghadapi atau berurusan dengan orang, benda, kegiatan dan pengalaman yang diilhami oleh kegiatan itu sendiri. Minat adalah perasaan ingin tahu, belajar, menghargai atau memiliki sesuatu. Sedangkan menurut John Crites, minat adalah bagian dari ranah emosi dari kesadaran akan pilihan nilai. Pada saat yang sama, Holland mengatakan bahwa minat adalah kecenderungan perasaan yang kuat terhadap sesuatu. Minat tidak timbul sendirian melainkan ada unsur kebutuhan, misalnya minat menabung.. Dalam kamus umum bahasa Indonesia, minat adalah kesukaan akan perhatian atau keinginan

---

<sup>11</sup>Rizky Marstianti Wijaya, “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi minat Berinteraksi Masyarakat Non Muslim Di Bank Syariah*”, *Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Raden Intan Lampung , (2017), 56

(kecenderungan batin). Minat adalah motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan tindakan untuk memuaskan suatu kebutuhan.<sup>12</sup>

### **b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Timbulnya Minat**

Menurut *Crow and Crow* adapun hal-hal yang dapat mempengaruhi timbulnya minat.

#### 1) Faktor Internal

Faktor faktor internal atau faktor dari dalam mengacu pada kebutuhan yang ditimbulkan dalam diri individu, yang berkaitan dengan faktor-faktor seperti dorongan fisik, motivasi, ketahanan terhadap rasa lapar, ketakutan, rasa sakit, dan keingintahuan untuk kepentingan penelitian.

#### 2) Faktor Motif Sosial

Faktor motif sosial artinya akan mengarah pada adaptasi terhadap lingkungan, sehingga dapat diterima dan dikenali oleh lingkungan atau kegiatan untuk memenuhi kebutuhan sosial seperti bekerja, memperoleh status, memperoleh perhatian dan penghargaan.

#### 3) Faktor emosional atau perasaan

Faktor emosional atau Perasaan berarti bahwa minat berkaitan erat dengan perasaan atau emosi. Keberhasilan dalam suatu kegiatan yang digerakkan

---

<sup>12</sup> Djalali, *Psikologi Pendidikan*, ( Jakarta : Bumi Aksara, 2009), 121-122

oleh minat akan mendatangkan kesenangan dan meningkatkan minat yang ada, sebaliknya kegagalan akan mengurangi minat pribadi.<sup>13</sup>

### c. Indikator Minat

Adapun Indikator Minat yang digunakan yaitu :

- 1) Kognisi, yaitu masyarakat memiliki pengetahuan yang baik terhadap produk bank syariah.
- 2) Emosi, yaitu masyarakat merasa tenang dan tidak dirugikan dalam menggunakan produk bank syariah.

## 2. Menabung

### a. Pengertian Menabung

Tabungan adalah simpanan berdasarkan akad wadia atau dana investasi berdasarkan akad mudrabah atau akad lain yang tidak melanggar prinsip syariah. Ajaran Islam ini hanya dapat ditarik berdasarkan syarat dan ketentuan tertentu yang disepakati, tetapi dapat ditarik melalui cek, bilyet, Giro, atau alat menabung serupa lainnya.<sup>14</sup> Menabung adalah tindakan yang dianjurkan oleh Islam, karena umat Islam mempersiapkan diri untuk rencana masa depan melalui cara menabung untuk menghadapi hal-hal yang akan datang. Secara garis besar, menabung dapat diartikan sebagai aktivitas yang memungkinkan pendapatan seseorang disimpan untuk cadangan masa depan.

<sup>13</sup>Abdul, Rouf, “Analisis faktor- faktor yang mempengaruhi minat masyarakat membayar zakat dirumah zakat zabang Semarang”, *Skripsi* Institut Agama Islam Negeri Wali Songo Semarang, (2017), 23

<sup>14</sup>Andri Soemitra, MA, *Bank dan lembaga Keuangan Syariah* ( Jakarta : Kencana cetakan ke 7, 2017), 71

Dalam Al-Qur'an terdapat ayat-ayat yang secara tidak langsung telah memerintahkan kaum muslimin untuk mempersiapkan hari esok secara lebih baik.

Q.S An Nisa': 9

وَأَلْيَسَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكُوا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعْفًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

### Terjemahnya:

“Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan dibelakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. Oleh sebab itu hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar”. (Q.S An Nisa: 9)<sup>15</sup>

Ayat tersebut memerintahkan kita untuk bersiap-siap dan mengantisipasi masa depan keturunan, baik secara rohani (iman/takwa) maupun secara ekonomi harus dipikirkan langkah-langkah perencanaannya. Salah satu langkah perencanaan adalah dengan menabung.

### b. Jenis-Jenis Tabungan Di Bank Syariah

Seseorang yang ingin menabung di bank syariah dapat memilih antara akad *al-wadi'ah* atau *al-mudharabah*. Meskipun jenis produk tabungan di bank syariah mirip dengan bank konvensional, yaitu giro, tabungan, dan deposito, namun dalam bank syariah terdapat perbedaan-perbedaan yang prinsip yaitu:.

#### 1) Giro

Bank Syariah Menggunakan *al-wadi'ah* pada rekening giro, sehingga nasabah yang membuka rekening giro berarti melakukan akad *wadi'ah*

<sup>15</sup>Departemen Agama RI, “Al-Quran Dan Terjemahannya”, Jakarta : PT. Karya Toha Putra (1999), 35.

“titipan”. Dalam fiqh muamalah, *wadiah* dibagi menjadi dua macam: *wadiah yad al-amanah* dan *wadiah yad ad-dhamanah*. Akad *wadiah yad al-amanah* adalah akad titipan yang dilakukan dengan kondisi penerima titipan (dalam hal ini bank) tidak wajib mengganti jika terjadi kerusakan. Biasanya, akad ini diterapkan bank pada titipan murni, seperti *safe deposit box*. Dalam hal ini, bank hanya bertanggung jawab atas kondisi barang (uang) yang dititipkan.

## 2) Tabungan

Pada bank syariah Tabungan yang menerapkan akad *mudharabah* mengikuti prinsip-prinsip akad *mudharabah*. Di antaranya sebagai berikut.

- a) *Pertama*, keuntungan dari dana yang digunakan harus dibagi antara *shahibul maal* (dalam hal ini nasabah) dan *mudharib* (dalam hal ini bank).
- b) *Kedua*, adanya tenggang waktu antara dana yang diberikan dan pembagian keuntungan, karena untuk melakukan investasi dengan memutar dana itu diperlukan waktu yang cukup.<sup>16</sup>

## 3) Deposito

Bank syariah menerapkan akad *mudharabah* untuk deposito. Seperti dalam tabungan, dalam hal ini nasabah (deposan) bertindak sebagai *shahibul maal* dan bank selaku *mudharib*. Penerapan *mudharabah* terdapat deposito

<sup>16</sup> Muhammad Abdul Aziz , “Analisis faktor- faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menabung di bank syariah”, Skripsi Institut Agama Islam Negeri Salatiga Semarang, (2019), 31

dikarenakan kesesuaian yang terdapat diantara keduanya. Misalnya, seperti yang dikemukakan di atas bahwa akad mudharabah mensyaratkan adanya tenggang waktu antara penyeter dan penarikan agar dana itu bisa diputar. Tenggang waktu ini merupakan salah satu sifat deposito, bahkan dalam deposito terdapat pengaturan waktu, seperti 30 hari, 90 hari, dan seterusnya.

### 3. Produk

#### a. Definisi Produk

Menurut Kotler dan Armstrong, produk (product) merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar agar menarik perhatian, akuisisi, penggunaan atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan. Produk mencakup lebih dari sekedar barang-barang yang berwujud (tangible). Dalam arti luas, produk meliputi objek-objek fisik, jasa, acara, tempat, organisasi, ide.

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan. Produk-produk yang dipasarkan melalui barang fisik, jasa, pengalaman, acara-acara, orang, tempat, properti, organisasi dan gagasan. Atribut yang ditampilkan pada suatu produk atau jasa dapat menimbulkan daya tarik pertama yang dapat mempengaruhi konsumen. Penilaian konsumen terhadap produk dan jasa menggambarkan sikap konsumen terhadap produk dan jasa tersebut, sekaligus dapat mencerminkan perilaku konsumen dalam menggunakan atau mengonsumsi suatu produk atau jasa.<sup>17</sup>

---

<sup>17</sup>A. Fitria Arliana Mallawa, "Faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat non muslim menabung di perbankan syariah". Jurnal Ilmiah, Vol. III, No. 2, ( Juli 2017)

Secara umum definisi produk adalah sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Dari pengertian dapat di simpulkan bahwa sesuatu yang memberikan manfaat baik dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-hari atau sesuatu yang ingin dimiliki oleh konsumen. Produk biasanya di gunakan untuk dikonsumsi baik untuk kebutuhan rohani maupun jasmani. Untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan akan produk konsumen harus mengorbankan sesuatu sebagai balas jasanya, misalnya dengan pembelian .

Atribut produk menurut Gitosudarno adalah suatu komponen yang merupakan sifat-sifat produk yang menjamin agar produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan diharapkan oleh pembeli. Apabila suatu produk memiliki atribut atau sifat-sifat yang sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pembeliannya maka produk tersebut akan dianggap cocok oleh konsumen. Mundir, dan Yanti menyatakan bahwa keputusan mengenai atribut ini mempengaruhi reaksi konsumen terhadap suatu produk. Atribut produk Islam meliputi kualitas Produk, Fitur Produk dan Gaya dan Desain Produk. Dalam konteks penelitian ini, maka aspek-aspek yang diukur dari nasabah non Muslim menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri dan Bank Syariah BNI Palopo ini meliputi: *Profit sharing*, Pelayanan, dan Produk.

Konsep produk menyatakan bahwa konsumen akan lebih menyukai produk-produk yang menawarkan fitur-fitur paling bermutu, berpestasi, atau inovatif. Para manager dalam organisasi ini fokus pada membuat produk yang superior dan meningkatkan dalam organisasi ini berfokus pada membuat produk

yang superior dan meningkatkannya sepanjang waktu. Akan tetapi, para manager ini kadang-kadang terperangkap dalam urusan cinta dengan produk-produk mereka. Mereka mungkin komit dengan kesesatan “perangkap tikus yang lebih baik” yang yakin bahwa sebuah perangkap tikus yang baik itu bisa berhasil hanya kalau produk ini berharga, didistribusikan, diiklankan, dan dijual secara memadai.<sup>18</sup>

Menurut Kotler dan Armstrong (2012), kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya.

Kotler & Keller (2012) menjelaskan keragaman produk adalah tersedianya semua jenis produk mulai dari banyaknya jumlah, kesesuaian dengan selera dan keinginan serta ketersediaan produk yang ditawarkan untuk dimiliki, dipakai atau dikonsumsi, oleh konsumen yang dihasilkan oleh suatu produsen.<sup>19</sup>

Menurut Woodruff (1997), nilai pelanggan adalah pilihan yang dirasakan pelanggan dan evaluasi terhadap atribut produk dan jasa, kinerja atribut dan konsekuensi yang timbul dari penggunaan produk untuk mencapai tujuan dan maksud konsumen ketika menggunakan produk.

---

<sup>18</sup> Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Ed, XII : PT Indeks, 2009), 18

<sup>19</sup> *Ibid*, 25



## b. Indikator Produk

Adapun Indikator Produk yang digunakan yaitu:

- 1) Mempunyai keistimewaan tertentu, bank syariah dapat memberikan sesuatu yang istimewa dalam memasarkan produknya.
- 2) Bentuk dan gaya, dimana pada ATM bank syariah memiliki bentuk dan gaya yang berbeda dari bank lainnya yang dapat menarik minat masyarakat.
- 3) Kualitas, bank syariah memberikan jaminan keamanan dan fasilitas yang bermanfaat untuk nasabah.

## 4. Lokasi

Lokasi menunjukkan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk menjadikan produk dapat diperoleh dan tersedia bagi konsumen sasaran. Ada tiga aspek pokok yang berkaitan dengan keputusan-keputusan tentang distribusi, yakni: “sistem transportasi perusahaan, system penyimpanan, dan pemilihan saluran distribusi”.<sup>20</sup>

Lokasi adalah letak atau toko.pengecer pada daerah yang strategis sehingga dapat memaksimalkan laba (Basu Swasta dan Irawan dalam Rusdiana. Menurut kasmir yaitu tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajang barang-barang dagangannya. Pertimbangan dalam memilih letak lokasi yaitu berdasarkan jenis usaha yang akan dilakukan, keterdekatan dengan pasar konsumen, kemudahan sarana dan prasarana,

---

<sup>20</sup> Deliyanti Oentoro , *Manajemen Pemasaran Moderen*, (Jakarta: Kencana, 2004), 176

kemudahan untuk melakukan ekspansi, dekat dengan pusat pemerintahan, dan tersedianya sumber daya yang lain.<sup>21</sup>

Kesimpulan bahwa lokasi adalah tempat menjalankan aktivitas yang melayani konsumen, aktivitas produksi, aktivitas penyimpanan, ataupun untuk mengendalikan kegiatan perusahaan secara keseluruhan. dalam memaksimalkan laba. Menentukan lokasi merupakan keputusan penting dalam bisnis yang bertujuan untuk mewujudkan pelanggan agar datang ke tempat tersebut dengan dalam pemenuhan kebutuhannya. Lokasi mempunyai fungsi yang strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan badan usaha. Lokasi yang tepat dalam mendirikan suatu usaha adalah salah mencari lokasi yang strategis, yang mudah di lihat dan dijangkau oleh konsumen.

Lokasi yang tepat adalah di tempat dengan potensi pasar yang besar. Pemilihan lokasi mempunyai fungsi yang strategis karena dapat menentukan tercapainya tujuan badan usaha dalam pengertian lain lokasi adalah tempat dimana perusahaan harus bermarkas melakukan operasi. Oleh karena itu jejaring pemasaran bank tidak hanya berupa kantor bank sendiri dimana disediakan produk dan jasa bank sendiri tetapi termasuk juga kantor bank lain dan mesin ATM bank lain dimana produk dan jasa bank dapat dimanfaatkan. Penentuan lokasi pada hakikatnya adalah untuk mendekatkan diri dengan nasabah, baik

---

<sup>21</sup>Irnawati Indi, “*Faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menabung di bank syariah*”, Skripsi Universitas Negeri Makassar, 2019, 17.

nasabah sumber dana maupun nasabah kredit, namun selain itu terdapat beberapa tujuan dalam penentuan lokasi bank, yaitu:<sup>22</sup>

- a. Memudahkan pelayanan nasabah dengan mendekati dan memudahkan pencapaiannya (aksesibilitas). Termasuk dalam pengertian aksesibilitas ini adalah bukan hanya dekatnya jarak, tetapi juga kemudahan menjangkaunya dari angkutan umum, terletak di jalan yang mudah di jangkau dari arah mana saja, terletak di tengah kota, dan banyak dilewati angkutan kota sepanjang jam kerja kantor bank. Termasuk kemudahan dalam hal parkir kendaraan.
- b. Kemudahan pemasangan dan ketersambungan dengan jejaring.
- c. Lokasi memungkinkan bank menata kantor dan tata letak in/out door dengan leluasa sehingga mendukung ketersediaan parkir ruang layanan, ruang tunggu dan sarana layanan lainnya sehingga mampu membuat kenyamanan dan kepuasan nasabah dalam memanfaatkan produk dan jasa bank
- d. Tata letak di dalam kantor memungkinkan sistem antrian yang efektif tapi sekaligus efisien. Dukungan penataan udara ruangan, kelapangan lokasi antrian, dukungan hiburan ditempat antrian (audio-vodio) adalah hal yang perlu di perhatikan.
- e. Memudahkan tenaga kerja penggerak kanror bank dalam mencapainya. Hal ini diharapkan dapat mempermudah karyawan dalam melayani nasabah

---

<sup>22</sup> Lupiyoadi, R dan Hamdan A. (2009). *Manajemen Pemasaran Jasa*

dengan baik tanpa di ganggu dengan keterlambatan masuk kantor dengan alasan jalanan ramai dan padat<sup>23</sup>

Lokasi merupakan faktor penting dalam penting dalam pemasaran. Dalam islam, penentuan lokasi didasari pada etika dalam bauran pemasarannya. Adapun etika pemasaran dalam konteks lokasi sebagai berikut<sup>24</sup>

- a. Keepatan dan ketepatan waktu,
- b. Keamanan dan keutuhan barang,
- c. Sarana memberikan pelayanan kepada masyarakat,
- d. Konsumsi mendapat pelayanan tepat dan cepat.

Jadi, lokasi atau tempat adalah suatu hal yang cukup menjadi kendala pada aktivitas muamalah. Tidak adanya tempat yang lapangan kurang kondusif untuk melaksanakan muamalah maka akan menjadi kendala dalam suatu bisnis. Dengan adanya markas atau tempat untuk melakukan operasi bisnis maka hendaknya dimanfaatkan dengan baik, tempat tersebut juga dapat dijadikan tempat untuk berdakwah. Menentukan suatu markas atau tempat berkumpul untuk bermuamalah juga dicontohkan oleh Rasulullah SAW yang telah menjadikan rumah Arqam IbnAbil Arqam sebagai pusat kegiatan dakwahnya. Dirumah itulah Rasulullah menyuruh kepada manusia agar masuk Islam.

- a. Indikator Lokasi :

Adapun Indikator Lokasi yang digunakan yaitu:

<sup>23</sup> Toni Wijaya, *Manajemen Kualitas Jasa*, (Jakarta : PT Indeks, 2011), 12

<sup>24</sup> Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*. ( Yogyakarta : UPP AMP YKPN, 2005),303

- 1) Akses, bank syariah berada dilokasi yang mudah dijangkau sarana transportasi.
- 2) Visibiliti, bank syariah tidak jauh dari pusat ibu kota dan lokasinya dapat dilihat oleh masyarakat.
- 3) Lingkungan, bank syariah berada dilingkungan yang aman dan tersedianya pos keamanan disekitar bank.

## **5. Perbankan Syariah**

### **a. Pengertian Perbankan Syariah**

Bank merupakan salah satu lembaga keuangan yang mempunyai peranan penting di dalam perekonomian suatu negara sebagai badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentukbentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.<sup>25</sup>

Perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses melaksanakan kegiatan usahanya. Bank syariah memiliki fungsi menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dan investasi dari pihak pemilik dana. Fungsi lainnya adalah menyalurkan dana kepada pihak lain yang membutuhkan dana dalam bentuk jual beli maupun kerja sama usaha.

---

<sup>25</sup> kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2012), 3

Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya dengan berlandaskan prinsip syariah<sup>26</sup>. Salah satu prinsip syariah yang diterapkan adalah mengenai larangan riba dalam berbagai transaksi yang dilakukan. Tindakan yang dilakukan untuk merealisasikan adanya larangan riba yaitu dengan mengganti segala layanan bebas bunga dengan cara bagi hasil.

Bank syariah adalah suatu sistem perbankan yang pelaksanaannya berdasarkan hukum Islam yaitu Al-Qur'an dan Al-Hadist (syariah).<sup>27</sup> Pembentukan sistem ini berdasarkan adanya larangan dalam agama Islam untuk meminjamkan atau memungut pinjaman dengan mengenakan bunga, serta larangan untuk berinvestasi pada usaha yang berkategori terlarang.

#### b. Perbedaan Bank Syariah Dengan Bank Konvensional

Bank syariah merupakan bank yang di dalam sistem operasionalnya tidak menggunakan sistem bunga, akan tetapi menggunakan prinsip dasar sesuai dengan syariah Islam. Dalam menentukan imbalannya, baik imbalan yang diberikan maupun diterima, bank syariah tidak menggunakan sistem bunga, akan tetapi menggunakan konsep imbalan sesuai dengan akad perjanjian.<sup>28</sup>

<sup>26</sup> Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan

<sup>27</sup> Warkum Sumitro, *Asas-Asas Perbankan Islam dan Lembaga Terkait*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2004).12.

<sup>28</sup> Sutan Remy. S, *PERBAKAN SYARIAH Produk-produk dan Aspek-aspek Hukumnya*, (Jakarta: PT Adhitya Andrebinna Agung, 2014). 34.

Tabel 2.1 Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional.

No.	Bank Syariah	No.	Bank Konvensional
1	Investasi, hanya untuk proyek dan produk yang halal serta menguntungkan.	1	Investasi, tidak mempertimbangkan halal dan haram asalkan proyek biayai menguntungkan.
2	<i>Return</i> yang dibayar dan diterima berasal dari bagi hasil atau pendapatan lainnya berdasarkan prinsip syariah.	2	<i>Return</i> baik yang dibayar kepada nasabah penyimpan dan <i>Return</i> yang diberikan dari nasabah pengguna dana berupa bunga.
3	Perjanjian dibuat dalam bentuk akad sesuai dengan syariah Islam.	3	Perjanjian menggunakan hukum positif.
4	Orientasi pembiayaan, tidak hanya untuk keuntungan akan tetapi juga falah <i>oriented</i> , yaitu berorientasi pada kesejahteraan masyarakat.	4	Orientasi pembiayaan, untuk memperoleh keuntungan atas dana yang dipinjamkan.
5	Hubungan antara bank dan nasabah adalah mitra.	5	Hubungan antara bank dan nasabah adalah kreditor dan debitur.
6	Dewan pengawas terdiri dari BI, Bapepam, Komisariss, dan Dewan Pengawas Syariah (DPS).	6	Dewan pengawas terdiri dari BI, Bapepam, dan Komisariss
7	Penyelesaian sengketa, diupayakan diselesaikan secara musyawarah antara bank dan nasabah, melalui peradilan agama.	7	Penyelesaian sengketa menggunakan pengadilan negeri setempat

Sumber Muhammad Syafi'i Antonio, (1999)

### c. Fungsi Bank Syariah

Bank syariah memiliki tiga fungsi utama yaitu menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dan investasi, menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan dana dari bank, dan juga memberikan pelayanan dalam bentuk jasa perbankan syariah.

#### 1) Penghimpun Dana Masyarakat

Fungsi bank syariah yang pertama yaitu menghimpun dana dari masyarakat yang kelebihan dana. Bank syariah menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dengan menggunakan akad *alWadiah* dan investasi dengan menggunakan akad *al-Mudharabah*. *AlWadiah* adalah akad antara pihak pemilik dana menitipkan dananya kepada bank, dan pihak bank menerima titipan untuk dapat dimanfaatkan dalam transaksi yang diperbolehkan syariah Islam. *Al-Mudharabah* merupakan akad antara pihak yang memiliki dana kemudian menginvestasikan dananya atau disebut juga dengan *Shahibul maal* dengan pihak kedua atau bank yang menerima dana yang disebut dengan *mudharib*, yang mana pihak *mudharib* dapat memanfaatkan dana yang diinvestasikan oleh *shohibul maal* untuk tujuan tertentu yang diperbolehkan syariah Islam.

#### 2) Penyaluran Dana Kepada Masyarakat

Fungsi bank syariah yang kedua yaitu menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan. Masyarakat dapat memperoleh pembiayaan



dari bank syariah asalkan dapat memenuhi semua ketentuan dan persyaratan yang berlaku.<sup>29</sup>

Bank menyalurkan dana kepada masyarakat dengan menggunakan bermacam-macam akad, antara lain akad jual beli dan akad kemitraan atau kerja sama usaha. Dalam akad jual beli, maka *return* yang diperoleh bank atas penyaluran dananya adalah dalam bentuk margin keuntungan.

Pembiayaan bank syariah dibagi menjadi beberapa jenis, antara lain :

- a) Transaksi bagi hasil dalam bentuk *mudharabah* dan *musyarakah*.
  - b) Transaksi sewa menyewa dalam bentuk ijarah atau sewa beli dalam bentuk ijarah *muntahiya bittamlik*.
  - c) Transaksi jual beli dalam bentuk piutang *murabahah*, salam, dan *istishna*.
  - d) Transaksi pinjam meminjam dalam bentuk piutang *qardh*.
  - e) Transaksi sewa menyewa jasa dalam bentuk ijarah untuk transaksi multijasa.
- 3) Pelayanan Jasa Bank

Bank syariah, disamping menghimpun dana dan menyalurkan dana kepada masyarakat, juga memberikan pelayanan jasa perbankan. Pelayanan jasa bank syariah ini diberikan dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat dalam menjalankan aktivitas. Berbagai jenis produk pelayanan jasa yang dapat oleh bank syariah antara lain adalah

---

<sup>29</sup> Imamul Arifin, *Membuka Cakrawala Ekonomi*, (jakarta: Setia Purna Inves, 2007), 14.

jasa pengiriman uang (transfer), pemindah bukuan, penagihan surat berharga, kliring, *letter of credit*, inkaso, garansi bank, dan pelayanan jasa bank lainnya.

Pelayanan yang dapat memuaskan nasabah ialah pelayanan jasa yang cepat dan akurat. Harapan nasabah dalam pelayanan jasa bank ialah kecepatan dan keakuratannya. Bank syariah berloma-lomba untuk berinovasi meningkatkan kualitas produk layanan jasanya. Dengan pelayanan jasa, bank syariah mendapat imbalan berupa *fee* yang disebut *fee based income*.

#### d. Prinsip-prinsip Bank Syariah

Prinsip dasar perbankan syariah berdasarkan pada al- Quran dan sunnah. Setelah dikaji lebih dalam Falsafah dasar beroperasinya bank syariah yang menjiwai seluruh hubungan transaksinya berprinsip pada tiga hal yaitu efisiensi, keadilan, dan kebersamaan. *Efisiensi* mengacu pada prinsip saling membantu secara sinergis untuk memperoleh keuntungan/margin sebesar mungkin. *Keadilan* mengacu pada hubungan yang tidak dicurangi, ikhlas, dengan persetujuan yang matang atas proporsi masukan dan keluarannya. *Kebersamaan* mengacu pada prinsip saling menawarkan bantuan dan nasihat untuk saling meningkatkan produktivitas.<sup>30</sup>

---

<sup>30</sup> Edy Wibowo *et.al*, *Mengapa Memilih Bank Syariah?*, (Bogor Ghalia Indonesia cet. 1, 2005),. 33

Dalam mewujudkan arah kebijakan suatu perbankan yang sehat, kuat dan efisien, sejauh ini telah didukung oleh enam pilar dalam Arsitektur Perbankan Indonesia (API) yaitu, struktur perbankan yang sehat, sistem pengaturan yang efektif, system pengawasan yang independen dan efektif, industri perbankan yang kuat, infrastruktur pendukung yang mencukupi, dan perlindungan konsumen.

Daya tahan perbankan syariah dari waktu ke waktu tidak pernah mengalami *negative spread* seperti bank konvensional pada masa krisis moneter dan konsistensi dalam menjalankan fungsi intermediasi karena keunggulan penerapan prinsip dasar kegiatan operasional yang melarang bunga (*riba*), tidak transparan (*gharar*), dan (*maisir*) spekulatif.<sup>31</sup>

#### e. Produk-Produk Bank Syariah

Secara garis besar, produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah terbagi menjadi tiga bagian besar, yaitu produk penghimpunan dana (*funding*), produk penyaluran dana (*financing*), dan produk jasa (*service*).<sup>32</sup>

##### 1) Produk Penghimpunan Dana (*funding*)

###### a) Tabungan

Menurut Undang-Undang Perbankan Syariah Nomor 21 tahun 2008, tabungan adalah simpanan berdasarkan akad *wadi'ah* atau

<sup>31</sup> Jundiani, *Pengaturan Hukum Perbankan Syariah di Indonesia*, (Malang: UIN Malang Press, 2009),. 64

<sup>32</sup> M. Nur Rianto Al-Arif, *Lembaga Keuangan Syariah Suatu Kajian Teoritis Praktis*, (Bandung: CV Pustaka Setia), 133.

investasi dana berdasarkan *mudharabah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro atau yang dipersamakan dengan itu.

Tabungan adalah bentuk simpanan nasabah yang bersifat likuid. Artinya, produk ini dapat diambil sewaktu-waktu apabila nasabah membutuhkan, tetapi bagi hasil yang ditawarkan kepada nasabah penabung kecil.

#### b) Deposito

Deposito menurut UU Perbankan Syariah No.21 tahun 2008 adalah investasi dana berdasarkan akad *mudharabah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah, yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan akad antara nasabah penyimpan dan bank syariah dan/ atau Unit Usaha Syariah (UUS).

Deposito adalah bentuk simpanan nasabah yang mempunyai jumlah minimal tertentu, jangka waktu tertentu, dan bagi hasilnya lebih tinggi daripada tabungan.

#### c) Giro

Giro menurut undang-undang perbankan syariah nomor 21 tahun 2008 adalah simpanan berdasarkan akad *wadi'ah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya dapat

dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana perintah pembayaran lainnya, atau dengan perintah pemindahbukuan.

Giro adalah bentuk simpanan nasabah yang tidak diberikan bagi hasil, dan pengambilan dana menggunakan cek, biasanya digunakan oleh perusahaan atau yayasan dan atau bentuk badan hukum lainnya dalam proses keuangan mereka. Dalam giro meskipun tidak memberikan bagi hasil, pihak bank berhak memberikan bonus kepada nasabah yang besarnya tidak ditentukan di awal, bergantung pada kebaikan pihak bank.

Prinsip operasional bank syariah yang telah diterapkan secara luas dalam penghimpunan dana masyarakat adalah prinsip *wadi'ah* dan *mudharabah*. Berikut ini penjelasannya:

#### (1) Prinsip *Wadi'ah*

Prinsip *wadi'ah* yang diterapkan adalah *wadi'ah yad shamanah*. Bank dapat memanfaatkan dan menyalurkan dana yang disimpan serta menjamin bahwa dana tersebut dapat ditarik setiap saat oleh nasabah penyimpan dana. Namun demikian, rekening ini tidak boleh mengalami saldo negative (*overdraft*). Selanjutnya ayat mengenai akad wadi'ah dalam Al-Qur'an surat An-Nisa' (4) ayat 58 :

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۗ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ﴾

**Terjemahannya :**

“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat”. (QS. An-Nisa (4) : 58).<sup>33</sup>

**(2) Prinsip *Mudharabah***

Dalam mengaplikasikan prinsip *mudharabah*, penyimpan dana atau deponan bertindak sebagai *shahibul mal* (pemilik modal) dan bank sebagai *mudharib* (pengelola). Bank kemudian melakukan penyaluran pembiayaan kepada nasabah peminjam yang membutuhkan dengan menggunakan dana yang diperoleh tersebut, baik dalam bentuk *murabahah*, *ijarah*, *mudharabah*, *musyarakah* atau bentuk lainnya. Hasil usaha ini selanjutnya akan dibagihasilkan kepada nasabah penabung berdasarkan nisbah yang disepakati. Apabila bank menggunakannya untuk melakukan *mudharabah* kedua, bank bertanggungjawab penuh atas kerugian yang terjadi. Produk Penyaluran Dana/ Pembiayaan (*financing*).

Pembiayaan atau *financing* adalah pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun lembaga. Dengan kata lain, pembiayaan adalah pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan.

---

<sup>33</sup> *Ibid*, QS. An-Nisa(4): 58,.87.

Secara garis besar, produk pembiayaan kepada nasabah yaitu sebagai berikut :

(a) Pembiayaan dengan prinsip jual beli. Seperti *bai' murabahah*, *bai' as salam* dan *bai' al istishna*.

(b) Pembiayaan dengan prinsip sewa. Meliputi *ijarah* dan *ijarah muntahiyah bit tamlik*.

(c) Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil. Meliputi *musyarakah*, *mudharabah*, *muzara'ah*, dan *musaqah*.

#### c. Produk Jasa (*Service*)

Selain menjalankan fungsinya sebagai intermediaries (penghubung) antara pihak yang kelebihan dana dan pihak yang kekurangan dana, bank syariah dapat pula melakukan berbagai pelayanan jasa perbankan kepada nasabah dengan mendapat imbalan berupa sewa atau keuntungan. Jasa perbankan tersebut antara lain sebagai berikut :

##### 1) *Sharf* (jual beli valuta asing)

Pada prinsipnya, jual beli valuta asing sejalan dengan prinsip *sharf*. Jual beli mata uang yang tidak sejenis ini harus dilakukan pada waktu yang sama (*spot*). Bank mengambil keuntungan dari jual beli valuta asing. Prinsip ini dipraktikkan pada bank syariah devisa yang memiliki izin untuk melakukan jual beli valuta asing.

## 2) *Wadi'ah* (titipan)

Secara istilah wadi'ah adalah penitipan barang, yaitu akad seseorang kepada yang lain dengan menitipkan suatu benda untuk dijaganya dengan layak. Apabila ada kerusakan pada benda titipan padahal benda tersebut sudah dijaga sebagaimana mestinya maka penerima titipan tidak wajib menggantinya tetapi bila kerusakan diakibatkan dari kelalaian maka ia wajib menggantinya.<sup>34</sup>

Pada dasarnya, dalam akad *wadi'ah yad dhamanah* penerima simpanan hanya dapat menyimpan titipan, tanpa berhak untuk menggunakannya. Dia tidak bertanggung jawab atas kehilangan atau kerusakan yang terjadi pada asset titipan selama hal ini bukan akibat dari kelalaian atau kecerobohan yang bersangkutan dalam memelihara barang titipan (karena faktor-faktor diluar batas kemampuan).<sup>35</sup>

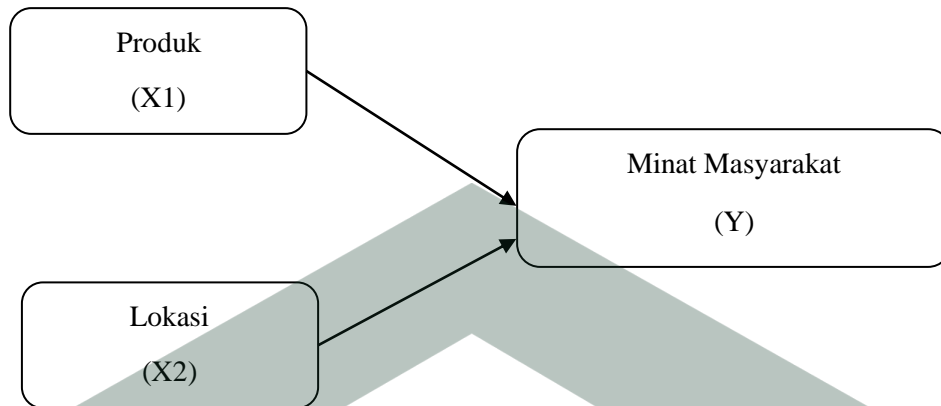
---

<sup>34</sup> Nur Huda, "Perubahan Akad Wadi'ah", *Jurnal Economica*, Vol. 6, No. 1, Mei 2015:131

<sup>35</sup> Nur Huda, "Perubahan Akad Wadi'ah", *Jurnal Economica*, Vol. 6, No. 1, Mei 2015:191.



### C. Kerangka Berpikir



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

Dari alur kerangka pikir dalam penelitian ini, bahwa Produk dan Lokasi sebagai variabel bebasnya (independen) akan memberikan pengaruh atau yang menjadi sebab dari variabel terikatnya (dependen) yaitu Minat Masyarakat.

### D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah dari penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.<sup>36</sup>

1.  $H_0$  :Tidak terdapat pengaruh produk terhadap minat masyarakat kadong-kadong menabung di Bank Syariah Belopa

<sup>36</sup>Sofyan Siregur, *Statistic Parametric Untuk Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Bumi Aksara), 2014, 99.

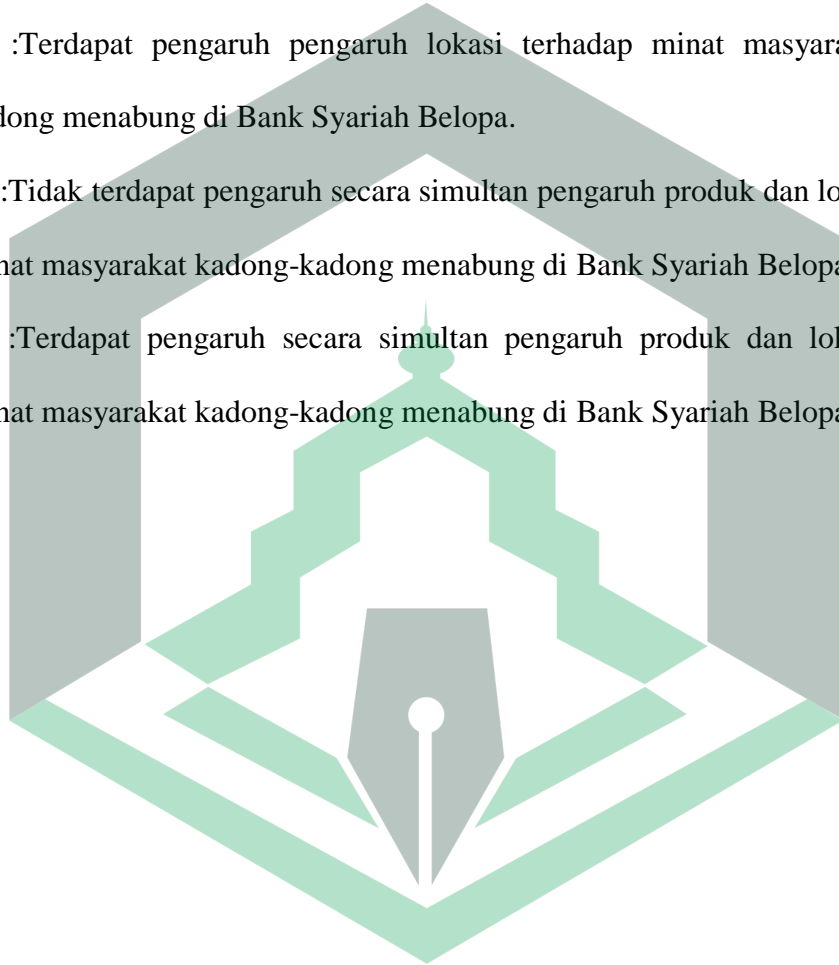
$H_1$ : Terdapat pengaruh pengaruh produk terhadap minat masyarakat kadong-kadong menabung di Bank Syariah Belopa

2.  $H_0$  :Tidak terdapat pengaruh pengaruh lokasi terhadap minat masyarakat kadong-kadong menabung di Bank Syariah Belopa.

$H_1$  :Terdapat pengaruh pengaruh lokasi terhadap minat masyarakat kadong-kadong menabung di Bank Syariah Belopa.

3.  $H_0$  :Tidak terdapat pengaruh secara simultan pengaruh produk dan lokasi terhadap minat masyarakat kadong-kadong menabung di Bank Syariah Belopa.

$H_1$  :Terdapat pengaruh secara simultan pengaruh produk dan lokasi terhadap minat masyarakat kadong-kadong menabung di Bank Syariah Belopa.



## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **A. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini yaitu jenis penelitian kuantitatif. Penelitian Kuantitatif merupakan suatu metode yang dipakai di suatu penelitian yang menggunakan angka dalam mencari keterangan dari suatu hal yang kita teliti.<sup>37</sup> Peneliti menggunakan penelitian kuantitatif untuk menguji Pengaruh Produk dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Desa Kadong-Kadong Menabung Di Bank Syariah Belopa

### **B. Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian**

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana peneliti melakukan kegiatan penelitian untuk memperoleh data-data yang diperlukan. Lokasi penelitian ini dilakukan di Desa Kadong-kadong Kabupaten Luwu dengan waktu penelitian selama 1 bln

### **C. Definisi Operasional Variabel**

Dalam penelitian ini, untuk mengetahui deskripsi yang jelas tentang arah tujuan dari pembahasan judul. Penelitian ini perlu diperjelas beberapa istilah berikut.

---

<sup>37</sup>Margono, “*Penelitian Pendidikan*”, Cet. I, (Jakarta: Rineka Cipta, 1990),105.

Tabel 3.1 Defenisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator
1	Produk (X1)	Produk adalah suatu yang memberikan manfaat baik dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-hari atau sesuatu yang ingin dimiliki oleh konsumen.	1. Mempunyai keistimewaan tertentu. 2. Bentuk dan gaya. 3. Kualitas <sup>38</sup>
2	Lokasi (X2) Minat	Tempat dimana diperjual belikannya produk perbankan	1. Akses. 2. Visibilitas. 3. Lingkungan. <sup>39</sup>
3	Masyarakat (Y)	Minat merupakan keinginan konsumen untuk berbelanja. Dengan kata lain, minat merupakan keinginan pembeli dalam melakukan pembelian pada penyedia jasa untuk waktu yang akan datang.	1. Kognisi 2. Emosi <sup>40</sup>

#### D. Populasi dan Sampel

Populasi yaitu kawasan generalisasi yang terjadi pada obyek/subyek yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti agar

<sup>38</sup>Sugiyono, *Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis, dan Disertasi*, Cet 2, (Bandung: Alfabet.2013). 396.

<sup>39</sup>Rizky Marstianti Wijaya, "*Faktor-Faktor yang Mempengaruhi minat Berinteraksi Masyarakat Non Muslim Di Bank Syariah*",*Skripsi*, (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Raden Intan Lampung, 2017), 56.

<sup>40</sup>Homsatun, "*Pengaruh lokasi, pelayanan dan kualitas produk terhadap minat masyarakat untuk menabung di bank Muamalat*", *Skripsi*, (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Kendari, 2018),45.

dipelajari dan selanjutnya ditarik kesimpulannya.<sup>41</sup> Pada penelitian ini, populasi yang digunakan adalah masyarakat desa Kadong-kadong sebanyak 1.537 Jiwa.

Sampel adalah bagian dari karakteristik dan jumlah dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi misalnya keterbatasan dana, dan tenaga waktu, maka peneliti menggunakan sampel yang diambil dari populasi. Sampel dapat didefinisikan sebagai anggota populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu.<sup>42</sup>

Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan metode *purposive sampling* yaitu cara pengambilan sampel dengan berdasarkan beberapa kriteria. Adapun yang menjadi kriteria pada penelitian ini adalah sampel dengan tarap usia dari 20 tahun keatas serta pandai membaca. Dalam penelitian ini menggunakan teori Roscoe, dimana ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat untuk kebanyakan penelitian.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data merupakan dari proses pengujian data yang berkaitan dengan sumber dan cara untuk memperoleh data penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini terdiri dari:

---

<sup>41</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Cet.20 (Bandung: Alfabeta, 2014),80.

<sup>42</sup>Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Edisi Revisi 2, 76.

### 1. Observasi

Pengumpulan data atau observasi langsung atau dengan pengamatan langsung adalah cara pengambilan data dengan menggunakan mata tanpa pertolongan alat standar lain untuk keperluan tersebut.<sup>43</sup>

### 2. Angket (Kuesioner)

Kuesioner merupakan tehnik pengumpulan pada penelitian survey dimana partisipan/responden mengisi pertanyaan atau kemudian setelah diisi dengan lengkap lalu di kembalikan kepada peneliti.<sup>44</sup>

### 3. Dokumentasi(Data Statistik)

Dokumentasi adalah sebuah cara yang dilakukan untuk menyediakan dokumen-dokumen menggunakan bukti akurat dari pencatatan sumber-sumber informasi khusus dari karangan/tulisan, wasiat, buku, undang-undang, dan sebagainya.<sup>45</sup>

## **F. Uji Instrumen Penelitian**

Menurut Sugiyono, Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan untuk mengukur nilai variable yang diteliti. Tujuannya untuk menghasilkan data kuantitatif yang akurat. Dalam pengukurannya penelitian ini menggunakan skala

---

<sup>43</sup> Indah Luluk Kadarsih, “Analisis Pengaruh Persepsi, Keberagaman, Tingkat Pendapatan dan Motivasi Terhadap Pemanfaatan Jasa Di BTN Syariah KCP Semarang”. Skripsi (Salahtiga, Insititut Agama Islam Negeri Salahtiga (2016), 65-66.

<sup>44</sup> Sugiyono, “Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis, dan Disertasi”, Cet 2, (Bandung: Alfabet, cv 2014),71.

<sup>45</sup> <https://id.m.wikipedia.org/wiki/dokumentasi>

*likert*, yaitu skala yang berisi lima tingkat preferensi jawaban, dengan pilihan jawaban sebagai berikut:<sup>46</sup>

Tabel 3.2. Alternatif Jawaban

Simbol	Alternatif Jawaban	Nilai
SS	Sangat setuju	5
S	Setuju	4
KS	Kurang Setuju	3
TS	Tidak setuju	2
STS	Sangat tidak setuju	1

Dalam penelitian ini tehnik analisis data yang penulis gunakan yaitu:

### 1. Uji Validitas

Uji Validitas memiliki tujuan untuk mengetahui keabsahan data yang diperoleh dari pertanyaan atau kuisioner yang disebar pada sampel penelitian. Uji validitas yang dilakukan peneliti yaitu dengan menggunakan program SPSS yaitu dengan melihat nilai dari *Corrected Item Correlation*. Jika nilai *Corrected Item Correlation* dari setiap variabel  $> r_{\text{tabel}}$  maka instrument dinyatakan valid dan dapat dimasukkan dalam pengujian penelitian yang sesungguhnya.

### 2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengukur seberapa jauh hasil pengukuran relatif konsisten jika alat ukur digunakan berulang kali.<sup>47</sup> Pada

<sup>46</sup>Imam Ghozali, “*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*”, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, (2006),45.

<sup>47</sup>Arikunto, *Prosedur penelitian*, (Jakarta: Rineka cipta, 2010), 7.

program SPSS 22, metode ini dilakukan dengan *Cronbach's Alpha*, dimana kuisisioner dinyatakan reliable jika nilai *Cronbach's Alpha*  $\geq 0,60$ .

## G. Teknik Analisis Data

### 1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik diuji sebelum melakukan uji hipotesis untuk mendeteksi ada atau tidaknya kesalahan.

#### a. Uji Normalitas data

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui residual terstandarisasi yang diteliti berdistribusi secara normal atau tidak, hal ini dapat dilihat pada data output kolmogrnov smirnov dimana jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka data relatif sama dengan rata-rata hingga dapat disebut normal.<sup>48</sup>

#### b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah terjadi korelasi antar variabel independen dalam regresi. Jika tidak terjadi korelasi antara variabel *independent* maka regresi dikatakan baik, hal ini dapat dilihat pada nilai VIF (*Varian Infloating Factor*) dimana jika  $FIV \leq 10$  maka tidak terjadi multikolinearitas.<sup>49</sup>

#### c. Uji Heteroskediasitas

---

<sup>48</sup>Suliyanto, "Uji Asumsi Klasik", <https://www.scribd.com/presentation/91823934/Uji-asumsi-Klasik-20091>, (10 Mei 2019), 8.

<sup>49</sup>Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*, (Semarang: Badan Penerbit Undip, 2012), 160.



Uji Heteroskedastisitas memiliki arti terdapat varian dalam model yang tidak sama, hal ini disebabkan variabel yang dipakai mempunyai nilai yang berbeda-beda yang menyebabkan nilai residu yang tidak konstan.<sup>50</sup>

## 2. Teknik Analisis Regresi Berganda

Adapun teknik analisis data yang penulis gunakan yaitu Analisis Regresi Linear Berganda yang memiliki tujuan untuk menghitung pengaruh produk, dan lokasi terhadap minat masyarakat Kadong-kadong menabung di Bank Syariah yaitu:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Minat Masyarakat Kadong-kadong

a = Konstanta

$b_1, b_2$  = Variabel bebas dan koefisien regresi

$X_1$  = Produk

$X_2$  = Lokasi

e = Standar Error

<sup>50</sup>Suliyanto, "Uji Asumsi Klasik", <https://www.scribd.com/presentation/91823934/Uji-asumsi-Klasik-20091> (10 Mei 2019), 27.

### 3. Uji Hipotesis

#### a. Uji Parsial (T)

Uji T bertujuan untuk mengetahui besar pengaruh variabel *independen* secara parsial terhadap variabel *dependen*. Adapun kriteria pengujian parsial terletak pada tingkat signifikan 5 persen yaitu:

$H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak jika  $\text{sig} > 0,05$  dan  $T \text{ hitung} < T \text{ tabel}$

$H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima Jika  $\text{sig} < 0,05$  dan  $T \text{ hitung} > T \text{ tabel}$

#### b. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji ini berguna untuk mengukur kemampuan variabel bebas dalam merangkai variabel terikat. Dalam regresi berganda sebaiknya menggunakan *R square* atau *Adjusted R* yang telah di sesuaikan dengan variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini.

#### c. Uji Simultan (F)

Uji F digunakan untuk mencari apakah variabel *independen* yang digunakan berpengaruh terhadap variabel *dependen*. Adapun kriteria pengujian simultan pada tingkat signifikan 5 persen dengan kriteria pengujian yaitu:

$H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, jika  $\text{sig} < 0,05$  dan  $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$

$H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, jika  $\text{sig} > 0,05$ . dan  $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Hasil Penelitian**

##### **1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

###### **a. Letak Geografi**

Pada mulanya desa kadong-kadong hanya merupakan sebuah dalam wilayah desa marinding. Pada tahun 1990 kadong-kadong memisahkan diri dari desa marinding dan berubah status menjadi desa persiapan dengan 3 dusun yaitu dusun kadong-kadong, dusun dadeko, dusun batete setelah 2 tahun mejadi desa persiapan maka pada tahun 1992 desa persiapan menjadi desa definitif.

Kata kadong-kadong berasal dari kata “KADO” atau “KADO-KADO” yang sepadan dengan kata “ANGGUK” atau “MENGANGGUK” dalam tatanan Bahasa Indonesia. Kado atau kadong-kadong merupakan bahasa isyarat atau angguk atau ma’kadong-kadong dengan berpegang teguh pada prinsip “dimana bumi dipijak disitu langit dijunjung

###### **b. Kondisi geografis**

Desa Kadong-kadong merupakan salah satu desa di Kecamatan Bajo Barat Kabupaten Luwu, Provinsi Sulawesi Selatan, memiliki luas +4,9 km. Secara Administratif, wilayah desa ini terbagi menjadi 4 dusun yaitu :

- 1) Dusun Batete
- 2) Dusun Kadong-Kadong
- 3) Dusun Dadeko
- 4) Dusun Tobaka

Dengan perbatasan antar wilayah sebagai berikut:

- 1) Sebelah utara : Berbatasan dengan desa saga kecamatan bajo
- 2) Sebelah timur : Berbatasan dengan desa rumaju kecamatan bajo
- 3) Sebelah selatan : Berbatasan dengan desa sampeang kecamatan bajo
- 4) Sebelah barat : Berbatasan dengan desa marinding kecamatan bajo

## 2. Analisis Deskriptif

### a. Populasi Masyarakat Desa Kadong-Kadong

Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat Desa Kadong-kadong. Karena jumlah populasi masyarakat muslim yang terlalu banyak, yaitu 1.537 jiwa. Dengan demikian penulis akan melakukan penelitian dengan cara menggunakan teknik *purposive Sampling*.

### b. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa Kadong-kadong, Kabupaten Luwu. Dengan objek dari penelitian ini adalah masyarakat yang berdomisili/ bertempat tinggal di Desa Kadong-Kadong. Pengumpulan data dilakukan melalui

penyebaran angket kuisisioner secara acak dan langsung seperti mendatangi responden yaitu masyarakat Desa Kadong-kadong.

c. Deskriptif Data Responden

1) Jenis kelamin

Adapun data mengenai jenis kelamin dari 100 responden masyarakat Desa Kadong-kadong sebagai berikut.

Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentasi %
Perempuan	40	40%
Laki-Laki	60	60%
Total	100	100%

Sumber : Data Primer, diolah 2021

Dari gambaran tabel di atas dapat diketahui mengenai jumlah jenis kelamin responden masyarakat Desa kadong-kadong yang menunjukkan respondenya adalah seimbang antara laki-laki dengan perempuan. Dengan keterangan jumlah laki-laki yang menjadi responden adalah 60 dan perempuan berjumlah 40.

2) Umur

Data mengenai umur dari responden masyarakat Desa kadong-kadong adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2 Umur Responden

No	Umur (Tahun)	Jumlah	Persentasi (%)
1	17-26	36	36%
2	27-36	16	16%
3	37-46	18	18%
4	47-56	15	15%
5	57-66	6	6%
6	67-76	5	5%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data Primer, diolah 2021

Dari gambaran table di atas dapat diketahui mengenai Umur responden pada penelitian ini dimana mayoritas dari responden adalah berumur 17-26. Dengan keterangan jumlah dari responden yang berumur adalah 36 jiwa.

### 3. Uji Instrumen Penelitian

#### a. Uji Validitas.

Penelitian ini menggunakan uji dengan teknik *item-total correlation* melalui program SPSS. Setiap butir pertanyaan disebut valid jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Adapun nilai  $r_{tabel}$  yang diperoleh dengan  $n = 100$  dan  $\alpha = 5\%$  adalah 0.196. Berikut di bawah ini table yang menyajikan hasil pengujian validitas untuk masing-masing butir pertanyaan.

Tabel 4.3. Nilai Validitas Produk ( $X_1$ )

Variabel	Butir Pertanyaan	$R_{hitung}$	$R_{tabel}$	Keterangan
PRODUK ( $X_1$ )	1	0.749	0.196	VALID
	2	0.717	0.196	VALID
	3	0.697	0.196	VALID
	4	0.724	0.196	VALID
	5	0.722	0.196	VALID
	6	0.594	0.196	VALID

Berdasarkan table 4.3 seluruh butir pertanyaan tentang produk dalam instrument penelitian dinyatakan valid, karena nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dibandingkan nilai  $r_{tabel}$ . Hal tersebut berarti setiap butir pertanyaan benar-benar dapat mengukur variabel yang dimaksudkan.

Tabel 4.4. Nilai Validitas Lokasi ( $X_2$ )

Variabel	Butir Pertanyaan	$R_{hitung}$	$R_{tabel}$	Keterangan
LOKASI ( $X_2$ )	1	0.474	0.196	VALID
	2	0.567	0.196	VALID
	3	0.526	0.196	VALID
	4	0.553	0.196	VALID
	5	0.765	0.196	VALID
	6	0.809	0.196	VALID

Berdasarkan table 4.4, Seluruh butir pertanyaan tentang lokasi dalam instrument penelitian dinyatakan valid, karena nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dibandingkan nilai  $r_{tabel}$ . Hal tersebut berarti setiap butir pertanyaan benar-benar dapat mengukur variabel yang dimaksudkan.

Tabel 4.5. Nilai Validitas Minat (Y)

Variabel	Butir Pertanyaan	$R_{hitung}$	$R_{tabel}$	Keterangan
MINAT (Y)	1	0.451	0.196	VALID
	2	0.445	0.196	VALID
	3	0.387	0.196	VALID
	4	0.738	0.196	VALID
	5	0.415	0.196	VALID
	6	0.763	0.196	VALID
	7	0.750	0.196	VALID
	8	0.653	0.196	VALID
	9	0.686	0.196	VALID

Berdasarkan tabel 4.5 seluruh butir pertanyaan tentang minat dalam instrument penelitian dinyatakan valid, karena nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dibandingkan nilai  $r_{tabel}$ . Hal tersebut berarti setiap butir pertanyaan benar-benar dapat mengukur variabel yang dimaksudkan.

#### b. Uji Reabilitas

Uji realibilitas yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan teknik analisis *Cronbach Alpha*. Suatu butir pertanyaan dinyatakan reabil jika mempunyai nilai  $\alpha \geq 0.6$ . Berikut table dibawah ini menunjukkan hasil uji reabilitas



Tabel 4.6. Nilai Reabilitas Produk ( $X_1$ )

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.790	.793	6

Berdasarkan tabel 4.6 nilai *Cronbach's Alpha* variabel produk ( $X_1$ ) adalah sebesar 0.790. Hal tersebut berarti jawaban responden terhadap butir-butir pertanyaan terkait produk yang terdapat dalam kuisioner bersifat konsisten, karena *Cronbach's Alpha* lebih dari 0.6.

Tabel 4.7. Nilai  
( $X_2$ )

Reabilitas Lokasi

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.690	.680	6

Berdasarkan tabel 4.7 nilai *Cronbach's Alpha* variabel Lokasi ( $X_2$ ) adalah sebesar 0.690. Hal tersebut berarti jawaban responden terhadap butir-butir pertanyaan terkait produk yang terdapat dalam kuisioner bersifat konsisten, karena *Cronbach's Alpha* lebih dari 0.6.

Tabel 4.9. Kolmogorov-Smirnov Test

**Kolmogorov-Smirnov Test**  
TABEL 4.9. Uji Kolmogorov-Smirnov (1)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.778	.770	9

Berdasarkan tabel 4.8 nilai *Cronbach's Alpha* variabel Minat (Y) adalah sebesar 0.778. Hal tersebut berarti jawaban responden terhadap butir-butir pertanyaan terkait produk yang terdapat dalam kuisioner bersifat konsisten, karena *Cronbach's Alpha* lebih dari 0.6.

#### 4. Uji Asumsi Klasik

##### a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui normal tidaknya data berdistribusi. Penelitian ini menggunakan Uji *Kolmogrov-Smirnov* untuk mengetahui apakah data residual penelitian berdistribusi secara normal atau tidak.

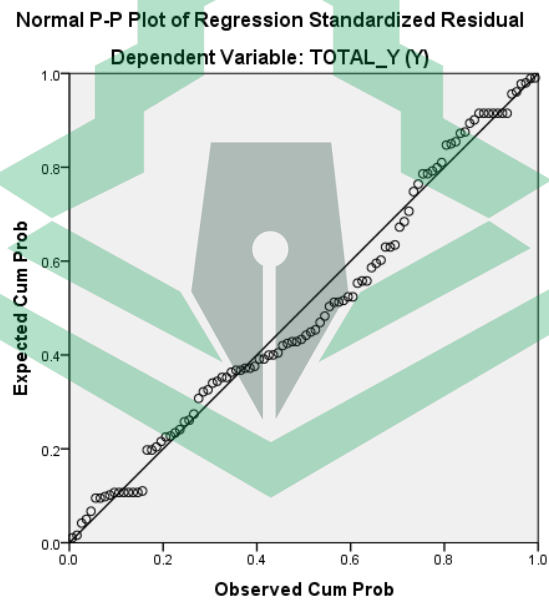
Normal tidaknya suatu data berdistribusi didasarkan pada nilai probabilitas. Jika nilai probabilitas  $\geq 0.05$ , maka data berdistribusi secara normal, sebaliknya jika nilai probabilitas  $\leq 0.05$ , maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal. Berikut dibawah ini tabel dan grafik yang menyajikan hasil uji normalitas:

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.95142285
Most Extreme Differences	Absolute	.086
	Positive	.086
	Negative	-.050
Test Statistic		.086
Asymp. Sig. (2-tailed)		.066 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.



Gambar 4.1. P-Pot

Tabel tersebut menunjukkan bahwa nilai asymp sig sebesar 0.066 yang lebih besar dari taraf signifikan 0.05 ( $0.066 > 0.05$ ). Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi secara normal. Selain itu, hal tersebut juga dapat dibuktikan pada gambar 4.1 dimana pada grafik normalitas, titik-titik membentuk sumbu diagonal.

#### d. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya variabel bebas yang memiliki kemiripan dengan variabel bebas lain dalam satu model.

Tabel 4. 10. Uji Multikolinearitas

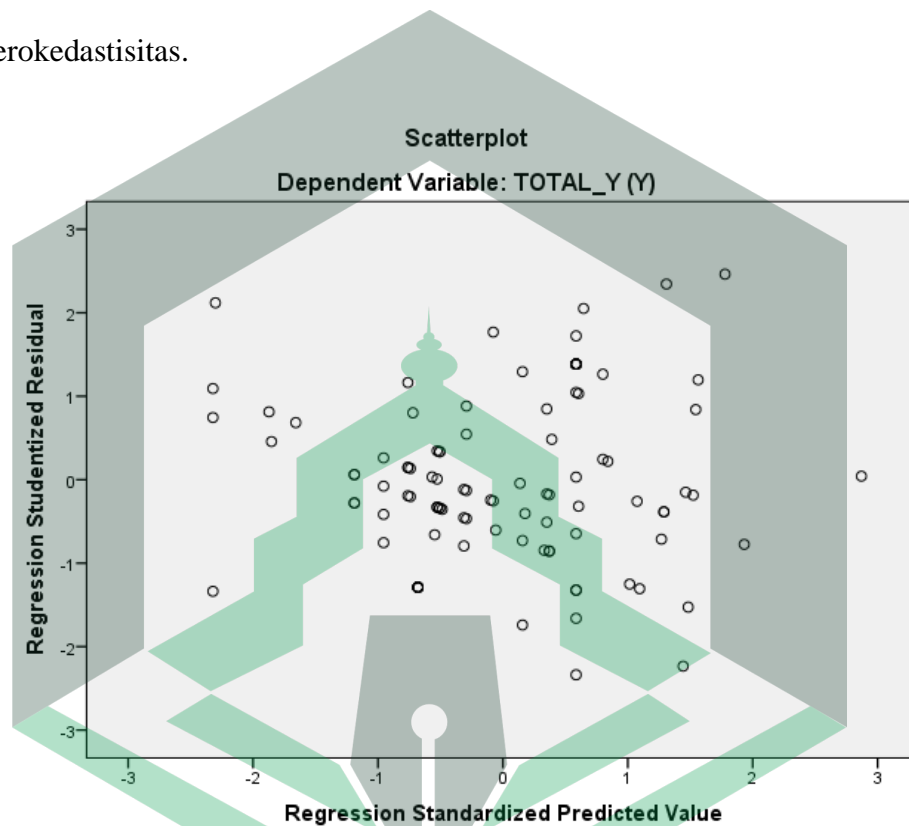
Model	Coefficients <sup>a</sup>						Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Tolerance	VIF	
	B	Std. Error	Beta					
1 (Constant)	24.570	2.601		9.446	.000			
TOTAL_X1 (X1)	.780	.135	.567	5.793	.000	.799	1.251	
TOTAL_X2 (X2)	-.373	.129	-.284	-2.899	.005	.799	1.251	

a. Dependent Variable: TOTAL\_Y (Y)

Berdasarkan tabel 4.10 dihasilkan output nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) variabel Produk ( $X_1$ ) dan Lokasi ( $X_2$ ) sebesar  $1.251 < 10$ . Dari hasil tersebut dapat disimpulkan tidak adanya multikolinearitas antar variabel. Hal tersebut menandakan bahwa tidak terjadi masalah multikolinearitas pada variabel independen yang ada.

### e. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas dilakukan untuk mengetahui terjadinya perbedaan *Variance Residual* pada suatu penelitian, atau hubungan antara nilai yang di prediksi dengan nilai *Studentized Delete Residual*. Berikut dibawah ini hasil uji heterokedastisitas.



Gambar 4.2 Scatterplot

Berdasarkan gambar *Scatterplot* tersebut menunjukkan hasil berupa titik-titik data yang tersebar disekitar angka nol, titik-titik data tidak bergelombang dan titik-titik data tidak hanya berkumpul dibagian bawah atau atas saja.

## 5. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini bertujuan untuk menguji hubungan antara dua atau lebih variabel bebas dan satu variabel terikat. Berikut dibawah ini hasil dari uji regresi linier berganda:

Tabel 4.11 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
	1 (Constant)	24.570	2.601				9.446
TOTAL_X1 (X1)	.780	.135	.567	5.793	.000	.799	1.251
TOTAL_X2 (X2)	-.373	.129	-.284	-2.899	.005	.799	1.251

a. Dependent Variable: TOTAL\_Y (Y)

Berdasarkan hasil uji pada tabel diatas, diperoleh persamaan regresi berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 24.570 + 0.780X_1 - 0.373X_2 + e$$

## 6. Uji Hipotesis

### a. Uji t (Parsial)

Uji t dimaksudkan untuk menganalisis besaran pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat, dengan kriteria pengujian parsial pada tingkat signifikansi 5% atau 0.05. Berikut di bawah ini hasil dari uji t:

Tabel 4.12 Hasil Uji t (Parsial)

Model	Coefficients <sup>a</sup>						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	24.570	2.601		9.446	.000		
TOTAL_X1 (X1)	.780	.135	.567	5.793	.000	.799	1.251
TOTAL_X2 (X2)	-.373	.129	-.284	-2.899	.005	.799	1.251

a. Dependent Variable: TOTAL\_Y (Y)

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.12 dapat disimpulkan bahwa:

- a) Berdasarkan hasil uji pada tabel 4.12, dapat dilihat bahwa nilai t-test pada kolom sig. untuk variabel Produk ( $X_1$ ) sebesar  $0.005 < 0.05$  sedangkan  $t_{hitung} 5.793 > t_{tabel} 1.66055$  ( $\alpha = 5\%$ ,  $df = 98$ ). Ini berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel produk berpengaruh pada minat masyarakat Kadong-Kadong menabung di Bank Syariah Belopa.
- b) Berdasarkan hasil uji pada tabel 4.12 dapat dilihat bahwa nilai t-test pada kolom sig. untuk variabel Lokasi ( $X_2$ ) sebesar  $0.000 \leq 0.05$  sedangkan  $t_{hitung} -2.899 > t_{tabel} 1.66055$  ( $\alpha = 5\%$ ,  $df = 98$ ). Ini berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi berpengaruh pada minat masyarakat Kadong-Kadong menabung di Bank Syariah Belopa.

### b. Uji F (Simultan)

Uji F dilakukan untuk mengetahui variabel Produk dan Lokasi secara bersama-sama mempengaruhi minat masyarakat menabung di bank syariah atau tidak. Berikut dibawah ini hasil uji F:

Tabel 4.13 Uji F (Simultan)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	299.411	2	149.706	16.839	.000 <sup>b</sup>
	Residual	862.379	97	8.891		
	Total	1161.790	99			

a. Dependent Variable: TOTAL\_Y (Y)

b. Predictors: (Constant), TOTAL\_X2 (X2), TOTAL\_X1 (X1)

Data bebas (df) dengan tingkat signifikansi 5% atau 0.05 :

$$df1 = \text{Jumlah variabel} - 1$$

$$= 3 - 1$$

$$= 2$$

$$df2 = n - k$$

$$= 100 - 2$$

$$= 98$$

Pada tabel 4.13 nilai  $p - value$  adalah  $0.000 < 0.05$  sedangkan  $F_{hitung} 16.839 > F_{tabel} (df1 = 2, df2 = 98)$ . Hal tersebut berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa produk dan



lokasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat Kadong-Kadong menabung di Bank Syariah Belopa

## 7. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Berikut dibawah ini hasil dari uji koefisien determinasi:

Tabel 4.14. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.508 <sup>a</sup>	.258	.242	2.982

a. Predictors: (Constant), TOTAL\_X2 (X2), TOTAL\_X1 (X1)

b. Dependent Variable: TOTAL\_Y (Y)

Berdasarkan hasil uji tersebut, nilai *Adjusted R Square* sebesar 0.242. Nilai tersebut menandakan bahwa 24,2% variabel dependen minat dijelaskan oleh variabel independen produk dan lokasi serta 75,8% sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

## B. Pembahasan

### 1. Pengaruh Produk Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel produk ( $X_1$ ) berdasarkan uji t diperoleh t hitung > t tabel yaitu  $5.793 > 1.66055$ . Dengan nilai signifikan sebesar  $0,005 < 0,05$ , yang berarti bahwa produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah (Y). Sedangkan nilai koefisien regresi

sebesar  $-37,3\%$  artinya pengetahuan berpengaruh sebesar  $-37,3\%$  terhadap keputusan nasabah.

Produk berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat Desa Kadong-kadong untuk menabung di Bank Syariah disebabkan Produk bank syariah yang mempunyai ciri khusus dengan produk-produk bank konvensional atau lembaga keuangan konvensional mampu memberikan kontribusi kepada minat masyarakat untuk menabung, hal ini berarti bahwa masyarakat khususnya di desa kadong-kadong telah mengetahui dengan jelas manfaat apabila menabung di lembaga keuangan syariah karena terbebas dari unsur riba, selain itu masyarakat di desa kadong-kadong mempunyai pemikiran dengan landasan keislaman yang kuat. Hal yang membuat masyarakat di desa kadong-kadong adalah semangat untuk berinvestasi di lembaga keuangan syariah, membuat lembaga keuangan syariah mendapatkan porsi dihati masyarakat, sehingga lambat laun keberadaan lembaga keuangan syariah akan menjadi motor bagi lembaga keuangan lainnya.

## **2. Pengaruh Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah**

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel lokasi (X1) berdasarkan uji t diperoleh t hitung  $>$  t tabel yaitu  $-2,899 > 1,985$ . Nilai signifikan sebesar  $0,005 < 0,05$ , yang berarti bahwa lokasi mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah (Y). Sedangkan nilai koefisien regresi sebesar  $0,780$ , artinya lokasi berpengaruh sebesar  $78\%$  terhadap keputusan masyarakat.

Nilai koefisien regresi positif disini dapat diartikan bahwa lokasi bank syariah yang strategis dan mudah dijangkau oleh sarana transportasi berpengaruh terhadap minat masyarakat Desa kadong-kadong untuk menggunakan bank syariah.

Berdasarkan analisis diketahui bahwa lokasi menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi masyarakat Desa kadong-kadong dalam menggunakan bank syariah, kemudahan pencapaian lokasi bank syariah dipicu dengan sarana dan prasarana untuk mencapai dimana bank syariah beroperasi misalnya saja seperti transportasi.

Lokasi berpengaruh juga dikarenakan oleh kedekatan antara tempat tinggal mereka dengan lokasi bank dan lokasi yang mudah dijangkau oleh kendaraan , karena semakin jauh lokasi bank maka biaya untuk menuju bank juga semakin besar, serta kondisi gedung dengan adanya pengaturan ruang, pemeliharaan gedung sehingga membuat nasabah menjadi nyaman.

Hasil penelitian tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Tyas (2012) dan Ritonga, H. (2012) dengan hasil penelitian meunjukkan bahwa, terdapat pengaruh yang signifikan antara lokasi dengan keputusan nasabah. Jadi dari penjelasan tersebut secara teori dan hasil statistik menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah untuk memilih bank syariah.

### **3. Pengaruh Produk dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah**

Dari Uji F diketahui F hitung sebesar 16.839 dan signifikansi sebesar 0,000 artinya variabel independen Lokasi ( $X_1$ ) dan Produk ( $X_2$ ), secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Menabung masyarakat di bank syariah. Semakin baik produk bank syariah maka minat menabung semakin tinggi, dan kedekatan antara rumah nasabah dengan lokasi bank dan lokasi yang mudah dijangkau oleh kendaraan membuat minat menabung masyarakat semakin tinggi pula.



## BAB V PENUTUP

### A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan peneliti mengenai pengaruh produk dan lokasi terhadap minat masyarakat menabung di perbankan syariah dengan studi kasus pada masyarakat Desa Kadong-kadong. Dengan menggunakan beberapa pengolahan dan analisis data, pengujian hipotesis analisis dan pembahssan maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk memiliki pengaruh positif dan signifikansi terhadap minat masyarakat Desa Kadong-kadong menabung di perbankan syariah. Dapat dibuktikan dengan melihat perhitungan dari Uji T yang menunjukkan hasil  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $5.793 > 1.66055$  dengan demikian hipotesis ini diterima dengan signifikansi 5%. Dengan demikian maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima atau Produk berpengaruh positif dan signnifikansi terhadap minat masyarakat untuk menabung di perbankan syariah, dan besar pengaruhnya dapat dilihat dari nilai beta yaitu 0,373 atau 37,3%.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikansi terhadap minat menjadi nasabah di perbankan syariah. Dapat dibuktikan dengan melihat perhitungan daari Uji T yang menunjukkan hasil t

$t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2.899 > t_{tabel}$  sehingga hipotesis ini diterima dengan signifikansi 5%. Dengan demikian maka  $H_2$  diterima atau lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat desa kadong-kadong dalam menabung di perbankan syariah.

3. Hasil uji simultan (uji F) menghasilkan  $F_{hitung} (16.839) > F_{tabel}$  yang berarti bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya variabel bebas Produk ( $X_1$ ) dan Lokasi ( $X_2$ ) berpengaruh secara serentak atau bersama – sama terhadap variabel terikat/ dependent Minat Masyarakat (Y) desa kadong-kadong untuk menabung di bank syariah.
4. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada penelitian ini adalah sebesar 0.242 atau 24,2%. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan variabel bebas/ dependen yang terdiri dari Produk ( $X_1$ ) dan Lokasi ( $X_2$ ) dalam menjelaskan variabel terikat/ independen (Minat Masyarakat) adalah sebesar 24,2 %, sedangkan sisanya 75,8 % dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

## **B. Saran**

Pada penelitian berikutnya hendaknya mempertimbangkan keterbatasan yang terdapat pada penelitian ini sehingga pada penelitian selanjutnya dapat memiliki hasil yang optimal. Adapun saran yang dapat disampaikan untuk penelitian selanjutnya yaitu:

1. Untuk penelitian selanjutnya jumlah sampel dapat diperluas lagi agar dapat digeneralisasi dengan lingkungan yang lebih luas serta dilakukan observasi secara langsung agar responden dapat dikendalikan.

2. Pihak bank syariah hendaknya sering mensosialisasikan mengenai perbankan syariah terhadap masyarakat Desa Kadong-kadong supaya mereka memahami semua operasional yang dijalankan di perbankan syariah dengan demikian masyarakat bisa membandingkan informasi yang mereka terima mengenai perbankan.
3. Penelitian selanjutnya untuk lebih mengembangkan variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan nasabah di lembaga keuangan syariah .



## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto. *Prosedur penelitian*, Jakarta: Rineka cipta. 2010
- Ayasih, Nur. “*Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung masyarakat di KSPPS BMT Mentari Bumi Purbalingga*”. Diss. IAIN Purwokerto. 2019
- Aziz, Abdul Muhammad. “*Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menabung di bank syariah*”. Skripsi: Institut Agama Islam Negeri Salatiga Semarang. 2019.
- Departemen Agama RI. “*Al-Quran Dan Terjemahannya*”, Jakarta : PT. Karya Toha Putra. 1999
- Djalali. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara. 2009
- Fauzi, Yayan.. “*Faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah menabung di bank syariah (Kasus pada bank BNI syariah KCP Yogyakarta)*”, Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. 2017
- Ghozali, Imam. “*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*”, Semarang: Badan Penerbit Undip. 2012
- Hidayanti, Sardita. “Faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menabung di perbankan syariah”. *Jurnal Ilmiah*, Vol. IV, No. 1, (April 2018)



- Indi, Irnawati. “*Faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menabung di bank syariah*” (studi kasus pada masyarakat di kecamatan rappocini kota makassar), Diss. Universitas Negeri Makassar. 2019.
- Ismail. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Prenada Media Group. 2017
- Kadarsih, Indah Luluk. “*Analisis.Pengaruh Persepsi, Keberagaman, Tingkat Pendapatan dan Motivasi Terhadap Pemanfaatan Jasa Di BTN Syariah KCP Semarang*”. Diss. Salahtiga, Insititut Agama Islam Negeri Salahtiga. 2016
- Kevin Lane Keller and Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran*. Ed, XII : PT Indeks. 2009
- Lupiyoadi, R dan Hamdan A. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Ed Ke- 2. Jakarta: Salemba Empat. 2009
- Mallawa, A. Fitria Arliana. “Faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat non muslim menabung di perbankan syariah”. *Jurnal Ilmiah*, Vol. III, No. 2. 2017
- Margono. *Penelitian Pendidikan*. Cet. I; Jakarta: Rineka Cipta. 1990
- Muhammad. *Manajemen Bank Syariah*. Yogyakarta: AMP YKPM. 2005
- Oentoro, Deliyanti. *Manajemen Pemasaran Moderen*. Jakarta: Kencana. 2004
- Priaji, Vita Widyan.. “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Intensi Menabung di Bank Syariah*”,Diss.Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. 2018

- Rahmawaty, A. "Pengaruh Persepsi Tantang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk di BNI Syariah Semarang". *Jurnal ADDIN*. Vol 8. (2014)
- Rouf, Abdul. "Analisis faktor- faktor yang mempengaruhi minat masyarakat membayar zakat dirumah zakat zabang Semarang",Diss.Institut Agama Islam Negeri Wali Songo Semarang. 2017
- Siregur, Sofyan. *Statistic Parametric Untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara. 2014
- Soemitra., Andri. *Bank dan lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta : Kencana cetakan ke 7. 2017
- Sugiyono. *Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis, dan Disertasi*, Cet 2, Bandung: Alfabet. 2014
- Wijaya, Rizky Marstianti. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi minat Berinteraksi Masyarakat Non Muslim Di Bank Syariah",Diss.Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Raden Inta n Lampung. 2017
- Wijaya, Tony. *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta: PT Indeks. 2011
- Yumanita, A.D, *Bank Syariah*, Jakarta: Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan BI, 2005



**L**

**A**

**M**

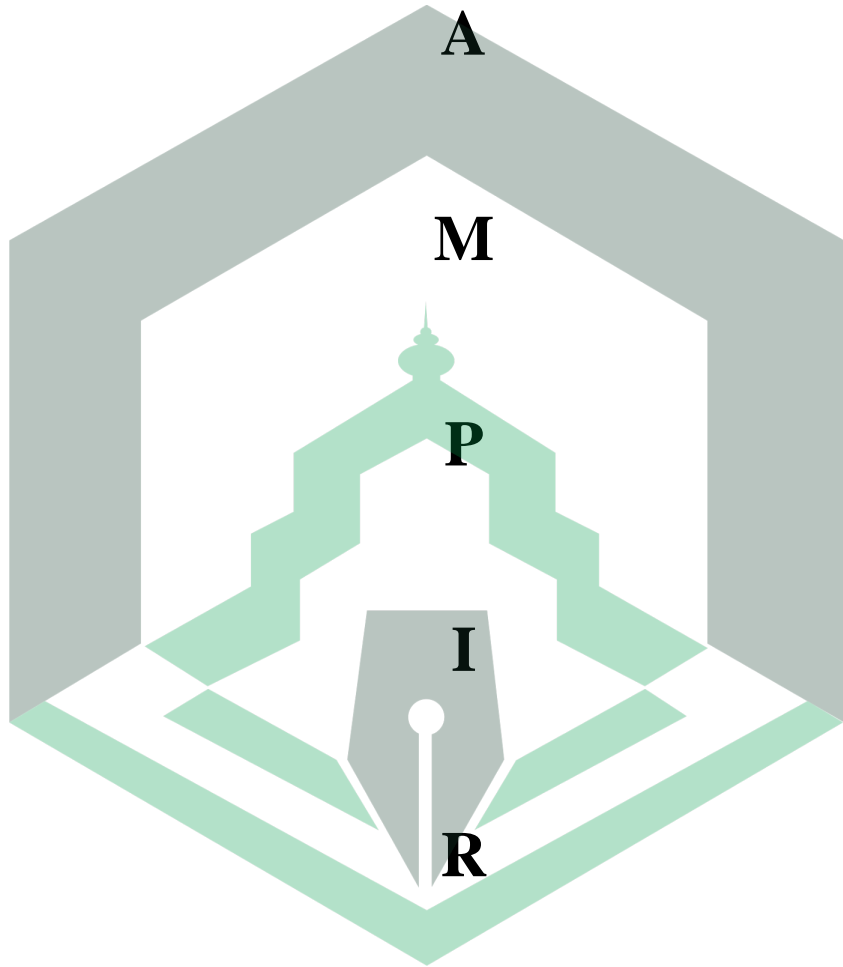
**P**

**I**

**R**

**A**

**N**



**LAMPIRAN 1.**

**KUESIONER PENELITIAN**

**PENGARUH PRODUK DAN LOKASI TERHADAP MINAT MASYARAKAT  
DESA KADONG-KADONG MENABUNG DI BANK SYARIAH BELOPA**

Sehubungan Dengan Penyelesaian Program Studi Strata Satu (S1) Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, Maka Saya Meminta Kesediaan Bapak Dan Ibu Sekalian Untuk Mengisi Data-Data Dibawah Ini.

NAMA :  
JENIS KELAMIN :  Laki-Laki  Perempuan  
UMUR :  
ALAMAT :  
PEKERJAAN :  
TINGKAT PENDIDIKAN :

1. Pentunjuk pengisian
  - a. Tulislah identitas pada lembaran yang di sediakan
  - b. Bacalah dengan seksama pernyataan di bawah ini
  - c. Berikan tanda (√) pada jawaban yang sesuai menurut pendapat anda
2. Keterangan skor penilaian.

<b>Keterangan</b>	<b>Skor</b>
Sangat setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang setuju (KS)	3
Tidak setuju (TS)	2
Sangat tidak setuju (STS)	1

## PRODUK

NO	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya mengetahui produk-produk tabungan bank syariah					
2	Produk-produk yang di tawarkan bank syariah masih kurang					
3	Saya mengetahui produk-produk tabungan bank syariah memberikan manfaat untuk menyetor dana yang saya miliki					
4	Belum tersedianya semua produk-produk yang dibutuhkan oleh masyarakat					
5	Produk bank syariah belum bisa menjanjikan keuntungan yang besar					
6	Saya merasa senang menabung pada produk tabungan bank syariah					

## LOKASI

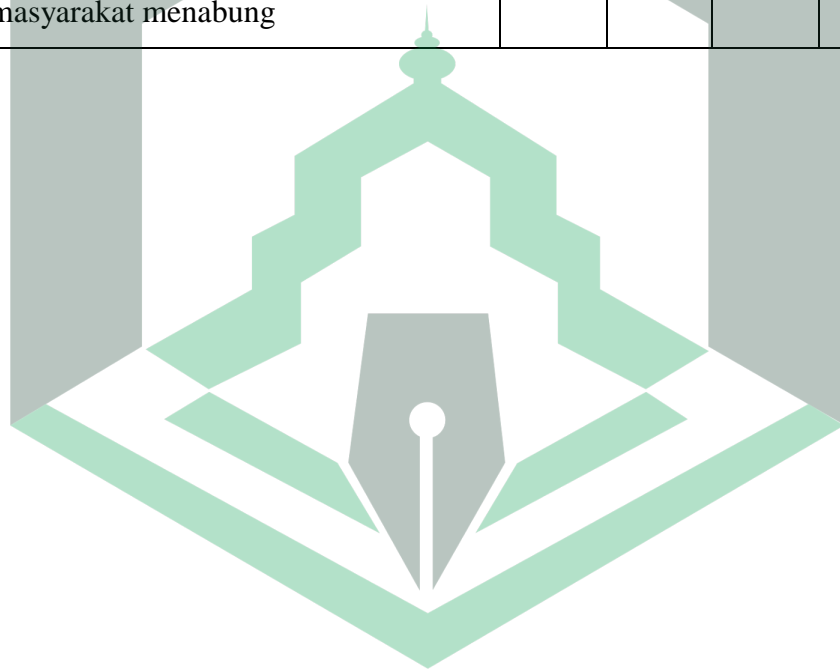
NO	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya mengetahui lokasi dari bank syariah yang dekat dengan rumah saya					
2	Saya mengetahui akses menuju bank syariah sangat mudah di jangkau					
3	Bank syariah masih terpusat di					

	pusat-pusat kota sehingga masih banyak masyarakat yang tidak bisah mengaksesnya					
4	Saya tidak tertarik menabung di bank syariah karena lokasinya yang jauh dari tempat tinggal saya					
5	Lingkungan sekitar kantor bank syariah nyaman dan bersih					
6	Tempat parkir di bank syariah terjamin keamanannya					

MINAT

NO	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya berminat menabung di bank syariah karena sudah mengetahui tentang bank syariah					
2	Saya berminat menabung di bank syariah karena pelayanannya bagus					
3	Saya berminat menabung di bank syariah karena lokasinya yang strategis					
4	Saya berusaha mencari tahu informasi mengenai produk-produk bank syariah dari berbagai media informasi					
5	Jika saya mempunyai dana lebih, baik saya akan menyimpannya di bank syariah					

6	Saya lebih mengutamakan rekening bank syariah dibanding bank lainnya					
7	Kurangnya pengetahuan masyarakat tentang bank syariah sehingga tidak berminat menabung dibank syariah					
8	Pelayanan bank syariah yang masih kurang belum dapat menarik minat masyarakat untuk menabung					
9	Lokasi bank syariah yang jauh mempengaruhi kurangnya minat masyarakat menabung					





## LAMPIRAN 2. HASIL UJI ANALISIS DATA

### A. UJI INSTRUMEN

#### 1. Uji Validitas.

##### Nilai Validitas Produk ( $X_1$ )

Variabel	Butir Pertanyaan	$R_{hitung}$	$R_{tabel}$	Keterangan
PRODUK ( $X_1$ )	1	0.749	0.196	VALID
	2	0.717	0.196	VALID
	3	0.697	0.196	VALID
	4	0.724	0.196	VALID
	5	0.722	0.196	VALID
	6	0.594	0.196	VALID

Variabel	Butir Pertanyaan	$R_{hitung}$	$R_{tabel}$	Keterangan
LOKASI ( $X_2$ )	1	0.474	0.196	VALID
	2	0.567	0.196	VALID
	3	0.526	0.196	VALID
	4	0.553	0.196	VALID
	5	0.765	0.196	VALID
	6	0.809	0.196	VALID

Variabel	Butir Pertanyaan	R <sub>hitung</sub>	R <sub>tabel</sub>	Keterangan
MINAT (Y)	1	0.451	0.196	VALID
	2	0.445	0.196	VALID
	3	0.387	0.196	VALID
	4	0.738	0.196	VALID
	5	0.415	0.196	VALID
	6	0.763	0.196	VALID
	7	0.750	0.196	VALID
	8	0.653	0.196	VALID
	9	0.686	0.196	VALID

## 2. UJI REABILITAS

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.790	.793	6

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.690	.680	6

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.778	.770	9

## B. UJI ASUMSI KLASIK

### 1. Uji

### Normalitas

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

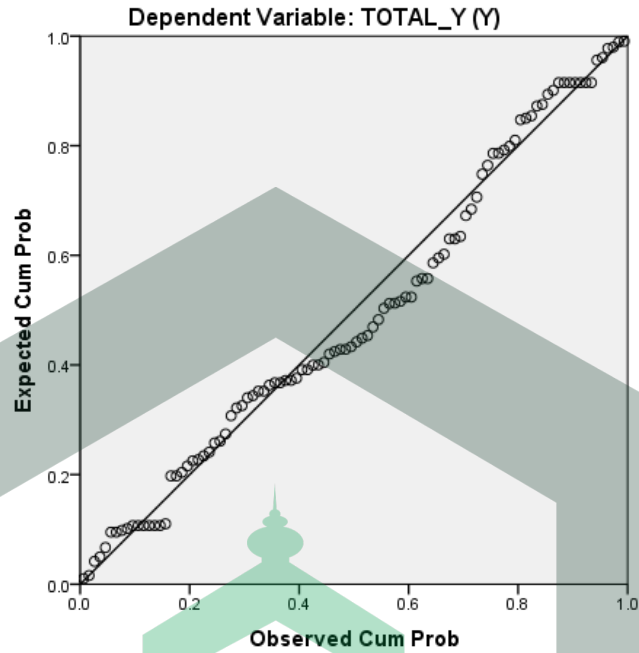
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.95142285
Most Extreme Differences	Absolute	.086
	Positive	.086
	Negative	-.050
Test Statistic		.086
Asymp. Sig. (2-tailed)		.066 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



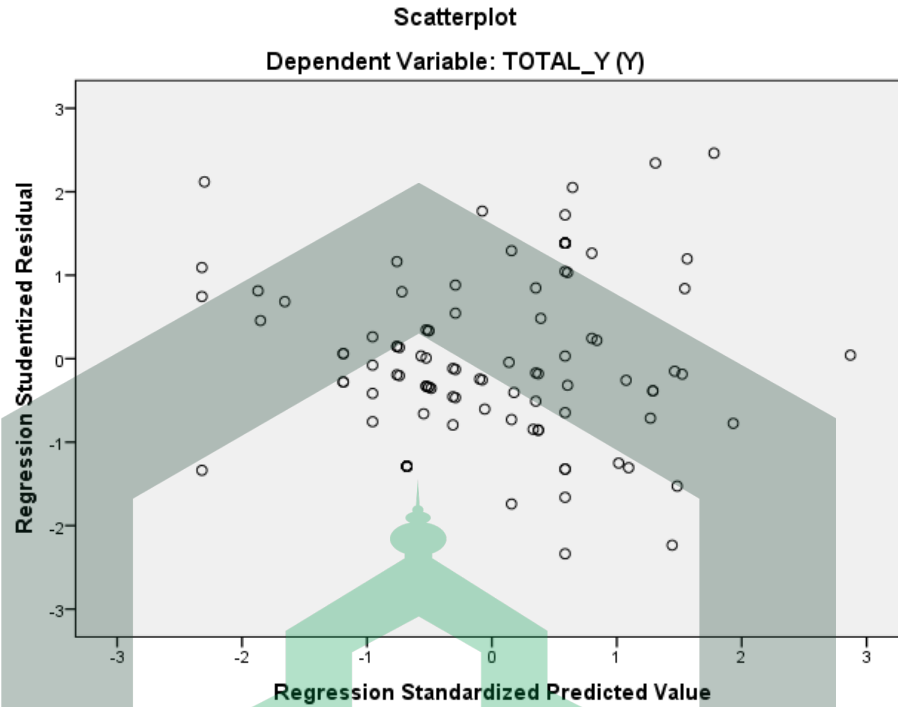
## 2. Uji Multikolinearitas

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	24.570	2.601		9.446	.000		
TOTAL_X1 (X1)	.780	.135	.567	5.793	.000	.799	1.251
TOTAL_X2 (X2)	-.373	.129	-.284	-2.899	.005	.799	1.251

a. Dependent Variable: TOTAL\_Y (Y)

### 3. Uji Heterokedastisitas



### 4. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	24.570	2.601		9.446	.000		
TOTAL_X1 (X1)	.780	.135	.567	5.793	.000	.799	1.251
TOTAL_X2 (X2)	-.373	.129	-.284	-2.899	.005	.799	1.251

a. Dependent Variable: TOTAL\_Y (Y)

## 5. Uji F

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	299.411	2	149.706	16.839	.000 <sup>b</sup>
	Residual	862.379	97	8.891		
	Total	1161.790	99			

a. Dependent Variable: TOTAL\_Y (Y)

b. Predictors: (Constant), TOTAL\_X2 (X2), TOTAL\_X1 (X1)

## 6. Uji t

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	24.570	2.601		9.446	.000		
TOTAL_X1 (X1)	.780	.135	.567	5.793	.000	.799	1.251
TOTAL_X2 (X2)	-.373	.129	-.284	-2.899	.005	.799	1.251

a. Dependent Variable: TOTAL\_Y (Y)

## 7. Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.508 <sup>a</sup>	.258	.242	2.982

a. Predictors: (Constant), TOTAL\_X2 (X2), TOTAL\_X1 (X1)

b. Dependent Variable: TOTAL\_Y (Y)



**LAMPIRAN 2 DOKUMENTASI**





## CURIUCULUM VITAE

### A. Biodata Diri

1. Nama : NURDIN
2. Jenis Kelamin : PRIA
3. Tempat tanggal lahir : Singka, 05 Juli 1998
4. Kebangsaan : Indonesia
5. Status : Belum Kawin
6. Agama : Islam
7. Alamat : Dsn. Singka. Ds. Tolajuk Kec.  
Latimojong Kab. Luwu
8. Email : nurdinas98@gmail.com

### B. Riwayat Pendidikan

1. SD : SD Negeri 41 Boneposi 2005-2011
2. SMP : SMP Negeri 4 Bajo 2011-2014
3. SMA : SMA Negeri 1 Bajo/ 5 Luwu 2014-  
2017
4. Perguruan Tinggi : IAIN Palopo, Fakultas Febi, Program  
Studi Perbakan Syariah