

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI
MINAT MASYARAKAT KELURAHAN TOMONI
MENABUNG PADA BANK SYARIAH
INDONESIA**

Skripsi

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

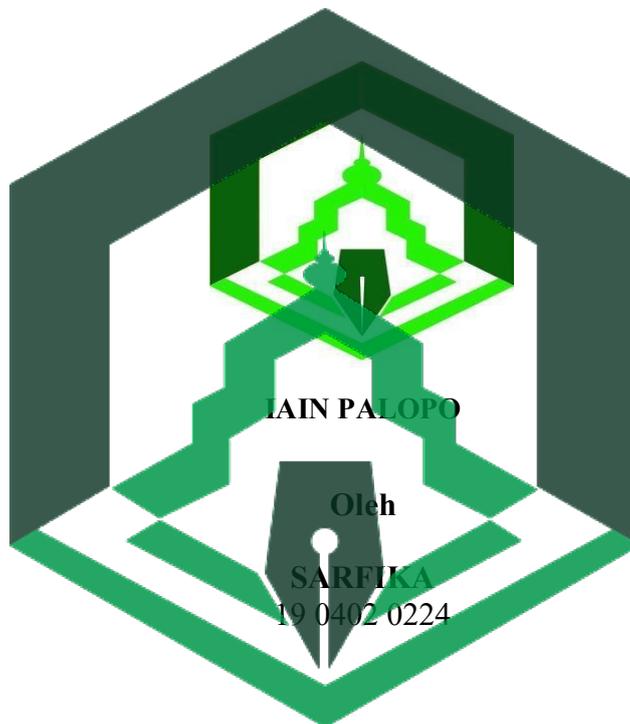


**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2023**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI
MINAT MASYARAKAT KELURAHAN TOMONI
MENABUNG PADA BANK SYARIAH
INDONESIA**

Skripsi

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



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

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2023**

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sarfika
NIM : 19 0402 0224
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa :

1. Skripsi ini merupakan hasil karya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi 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. Segala kekeliruan dan atau kesalahan yang ada didalamnya adalah tanggung jawab saya.

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

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Palopo, 6 September 2023

Yang Membuat Pernyataan



Sarfika

NIM 19 0402 0224

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Masyarakat Kelurahan Tomoni Menabung pada Bank Syariah Indonesia yang ditulis oleh Sarfika Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 19 0402 0224, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Rabu, tanggal 18 Oktober 2023 Miladiyah bertepatan dengan 3 Rabiul Akhir 1445 Hijriyah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Palopo, 20 Oktober 2023

TIM PENGUJI

1. Dr.Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I. Ketua Sidang ()
2. Muzayyanah Jabani, S.T., M.M. Sekretaris Sidang ()
3. Dr. Fasha, S.E.I., M.E.I. Penguji I ()
4. Megasari, S.Pd., M.Sc. Penguji II ()
5. Dr. H. Muh. Basli, S.E., M.M. Pembimbing ()

Mengesahkan

a.n. Rektor IAIN Palopo Ketua Program Studi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Perbankan Syariah



Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I.
NIP 19820124 200901 2 006.



Edi Indra Setiawan, S.E., M.M.
NIP 19891207 201903 1 005

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ
وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَأَصْحَابِهِ أَجْمَعِينَ

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT. Yang telah menganugerahkan Rahmat, hidayah serta kekuatan lahir dan batin, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Analisis Faktor-faktor Yang Memengaruhi Minat Masyarakat Kelurahan Tomoni Menabung Pada Bank Syariah Indonesia” dapat diselesaikan dengan proses yang panjang secara maksimal.

Shalawat dan salam atas junjungan Nabi besa Muhammad SAW, beserta keluarga, para sahabat, Tabi'in Tabiut Tabi'in, yang dimana beliau telah banyak mengorbankan waktu, tenaga, bahkan nyawa dan hartanya demi memperjuangkan Islam sehingga para pengikutnya sebagai makhluk akhir zaman dapat menikmati indahnya ber-Islam dan beriman.

Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian penulisan skripsi ini, peneliti banyak sekali menghadapi kesulitan. Namun dengan kesabaran dan ketekunan serta ikhtiar dan doa, maupun dukungan moral dari berbagai pihak sehingga dengan syukur Alhamdulillah skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik, walaupun penulis dengan sadar bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan terkhusus untuk kedua orang tua tercinta Bapak

Sabbi MR dan Ibu Sanong yang sangat luar biasa dalam memberi cinta, kasih sayang dan dukungan serta doa-doanya dalam keadaan apapun selama ini.

Penulis juga menyampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Rektor IAIN Palopo, Bapak Dr. Abbas Langaji M.Ag. , Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan, Bapak Dr. Munir Yusuf, M.Pd. , Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum Bapak Dr. Masruddin, S.S., M.Hum.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Ibu Dr. Hj, Anita Marwing, S.HI., Wakil Dekan Bidang Akademik, Ibu Dr. Fasiha, M.El., Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, perencanaan, dan Keuangan, Ibu Muzayyanah Jabani, S.T., M.M. dan Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerja Sama, Bapak Muhammad Ilyas, S.Ag., M.A.
3. Ketua Prodi Program Studi Perbankan Syariah, Bapak Edi Indra Setiawan, S.E., M.M. begitupun juga dengan Sekertaris Program Studi, Ibu Nur Ariani Aqidah, S.E., M.Sc.
4. Pembimbing, Bapak Dr. H. Muh. Rasbi, S.E., M.M. yang telah banyak memberikan arahan dan bimbingan kepada peneliti dengan Ikhlas dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Penguji I, Ibu Dr. Fasiha, M.El., yang telah banyak memberikan arahan dan masukan untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Penguji II, Ibu Megasari, S.Pd., M.Sc yang telah memberikan arahan dan masukan untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak Ibu dosen dan staf IAIN Palopo yang telah banyak membantu dan memberikan tambahan ilmu, mendidik peneliti selama berada di IAIN Palopo

khususnya dalam bidang Perbankan Syariah yang memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.

8. Resma Putri Handayani, Anugra Amelia dan Satriana selaku sahabat dan satu Angkatan saya yang telah banyak membantu dalam proses penyelesaian skripsi saya dan orang terkasih yang tidak bisa saya sebutkan namanya yang sudah sangat banyak membantu, menemani saya dalam keadaan suka maupun duka serta memberikan dukungan (*support system*).

9. Teman-teman seperjuangan terutama Angkatan 2019 Program Studi Perbankan Syariah khususnya kelas H,

10. Serta pihak-pihak yang telah mendukung yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan secara langsung maupun tidak langsung.

Kemudian hanya kepada Allah SWT penyusun berdoa semoga mereka mendapat pahala atas kebaikan dan keikhlasan mereka mendapatkan balasan yang jauh lebih baik dari Allah SWT. Semoga skripsi ini menjadi salah satu wujud peneliti dan bermanfaat, serta dapat bernilai ibadah di sisinya Aamiin.

Palopo, 06 September 2023

Sarfika

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

A. *Transliterasi Arab-Latin*

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

1. Konsonan

Huruf	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	s\a	s\	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	h}a	h}	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	z\al	z\	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	s}ad	s}	es (dengan titik di bawah)
ض	d}ad	d}	de (dengan titik di bawah)
ط	t}a	t}	te (dengan titik di bawah)
ظ	z}a	z}	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	apostrof 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
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi

tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong. Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	<i>fathah</i>	a	a
اِ	<i>kasrah</i>	i	i
اُ	<i>dammah</i>	u	u

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اِي	<i>Fathah dan ya'</i>	ai	a dan i
اُو	<i>Fathah dan wau</i>	au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

هَوْلٌ : *haula*

3. Maddah

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

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ... آ...	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya'</i>	ā	a dan garis di atas
اِ...	<i>Kasrah</i> dan <i>ya'</i>	ī	I dangaris di atas
اُ...	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	ū	U dan garis di atas

Contoh:

مَاتَ : *māta*
 رَمَى : *ramā*
 قِيلَ : *qīla*
 يَمُوتُ : *yamūtu*

4. Ta' marbutah

Transliterasi untuk *ta' marbutah* ada dua, yaitu: *ta' marbutah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *ta' marbutah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *ta' marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta' marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *raudhah al-athfal*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madinah al-fadhilah*

الْحِكْمَةُ : *al-hikmah*

5. Syaddah (Tasydid) –

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

Contoh:

رَبَّنَا : *rabbana*

نَجَّيْنَا : *najjaina*

الْحَقُّ : *al-haqq*

نُعِيْمٌ : *nu'ima*

عَدُوٌّ : *'aduwwun*

Jika huruf *kasrah* (ى) ber-*tasydid* diakhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (ى), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi i.

Contoh:

عَلِيٌّ : 'Ali (bukan 'Aliyy atau 'Aly)

عَرَبِيٌّ : 'Arabi (bukan 'Arabiyy atau 'Araby)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ال (*alif lam ma'arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiyah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan

dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalزالah*(*az-zalزالah*)

الفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-biladu*

7. Hamzah

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

Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta'muruna*

النَّوْعُ : *al-na'u*

شَيْءٌ : *syai'un*

مِثْرٌ : *umirtu*

8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

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

ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

Fi Zilal al-Qur'an

Al-Sunnah qabl al-tadwin

9. Lafz al-Jalalah (الله)

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

Contoh:

دِينُ اللَّهِ *dinullah* يَا اللَّهُ *Billah*

Adapun *ta' marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalalah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُم فِي رَحْمَةِ اللَّهِ *hum fi rahmatillah*

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul

referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR). Contoh:

Wa maa Muhammadun illaa rasuul

Inna awwala baitin wudi'a linnaasi lallazii bi Bakkata mubaarakan

Syahru Ramadhaan al-lazii unzila fiih al-Qur'aan

Nashiir al-Diin al-Thuusii

Abuuu Nashr al-Faraabii

Al-Gazaali

Al-Munqiz min al-Dhalaal

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abu> (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh:

Abu al-Walid Muhammad ibn Rusyd, ditulismenjadi: Ibnu Rusyd, Abu al-Walid Muhammad (bukan: Rusyd, Abu al-Wali d Muhammad Ibnu)

Nasr Hamid Abu Zaid, ditulismenjadi: Abu Zaid, Nasr Hamid (bukan: Zaid, Nasr Hamid Abu)

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt.	=	<i>shubhanahu wa ta'ala</i>
saw.	=	<i>shallallahu 'alaihi wa sallam</i>
a.s.	=	<i>'alaihi al-salam</i>
H	=	Hijrah
M	=	Masehi
SM	=	Sebelum Masehi
Wr.	=	<i>Warahmatullaahi</i>
Wb.	=	<i>Wabarakaatuh</i>
l.	=	Lahir tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
w.	=	Wafat tahun
QS .../...: 4	=	QS al-Baqarah/2: 4 atau QS Ali 'Imraan/3: 4

C. Daftar Istilah

Beberapa Istilah yang dibakukan adalah

<i>Accidental Sampling</i>	=	Metode penentuan sampel dengan mengambil responden yang kebetulan ada atau tersedia di suatu tempat sesuai dengan konteks penelitian.
Deposito	=	Simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan perjanjian nasabah dan bank.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
PRAKATA	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN	vii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR KUTIPAN AYAT	xvii
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMBANG	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
ABSTRAK	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN TEORI	10
A. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan	10
B. Landasan Teori	12
1. Bank Syariah Indonesia	12
2. Minat	19
3. Masyarakat	22
C. Kerangka Pikir	25
D. Hipotesis Penelitian	26
BAB III METODE PENELITIAN	27
A. Jenis Penelitian.....	27
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	27
C. Definisi Operasional Variabel	27
D. Populasi dan Sampel	29
E. Etika Pengumpulan Data.....	30
F. Instrumen Penelitian	30
G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	31
H. Teknik Analisis Data	32

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	35
A. Hasil penelitian	35
B. Pembahasan.....	57
BAB V PENUTUP.....	62
A. Simpulan	62
B. Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN	



DAFTAR KUTIPAN AYAT

Kutipan Surah Q.S. An-Nisa (4) : 9	4
--	---



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Defenisi Operasional Variabel Independen	28
Tabel 3.2 Defenisi Operasional Variabel Dependen.....	29
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	43
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	44
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Pengetahuan (X1).....	45
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Produk (X2).....	45
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Pelayanan (X3).....	46
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X4).....	46
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Menabung (Y).....	47
Tabel 4.9 Hasil Uji Realibilitas.....	48
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas Data dengan Kolmogrov-Smirnov.....	49
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolenieritas	50
Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	52
Tabel 4.13 Hasil Uji t.....	54
Tabel 4.14 Hasil Uji f.....	55
Tabel 4.15 Hasil Uji Determinasi	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir	25
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas dengan Normal P-P Plot Of Regression	49
Gambar 4.2 Hasil Uji Grafik Scatterplot	51



DAFTAR LAMBANG

<i>Simbol</i>	<i>Keterangan</i>
:	Bagi
×	Kali
-	Kurang
<	Kurang dari
>	Lebih dari
=	Sama dengan
+	Tambah
X	Variabel independen
Y	Variabel dependen
%	Persen
≤	Tidak lebih dari atau Kurang dari atau sama dengan
≥	Tidak kurang dari atau lebih dari atau sama dengan
≠	Tidak sama dengan
H ₀	Hipotesis Nol
H ₁	Hipotesis satu
KD	Koefisien Determinasi
N	Jumlah subjek atau responden

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Angket Instrumen Penelitian

Lampiran 2 Tabulasi

Lampiran 3 Hasil Analisis Data

Lampiran 4 R Tabel

Lampiran 5 T Tabel

Lampiran 6 F Tabel

Lampiran 7 Surat Izin Meneliti

Lampiran 8 Dokumentasi

Lampiran 9 Riwayat Hidup



ABSTRAK

Sarfika, 2023 “*Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Masyarakat Kelurahan Tomoni Menabung Pada Bank Syariah Indonesia*”. Skripsi Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Muh. Rasbi.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh minat masyarakat Kelurahan Tomoni menabung pada bank syariah Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel pengetahuan, produk, pelayanan dan promosi terhadap minat menabung. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan analisis regresi berganda. Teknik pengumpulan datanya yaitu dengan metode kuesioner. Sampel yang diteliti yakni sebanyak 97 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pengetahuan, produk, pelayanan dan promosi secara parsial berpengaruh terhadap minat menabung, sedangkan uji simultan variabel pengetahuan, produk, pelayanan dan promosi secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung. Berdasarkan hasil perhitungan uji R^2 dapat dinyatakan bahwa besarnya kemampuan variabel pengetahuan, produk, pelayanan dan promosi dalam menjelaskan minat masyarakat Kelurahan Tomoni menabung pada bank syariah Indonesia yaitu sebesar 91,3% sedangkan 8,7% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang diteliti.

Kata kunci : *Minat Menabung, Pengetahuan, Pelayanan, Produk, Promosi.*



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perbankan di Indonesia sampai saat ini, masih menjadi sarana utama bagi masyarakat pada umumnya, untuk membantu kegiatan-kegiatan ekonomi serta berbagai hal lainnya yang menyangkut tentang keuangan. Baik itu dalam hal menabung, meminjam dana, menerima simpanan giro, deposito dan lain-lain. Perbankan menurut pasal 1 butir 1 Undang-undang nomor 7 tahun 1992 adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.¹

Dari penjelasan ringkas di atas dapat dijelaskan secara luas lagi bahwa bank merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang keuangan sehingga berbicara mengenai bank tidak terlepas dari masalah keuangan, dari bank umum itu dapat dibagi menjadi dua berdasarkan pembagian sistem bunga atau bagi hasil, yakni bank konvensional dan bank syariah Indonesia. bank konvensional sebenarnya memiliki pengertian dan fungsi yang sama dengan bank umum, sedangkan bank syariah Indonesia juga memiliki pengertian dan fungsi yang sama tetapi bank syariah Indonesia tata cara operasionalnya lebih didasari dengan tata cara Islam, yang mengacu kepada ketentuan Al-Qur'an dan Hadis.

Bank syariah Indonesia berdiri dan tumbuh dari keinginan masyarakat muslim yang menginginkan adanya suatu lembaga dengan sistem penyimpanan

¹ Undang-undang Republik Indonesia Nomor 10 tahun 1998 Pasal 1 tentang Perbankan, 2.

dan penyaluran uang atau dana yang tanpa adanya unsur riba dalam hal ini bunga, maka dari itu artinya memang bank syariah Indonesia ini di anjurkan untuk kaum muslim, tetapi pada kenyataannya masih banyak yang tidak tertarik dan memilih jasa perbankan syariah.

Bank syariah mulai dikembangkan sejak diberlakukannya undang-undang No. 10 tahun 1998 yang mengatur bank syariah Indonesia.² Prinsip syariah menurut pasal 1 ayat 13 adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dengan pihak lain untuk menyimpan dana atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah,

Antara lain pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (mudabah), pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal (musharakah), prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan (murabahah), atau pembiayaan barang modal berdasarkan prinsip sewa murni tanpa pilihan (ijarah), atau dengan adanya pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain (ijarah wa iqtina).

Daya saing perbankan syariah di Indonesia pada 2016-2020 tentang kinerja kelembagaan yang mencatatkan 14 komersial syariah bank, rasio CAR (*Capital Adequacy Ratio*) rata-rata 18,10 persen, dibandingkan dengan indikator yang sama pada perbankan syariah di Pakistan yang mencatat tingkat pertumbuhan 6,5 persen, dan juga BOPO (Belanja Operasional Terhadap Pendapatan Operasional) dengan pertumbuhan rata-rata 92,35 dibandingkan indikator yang sama di tahun perbankan syariah di Pakistan yang hanya mencatat

² Muhamad, *Bank Syariah*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), 78.

pertumbuhan 65,86 daya saing perbankan syariah di Pakistan tahun 2016-2020 yaitu kinerja rasio keuangan bersih NPF sebesar 0,88 persen dibandingkan syariah perbankan di Indonesia yang tercatat 2,35, FDR sebesar 57,44 persen disbanding perbankan syariah di Indonesia yang sebesar 82 persen dan BOPO sebesar 65,88 dibandingkan perbankan syariah di Indonesia sebesar 92,35 yang menempati urutan pertama dalam hal tingkat Kesehatan bank, rata-rata pertumbuhan pangsa pasar sebesar 12,78 persen dibandingkan pangsa pasar perbankan syariah di Indonesia sebesar 5,49 dan pembiayaan pertumbuhan sebesar 32,5 persen dibandingkan dengan indikator yang sama di perbankan syariah di Indonesia yang hanya 19,2 persen.³

Pada zaman sekarang ini sudah mulai banyak bank syariah Indonesia, tetapi masyarakat Islam masih menganggap bahwa bank syariah sama saja dengan bank konvensional. Mereka juga beranggapan bahwa bagi hasil sama saja dengan bunga. Secara tidak langsung hal tersebut juga bisa memengaruhi pola pikir masyarakat yang masih awam untuk tidak menabung dan menjadi nasabah di bank syariah Indonesia, dan terbiasa melakukan transaksi dengan bank konvensional.

Bank syariah Indonesia dapat melaksanakan semua kegiatan usaha yang biasa dilakukan oleh bank konvensional berdasarkan prinsip syariah, yaitu prinsip pembagian keuntungan dan kerugian (*profit and loss sharing principle*).⁴ Antara bank konvensional dan bank syariah Indonesia terdapat perbedaan - perbedaan.

³ Abd.Kadir Arno, Ishak, Fasiha, "Jurnal Kajian Ilmu-ilmu Keislaman", *The Performance of Competitiveness of Sharia Banking (Indonesia-Pakistan) Using Porter's Diamond Theory*, Vol. 7 No. 2 (Desember 2021): <http://jurnal.iain-padangsidempuan.ac.id/index.php/F/article/view/4188>

⁴ Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Islam*, (Jakarta: PT. Pustaka UtamaGrafiti, 1999), 1.

Maka dari bank konvensional dan bank syariah bisa dijelaskan lebih luas bank syariah Indonesia adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank syariah Indonesia juga dapat diartikan sebagai lembaga keuangan atau perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan Al-Qur'an dan Hadis.⁵

Dengan banyaknya bisnis perbankan pada saat ini, masyarakat memiliki lebih banyak pilihan dalam mengelola dananya, yang juga tidak bisa lepas dari urusan perbankan baik itu dalam meminjam dana maupun menabung.

Menabung adalah tindakan yang dianjurkan oleh Islam, karena dengan menabung berarti seseorang muslim mempersiapkan diri untuk pelaksanaan perencanaan masa yang akan datang sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan.⁶ Dalam Al-Qur'an terdapat ayat-ayat yang secara tidak langsung memerintahkan kita sebagai umat muslim agar sekiranya menabung untuk mempersiapkan hari esok, salah satu ayat tersebut yaitu dalam surah Q.S. AnNisa (4) : 9 , yang berbunyi :⁷

وَلْيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكَوْا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعْفًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ
وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

Terjemahnya :

Dan hendaklah takut (kepada Allah) orang-orang yang sekiranya mereka meninggalkan keturunan yang lemah di belakang mereka yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan)nya. Oleh sebab itu, hendaklah mereka bertakwa kepada Allah, dan hendaklah mereka berbicara dengan tutur

⁴ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syari'ah dari teori ke praktik*, (Jakarta: Gema Insani,2001), 86.

⁶ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syari'ah dari teori ke praktik*, (Jakarta: Gema Insani,2001), 153

⁷ Al-Qur'an Kementrian Agama RI, "Qur'an Kemenang RI", 2019, <https://quran.kemenag.go.id/surah/4/9>

kata yang benar.

Ayat ini memerintahkan kepada kita agar tidak meninggalkan *Dhurriat Dhi'afa* (keturunan yang lemah) baik moral maupun material. Kandungan surah AnNisa ini, berpesan bahwa agar umat Islam menyiapkan generasi penerus yang berkualitas sehingga anak mampu mengaktualisasikan potensinya sebagai bekal kehidupan dimasa yang akan datang. Ayat ini memberikan anjuran agar selalu memperhatikan kesejahteraan (dalam hal ini secara ekonomi) yang baik dan tidak meninggalkan kesusahan secara ekonomi. Dalam prinsip ekonomi Islam adalah seperangkat ajaran Islam yang mendasari dan menjadi acuan segala aktivitas ekonomi manusia (umat Islam). Adapun prinsip ekonomi Islam yaitu tauhid, istikmar dan istikhlaf, kemaslahatan dan keserasian, keadilan, kehidupan sejahtera dan kebahagiaan dunia akhirat. Sedangkan pengambilan keputusan ekonomi Islam yaitu dengan maqashid syariah, maslahat dan berkah.⁸

Berdasarkan pada sumber dari OJK (Otoritas Jasa Keuangan), salah satu faktor intern penyebab rendahnya minat terhadap bank syariah Indonesia adalah karena level literasi terkait keuangan syariah masyarakat masih terbilang rendah⁹.

Minat sendiri menurut Sukardi dapat diartikan sebagai bentuk kesukaan maupun kegemaran terhadap sesuatu. Dengan demikian tidak dapat dipungkiri bahwa masyarakat yang memilih bank konvensional karena adanya kebiasaan sehingga menjadi sebuah kesenangan karena adanya rasa nyaman. Minat sendiri

⁸ Fordebi, Adesy, Fasiha, "Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam", *Ekonomi Islam*, Cet.1(Jakarta:Rajawali Pers,2016), 445, http://scholar.google.co.id/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=MkRGlucAAAAJ&citation_for_view=MkRGlucAAAAJ:Se3iqnhoufwC

⁹ Sodik Dwi Purnomo, Heru Cahyato, Siti Ainul Mukharomah, "Jurnal Manajemen dan Sains,"*Analisis Faktor-faktor yang Memengaruhi Minat Masyarakat di Bank Syariah pada Kabupaten Banyumas*, Vol.6,No.2(Oktober 2021): 345, <http://jmas.unbari.ac.id/index.php/jmas/article/view/273>

selalu terkait dengan persoalan kebutuhan dan keinginan yang tidak datang secara tiba-tiba atau spontan, tetapi muncul sebuah pemicu yang membangkitkan minat tersebut, seperti adanya sebuah kebiasaan, dan pengalaman. Dari gambaran tersebut minat kiranya dapat di tegaskan sebuah dorongan yang ada dalam diri setiap individu maupun faktor sehingga menimbulkan ketertarikan terhadap suatu objek atau kegiatan dan kemudian secara perlahan mendatangkan kepuasan tersendiri bagi peminat.¹⁰

Masyarakat pada umumnya banyak menjatuhkan pilihan menabung dan meminjam uang pada lembaga keuangan selain bank syariah Indonesia, banyak dari masyarakat menabung di bank konvensional dan meminjam pada koperasi umum. Menarik bagi penulis untuk mengetahui bagaimana minat masyarakat Kelurahan Tomoni terhadap bank syariah Indonesia, yang mana masyarakat Kelurahan Tomoni ini mayoritas masyarakatnya muslim.

Di Kelurahan Tomoni kesadaran masyarakat untuk menabung atau bertransaksi menggunakan jasa bank syariah Indonesia masih dirasa kura, padahal sebagian besar warganya menganut agama Islam, tidak sedikit masyarakatnya yang menjadi nasabah dan memilih menabung di bank konvensional dibanding bank syariah Indonesia yang mestinya menjadi suatu bank yang dianjurkan untuk masyarakat muslim pada umumnya, terutama masyarakat yang beragama Islam, apakah mereka tidak menyadari atau mengetahui bahwa bunga bank di perbankan konvensional haram, dan pada saat ini bukankah sudah banyak bank - bank syariah yang berdiri dan menjamur dengan menjalankan transaksinya sesuai

¹⁰AhmadSusanto, *Teori Belajar dan Pembelajaran di Sekolah Dasar*, (Jakarta:Prenamedia Group,2013), 57-58.

dengan akad - akad dan konsep menurut syariat Islam, yang tidak memakai riba.

Tetapi pada fakta dan dari data observasi yang peneliti amati dan tanya jawab pada tanggal 6 Maret 2023 dengan menggunakan teknik accidental sampling pada 20 informan di masyarakat Kelurahan Tomoni Tema yang seluruhnya beragama Islam, dan sudah menjadi nasabah di bank konvensional padahal rata-rata mereka sudah mengetahui tentang bank syariah Indonesia dan keberadaannya, dari 20 orang inilah yang peneliti cocok untuk dijadikan informan dan responden dalam metode wawancara penelitian

Didasarkan pada semua itu, seharusnya prinsip-prinsip dan produk-produk yang dimiliki oleh perbankan syariah seharusnya dapat menjadi sebuah daya tarik tersendiri bagi masyarakat terutama masyarakat muslim.

Berdasarkan permasalahan pokok pada latar belakang, penulis tertarik untuk meneliti dan ingin mengetahui faktor-faktor apa yang memengaruhi minat masyarakat Kelurahan Tomoni untuk menabung di bank syariah Indonesia. Karena hal tersebut penulis mengangkat sebuah judul tentang **“Analisis Faktor-faktor yang Memengaruhi Minat Masyarakat Kelurahan Tomoni Menabung Pada Bank Syariah Indonesia ”**

Dari latar belakang di atas dapat diidentifikasi masalah yaitu: permasalahan yang ada di Kelurahan Tomoni terkait minat masyarakat menabung di bank syariah Indonesia dan sebagian besar menggunakan bank konvensional. Oleh karena itu hal ini tertarik untuk saya teliti dengan variabel independen yaitu pengetahuan, produk, pelayanan, promosi dan variabel dependen yaitu minat masyarakat.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, maka peneliti mengambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah pengetahuan berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung pada bank syariah Indonesia?
2. Apakah produk berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung pada bank syariah Indonesia?
3. Apakah pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung pada bank syariah Indonesia?
4. Apakah promosi berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung pada bank syariah Indonesia?
5. Apakah pengetahuan, produk, pelayanan dan promosi secara simultan atau bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung pada bank syariah Indonesia

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, adapun tujuan dilakukannya penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung pada bank syariah Indonesia.
2. Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap minat menabung pada bank syariah Indonesia
3. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap minat menabung pada bank syariah Indonesia.

4. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap minat menabung pada bank syariah Indonesia
5. Untuk mengetahui apakah variabel pengetahuan, produk, pelayanan dan promosi secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap minat menabung pada bank syariah Indonesia

D. Manfaat Penelitian

Manfaat Penelitian yang dapat diperoleh dari penelitian ini dapat dibedakan menjadi dua, yaitu:

1. Manfaat secara teoritis, penelitian ini dapat memperoleh dan mengembangkan ilmu pengetahuan, sehingga penelitian ini diharapkan menjadi rujukan atau stimulus bagi peneliti selanjutnya.
2. Manfaat secara praktis, memberikan informasi kepada masyarakat terkhususnya masyarakat muslim tentang pentingnya mengenal lembaga-lembaga keuangan yang berbasis syariah.



BAB II

KAJIAN TEORI

A. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan

Peneliti menggunakan beberapa penelitian terdahulu yang digunakan untuk menjadi acuan atau contoh dalam mengerjakan skripsi ini, mulai dari perbandingan teori, metodologi dan lain-lain. Berikut adalah beberapa penelitian terdahulu yang bisa dijadikan referensi dalam melakukan penelitian ini:

1. Amirul Khusna dalam penelitiannya mengenai, “*Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menjadi Nasabah di Bank Syariah Indonesia*”. Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 98 responden dengan menggunakan metode kuantitatif dan analisis regresi linear berganda sebagai alat analisisnya. Hasil analisis menunjukkan persepsi, pengetahuan dan promosi berpengaruh positif terhadap minat masyarakat menabung pada bank syariah Indonesia.¹¹

Berdasarkan penelitian tersebut, adapun letak persamaan dalam penelitian yaitu menggunakan metode kuantitatif dan analisis regresi berganda. Sedangkan perbedaannya yaitu dapat dilihat dari jumlah sampel yang digunakan yaitu 98 responden, variabel yang digunakan dan lokasi penelitian, dimana penelitian dilakukan pada masyarakat Desa Ogan Lima Kec. Abung Barat, Kab. Lampung Utara.

2. Ahmad Nurul Hamdani dalam penelitiannya mengenai, “*Analisis Faktor-*

¹¹ Amirul Khusna (2022) dalam penelitiannya mengenai, “*Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menjadi Nasabah di Bank Syariah*”. Skripsi S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Faktor yang Memengaruhi Minat Nasabah dalam Menabung di Bank Syariah Indonesia Sudirman Kc Tulungagung". Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 100 responden dengan menggunakan metode kuantitatif dan analisis linear berganda sebagai alat analisisnya. Hasil analisis menunjukkan minat nasabah, pelayanan, marketing mix, motivasi, fasilitas, psikologis, pengetahuan dan kualitas produk berpengaruh positif terhadap minat menabung pada bank syariah Indonesia.¹²

Berdasarkan penelitian tersebut adapun letak persamaan dalam penelitian yaitu menggunakan metode kuantitatif dan analisis regresi linear berganda sebagai alat analisisnya, sedangkan perbedaannya dapat dilihat dari sampel yang digunakan sebanyak 100 responden, variabel yang digunakan dan lokasi penelitian dilakukan di bank syariah Indonesia Sudirman Kc. Tulungagung.

3. Fifi Nurhafifah dalam penelitian mengenai, "*Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Masyarakat Kecamatan Kuta Baro Kabupaten Aceh Besar Menabung Pada Bank Syariah*". Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 100 responden dengan menggunakan metode kuantitatif dan analisis linear berganda sebagai alat analisisnya. Adapun hasil analisisnya menunjukkan variabel pendapatan, pengetahuan, promosi dan lokasi berpengaruh positif terhadap minat menabung pada bank syariah Indonesia.¹³

¹² Ahmad Nurul Hamdani (2021) dalam penelitiannya mengenai, "*Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menabung di Bank Syariah Indonesia Sudirman Kc Tulungagung*". Skripsi S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Ponorogo.

¹³ Fifi Nurhafifah (2021) dalam penelitian mengenai, "*Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Kecamatan Kuta Baro Kabupaten Aceh Besar Menabung Pada Bank Syariah*". Skripsi S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Ar-

Berdasarkan penelitian tersebut adapun letak persamaan dalam penelitian yaitu menggunakan metode kuantitatif dan analisis regresi linear berganda sebagai alat analisisnya, sedangkan perbedaannya yaitu dapat dilihat dari jumlah sampel sebanyak 100 responden, variabel yang digunakan dan lokasi penelitian yang dilakukan di masyarakat Kecamatan Kuta Baro Kabupaten Aceh Besar

B. Landasan Teori

1. Bank Syariah

a. Pengertian Bank Syariah



Bank secara bahasa diambil dari bahasa Itali, yakni *banco* yang mempunyai arti meja. Penggunaan istilah ini disebabkan dalam realita kesehariannya bahwa setiap proses dan transaksi sejak dahulu dan mungkin di masa yang akan datang dilaksanakan di atas meja. Dalam bahasa arab, bank biasa disebut dengan *mashrof* yang berarti tempat berlangsung saling menukar harta, baik dengan cara mengambil ataupun menyimpan atau selain untuk melaksanakan muamalah.¹⁰

Menurut Kamaen Purwaatmadja, bank syariah adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, yakni dengan tata cara dan operasinya mengikuti ketentuan-ketentuan syariah Islam. Salah satu unsur di jauhi dalam muamalah Islam adalah praktik-praktik yang mengandung unsur riba (spekulasi dan tipuan).¹⁴

Raniry Banda Aceh.

¹⁴Muhammad Firdaus NH, DKK, *Konsep & Implementasi Bank Syariah*, (Jakarta: Renaisan, 2016), 18

Menurut UU No.21 Tahun 2008 menyebutkan bahwa perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah Indonesia dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.

Bank syariah Indonesia adalah lembaga keuangan usaha yang memberikan kredit dan jasa-jasa lain dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang beroperasi disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah. Oleh karena itu, usaha bank akan selalu berkaitan dengan masalah uang yang merupakan dagangan utamanya.¹⁵

Pada umumnya, hal yang dimaksud dengan bank Islam atau disebut bank syariah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank Islam atau disebut dengan bank tanpa bunga, adalah lembaga keuangan/perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berdasarkan pada Al-Qur'an dan Hadis Nabi SAW atau dengan kata lain, bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalulintas pembayaran serta peredaran uang yang beroperasinya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam.

Antonio dan Perwataatmadja membedakan menjadi dua pengertian, yaitu bank Islam dan bank yang beroperasi dengan prinsip syariah Islam.¹⁶

¹⁵ Muhammad Syafi'i, Antonio, *Bank Syari'ah dari teori ke praktik*, (Jakarta:Gema Insani, 2015), 10

¹⁶ Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, (Yogyakarta:UUP AMPYKPN,2015), 13-14

b. Tujuan Berdirinya Bank Syariah Indonesia

Menurut Sumitro Ledesman perbankan syariah memiliki fungsi utama didalam mengarahkan suatu kegiatan ekonomi untuk bermuamalah secara Islam, meningkatkan kualitas hidup umat, menjaga kestabilan ekonomi/moneter pemerintah dengan aktivitas bank syariah Indonesia, maka dibentuklah bank syariah Indonesia dengan tujuan terperinci sebagai berikut:

- 
- a Mengarahkan kegiatan ekonomi untuk bermuamalah secara Islam, khususnya muamalah yang berhubungan dengan perbankan agar terhindar dari praktek riba.
 - b Untuk menciptakan suatu keadilan dibidang ekonomi, dengan jalan meratakan pendapatan melalui kegiatan investasi.
 - c Untuk meningkatkan kualitas hidup umat, dengan jalan membuka peluang usaha yang lebih besar terutama kepada kelompok miskin yang diarahkan untuk berwirausaha.
 - d Untuk membantu menanggulangi masalah kemiskinan, yang pada umumnya merupakan program utama dari negara-negara yang sedang berkembang.
 - e Untuk menjaga kestabilan ekonomi/moneter pemerintah. Dengan aktivitas bank syariah Indonesia yang diharapkan mampu menghindari inflasi akibat penerapan sistem bunga.

c. Prinsip-prinsip Dasar dalam Perbankan Syariah

Di dalam mengoperasikan perbankan syariah dikenal beberapa

prinsip dasar dalam pengelolaan kegiatan usaha perbankan syariah. Adapun prinsip-prinsip dasar tersebut pada garis besarnya dapat disebutkan sebagai berikut :¹⁷

1) *Bebas Maghrib*

a) *Maysir* (Spekulasi); Dalam bahasa Arab maysir identik dengan kata qimar. Maysir mengacu pada perolehan kekayaan secara mudah atau perolehan harta berdasarkan peluang, entah dengan mengambil hak orang lain, atau tidak. Undang-undang nomor 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah mendefinisikan maysir sebagai transaksi yang digantungkan kepada suatu keadaan yang tidak pasti atau bersifat untung-untungan. Dapat disimpulkan bahwa maysir merupakan transaksi yang digantungkan kepada sesuatu yang tidak pasti dan mengandung unsur judi, taruhan atau permainan yang beresiko yang jelas. Telah jelas dalam hukum Islam bahwa hal tersebut dilarang (haram).

b) *Gharar*, secara harfiah berarti akibat, bencana, bahaya, risiko dan sebagainya. Dalam Islam, yang termaksud gharar adalah semua transaksi ekonomi yang melibatkan unsur ketidakjelasan, penipuan atau kejahatan. Dalam Al-Qur'an kata gharar dan derivasinya disebutkan sebanyak 27 kali dalam QS Ali-Imran/3: 185 dan Al-Anfal/8: 49. Dapat disimpulkan bahwa gharar adalah transaksi yang mengandung ketidakjelasan dan keraguan.

¹⁷ Supriadi dan Ismawati "Implementasi Prinsip-Prinsip Perbankan Syariah Untuk Mempertahankan Loyalitas Nasabah" *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* Vol.3, No.1 (April 2020): 44-47, <http://jurnalnasional.ump.ac.id/index.php/JHES/issue/view/445>.

- c) Haram; secara bahasa yang berarti larangan dan penegasan yang kata haram ini sendiri diulang sebanyak 83 kali dalam Al-Qur'an antara lain QS Al- Baqarah/2:173, QS An-Nahl/16: 115, dan QS Al-Maidah/5:3. Dalam aktivitas ekonomi setiap orang diharapkan untuk menghindari semua yang diharamkan, baik zat maupun caranya baik dalam bidang produksi, distribusi ataupun konsumsi.
- d) Riba: Secara etimologi, kata riba bermakna, tambahan, kelebihan. Dalam Lisanul Arab dijelaskan kata ربا, ربوا, رباء arti yang sama, yaitu زيادة bertambah dan tumbuh (berkembang) Ibn Manzur, n.d.. Abdullah saeed sebagaimana yang dinukiloleh Latifa M. Algaoud dan Mervyn K. Lewis mengatakan bahwa riba yang akar katanya r-b-w dalam Al-Qur'an mempunyai pengertian tumbuh, naik, bengkak, meningkatkan dan menjadi besar dan tinggi juga digunakan dalam pengertian bukit kecil. Semua penggunaan ini nampak mempunyai satumakna yang sama yaitu pertambahan, baik secara kualitas ataupun kuantitas. Sementara itu menurut terminology, riba dirumuskan oleh ilmu fikih sebagai tambahan khusus yang dimiliki salahsatu pihak dari dua pihak yang terlibat tanpa ada imbalan tertentu . Sayyid Sabiq mengartikan riba sebagai tambahan atas modal, baik penambahan itu sedikit ataupun banyak. Jadi riba adalah penambahan pendapatan secara batil dan tidak sah didalam melakukan transaksi baik secara kualitas. Tegasnya, hakikat pelarangan riba dalam

Islam merupakan suatu penolakan resiko finansial tambahan yang ditetapkan dalam transaksi uang maupun jual beli yang dibebankan pada satu pihak saja, sedangkan pihak lain dijamin keuntungannya. Inilah kezaliman (*zulm*) yang terdapat riba yang oleh Islam tegas dilarang.

e) Batil; secara bahasa artinya batal dan tidak sah. Aktivitas ekonomi yang terkait dengan pelanggaran batil seperti mengurangi timbangan, mencampurkan barang jualan yang baik dan yang tidak baik untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar .

2) Prinsip Kepercayaan dan Kehati-hatian dalam Pengelolaan Kegiatan Perbankan Syariah

Salah satu misi perbankan adalah menerima simpanan baik berupa giro, tabungan dan deposito. Dana ini dibutuhkan bank dalam menjalankan usahanya, yang tidak mungkin hanya diandalkan modal bank saja. Untuk itu, dalam rangka menarik dana dari masyarakat, bank pun berupaya melakukan pembaharuan dalam menawarkan jasa perbankan. Selain itu, bank sebagai salah satu komponen yang berfungsi dalam menjaga keseimbangan kemajuan dan kesatuan ekonomi nasional sehingga dalam menjalankan usahanya memerlukan kepercayaan masyarakat yang dalam hal ini nasabah.

Dengan kepercayaan masyarakat/nasabah terhadap industri perbankan, maka hal ini merupakan usaha untuk memelihara stabilitas industri perbankan. Kepercayaan ini dapat diperoleh dengan adanya

kepastian hukum di dalam pengaturan dan pengawasan bank serta penjaminan simpanan nasabah oleh bank. Oleh sebab itu baik pemilik dan pengelola bank maupun otoritas yang terlibat dalam pengaturan pengawas bank harus dapat mewujudkan kepercayaan masyarakat dengan penjaminan seluruh kewajiban bank.

Prinsip pengelolaan sebuah lembaga keuangan khususnya perbankan yang utama adalah prinsip kepercayaan (*fiduciary relation*). Dikatakan sebagai prinsip yang utama karena kegiatan usaha perbankan mendasarkan pada adanya kepercayaan dari masyarakat. Adapun prinsip kehati-hatian merupakan konsekuensi yuridis sebagai lembaga yang menarik dana dari masyarakat, maka sebuah lembaga keuangan ataupun lembaga pembiayaan hendaknya mampu mengelola kegiatan usahanya berdasarkan prinsip kehati-hatian. Untuk itu, lembaga keuangan khususnya perbankan melakukan studi kelayakan sebelum memberikan pelayanan kepada nasabah.

Undang-undang Nomor 10 tahun 1998 tidak menyebut secara tegas mengenai pengertian prinsip kehati-hatian ini. Secara normatif pasal 2 Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 hanya menyebutkan bahwa “Perbankan Indonesia dalam melakukan usahanya berasaskan demokrasi ekonomi dengan menggunakan prinsip kehati-hatian”. Wujud dari prinsip ini juga dapat diterapkan di dalam Perbankan Syariah melalui penyaluran pembiayaan dengan ketidakmampuan nasabah melaksanakan kewajibannya.

2. Minat

a. Pengertian Minat

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, minat di artikan sebagai kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah, keinginan¹⁸. Minat adalah sesuatu keadaan dimana seseorang mempunyai perhatian terhadap sesuatu dan disertai dengan keinginan untuk mengetahui dan mempelajari. Slameto mengatakan bahwa minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh.

Menurut Muhibbin Syah, menjelaskan bahwa minat berarti kecenderungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu¹⁹. Menurut H.C. Witherington, minat adalah kesadaran seseorang terhadap suatu objek, seseorang, suatu soal atau situasi tertentu yang mengandung sangkut paut dengan dirinya dipandang sesuatu yang sadar²⁰.

Minat adalah sumber motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan apa yang ingin dilakukan ketika bebas memilih, ketika seseorang menilai bahwa sesuatu yang bermanfaat maka akan menjadi berminat, kemudian hal tersebut akan mendatangkan kepuasan, ketika kepuasan menurun maka minat juga akan menurun sehingga tidak bersifat permanen

¹⁸ Tim Redaksi, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*, (Ed.IV,Cet; Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama,2008), 916

¹⁹ Muhibbin syah, "*psikologi belajar*", (Jakarta: 2003), <https://nsd.co.id/posts/pengertian-minat-menurut-para-ahli.html>

²⁰ H. C. Witherington, *Psikologi Pendidikan*, terj. M. Buchori, (Jakarta: Aksara Baru, 2004), 124.

tetapi minat bersifat sementara atau dapat berubah-ubah.²¹

Pendapat lain dikemukakan oleh Widyastuti *et al* yang mengatakan bahwa minat adalah keinginan yang didorong oleh suatu keinginan setelah melihat, mengamati dan membandingkan serta mempertimbangkan dengan kebutuhan yang diinginkannya. Dapat disimpulkan bahwa minat adalah sumber motivasi yang mendorong orang untuk melakukan sesuatu yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih.

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi Minat

Crow and crow berpendapat ada tiga faktor yang menjadi timbul minat

1) Dorongan dari dalam diri individu

Misalnya dorongan untuk makan. Dorongan ingin makan akan membangkitkan minat untuk bekerja atau mencari penghasilan, minat terhadap produksi makanan dan lain lain.

2) Motif sosial

Dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu.

3) Faktor emosional

Minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa minat adalah dorongan kuat bagi seseorang untuk melakukan segala sesuatu dalam mewujudkan pencapaian tujuan dan cita-cita yang menjadi keinginannya. Selain itu, minat dapat

²¹Arwan, "Minat Mahasiswa IAIN Palopo Terhadap Mata Kuliah Kewirausahaan", Skripsi IAIN Palopo, (2017).

timbul karena adanya faktor eksternal dan faktor internal.²²

b. Unsur-unsur Minat

Minat mengandung beberapa unsur, antara lain:

1) Perasaan Tertarik

Perasaan adalah pernyataan hati nurani yang di hayati secara suka ataupun tidak suka.²³ Tertarik berarti merasa senang (suka, ingin, dsb); terpicat (hatinya oleh); menaruh minat (perhatian).²⁴

2) Motif

Motif adalah alasan atau sebab seseorang melakukan sesuatu. Motif dalam kamus filsafat dan psikolog diartikan sebagai suatu kekuatan yang atau daya pendorong yang menyebabkan orang mulai bergerak atau mengambil suatu tindakan.²⁵ Motif juga diartikan sebagai kehendak atau keinginan yang timbul dalam diri seseorang yang menyebabkan orang tersebut berbuat. Setiap pembentukan motif berkaitan erat dengan tujuan seseorang untuk memenuhi kebutuhannya.

3) Perhatian

Menurut Wasty Soemanto, perhatian dapat diartikan menjadi dua macam yakni perhatian sebagai pemusatan tenaga/kekuatan jiwa tertuju pada suatu objek-objek dan perhatian sebagai pendayagunaan kesadaran untuk mengerti suatu aktivitas. Sedangkan menurut Agus Sujanto,

²² Abdul Rahman Saleh dan Muhibb Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam.*, (Jakarta: Prenada Media, 2004), 264.

²³ Sudarsono, *Kamus Filsafat dan Psikologi*, (Cet, I; Jakarta: PT Rineka Cipta, 1993), 192.

²⁴ Tim Redaksi, *Kamus Filsafat dan Psikologi.*, 1.406.

²⁵ Sudarsono, *Kamus Filsafat dan Psikologi*, 160

perhatian adalah konsentrasi/aktivitas jiwa seseorang terhadap pengamatan, pengertian, dan sebagainya dengan mengesampingkan yang lain dari pada itu.

4) Perasaan senang

Senang berarti puas dan legak, tanpa rasa susah dan kecewa, suka, gembira. Menurut W.S. Winkel, antara minat dengan senang terdapat hubungan timbal balik. Sehingga tidak mengherankan kalau seseorang yang tidak senang, maka hal ini akan berakibat pada minat. Perasaan senang merupakan aktivitas psikis yang di dalamnya sebagai subjek menghayati nilai-nilai dari suatu objek.

c. Macam-macam Minat

Minat dapat digolongkan menjadi beberapa macam, yaitu:

a Berdasarkan timbulnya minat, dibedakan menjadi :

- 1) Minat primitif, minat yang timbul karena kebutuhan biologis atau jaringan-jaringan tubuh.
- 2) Minat kultural atau minat sosial, adalah minat yang timbulnya karena proses belajar, minat ini secara tidak langsung berhubungan dengan diri kita.

3 Masyarakat

a. Pengertian Masyarakat

Setiap masyarakat hidup dalam sebuah masyarakat dan bersosialisasi membantu sesama, tetapi para pakar menjelaskan dan mendefinisikan pengertian masyarakat itu sendiri.

Koentjaraningrat mendefinisikan masyarakat sebagai kesatuan hidup manusia yang menempati suatu wilayah yang nyata dan berinteraksi secara terus menerus dengan suatu sistem adat istiadat tertentu dan terkait oleh rasa identitas komunikasi.²⁶

Jhon J. Macionis bahwa masyarakat adalah sejumlah besar orang yang tinggal dalam wilayah yang sama, relatif independen dengan orang-orang di luar wilayah itu, dan memiliki budaya yang relatif sama²⁷.

Masyarakat ini merupakan sekelompok individu yang menjalin kerja sama karena masing-masing memiliki tujuan atau kepentingan bersama, sehingga masyarakat ini dapat dikatakan sebagai masyarakat yang terorganisir karena adanya capaian yang sama.

b. Faktor-faktor yang memengaruhi minat menabung

Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung yaitu:

1) Pengetahuan

Pengetahuan masyarakat adalah informasi atau maklumat yang diketahui atau disadari oleh seseorang. Informasi yang dimiliki masyarakat atau pengetahuan mengenai berbagai macam produk perbankan syariah. Variabel pengetahuan mempunyai pengaruh secara langsung terhadap keputusan masyarakat yang ada di Kelurahan Tomoni untuk menggunakan bank syariah Indonesia masyarakat yang

²⁶ Muhammad Abdallah dan Isad Lubis, "Analisis Minat Menabung Pada Bank Syariah Kalangan Siswa SMA di Kota Medan (Studi Kasus: Siswa Madrasah Aliyah Negeri), *Jurnal Ekonomi dan Keuangan* 3,no.6 (2015), <https://www.neliti.com/publications/14859/analisis-minat-menabung-pada-bank-syariah-di-kalangan-siswa-sma-di-kota-medan-st>

²⁷ Jhon. J. Macionis, *Sociology* (Canada: Cities and Towns, 2018) 301

notabeneanya beragama Islam jika berpengetahuan tinggi mengenai bank syariah akan menggunakan jasa perbankan syariah terlebih dalam hal menabung.

Menurut Yuniarsih dan Suwanto, bahwa pengetahuan adalah suatu informasi yang dimiliki seseorang khususnya pada bidang spesifik.

2) Produk

Produk adalah sesuatu yang ditawarkan kepada masyarakat untuk dibeli atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan seseorang. Produk tabungan yaitu produk yang dikeluarkan oleh bank kepada nasabah untuk dijadikan pertimbangan dan pilihan yang dapat dimanfaatkan nasabah sesuai kebutuhan yang ada.

Menurut Kotler dan Armstrong, produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar agar menarik perhatian, akuisi, penggunaan atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan.

3) Pelayanan

Pelayanan adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau suatu organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, sesama karyawan, dan juga pimpinan. Salah satu hal yang paling penting dalam suatu usaha adalah memberikan pelayanan yang maksimal sehingga konsumen akan merasa puas jika pelayanan yang diberikan sangat baik²⁸.

Menurut Kotler, pelayanan adalah setiap tindakan atau perbuatan

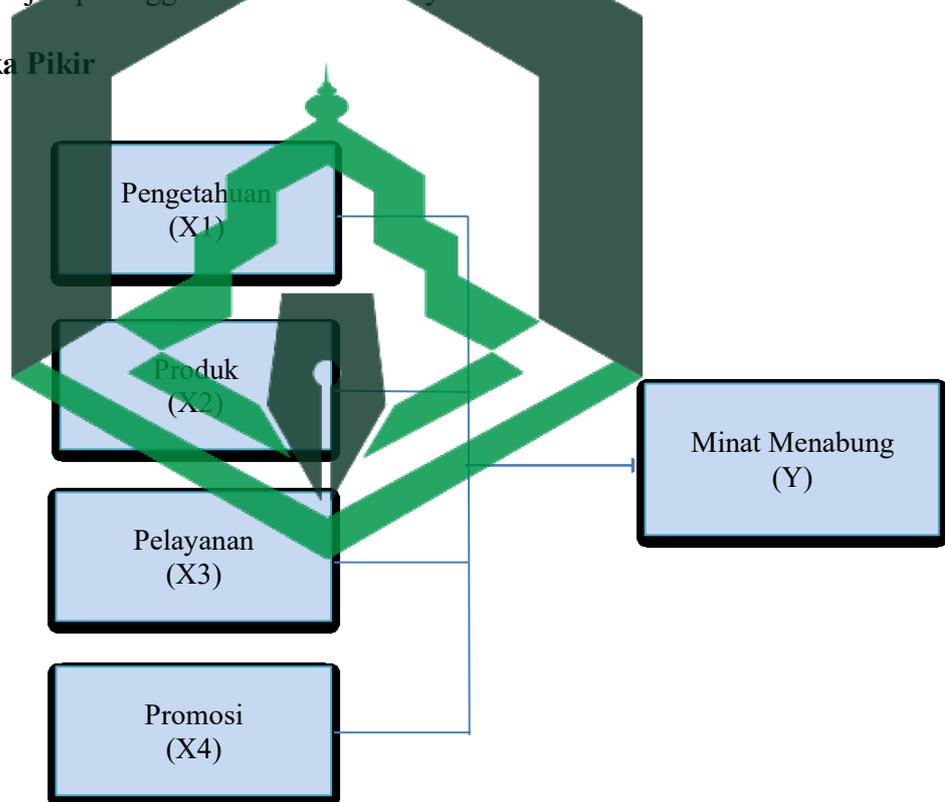
²⁸ Rumiyanto dan Atik Septi Winarsih, *Manajemen dan Pelayanan* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005), 67.

yang ditawarkan oleh satu pihak (perusahaan) kepada pihak lain (pelanggan, yang pada dasarnya bersifat tidak terwujud, dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.

4) Promosi

Promosi adalah komunikasi pemasaran yang dikerjakan untuk memengaruhi, menyampaikan sesuatu, membujuk, serta meningkatkan pasar sasaran dari suatu perusahaan. Menurut Kotler dan Kalle, promosi merupakan aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan untuk membelinya.

C. Kerangka Pikir



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

Dari kerangka pikir di atas dapat diketahui bahwa terdapat 4 variabel independen, yaitu pengetahuan, produk, pelayanan dan promosi yang

memengaruhi variabel dependen yakni minat menabung di bank syariah Indonesia.

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara atau dengan kata lain dugaan sementara dalam penelitian yang kebenarannya harus dibuktikan terlebih dahulu. Hipotesis ialah jawaban sementara terhadap rumusan masalah²⁹.

1. H_0 diduga pengetahuan tidak berpengaruh dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat Kelurahan Tomoni.
 H_1 diduga pengetahuan berpengaruh dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat Kelurahan Tomoni.
2. H_0 diduga produk tidak berpengaruh dan signifikan terhadap minat masyarakat Kelurahan Tomoni.
 H_2 diduga produk berpengaruh dan signifikan terhadap minat masyarakat Kelurahan Tomoni.
3. H_0 diduga pelayanan tidak berpengaruh dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat Kelurahan Tomoni.
 H_3 diduga pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat Kelurahan Tomoni.
4. H_0 diduga pengetahuan pelayanan dan promosi tidak berpengaruh dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat Kelurahan Tomoni.
 H_4 diduga pengetahuan pelayanan dan promosi berpengaruh dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat Kelurahan Tomoni.

²⁹ Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta 2006), 25.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif yaitu metode penelitian yang digunakan untuk penelitian yang menggunakan populasi atau sampel tertentu, penelitian menggunakan instrumen, analisis data bersifat kuantitatif yang didasarkan pada tujuan yang ingin dicapai yaitu memperoleh data-data mengenai pengaruh faktor yang memengaruhi minat menabung di bank syariah Indonesia.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini telah dilaksanakan di Kelurahan Tomoni, Kec. Tomoni Kab. Luwu Timur, Waktu penelitian yaitu dari bulan Maret-April 2023.

C. Definisi Operasional Variabel

Operasional Variabel adalah variabel penelitian yang di maksudkan untuk mengukur, memahami arti setiap variabel penelitian sebelum dilakukan analisis instrumen, serta sumber pengukuran berasal dari mana.³⁰ Ada dua variabel yang menjadi fokus penelitian ini, sebagai berikut:

1. Variabel Independen

Variabel Independen adalah variabel yang menjadi penyebab adanya atau timbulnya variabel dependen atau disebut juga dengan variabel yang memengaruhi. Variabel Independen dalam penelitian ini, sebagai berikut:

³⁰ Saban Echdar, *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis*, (Bogor:Ghalia Indonesia: 2017), 270

Tabel 3.1 Defenisi Variabel Independen

Variabel	Definisi	Indikator
Pengetahuan (X ₁)	Yuniarsih dan Suwatno bahwa ”Pengetahuan adalah suatu informasi yang dimiliki seseorang khususnya pada bidang spesifik.”	1. Pendidikan 2. Pengalaman 3. Minat
Produk (X ₂)	Menurut Kotler dan Amstrong Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar agar menarik perhatian, akuisisi, penggunaan atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan.	1. Fitur 2. Keandalan 3. Estetika 4. Kualitas ³¹
Layanan (X ₃)	Menurut Kotler, pelayanan adalah setiap tindakan atau perbuatan yang ditawarkan oleh satu pihak (perusahaan) kepada pihak lain (pelanggan, yang pada dasarnya bersifat tidak berwujud, dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu	1. Berwujud 2. Keandalan 3. Daya tanggap 4. Jaminan 5. Empati ³²
Promosi (X ₄)	Menurut Kotler dan Kelle, Promosi merupakan aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan untuk membelinya.	1. Pesan Promosi 2. Media Promosi 3. Waktu Promosi

³¹ M. Rijal Firmansya, “Pengaruh kualitas produk tabungan Wadi”ah terhadap keputusan Nasabah Menabung di BPRS Jabal Nur Surabaya,”*Skripsi UIN Sunan Ampel*, (2016)

³²Chandra Deningra AR, ”Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Nasabah”,*Skripsi IAN Palopo*

2. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau dikenal juga sebagai variabel yang menjadi akibat karena adanya variabel independen. Variabel dependen adalah sebagai berikut

Tabel 3.2 Defenisi Variabel Dependen

Variabel	Definisi	Indikator
Minat Menabung (Y)	Menurut Shaleh dan Wahab minat merupakan proses memberikan perhatian dan melakukan tindakan terhadap orang lain disertai perasaan senang. ³³ Jadi minat merupakan suatu kecenderungan untuk memperhatikan produk dan akad tabungan bank syariah Indonesia secara terus menerus yang dianggap menarik dan mengarahkan masyarakat untuk menabung di bank syariah Indonesia.	1. Dorongan dari Individu 2. Motif Sosial 3. Faktor Emosional

D. Populasi dan Sampel

Populasi adalah jumlah keseluruhan dari satuan-satuan atau individu-individu yang karakteristiknya hendak diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat Kelurahan Tomoni yang berjumlah 3.324 jiwa.

Sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diteliti. Penarikan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus slovin :

³³ Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Kencana,2004), 263.

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

n = sampel

N = populasi

e^2 = perkiraan tingkat kesalahan²

Maka besarnya sampel pada penelitian ini adalah :

$$n = \frac{3324}{1 + 3324 \cdot 0.1^2}$$

$$n = 97$$

Sampel dalam penelitian ini yakni sebesar 97 responden.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan daftar pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.
2. Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data, mengukur fenomena, dan menganalisis data yang sesuai dengan masalah yang dihadapi pada subjek atau sampel yang

diamati.³⁴

Penelitian Survey merupakan penelitian dengan menggunakan pertanyaan atau pernyataan kepada responden. Pernyataan atau pertanyaan tersebut disebut kuesioner atau angket dengan menggunakan ketentuan sebagai berikut:³⁵

1. Skor 1 untuk sangat tidak setuju
2. Skor 2 untuk tidak setuju
3. Skor 3 untuk netral
4. Skor 4 untuk setuju
5. Skor 5 untuk sangat setuju

G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas Instrumen

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner dengan menggunakan bantuan program *statistical package for sciences* (SPSS). Untuk menguji validitas digunakan pendekatan korelasi yaitu dengan cara mengkorelasikan antara skor butir pertanyaan dengan skor totalnya. Bila nilai korelasinya positif maka butir pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

Pengambilan keputusannya bahwa setiap indikiator valid apabila nilai r hitung lebih kecil atau sama dengan nilai r tabel atau nilai r hitung berada di bawah 0,05. Untuk menentukan nilai r hitung dibantu dengan

³⁴ Heru Kurniawan, *Pengantar Praktis penyusunan Instrumen Penelitian*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2021),1.

³⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kuantitatif R & D* (Bandung: Alfabeta, Cet.20, 2014),92.

program SPSS yang dinyatakan dengan nilai *corrected item total correlation*³⁶.

2. Uji Realibilitas Instrumen

Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir atau item pertanyaan dalam angket (kuesioner) penelitian. Adapun dasar pengambilan keputusan menurut V.Wiratna Sujarweni (2014) adalah jika nilai cronbach"s Alpha $>0,60$ maka kuesioner dinyatakan reliabel atau konsisten. Sementara, jika nilai cronbach"s Alpha $<0,60$ maka kuesioner dinyatakan tidak konsisten.³⁷

H. Teknik Analisis Data

Adapun teknik pengumpulan data adalah sebagai berikut :

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan analisis yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi.

2. Uji Hipotesis

a. Analisis regresi linier berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan dalam penelitian dengan tujuan untuk membuktikan adanya pengaruh variabel pengetahuan (X_1), produk (X_2), pelayanan (X_3) dan Promosi (X_4)

³⁶Nurul Khadijah, *Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Masyarakat Menabung di Perbankan Syariah di Kota Medan*.

³⁷Wiratna Sujarweni, *SPSS untuk Penelitian*, Ed.1 (Yogyakarta: Pustaka Baru Press 2014), 193.

terhadap minat masyarakat (Y) menabung di bank syariah Indonesia.

Persamaan regresi linier berganda adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Dimana:

Y = Minat Masyarakat

A = Konstanta

X₁ = Pengetahuan

X₂ = Produk

X₃ = Pelayanan

X₄ = Promosi

b_{1,2,3} = Koefisien Regresi

e = Kesalahan (error)

b. Uji parsial (uji-t)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara individu berpengaruh terhadap variabel dependen. Pada tingkat signifikansi 5% dengan kriteria pengujian yang digunakan yaitu jika signifikansi < 0,05 H₀ ditolak dan jika signifikansi > 0,05 maka H₀ diterima. Dalam hal ini peneliti akan menguji secara parsial antara variabel pengetahuan (X₁), produk (X₂), Pelayanan (X₃) dan promosi (X₄) terhadap minat masyarakat (Y).

c. Uji Simultan (uji-F)

Uji simultan (uji-F) bertujuan untuk mencari apakah variabel independen secara bersama-sama (simultan) memengaruhi variabel

dependen. Pada tingkat signifikan 5% dengan kriteria pengujian yang digunakan jika nilai signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya semua variabel independen/bebas memiliki pengaruh terhadap variabel dependen/terikat dan jika nilai signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima, artinya semua variabel independen/bebas tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen/terikat.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PELAKSANAAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

a. Profil Lokasi penelitian Kelurahan Tomoni

Kelurahan Tomoni merupakan salah satu Kelurahan dari 12 Desa yang terletak di Kecamatan Tomoni Kabupaten Luwu Timur. Secara Administrasi pemerintah Kelurahan Tomoni terdiri dari 4 (empat) lingkungan yaitu lingkungan Kuarasan I dengan jumlah RT sebanyak 3, lingkungan Kuarasan II dengan jumlah Rt sebanyak 2, lingkungan Kuarasan 3 dengan jumlah RT sebanyak 2, lingkungan Bulu-bulu sebanyak 2 RT jadi keseluruhan terdapat 9 RT. Luas wilayah Kelurahan Tomoni adalah 1.8 Km².

b. Keadaan Penduduk

Warga di Kelurahan Tomoni tidak hanya menjadi sasaran pada satu sektor saja, tetapi juga menjadi sasaran disemua sektor termasuk pembangunan. Dengan demikian, melalui rancangan pembangunan haruslah menjadi keharusan yang perlu diakomodir setiap tahunnya kepada masyarakat. Kelurahan Tomoni memiliki jumlah kependudukan sebanyak 3.324 jiwa.

c. Keadaan Wilayah

1) Wilayah Kelurahan Tomoni berbatasan dengan

- a) Sebelah utara: sungai Tomoni, Desa Balai Kembang dan Desa Wonorejo
Kecamatan Mangkutana
- b) Sebelah selatan: Desa Mulyasari

- c) Sebelah timur: Desa Bangun Jaya
- d) Sebelah barat: Desa Mandiri dan Desa Kalpataro

2) Luas Wilayah

Luas Kelurahan Tomoni adalah sekitar $\pm 1,8 \text{ km}^2$, melintang dari selatan ke utara sepanjang $\pm 1,229\text{m}$ dan dari timur ke barat sepanjang $\pm 2.145\text{m}$.

3) Topografi Wilayah

Secara umum Kelurahan Tomoni adalah daerah dataran rendah yang memiliki potensi sebagai daerah perdagangan yang terus berkembang dan berkelanjutan, selain itu juga terdapat sumber daya air yaitu sungai Tomoni yang pasir dan batunya dimanfaatkan sebagai bahan material bangunan. Sungai Tomoni ini juga digunakan oleh warga di beberapa Desa lain diantaranya Desa Kalpataru dan Wonorejo.

d. Sarana Pendidikan

Pendidikan menjadi peranan yang sangat penting didalam menentukan masa depan suatu bangsa. Oleh karena itu, pembangunan di bidang Pendidikan ini sudah seharusnya mendapatkan perhatian khusus dari semua pihak. Sarana Pendidikan yang ada di Kelurahan Tomoni yakni TK dan SD.

e. Penyelenggaraan Pemerintahan Kelurahan

1. Tugas Pokok dan Fungsi Aparat Pemerintahan Kelurahan

a. Lurah

Tugas pokok: Menyelenggarakan urusan tata pemerintahan, pemberdayaan masyarakat, ketentraman dan ketertiban umum, pemeliharaan prasarana dan fasilitas pelayanan umum dan pembinaan terhadap lembaga

kemasyarakatan.

Fungsi :

- a) Penyusunan program dan kegiatan
- b) Penggerak partisipasi masyarakat dalam pembangunan Kelurahan
- c) Pengkoordinasian kegiatan pemberdayaan masyarakat
- d) Penyelenggara pelayanan masyarakat
- e) Pengkoordinasian pelaksanaan pembinaan ketentraman dan ketertiban masyarakat
- f) Penyelenggaraan kegiatan pembinaan Lembaga kemasyarakatan dan,
- g) Pengkoordinasian penyelenggaraan pemerintahan Kelurahan.

b. Sekretaris

Tugas Pokok: Membantu lurah dalam Menyusun rencana program kerja Kelurahan, memberi pelayanan teknis administrasi kepada lurah dan seluruh satuan organisasi dalam lingkup pemerintahan Kelurahan, serta melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh lurah.

Fungsi:

- a) Pelaksanaan penyusunan rencana dan program kerja serta kebutuhan anggaran Kelurahan
- b) Pelaksanaan peraturan perundang-undangan dan ketentuan lain dibidang pemerintahan
- c) Pelaksanaan urusan ketata usahaan dan rumah tangga
- d) Pelaksanaan administrasi, surat menyurat dalam lingkup pemerintah Kelurahan

- e) Pelaksanaan urusan kepegawaian dan keuangan
- f) Pemberian saran pertimbangan kepada atasan untuk kelancaran pelaksanaan tugas

c. Seksi Tata Pemerintahan

Tugas Pokok: Menyusun rencana penyelenggaraan urusan pemerintah umum dan pemerintahan Kelurahan, pembinaan ketentraman dan ketertiban, pembinaan serta melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh lurah

Fungsi :

- 1) Pelaksanaan penyusunan rencana dan program kerja berdasarkan tugas pokok dan fungsinya
- 2) Pelaksanaan peraturan perundang-undangan dan ketentuan lainnya di bidang pemerintahan
- 3) Pengumpulan, pengelolaan dan pengevaluasian di bidang pemerintahan, ketentraman dan ketertiban.
- 4) Pengumpulan bahan dalam rangka pembinaan wilayah dan masyarakat serta pembinaan ketentraman dan ketertiban sesuai data dan informasi yang ada untuk materi pembinaan.
- 5) Pemberian pelayanan kepada masyarakat di bidang pemerintahan administrasi kependudukan, ketentraman dan ketertiban.
- 6) Pemantauan pelaksanaan dan pengawasan pemilihan umum (PEMILU) untuk kelancaran dan keamanan pemilihan umum.
- 7) Pemberian saran dan pertimbangan kepada atasan untuk kelancaran

pelaksanaan tugas.

- 8) Pendistribusian tugas dan pemberian petunjuk pelaksanaan kegiatan kepada bawahan serta pengevaluasian hasil kerja.
- 9) Pelaksanaan pelaporan

d. Seksi Pemberdayaan Masyarakat dan Kelurahan

Tugas Pokok : Menyusun rencana program kerja, penyelenggaraan urusan pembinaan masyarakat, memfasilitasi kegiatan organisasi social kemasyarakatan, pembinaan ekonomi masyarakat melalui industry rumah tangga (home industry) dan peningkatan kualitas SDM Kelurahan dan masyarakat serta melaksanakan tugas lain yang di berikan lurah.

Fungsi :

- 1) Penyusunan rencana program kerja berdasarkan tugas pokok dan fungsinya
- 2) Penyusunan rencana pembinaan kegiatan pemberdayaan masyarakat.
- 3) Penyelenggaraan fasilitas kegiatan sosial/kemasyarakatan dan Kelurahan
- 4) Pembinaan peningkatan kualitas SDM Kelurahan dan masyarakat melalui kegiatan Pendidikan dan pelatihan.
- 5) Pengumpulan bahan dan dasar kegiatan program Pendidikan masyarakat
- 6) Pemberian rekomendasi yang bersesuaian dengan tugas pokok dan fungsinya
- 7) Pelaksanaan pembinaan Kesehatan masyarakat dan lingkungan.

- 8) Pembinaan kegiatan program generasi muda, keolahragaan, kebudayaan, kepramukaan serta peranan Wanita.
- 9) Pemberian saran dan pertimbangan kepada atasan untuk kelancaran pelaksanaan tugas.

e. Seleksi pelayanan umum

Tugas Pokok: Menyusun rencana penyelenggaraan urusan pelayanan umum, meliputi pelayanan kebersihan dan pertamanan, pembinaan saran dan prasarana fisik, pelayanan umum serta perizinan.

Fungsi :

- 1) Penyusunan rencana pembinaan kegiatan kebersihan dan pertamanan serta pembinaan sarana dan prasarana fisik.
- 2) Penyusunan rencana pembinaan kegiatan kebersihan dan pertamanan serta pembinaan sarana dan prasarana fisik.
- 3) Pelaksanaan pelayanan pemberian surat pengantar perizinan
- 4) Pelaksanaan pelayanan pemberian surat pengantar penerbitan Kartu Keluarga (KK) dan Kartu Tanda Penduduk (KTP)
- 5) Pemberian saran dan pertimbangan kepada atasan untuk kelancaran pelaksanaan tugas.
- 6) Pengumpulan penyusunan dan pengelolaan data dan informasi

f. Seksi perekonomian, pembangunan dan kesejahteraan sosial

Tugas Pokok: Menyusun rencana, penyelenggaraan urusan perekonomian dan pembangunan, pemingutan pajak dan retribusi PAD dan melakukan pengendalian pembinaan pembangunan, serta melakukan tugas lain yang

diberikan oleh lurah.

Fungsi :

- (1) Penyusunan rencana program kerja berdasarkan tugas pokok dan fungsinya
- (2) Pengumpulan, pengelolaan dan mengevaluasi data dibidang perekonomian dan pembangunan
- (3) Pelaksanaan pelayanan administrasi kepada masyarakat di bidang perekonomian dan pembangunan
- (4) Pelaksanaan kegiatan dalam meningkatkan swadaya dan partisipasi masyarakat dalam meningkatkan perekonomian dan pelaksanaan pembangunan
- (5) Penyiapan bahan-bahan dalam rangka pelaksanaan musyawarah pembangunan di Kelurahan.
- (6) Pelaksanaan pemungutan pajak dan retribusi PAD
- (7) Pelaksanaan pembinaan kegiatan keluarga berencana
- (8) Pelaksanaan pembinaan kegiatan keagamaan dan prasarana rumah-rumah ibadah
- (9) Pemberian saran pelaksanaan tugas.

2. Deskripsi Responden

Tingkat produktivitas seseorang dalam menghasilkan dan mengelola sesuatu tergantung pada usia faktor usia dapat menentukan hasil kerja seseorang. Secara umum pengusaha yang berusia muda atau produktif memiliki kemampuan produksi yang lebih besar jika di bandingkan dengan usia lanjut.

Pengusaha yang muda dapat lebih cepat menerima inovasi baru. Sementara yang berusia tua sering menganggap dirinya sudah matang dalam pengalaman, sehingga sangat berhati-hati dalam bertindak dan cenderung tidak bisa menerima inovasi baru. Pada usia 25-50 tahun tenaga kerja dianggap masih produktif, sedangkan usia 41-50 tahun kondisi tenaga kerja sudah mulai menurun.

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin pada penelitian ini berjumlah 97, dapat diuraikan pada tabel berikut:

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Tanggapan Responden (orang)	Presentase
Pria	29	30%
Wanita	68	70%
Jumlah	97	100%

Sumber: data primer diolah SPSS 2023

Sesuai dengan uraian diatas, masyarakat Kelurahan Tomoni yang digunakan sebagai sampel berdasarkan jenis kelamin. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa 70% tanggapan responden didominasi oleh Wanita, selebihnya dijawab oleh Pria dengan partisipasi 30%. Hal ini menunjukkan bahwa motivasi menabung masyarakat didominasi dari kalangan Wanita.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Deskripsi responden berdasarkan usia pada penelitian ini dari usia 18 sampai 60 tahun, yang dapat diuraikan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Tanggapan Responden (orang)	Presentase
18 – 20	7	7%
21 – 35	62	64%
36 – 50	27	28%
51 – 60	1	1%
Jumlah	97	100%

Sumber: data primer diolah SPSS 2023

Sesuai uraian pada tabel 4.2, terlihat bahwa usia responden masyarakat Kelurahan Tomoni yang digunakan sebagai sampel, yaitu didominasi oleh 62 responden yang berusia 21-35 tahun dengan presentase 64%. Pada usia 18-20 tahun ada 7 responden dengan tingkat presentase 7%. Pada usia 36-50 tahun ada 27 responden dengan tingkat presentase 28%. Hingga usia 51-60 tahun ada 1 responden dengan presentase 1%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas tingkat motivasi menabung di Kelurahan Tomoni adalah dari usia 21-35 tahun.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.3 Karakteristik responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Tanggapan Responden (orang)	Presentase
Mahasiswa	27	28%
Wiraswasta	32	33%
Karyawan	5	5%
PNS	7	7%
Wirausaha dan lain-lain	26	27%
Jumlah	97	100%

Sumber : data primer diolah SPSS 2023

Sesuai uraian pada tabel 4.3, terlihat bahwa usia responden masyarakat Kelurahan Tomoni yang digunakan sebagai sampel, yaitu didominasi oleh 32 responden wiraswasta dengan presentase 33%, kemudian untuk kategori Mahasiswa ada 27 orang dengan presentase 28%, untuk kategori Wirausaha dan lain-lain ada 26 orang dengan presentase 27%, untuk kategori PNS ada 7 orang dengan presentase 7%, dan untuk kategori Karyawan ada 5 orang dengan presentase 5%.

3. Uji Validitas

Uji ini digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner dengan menggunakan bantuan program *statistical package for sciences* (SPSS). Untuk menguji validitas digunakan pendekatan korelasi yaitu dengan cara mengkorelasikan antara skor butir pertanyaan dengan skor total. Bila nilai

korelasinya positif maka butir pertanyaan tersebut dinyatakan valid. Instrument penelitian dikatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada taraf signifikan 5% atau setara dengan 0,05.

Hasil uji validitas kuesioner variabel X dan variabel Y penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Pengetahuan (X1)

Pengetahuan (X1)	R Hitung	R Tabel	Keterangan
X1.1	0,436	0,1996	Valid
X1.2	0,446	0,1996	Valid
X1.3	0,273	0,1996	Valid
X1.4	0,375	0,1996	Valid
X1.5	0,051	0,1996	Valid

Sumber : Data diolah SPSS 2023

Tabel ini menunjukkan bahwa setiap pernyataan yang ada pada indikator Pengetahuan (X1) sudah dinyatakan valid. Karena masing-masing item pertanyaan memiliki nilai lebih besar 0,1996

Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Produk (X2)

Produk (X2)	R Hitung	R Tabel	Keterangan
X2.1	0,432	0,1996	Valid
X2.2	0,515	0,1996	Valid
X2.3	0,631	0,1996	Valid
X2.4	0,617	0,1996	Valid
X2.5	0,393	0,1996	Valid
X2.6	0,223	0,1996	Valid

Sumber : Data Diolah SPSS 2023

Tabel diatas menunjukkan bahwa setiap pertanyaan yang ada pada indikator Produk (X2) sudah dinyatakan valid, karena masing-masing item pertanyaan memiliki nilai sebesar 0,1996.

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Pelayanan (X3)

Pelayanan (X3)	R Hitung	R Tabel	Keterangan
X3.1	0,521	0,1996	Valid
X3.2	0,550	0,1996	Valid
X3.3	0,631	0,1996	Valid
X3.4	0,393	0,1996	Valid
X3.5	0,340	0,1996	Valid

Sumber : Data diolah SPSS 2023

Tabel diatas menunjukkan bahwa setiap pertanyaan yang ada pada indikator Pelayanan (X3) sudah dinyatakan valid, karena masing-masing item pertanyaan memiliki nilai sebesar 0,1996.

Tabel 4.7 Uji Validitas Variabel Promosi (X4)

Promosi (X4)	R Hitung	R Tabel	Keterangan
X4.1	0,633	0,1996	Valid
X4.2	0,659	0,1996	Valid
X4.3	0,699	0,1996	Valid
X4.4	0,718	0,1996	Valid
X4.5	0,569	0,1996	Valid

Sumber : Data diolah SPSS 2023

Tabel diatas menunjukkan bahwa setiap pertanyaan yang ada pada indikator Promosi (X4) sudah dinyatakan valid, karena masing-masing item pertanyaan memiliki nilai sebesar 0,1996.

Tabel 4.8 Uji Validitas Variabel Minat (Y)

Minat menabung	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Y1	0,765	0,1996	Valid
Y2	0,764	0,1996	Valid
Y3	0,550	0,1996	Valid
Y4	0,374	0,1996	Valid
Y5	0,765	0,1996	Valid
Y6	0,764	0,1996	Valid

Sumber : Data diolah SPSS 2023

Tabel diatas menunjukkan bahwa setiap pertanyaan yang ada pada indikator Minat (Y) sudah dinyatakan valid, karena masing-masing item pertanyaan memiliki nilai sebesar 0,1996.

4. Uji Reliabilitas

Dalam SPSS disediakan kemudahan untuk menghitung ukuran reliabilitas dengan uji statistik. Adapun untuk menguji reliabilitas digunakan uji *Cronbach Alpha*. Dimana suatu variabel dinyatakan reliabel jika *Cronbach Alpha* $r_{hitung} > 0,6$. *Cronbach Alpha* merupakan koefisien reliabilitas yang memperlihatkan sebanyak apa nilai positif titik-titik (elemen) dari suatu himpunan. Makin mendekati *Cronbach Alpha* ke 1, makin besar konsisten internal. Hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.9 Hasil Uji Realibilitas

No	Variabel	Cronbach's	
		Alpha	Kriteria
1	Pengetahuan (X1)	0,523	Reliabel
2	Produk (X2)	0,723	Reliabel
3	Pelayanan (X3)	0,714	Reliabel
4	Promosi (X4)	0,734	Reliabel
5	Minat menabung (Y)	0,858	Reliabel

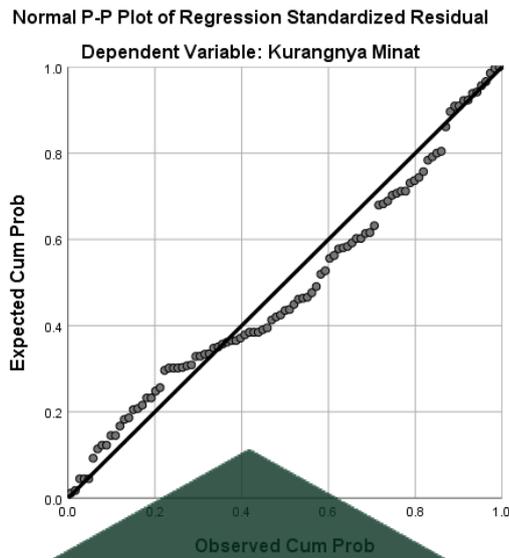
Sumber : Diolah menggunakan SPSS

Pada tabel 4.9 menjelaskan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* variabel X1, X2, X3, X4 dan variabel Y yaitu 0,523, 0,723, 0,714, 0,734 dan 0,858. Hal ini menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* tiap-tiap variabel $> 0,6$. Hal ini dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

5. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

Hasil Uji Normalitas dengan Normal P-P Plot of Regression Standarized Residual. Jika titik menyebar disekitar garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa data telah berdistribusi dengan normal. Sebaliknya, jika titik tidak menyebar disekitar garis diagonal, maka data tidak berdistribusi normal.



Sumber: Output SPSS V 25

Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas Dengan Normal P-P Plot of regression

Pada gambar diatas dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar mengikutigaris diagonal, hal ini menunjukkan bahwa data berdistribusi dengan normal.

b. Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogrov-Smornov Test

Tabel 4.10 Hasil Normalitas Data dengan Kolmogrov-Smirnov

		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.96296546
Most Extreme Differences	Absolute	.092
	Positive	.092
	Negative	-.076
Test Statistic		.092
Asymp. Sig. (2-tailed)		.044 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Output SPSS

Dari hasil uji normalitas data menggunakan *One Sample Kolmogrov-Smirnov Test* menunjukkan level signifikansi lebih besar dari α ($\alpha = 0,05$) yaitu $0,044 > 0,05$ yang berarti bahwa data terdistribusi dengan normal.

c. Uji Multikolinearitas

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah dalam pengujian model regresi berkorelasi. Multikolinieritas sendiri merupakan hubungan linier antara variabel bebas dalam regresi berganda. Suatu instrumen dikatakan berkorelasi ketika nilai dari toleransinya diatas 0,10 dan nilai VIF dibawah 10. Hasil pengujian antara lain:

Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolenieritas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
		1	(Constant)	3,342	1,105				
	Pengetahuan	0,254	0,065	0,168	3,905	0,000	0,571	1,751	
	Produk	0,395	0,094	0,299	4,208	0,000	0,210	4,770	
	Pelayanan	0,600	0,095	0,476	6,347	0,000	0,188	5,322	
	Promosi	0,120	0,088	0,095	2,366	0,007	0,220	4,540	

a. Dependent Variable: Minat Menabung

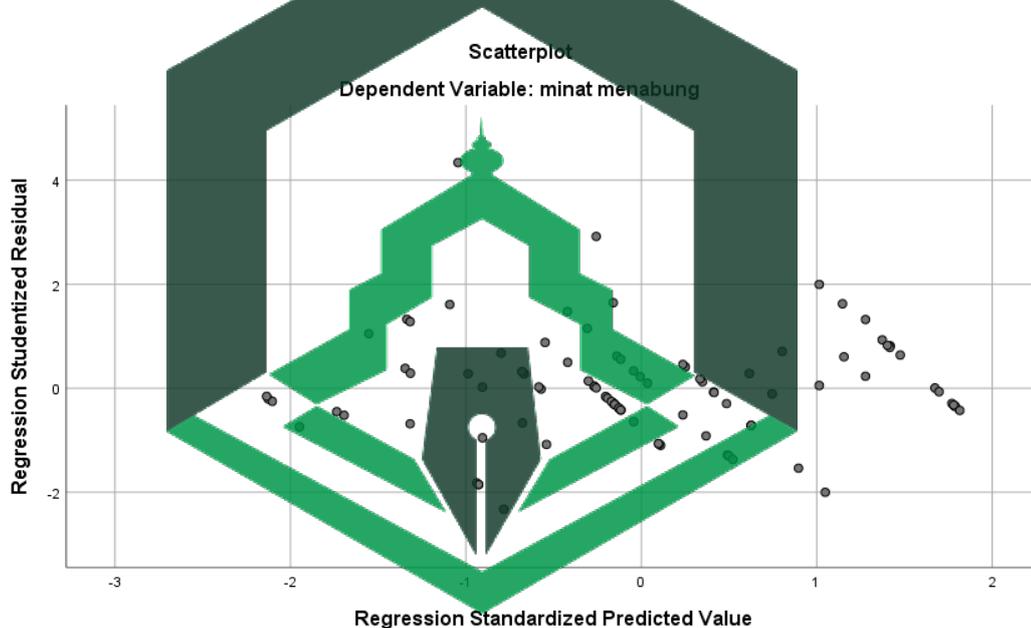
Sumber : Data diolah SPSS 2023

Dari bagan tersebut, hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai *tolerance* dan VIF untuk variabel pengetahuan, produk, pelayanan, dan promosi berada diatas 0,10 dan 10, dengan perolehan hasil 0,571, 0,210, 0,188

dan 0,220 untuk nilai *Tolerance*, dan VIF 2,751, 4,770, 5,322 dan 4,540 untuk nilai VIF hingga dapat diartikan bahwa tidak terdapat indikasi multikolinearitas.

d. Uji Heteroskedastisitas

Penjajalan ini dilakukan untuk menguji data menggunakan grafik *scatterplot*. Jika dalam grafik *scatterplot* dari sebaran data tidak beraturan dan tidak membuat pola tertentu, maka kesimpulannya tidak terdapat varians atau gejala heteroskedastisitas dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Sumber : Data diolah SPSS (2023)

Gambar 4.2 Grafik Scatterplot

Hasil pengujian data menggunakan heteroskedastisitas dengan bantuan grafik *scatterplot* menunjukkan bahwa titik-titik dari sebaran data di sekitar angka 0 pada sumbu y, tidak terdapat pola penyebaran data yang jelas. Dari sini kita dapat disimpulkan bahwa tidak ada masalah varians atau heteroskedastisitas, sehingga model regresi yang baik dan ideal dapat

dipenuhi.

6. Uji Hipotesis

Uji ini bermaksud untuk mengetahui apakah setiap indikator bebas dan terikat mempunyai pengaruh yang signifikan, serta untuk melihat apakah hipotesis yang dikemukakan dapat diterima, sehingga perlu menjalankan uji-t untuk melihat bagaimana pengetahuan, produk, pelayanan dan promosi dalam memengaruhi minat.

a. Analisis Regresi Linear Berganda

Pengujian ini ingin mengetahui adanya pengaruh dari variabel pengetahuan, produk, pelayanan dan promosi serta menentukan seberapa besar pengaruh yang dimiliki dengan bantuan program SPSS. Hasilnya antara lain:

Tabel 4.12 Hasil Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
	1 (Constant)	-3,342	1,105			
Pengatahuan	0,253	0,065	0,168		3,905	0,000
Produk	0,395	0,094	0,299		4,208	0,000
Pelayanan	0,600	0,095	0,476		6,347	0,000
Promosi	0,120	0,088	0,095		2,366	0,007

a. Dependent Variable : Minat Menabung

Sumber : Data diolah SPSS 2023

Perolehan ini dimasukkan dalam persesuaian Regresinya sebagai berikut:

$$Y = a + b_{x1} + b_{x2} + b_{x3} + b_{x4}$$

$$Y = -3,342 + 0,254 X_1 + 0,395 X_2 + 0,600 X_3 + 0,120 X_4$$

Penjelasan untuk persamaan diatas sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta $-3,342$ apabila nilai variabel pengetahuan, produk, pelayanan dan promosi sama dengan 0, maka nilai tetap atau nilai awal minat menabung adalah $-2,342$. Dimana jika variabel independennya mengalami perubahan nilai, maka nilainya pun akan berubah.
- 2) Faktor pengetahuan $X_1=0,254$ yang berarti bahwa setiap ada penambahan nilai pengetahuan maka akan meningkatkan minat sebesar $0,254$ satuan.
- 3) Faktor regresi produk $X_2=0,395$ menunjukkan bahwa setiap penambahan satuan nilai produk maka semakin meningkat pula minat sebesar $0,395$ satuan.
- 4) Faktor regresi pelayanan $X_3=0,600$ menunjukkan bahwa setiap ada penambahan nilai pelayanan maka semakin meningkat pula minat sebesar $0,600$ satuan.
- 5) Faktor regresi promosi $X_4=0,120$ menunjukkan bahwa setiap penambahan 1 satuan nilai promosi maka semakin naik pula minat sebesar $0,120$ satuan.

b. Uji t (uji parsial)

Uji-t atau uji-t statistik, pada dasarnya menunjukkan seberapa besar pengaruh masing-masing variabel penjelas dalam menjelaskan variasi variabel terkait dan dasar pengambilan keputusan dilihat dari signifikansi $< 0,05$ artinya variabel independent memiliki pengaruh positif dengan variabel dependen, dan untuk signifikansi $> 0,05$ berarti tidak terdapat otoritas positif antara faktor independent dengan dependen.

Tabel 4.13 Hasil Uji t (parsial)

Model	Coefficients ^a			T	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-3,342	1,105		-3,024	0,003
Pengetahuan	0,254	0,065	0,168	3,905	0,000
Produk	0,395	0,094	0,299	4,208	0,000
Pelayanan	0,600	0,095	0,476	6,347	0,000
Promosi	0,120	0,088	0,095	2,366	0,007

a. Dependen variable : Minat Menabung

Sumber : Data diolah SPSS 2023

Berdasarkan hasil uji t pada tabel , dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Kita dapat melihat nilai t-test pada sig. jika variabel pengetahuan (X_1) sebesar $0,003 < 0,05$ maka $t_{hitung} 3,905 > t_{tabel} 1,98580$. Artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima. Perolehan hasil di artikan sebagai fluktuasi kualitas pengetahuan berpengaruh secara positif atau signifikan terhadap minat menabung.
- 2) Dari pengujian tersebut dapat diketahui nilai uji-t sig untuk variabel lokasi (X_2) sebesar $0,000 < 0,05$, $t_{hitung} 4,208 > t_{tabel} 1,98580$. Artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung.
- 3) Pengujiannya dapat dilihat pada uji-t sig. jika variabel (X_3) sebesar $0,000 < 0,05$ sedangkan $t_{hitung} 6,347 > t_{tabel} 1,98580$. Ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung.

4) Berdasarkan hasil uji pada tabel tersebut, dapat dilihat bahwa nilai t-test pada kolom sig. Untuk variabel promosi (X₄) sebesar $0,007 < 0,05$ sedangkan $t_{hitung} 2,366 > t_{tabel}$. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung.

c. Uji f (Simultan)

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah variable X₁, X₂, X₃, X₄ dan Y secara simultan berpengaruh.

Tabel 4.14 uji f (simultan)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regresion	927,810	4	231,953	213,256	0,000
	Residual	100,066	92	1,088		
	Total	1027,876	96			

a. Dependent Variable : Minat Menabung

b. Predictors : (Constant), Pengetahuan, Produk, Pelayanan dan Promosi

Sumber : Data diolah SPSS (2023)

Pada tabel tersebut dapat dilihat nilai $F_{hitung} 213,256 > F_{tabel} 2,70$. Hal tersebut berarti H₀ di tolak dan H₁ diterima, dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa pengetahuan (X₁), Produk (X₂), Pelayanan (X₃) dan Promosi (X₄), secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung (Y).

d. koefisien Determinasi (R²)

Uji determinasi atau uji R² digunakan untuk menunjukkan seberapa besar variabel independen menjelaskan variabel dependen. Nilai koefisien

determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Adapun hasil perhitungan R^2 pada SPSS adalah sebagai berikut :

Tabel 4.15 Hasil Uji Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,950	0,903	0,898	1,043

a. Predictors: (Constant), Pengetahuan, Produk, Pelayanan dan promosi

Berdasarkan tabel hasil perhitungan uji R^2 tersebut dapat diketahui besarnya kontribusi pengaruh pengetahuan (X1), produk (X2), pelayanan (X3) dan promosi (X4) terhadap minat menabung (Y) sebesar 0,903. Maka akan dihitung hasil R^2 dengan menggunakan rumus:

$$\begin{aligned}
 KD &= r^2 \times 100\% \\
 &= 0,903 \times 100\% \\
 &= 90,3 \%
 \end{aligned}$$

Berdasarkan tabel dan hasil perhitungan menggunakan rumus tersebut, dapat dinyatakan bahwa besarnya kemampuan variabel pengetahuan, produk, pelayanan dan promosi dalam menjelaskan minat masyarakat Kelurahan Tomoni menabung pada bank syariah Indonesia adalah sebesar 90,3% sedangkan 9,7% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang diteliti.

B. Pembahasan

Dalam penelitian ini, mengenai pengetahuan, produk, pelayanan dan promosi terhadap minat masyarakat Kelurahan Tomoni menabung pada Bank Syariah Indonesia. Oleh karena itu, penelitian ini memakai analisis regresi linear berganda dan Teknik pengumpulan data untuk melakukan penelitian Kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner pada responden.

Penelitian ini dilakukan pada masyarakat Kelurahan Tomoni, yang menentukan sampel dengan menggunakan rumus slovin sehingga didapat responden sebanyak 97 sampel, setelah penyebaran kuesioner kemudian dilakukan uji validitas dan uji realibilitas. Hasilnya dinyatakan valid dan reliabel dengan 5 pertanyaan untuk variabel pengetahuan, 6 pertanyaan untuk variabel produk, 5 pertanyaan untuk variabel pelayanan, 5 pertanyaan untuk variabel promosi dan 6 pertanyaan untuk variabel minat menabung yang telah diuji menggunakan software *IBM SPSS statistic 25 for window's*, agar mempermudah peneliti dalam mengelola data penelitian. Hasil analisis yang telah dilakukan dengan beberapa tahap pengujian menunjukkan hasil yaitu sebagai berikut

1. Pengaruh pengetahuan terhadap minat masyarakat Kelurahan Tomoni menabung pada bank syariah Indonesia

Berdasarkan nilai t-test pada kolom sig, untuk variabel pengetahuan (X1) sebesar $0,003 < 0,05$ sedangkan $t_{hitung} 3,905 > t_{tabel} 1,98580$. Ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh secara signifikan

terhadap minat masyarakat Kelurahan Tomoni menabung pada bank syariah Indonesia.

Dilihat dari nilai koefisien regresi pengetahuan (X1) sebesar 0,254 yang berarti bahwa setiap penambahan 1 satuan nilai pengetahuan maka akan menaikkan minat masyarakat menabung sebesar 0,254 satuan.

Berdasarkan hasil analisis kuesioner yang disebarakan kepada masyarakat Kelurahan Tomoni dimana pendidikan dan pengetahuan berperan penting dalam membentuk minat masyarakat Kelurahan Tomoni menabung pada bank syariah Indonesia. Maka dapat disimpulkan bahwa hal tersebut memengaruhi minat masyarakat Kelurahan Tomoni dalam menabung pada bank syariah Indonesia.

2. Pengaruh produk terhadap minat masyarakat Kelurahan Tomoni menabung pada bank syariah Indonesia

Berdasarkan nilai t-test pada kolom sig. untuk variabel produk (X2) sebesar $0,000 < 0,05$ sedangkan $t_{hitung} 4,208 > t_{tabel} 1,98580$. Ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel produk berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat Kelurahan Tomoni menabung pada bank syariah Indonesia.

Dilihat dari nilai koefisien produk (X2) sebesar 0,395 yang berarti bahwa setiap penambahan 1 satuan nilai produk maka akan menaikkan minat menabung sebesar 0,395.

Berdasarkan hasil analisis kuesioner yang disebarakan kepada masyarakat Kelurahan Tomoni dapat di simpulkan bahwa bank syariah

Indonesia sering melakukan inovasi produk yang menarik minat masyarakat/nasabah, dalam memahami dan memasarkan produk dengan meningkatkan motivasi baru untuk mempercepat perkembangan produk perbankan.

3. Pengaruh pelayanan terhadap minat masyarakat Kelurahan Tomoni menabung pada bank syariah Indonesia

Berdasarkan nilai t-test pada kolom sig. untuk variabel pelayanan (X3) sebesar $0,000 < 0,05$ sedangkan $t_{hitung} 3,447 > t_{tabel} 1,98580$. Ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat Kelurahan Tomoni menabung pada bank syariah Indonesia.

Dilihat dari nilai koefisien pelayanan (X3) sebesar 0,600 yang berarti bahwa setiap penambahan 1 satuan nilai produk maka akan menaikkan minat menabung sebesar 0,600.

Berdasarkan hasil analisis kuesioner yang telah di sebar kepada masyarakat kelurahan Tomoni dapat di simpulkan bahwa karyawan membantu memberi solusi atas keluhan yang disarankan nasabah, serta memiliki wawasan yang luas mengenai perbankan.

4. Pengaruh promosi terhadap minat masyarakat Kelurahan Tomoni menabung pada bank syariah Indonesia

Berdasarkan nilai t-test pada kolom sig. untuk variabel promosi (X4) sebesar $0,007 < 0,05$ sedangkan $t_{hitung} 2,366 > t_{tabel} 1,98580$. Ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan

bahwa variabel produk berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat Kelurahan Tomoni menabung pada bank syariah Indonesia.

Dilihat dari nilai koefisien promosi (X4) sebesar 0,120 yang berarti bahwa setiap penambahan 1 satuan nilai produk maka akan menaikkan minat menabung sebesar 0,120.

Berdasarkan hasil analisis kuesioner yang telah di sebar kepada masyarakat kelurahan Tomoni dapat di simpulkan bahwa Perbankan syariah mampu menarik minat masyarakat untuk menabung di bank syariah Indonesia, dan juga bank syariah Indonesia mampu menawarkan produk menabung melalui sitem promosi dan juga melakukan sosialisasi secara langsung kepada masyarakat.

5. Pengaruh pengetahuan, produk, pelayanan dan promosi terhadap minat masyarakat Kelurahan Tomoni menabung pada bank syariah Indonesia

Berdasarkan hasil uji F, nilai $F_{hitung} 231,953 > F_{tabel} 2,70$. Hal tersebut berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa pengetahuan (X1), produk (X2), pelayanan (X3) dan promosi (X4) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat menabung (Y) masyarakat Kelurahan Tomoni pada bank syariah Indonesia.

6. Berdasarkan hasil perhitungan uji R^2 dapat dilihat besar kontribusi pengaruh pengetahuan (X1), produk (X2), pelayanan (X3) dan promosi (X4) terhadap minat menabung (Y) sebesar 0,903. Artinya, besarnya kemampuan variabel pengetahuan, produk, pelayanan dan promosi dalam

menjelaskan minat masyarakat Kelurahan Tomoni menabung pada bank syariah Indonesia adalah sebesar 90,3% sedangkan 9,7% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang diteliti.



BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan melalui tahap pengumpulan data, pengelolaan data dan analisis data mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat masyarakat Kelurahan Tomoni menabung pada bank syariah Indonesia, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh pengetahuan terhadap minat masyarakat Kelurahan Tomoni menabung pada bank syariah Indonesia. Pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat Kelurahan Tomoni menabung pada bank syariah Indonesia.
2. Terdapat pengaruh antara produk terhadap minat masyarakat Kelurahan Tomoni menabung pada bank syariah Indonesia. Produk berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat Kelurahan Tomoni menabung pada bank syariah Indonesia.
3. Terdapat pengaruh pelayanan terhadap minat masyarakat Kelurahan Tomoni menabung pada bank syariah Indonesia. Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat Kelurahan Tomoni menabung pada bank syariah Indonesia.
4. Terdapat pengaruh promosi terhadap minat masyarakat Kelurahan Tomoni menabung pada bank syariah Indonesia. Promosi berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat Kelurahan Tomoni menabung pada bank syariah Indonesia.

5. Pengetahuan, produk, pelayanan dan promosi secara bersama-sama memengaruhi variabel dependen minat menabung, besaran nilai R^2 adalah 0,903 atau 90,3% sedangkan 9,7% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang diteliti.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, peneliti akan memberikan kontribusi kepada masyarakat Kelurahan Tomoni

1. Bank Syariah Indonesia diharapkan agar lebih memperbanyak kantor cabang atau unit, sehingga wilayah yang terpencil lebih mudah untuk menjangkau bank syariah Indonesia tersebut.
2. Bagi peneliti selanjutnya agar dapat lebih menggali lagi mengenai faktor-faktor lainnya yang tidak terdapat pada penelitian ini agar lebih sempurna. Kemudian peneliti selanjutnya dapat menambah variabel penelitian dan memperluas ruang lingkup penelitian seperti area, wilayah ataupun pusat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abd.Kadir Arno, Ishak, Fasiha, “Jurnal Kajian Ilmu-ilmu Keislaman”, *The Performance of Competitiveness of Sharia Banking (Indonesia-Pakistan) Using Porter’s Diamond Theory*, Vol. 7 No. 2 (Desember 2021): <http://jurnal.iainpadangsidimpuan.ac.id/index.php/F/article/view/4188>
- Abdallah, M. & Isad, L. (2018). Analisis Minat Menabung Pada Bank Syariah Kalangan Siswa SMA di Kota Medan (Studi Kasus: Siswa Madrasah Aliyah Negeri. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan* 3(6),67. <https://www.neliti.com/publications/14859/analisis-minat-menabung-pada-bank-syariah-di-kalangan-siswa-sma-di-kota-medan-st>
- Abdul Rahman Saleh, A. R. & Muhibb, A. W. (2004). *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Prespektif Islam*. Jakarta: Prenada Media
- Ahmad Nurul Hamdani (2021), “*Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menabung di Bank Syariah Indonesia Sudirman Kc Tulungagung*”. Skripsi S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Ponorogo.
- Amirul Khusna (2023), “ *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menjadi Nasabah di Bank Syariah*”. Skripsi S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Arwan,(2017). *Minat Mahasiswa IAIN Palopo Terhadap Mata Kuliah Kewirausahaan*. Palopo: IAIN Palopo
- Deningra, C. (2019). *Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Nasabah*. Palopo: IAIN Palopo
- Djazulli, A. & Yadi, Y. (2016). *Lembaga-lembaga perekonomian Umat (sebuah pengenalan)*. Jakarta: Rajawali Press
- Echdar, S. (2017). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis*. Bogor:Ghalia Indonesia
- Fifi Nurhafifah (2021), “*Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Kecamatan Kuta Baro Kabupaten Aceh Besar Menabung Pada Bank Syariah*”. Skripsi S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
- Firdaus, M. NH, Dkk. (2016). *Konsep & Implementasi Bank Syariah*. Jakarta:

Renaissance

- Firmansya, M. R. (2016). *Pengaruh kualitas produk tabungan Wadi'ah terhadap keputusan Nasabah Menabung di BPRS Jabal Nur Surabaya*, Surabaya: UIN Sunan Ampel
- Fordebi, Adesy, Fasiha, "Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam", *Ekonomi Islam*, Cet.1(Jakarta:Rajawali Pers,2016), http://scholar.google.co.id/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=MkRGlucAAAAJ&citation_for_view=MkRGlucAAAAJ:Se3iqnhoufwC
- Kurniawan, H. (2021). *Pengantar Praktis penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta:CV Budi Utama
- Muhamad, (2005). *Bank Syariah*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Muhammad Syafi'i Antonio, M. S. (2001). *Bank Syari'ah Dari Teori Ke Praktik*. Jakarta: Gemainsani
- Muhammad, (2015). *Manajemen Bank Syariah*. Yogyakarta:UUP AMPYKPN
- Purnomo, S. D. Heru, C. Siti, A. M. (2021). Analisis Faktor-faktor yang Memengaruhi Minat Masyarakat di Bank Syariah pada Kabupaten Banyumas, *Jurnal Manajemen dan Sains* 6(2), 345 <http://jmas.unbari.ac.id/index.php/jmas/article/view/273>
- Redaksi Tim, *Kamus Filsafat dan Psikologi*
- Redaksi Tim, (2008). *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*. Ed.IV,Cet; Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Reski Amalia, R. (2017). Analisis Faktor- Faktor Yang Memengaruhi Minat Masyarakat Muslim Di Kecamatan Bara Mengambil Pembiayaan Pada Bank Syaraiah Di Kota Palopo. Palopo: IAIN Palopo
- RI, Al-Qur'an Kementrian Agama "Qur'an Kemenag RI". 2019, <https://quran.kemenag.go.id/surah/4/9>
- Rumiyanto, & Atik, S. W. (2005). *Manajemen dan Pelayanan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Shaleh, R. & Muhib, A. W. (2004). *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Persektif Islam*. Jakarta: Kencana
- Sjahdeini, S. R. (1991). *Perbankan Islam*. Jakarta: PT. Pustaka Utama Grafiti
- Sudarsono, (1993). *Kamus Filsafat dan Psikologi*, Cet, I; Jakarta: PT Rineka Cipta
- Sudarsono, *Kamus Filsafat dan Psikologi*

- Sugiyono, (2014). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kuantitatif R & D* Cet.20. Bandung:Alfabeta
- Sujarweni, W. (2014). *SPSS untuk Penelitian*, Ed.1. Yogyakarta: Pustaka Baru Press
- Supriadi & Ismawati, (2020). Implementasi Prinsip-Prinsip Perbankan Syariah Untuk Mempertahankan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 3(1),44-47, <http://jurnalnasional.ump.ac.id/index.php/JHES/issue/view/445>
- Susanto, A. (2013). *Teori Belajar dan Pembelajaran di Sekolah Dasar*. Jakarta:Prenamedia Group
- Syardiansah, (2016). Hubungan Motivasi dan Minat Belajar terhadap Prestasi Belajar Mahasiswa Mata Kuliah Pengantar Manajemen. *Jurnal Manajemen dan Keuangan* 5(1),444, <http://jurnal.unsam.ac.id/index.php/jmk/article/view/50>
- Tea, T. (2010). *Inspring Teaching: Mendidik Penuh Inspirasi*, Cet. I; Jakarta: Gemalnsani. 2010)
- Undang-undang Republik Indonesia Nomor 10 tahun 1998 Pasal 1 tentang Perbankan, 2.





LAMPIRAN 1
KUESIONER

**KUESIONER PENELITIAN SKRIPSI
ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
MASYARAKAT KELURAHAN TOMONI MENABUNG PADA BANK
SYARIAH**

Identitas Responden

Nama :
Alamat :
Jenis Kelamin : 1. Laki-laki
2. Perempuan
Usia :
Pekerjaan :
Sudah memiliki rekening Bank Syariah : Ya/Tidak

Petunjuk Pengerjaan

Pada skala ini Bapak/Ibu/Saudara(i) diminta untuk mengisi setiap pernyataan dengan memberi tanda (✓) pada salah satu dari 5 (lima) alternatif jawaban yang tersedia. Adapun alternatif jawaban adalah :

STS : Sangat Tidak Setuju (1)
TS : Tidak Setuju (2)
KS : Kurang Setuju (3)
S : Setuju (4)
SS : Sangat Setuju (5)

No	Pernyataan	Penilaian				
		STS	TS	KS	S	SS
A	Minat menabung					
1	Saya menabung di Bank Syariah Indonesia karena kemauan sendiri.					
2	Saya menabung di bank syariah Indonesia karena bank syariah Indonesia terbebas dari unsur riba.					
3	Saya menabung di bank syariah Indonesia karena ingin mendapatkan bagi hasil.					
4	Saya menabung di bank syariah					

	Indonesia karena kepuasan pelayanan yang saya dapatkan dari bank syariah Indonesia.					
5	Saya tertarik menabung di bank syariah Indonesia karena mempunyai banyak keunggulan, seperti gratis biaya Tarik tunai diseluruh ATM BSI					
6	Saya berminat untuk menggunakan bank syariah karena banyaknya informasi yang saya peroleh					
B	Pengetahuan					
1	Saya memiliki pengetahuan yang cukup tentang cara menabung berdasarkan tingkat pendidikan saya					
2	Saya mengetahui produk-produk penghimpunan dana di bank syariah Indonesia					
3	Saya memahami tata cara menabung di bank syariah Indonesia.					
4	Saya mengetahui bahwa produk di bank syariah Indonesia berpedoman pada prinsip-prinsip Islam.					
5	Saya menabung di bank syariah Indonesia karena mengetahui bank syariah Indonesia menggunakan system bagi hasil bukan system bunga					
C	Produk					
1	Produk-produk yang ditawarkan bank syariah menarik minat					
2	Bank syariah sering melakukan inovasi produk yang bisa menarik minat masyarakat/nasabah untuk menabung					
3	Produk bank syariah sudah bisa menjanjikan keuntungan yang besar					
4	Sudah banyak masyarakat yang memahami atau mengetahui produk-produk perbankan syariah					
5	Produk yang di tawarkan bank syariah sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masyarakat					

6	Bank syariah memasarkan produk dengan meningkatkan motivasi baru untuk mempercepat perkembangan produk perbankan					
D	Pelayanan					
1	Karyawan berpakaian seragam bersih dan berpenampilan rapi					
2	karyawan memperhatikan tata rias wajah, rambut dan aksesoris					
3	Karyawan membantu memberi solusi atas keluhan yang disarankan nasabah					
4	Karyawan memiliki wawasan luas mengenai perbankan					
5	Karyawan berdiri menyambut nasabah, memberi senyum dan salam, serta mempersilahkan duduk pada saat nasabah datang					
E	Promosi					
1	Iklan yang dibuat oleh perbankan syariah sangat menarik minat saya untuk menabung di bank syariah Indonesia					
2	Saya memilih menabung di bank syariah Indonesia karena promosi dari karyawan bank yang sangat baik.					
3	Bank syariah melakukan bersosialisasi secara langsung terhadap masyarakat yang ada dipedesaan					
4	Bank syariah tidak banyak atau jarang memberikan hadiah undian kepada nasabah yang telah lama menabung					
5	Saya tertarik menabung di bank syariah Indonesia karena ada undian					

LAMPIRAN 2

TABULASI JAWABAN RESPONDEN

Pengetahuan (X1)					
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total X1
5	5	5	5	5	25
5	4	5	5	5	24
4	4	4	5	5	22
5	4	5	5	4	23
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	5	21
4	4	4	5	4	21
4	3	3	3	3	16
4	4	4	4	5	21
5	4	3	4	4	20
5	5	5	5	5	25
2	4	4	4	4	18
5	5	5	5	4	24
4	4	4	4	4	20
4	5	5	4	5	23
4	4	4	4	3	19
4	5	3	4	2	18
5	5	5	5	3	23
5	4	2	4	3	18
3	4	3	4	4	18
4	4	4	4	5	21
4	4	4	4	5	21
3	3	3	4	5	18
5	5	4	5	4	23
4	4	3	5	4	20
5	3	4	4	5	21
3	3	4	4	4	18
5	5	5	5	4	24
3	3	4	3	4	17
5	4	5	4	4	22

3	4	4	4	5	20
5	4	4	3	3	19
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	1	21
4	4	5	5	3	21
4	4	3	3	5	19
3	4	4	4	4	19
5	5	3	4	5	22
5	5	3	4	5	22
5	5	5	5	5	25
4	4	5	4	5	22
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	3	3	4	4	18
4	4	5	3	3	19
4	4	4	4	2	18
4	4	4	4	3	19
5	5	5	5	5	25
3	5	3	5	4	20
3	4	5	3	3	18
5	4	3	4	5	21
4	4	3	4	4	19
4	3	4	3	5	19
4	4	3	3	4	18
4	5	4	4	5	22
4	5	4	3	4	20
4	4	4	5	5	22
5	5	4	5	5	24
4	4	4	5	4	21
4	4	5	5	2	20
4	4	4	4	5	21
4	4	4	4	5	21
4	4	5	5	3	21
4	4	3	4	5	20
5	4	4	4	3	20
4	4	4	5	4	21
4	4	4	4	5	21

4	4	5	5	5	23
4	4	4	3	4	19
5	5	4	5	4	23
3	3	3	5	5	19
4	5	5	4	3	21
3	3	4	4	4	18
3	3	4	4	4	18
4	4	5	3	2	18
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	3	19
4	4	4	5	4	21
4	4	3	4	5	20
4	4	5	3	3	19
4	4	4	4	5	21
4	5	5	3	4	21
5	4	4	4	4	21
4	4	4	5	5	22
4	4	4	5	4	21
4	4	5	5	5	23
4	4	5	4	4	21
5	4	5	5	5	24
5	5	5	3	3	21
4	5	5	3	5	22
4	4	4	3	4	19
4	5	4	4	3	20
5	5	5	5	4	24
4	4	4	4	5	21
5	5	5	5	4	24
4	5	5	3	5	22
5	4	4	4	5	22

Produk (X2)						
X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Total X2
5	5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	3	19
4	4	4	4	4	5	21

5	5	4	5	2	4	23
5	5	5	5	5	4	24
4	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	4	20
4	5	5	5	5	5	24
4	4	4	4	4	5	21
5	5	5	5	5	4	24
4	5	5	5	5	4	23
4	2	4	4	4	5	19
5	5	5	5	5	4	24
4	4	4	4	4	4	20
4	4	5	5	4	5	23
4	4	4	4	4	5	21
4	4	5	3	4	5	21
4	5	5	5	5	5	24
4	2	4	2	4	4	16
4	3	4	3	4	5	19
3	4	4	4	4	4	19
3	4	4	4	4	3	18
3	3	3	3	4	1	13
4	4	4	4	3	4	20
3	4	3	3	4	3	16
5	5	3	4	4	4	21
3	4	4	2	4	4	17
4	5	5	5	5	4	23
3	3	3	4	3	5	18
3	3	3	3	3	1	13
4	3	4	4	4	5	20
3	5	4	4	3	5	21
3	5	5	5	5	5	23
5	5	5	5	5	4	24
4	4	4	3	2	5	20
4	4	4	3	3	5	20
5	2	4	4	4	5	20
2	5	5	3	3	5	20
3	5	5	3	4	5	21
5	5	5	5	5	4	24
5	4	4	5	4	3	21

5	5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	5	25
3	3	3	3	3	4	16
5	4	4	5	3	4	22
4	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	5	21
5	5	5	5	5	5	25
3	3	3	3	3	3	15
4	3	4	4	4	4	19
4	5	4	3	4	3	19
4	4	4	3	4	4	19
3	4	3	4	3	5	19
3	4	4	3	3	5	19
3	4	5	4	4	4	20
4	4	5	4	3	5	22
5	4	4	4	5	4	21
5	5	5	4	5	4	23
5	4	4	4	5	4	21
4	4	4	5	5	5	22
4	4	4	4	4	5	21
5	4	4	4	4	4	21
5	4	4	5	5	5	23
2	4	4	4	4	5	18
4	5	4	4	4	4	21
3	4	4	4	5	5	20
4	4	4	4	4	5	21
5	4	4	5	5	5	23
3	4	4	4	3	5	20
4	5	5	4	5	5	23
3	3	3	3	5	5	17
4	4	5	5	4	5	23
4	3	3	4	4	5	19
4	3	3	4	4	5	19
4	4	4	5	3	4	21
4	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	5	21
4	4	4	4	2	4	20
4	4	4	3	4	5	20

4	4	4	5	3	5	22
4	4	4	4	4	5	21
4	4	5	5	3	4	22
5	5	4	4	4	5	23
3	4	4	4	5	5	20
4	4	4	4	5	5	21
3	4	4	5	5	5	21
4	4	4	5	4	4	21
4	5	4	5	5	5	23
4	5	5	5	3	5	24
5	4	5	5	3	5	24
3	4	4	4	3	5	20
4	4	5	4	4	5	22
5	5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	4	20
4	5	5	5	5	5	24
4	4	5	5	3	5	23
4	5	4	4	4	5	22

Pelayanan(X3)					Total X3	Promosi (X4)					Total X4
X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	
5	5	5	5	4	24	5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20
5	4	5	2	3	19	5	5	4	5	2	21
5	5	5	5	2	22	5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	4	24	4	5	5	5	5	24
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	2	22	4	5	5	5	5	24
2	4	4	4	4	18	4	2	4	4	4	18
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
4	5	5	4	4	22	4	4	5	5	4	22

4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20
4	5	3	4	4	20	4	4	5	3	4	20
5	5	5	5	4	24	4	5	5	5	5	24
2	4	2	4	2	14	4	2	4	2	4	16
3	4	3	4	4	18	4	3	4	3	4	18
4	4	4	4	3	19	3	4	4	4	4	19
4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	4	19
3	3	3	4	3	16	3	3	3	3	4	16
4	4	4	3	3	18	4	4	4	4	3	19
4	3	3	4	3	17	3	4	3	3	4	17
5	3	4	4	4	20	5	5	3	4	4	21
4	4	2	4	3	17	3	4	4	2	4	17
5	5	5	5	4	24	4	5	5	5	5	24
3	3	4	3	3	16	3	3	3	4	3	16
3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15
3	4	4	4	4	19	4	3	4	4	4	19
5	4	4	3	4	20	3	5	4	4	3	19
5	5	5	5	3	23	3	5	5	5	5	23
5	5	5	5	1	21	5	5	5	5	5	25
4	4	3	2	2	15	4	4	4	3	2	17
4	4	3	3	4	18	4	4	4	3	3	18
2	4	4	4	3	17	5	2	4	4	4	19
5	5	3	3	1	17	2	5	5	3	3	18
5	5	3	4	2	19	3	5	5	3	4	20
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
4	4	5	4	4	21	5	4	4	5	4	22
5	5	5	5	4	24	5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15
4	4	5	3	4	20	5	4	4	5	3	21
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15
3	4	4	4	3	18	4	3	4	4	4	19
5	4	3	4	3	19	4	5	4	3	4	20
4	4	3	4	4	19	4	4	4	3	4	19

4	3	4	3	3	17	3	4	3	4	3	17
4	4	3	3	3	17	3	4	4	3	3	17
4	5	4	4	3	20	3	4	5	4	4	20
4	5	4	3	4	20	4	4	5	4	3	20
4	4	4	5	4	21	5	4	4	4	5	22
5	5	4	5	4	23	5	5	5	4	5	24
4	4	4	5	4	21	5	4	4	4	5	22
4	4	5	5	4	22	4	4	4	5	5	22
4	4	4	4	5	21	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	4	21
4	4	5	5	4	22	5	4	4	5	5	23
4	4	3	4	4	19	2	4	4	3	4	17
5	4	4	4	4	21	4	5	4	4	4	21
4	4	4	5	4	21	3	4	4	4	5	20
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
4	4	5	5	5	23	5	4	4	5	5	23
4	4	4	3	4	19	3	4	4	4	3	18
5	5	4	5	5	24	4	5	5	4	5	23
3	3	3	5	3	17	3	3	3	3	5	17
4	5	5	4	5	23	4	4	5	5	4	22
3	3	4	4	4	18	4	3	3	4	4	18
3	3	4	4	4	18	4	3	3	4	4	18
4	4	5	3	4	20	4	4	4	5	3	20
4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
4	4	4	2	3	17	4	4	4	4	2	18
4	4	3	4	3	18	4	4	4	3	4	19
4	4	5	3	4	20	4	4	4	5	3	20
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
4	5	5	3	5	22	4	4	5	5	3	21
5	4	4	4	5	22	5	5	4	4	4	22
4	4	4	5	4	21	3	4	4	4	5	20
4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	5	21
4	4	5	5	4	22	3	4	4	5	5	21
4	4	5	4	5	22	4	4	4	5	4	21
5	4	5	5	4	23	4	5	4	5	5	23
5	5	5	3	5	23	4	5	5	5	3	22

4	5	5	3	4	21	5	4	5	5	3	22
4	4	4	3	5	20	3	4	4	4	3	18
4	5	4	4	4	21	4	4	5	4	4	21
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	4	24	4	5	5	5	5	24
4	5	5	3	4	21	4	4	5	5	3	21
5	4	4	4	5	22	4	5	4	4	4	21

Minat Menabung (Y)						Total Y
Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
5	4	5	2	5	4	25
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
2	4	4	4	2	4	20
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
4	5	5	4	4	5	27
4	4	4	4	4	4	24
4	5	3	4	4	5	25
5	5	5	5	5	5	30
2	4	2	4	2	4	18
3	4	3	4	3	4	21
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	4	3	3	19
4	4	4	3	4	4	23
4	3	3	4	4	3	21

5	3	4	4	5	3	24
4	4	2	4	4	4	22
5	5	5	5	5	5	30
3	3	4	3	3	3	19
3	3	3	3	3	3	18
3	4	4	4	3	4	22
5	4	4	3	5	4	25
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
4	4	3	2	4	4	21
4	4	3	3	4	4	22
2	4	4	4	2	4	20
5	5	3	3	5	5	26
5	5	3	4	5	5	27
5	5	5	5	5	5	30
4	4	5	4	4	4	25
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
3	3	3	3	3	3	18
4	4	5	3	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
3	3	3	3	3	3	18
3	4	4	4	3	4	22
5	4	3	4	5	4	25
4	4	3	4	4	4	23
4	3	4	3	4	3	21
4	4	3	3	4	4	22
4	5	4	4	4	5	26
4	5	4	3	4	5	25
4	4	4	5	4	4	25
5	5	4	5	5	5	29
4	4	4	5	4	4	25
4	4	5	5	4	4	26
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24

4	4	5	5	4	4	26
4	4	3	4	4	4	23
5	4	4	4	5	4	26
4	4	4	5	4	4	25
4	4	4	4	4	4	24
4	4	5	5	4	4	26
4	4	4	3	4	4	23
5	5	4	5	5	5	29
3	3	3	5	3	3	20
4	5	5	4	4	5	27
3	3	4	4	3	3	20
3	3	4	4	3	3	20
4	4	5	3	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	2	4	4	22
4	4	3	4	4	4	23
4	4	5	3	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	5	5	3	4	5	26
5	4	4	4	5	4	26
4	4	4	5	4	4	25
4	4	4	5	4	4	25
4	4	5	5	4	4	26
4	4	5	4	4	4	25
5	4	5	5	5	4	28
5	5	5	3	5	5	28
4	5	5	3	4	5	26
4	4	4	3	4	4	23
4	5	4	4	4	5	26
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	3	4	5	26
5	4	4	4	5	4	26

LAMPIRAN 3

HASIL UJI ANALISIS DATA

Uji validitas pengetahuan (X1)

		Correlations					
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total
X1.1	Pearson Correlation	1	.510**	.268**	.309**	.052	.669**
	Sig. (2-tailed)		.000	.008	.002	.614	.000
	N	97	97	97	97	97	97
X1.2	Pearson Correlation	.510**	1	.382**	.264**	-.002	.657**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.009	.987	.000
	N	97	97	97	97	97	97
X1.3	Pearson Correlation	.268**	.382**	1	.212*	-.068	.576**
	Sig. (2-tailed)	.008	.000		.037	.507	.000
	N	97	97	97	97	97	97
X1.4	Pearson Correlation	.309**	.264**	.212*	1	.160	.641**
	Sig. (2-tailed)	.002	.009	.037		.118	.000
	N	97	97	97	97	97	97
X1.5	Pearson Correlation	.052	-.002	-.068	.160	1	.468**
	Sig. (2-tailed)	.614	.987	.507	.118		.000
	N	97	97	97	97	97	97
Total	Pearson Correlation	.669**	.657**	.576**	.641**	.468**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	97	97	97	97	97	97

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uju validitas produk (X2)

		Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Total
X2.1	Pearson Correlation	1	.259*	.327**	.521**	.303**	.052	.633**
	Sig. (2-tailed)		.011	.001	.000	.003	.613	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
X2.2	Pearson Correlation	.259*	1	.591**	.459**	.300**	.137	.705**
	Sig. (2-tailed)	.011		.000	.000	.003	.180	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97

X2.3	Pearson Correlation	.327**	.591**	1	.493**	.323**	.304**	.772**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.001	.002	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
X2.4	Pearson Correlation	.521**	.459**	.493**	1	.318**	.216*	.792**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.002	.034	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
X2.5	Pearson Correlation	.303**	.300**	.323**	.318**	1	.110	.393**
	Sig. (2-tailed)	.003	.003	.001	.002		.284	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
X2.6	Pearson Correlation	.052	.137	.304**	.216*	.110	1	.518**
	Sig. (2-tailed)	.613	.180	.002	.034	.284		.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
Total	Pearson Correlation	.633**	.705**	.772**	.792**	.393**	.518**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	97	97	97	97	97	97	97

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

Uji validitas pelayanan (X3)

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Total
X3.1	Pearson Correlation	1	.591**	.459**	.300**	.182	.710**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.003	.075	.000
	N	97	97	97	97	97	97
X3.2	Pearson Correlation	.591**	1	.493**	.323**	.168	.706**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.001	.100	.000
	N	97	97	97	97	97	97
X3.3	Pearson Correlation	.459**	.493**	1	.318**	.423**	.781**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.002	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97
X3.4	Pearson Correlation	.300**	.323**	.318**	1	.223*	.636**
	Sig. (2-tailed)	.003	.001	.002		.028	.000
	N	97	97	97	97	97	97
X3.5	Pearson Correlation	.182	.168	.423**	.223*	1	.618**
	Sig. (2-tailed)	.075	.100	.000	.028		.000
	N	97	97	97	97	97	97

Total	Pearson Correlation	.710**	.706**	.781**	.636**	.618**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	97	97	97	97	97	97

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji validitas promosi (X4)

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	Total
X4.1	Pearson Correlation	1	.259*	.327**	.521**	.303**	.680**
	Sig. (2-tailed)		.011	.001	.000	.003	.000
	N	97	97	97	97	97	97
X4.2	Pearson Correlation	.259*	1	.591**	.459**	.300**	.720**
	Sig. (2-tailed)	.011		.000	.000	.003	.000
	N	97	97	97	97	97	97
X4.3	Pearson Correlation	.327**	.591**	1	.493**	.323**	.741**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.001	.000
	N	97	97	97	97	97	97
X4.4	Pearson Correlation	.521**	.459**	.493**	1	.318**	.785**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.002	.000
	N	97	97	97	97	97	97
X4.5	Pearson Correlation	.303**	.300**	.323**	.318**	1	.646**
	Sig. (2-tailed)	.003	.003	.001	.002		.000
	N	97	97	97	97	97	97
Total	Pearson Correlation	.680**	.720**	.741**	.785**	.646**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	97	97	97	97	97	97

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

Uji validitas minat Menabung (Y)

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Total
Y1	Pearson Correlation	1	.591**	.459**	.300**	1.000**	.591**	.849**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.003	.000	.000	.000

	N	97	97	97	97	97	97	97
Y2	Pearson Correlation	.591**	1	.493**	.323**	.591**	1.000**	.837**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.001	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
Y3	Pearson Correlation	.459**	.493**	1	.318**	.459**	.493**	.703**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.002	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
Y4	Pearson Correlation	.300**	.323**	.318**	1	.300**	.323**	.574**
	Sig. (2-tailed)	.003	.001	.002		.003	.001	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
Y5	Pearson Correlation	1.000**	.591**	.459**	.300**	1	.591**	.849**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.003		.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
Y6	Pearson Correlation	.591**	1.000**	.493**	.323**	.591**	1	.837**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000		.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
Total	Pearson Correlation	.849**	.837**	.703**	.574**	.849**	.837**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	97	97	97	97	97	97	97

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

Uji Realibilitas pengetahuan (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.523	5

Uji realibilitas produk (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.723	6

Uji realibilitas pelayanan (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.714	5

Uji realibilitas promosi (X4)

Reliability Statistics

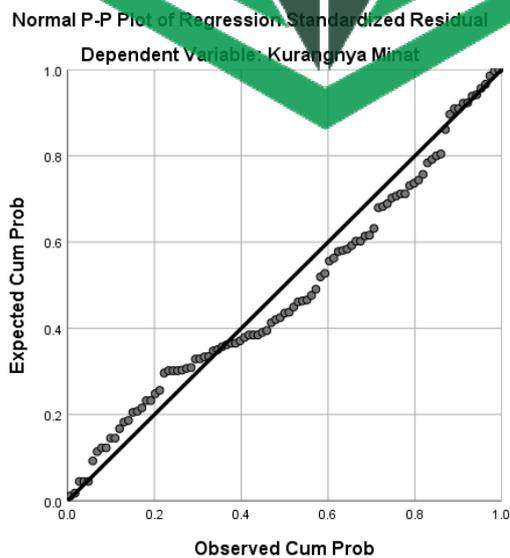
Cronbach's Alpha	N of Items
.734	5

Uji realibilitas minat Menabung (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.858	6

Uji Normalitas



Uji normalitas kolmogrov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.96296546
Most Extreme Differences	Absolute	.092
	Positive	.092
	Negative	-.076
Test Statistic		.092
Asymp. Sig. (2-tailed)		.044 ^c

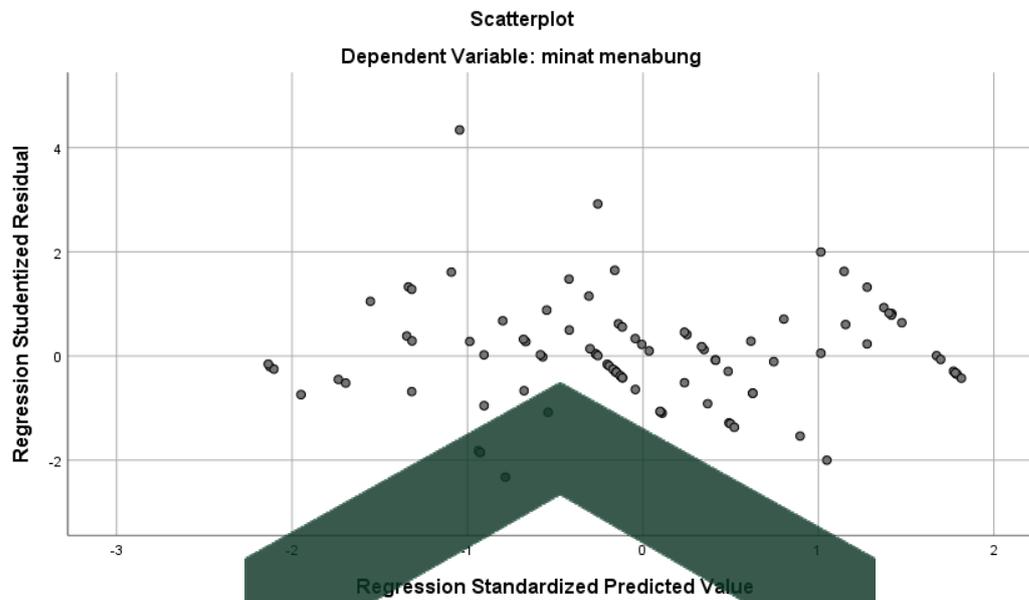
- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Uji Multikolinearitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t		Tolerance	VIF
1	(Constant)	-3,342	1,105		-3,024	0,003		
	Pengetahuan	0,254	0,065	0,168	3,905	0,000	0,571	1,751
	Poduk	0,395	0,194	0,299	4,208	0,000	0,210	4,770
	Pelayanan	0,600	0,195	0,476	6,432	0,000	0,188	5,322
	Promosi	0,230	0,077	0,270	3,001	0,002	0,220	4,540

a. Dependent Variable: Minat Minat

Uji Heteroskedastisitas



Uji Regresi linear berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error		
1	(Constant)	-2.398	1.076	-2.229	.028
	Pengetahuan	.193	.064	3.034	.003
	Poduk	.223	.102	2.189	.031
	Pelayanan	.380	.110	3.447	.001
	Promosi	.529	.144	3.676	.000

a. Dependent Variable: Minat Menabung

Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error		
1	(Constant)	-2.398	1.076	-2.229	.028
	Pengetahuan	.193	.064	3.034	.003

Produk	.223	.102	.168	2.189	.031
Pelayanan	.380	.110	.302	3.447	.001
Promosi	.529	.144	.421	3.676	.000

a. Dependent Variable: Minat Menabung

Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	938.855	4	234.714	242.568	.000 ^b
	Residual	89.021	92	.968		
	Total	1027.876	96			

a. Dependent Variable: Minat Menabung

b. Predictors: (Constant), Promosi, Pengetahuan, Poduk , Pelayanan

Uji R²

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.956 ^a	.913	.910	.984

a. Predictors: (Constant), Promosi, Pengetahuan, Poduk , Pelayanan

LAMPIRAN 4

R TABEL

Tabel r untuk df = 51 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2211	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1681	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

LAMPIRAN 5

T TABEL

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

Pr df	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66141	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

LAMPIRAN 6

F TABEL

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.09	2.69	2.46	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.94	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.94	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.94	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.94	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.94	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.94	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.94	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.94	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.94	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.94	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74

LAMPIRAN 7

SURAT IZIN MENELITI


PEMERINTAH KABUPATEN LUWU TIMUR
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Jln. Soekarno-Hatta | Tlp. +628 12345 777 56
email : dpmpstsp@luwutimurkab.go.id | website : dpmpstsp.luwutimurkab.go.id
MALILI, 92981

Malili, 29 Mei 2023

Nomor : 070/143/DPMPSTSP-LT/VI/2023
Kepada : Yth Camat Tomoni
Lampiran : - Di-
Perihal : Izin Penelitian Kab. Luwu Timur

Berdasarkan Surat Rekomendasi Tim Teknis Tanggal 29 Mei 2023 Nomor : 143/KesbangPol/VI/2023, tentang Izin Penelitian.

Dengan ini disampaikan bahwa yang tersebut namanya di bawah ini :

Nama : SARFIKA
Alamat : Jl Durian No. 162, Desa Buangin, Kec Towan
Tanggal / Tgl Lahir : Ponggi / 26 Agustus 2001
Pekerjaan : Pelajar/Mahasiswa
Nomor Telepon : 085931535623
Nomor Induk Mahasiswa : 1904020224
Program Studi : Perbankan Syariah
Lembaga : INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO

Bermaksud melakukan Penelitian di Daerah Instansi Bapak/Ibu sebagai syarat penyusunan Skripsi dengan Judul :
"ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KURANGNYA MINAT MASYARAKAT KELURAHAN TOMONI MENABUNG PADA BANK SYARIAH"
Mulai : 29 Mei 2023 s.d. 29 Juni 2023

Sehubungan hal tersebut di atas, pada prinsipnya Pemkab Luwu Timur dapat menyetujui kegiatan tersebut dengan ketentuan

- Mematuhi semua Peraturan-Perundang-Undangan yang berlaku, serta mengindahkan adat istiadat Daerah setempat.
- Menyerahkan 1 (satu) exemplar copy hasil "laporan kegiatan" selambat-lambatnya 7 (tujuh) hari setelah kegiatan dilaksanakan kepada Bupati Luwu Timur Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP Kabupaten Luwu Timur.
- Surat izin akan dicabut kembali dan dinyatakan tidak berlaku apabila ternyata pemegang surat izin tidak menaati ketentuan tersebut di atas.

Demikian disampaikan untuk diketahui.

A.n Bupati Luwu Timur
Kepala DPMPSTSP

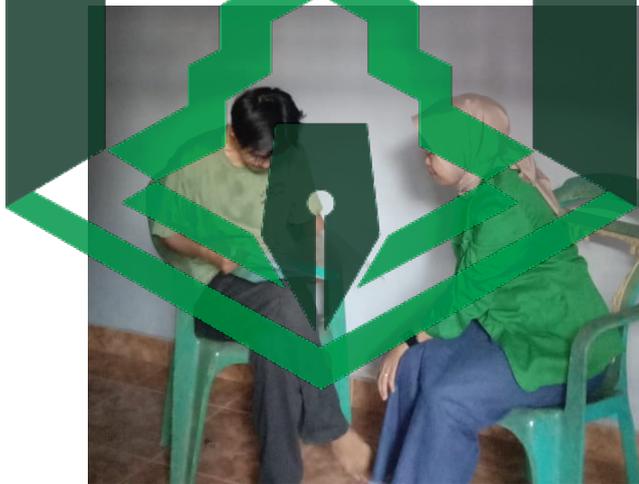


Andi Habil Unru,SE
Pangkat : Pembina Utama Muda (IV.c)
Nip : 19641231 198703 1 208

Tembusan :

- Bupati Luwu Timur (sebagai Laporan) di Malili;
- Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik di Malili;
- Sdr (i) SARFIKA di Tempat;
- Dekan INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO di Tempat.

LAMPIRAN 8
DOKUMENTASI





RIWAYAT HIDUP



Sarfika, Lahir di Ponggi pada tanggal 26 Agustus 2001. Penulis merupakan anak ke tiga dari lima bersaudara dari pasangan Sabbi MR dan Sanong, penulis berasal dari Mahalona, Kecamatan Towuti, Kabupaten Luwu Timur, Sulawesi Selatan. Pendidikan dasar penulis di SDN I Ponggi, Kabupaten Kolaka Utara, diselesaikan pada tahun 2013 kemudian ditahun yang sama saya menempuh Pendidikan di SMPN 3 Towuti, Kabupaten Luwu Timur diselesaikan pada tahun 2016. Ditahun yang sama saya melanjutkan Pendidikan di SMAN 13 Luwu Timur, diselesaikan pada tahun 2019. Kemudian pada tahun 2019 saya melanjutkan Pendidikan S1 Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo

Contact Person : Sarfika0224 mhs19@iainpalopo.ac.id

