

**PENGARUH PELAYANAN, PROMOSI, DAN LOKASI TERHADAP  
MINAT MENABUNG PADA BNI SYARIAH KCP TOMONI  
(Studi Masyarakat Kecamatan Wotu Kabupaten Luwu Timur)**



**IAIN PALOPO**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar Sarjana Ekonomi (SE)  
Pada Jurusan Perbankan Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo

Oleh

**JUNADIA**

**NIM: 15.0402.0067**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUTAGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO  
2019**

**PENGARUH PELAYANAN, PROMOSI, DAN LOKASI TERHADAP  
MINAT MENABUNG PADA BNI SYARIAH KCP TOMONI  
(Studi Masyarakat Kecamatan Wotu Kabupaten Luwu Timur)**



**IAIN PALOPO**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar Sarjana Ekonomi (SE)  
Pada Jurusan Perbankan Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo

Oleh

**JUNADIA**

**NIM: 15.0402.0067**

Dibimbing Oleh

**1. Burhan Rifuddin, SE., MM**

**2. Hendra Safri, S.E., M.M.**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUTAGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO  
2019**

**PENGESAHAN SKRIPSI**

Skripsi yang berjudul "Pengaruh Layanan, Promosi dan Lokasi terhadap Minat Menabung pada BNI Syariah KCP Tomoni (Studi pada Masyarakat Kecamatan Wotu Kabupaten Luwu Timur)" yang ditulis oleh Junadia, NIM. 15 0402 0067 Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, yang dimusyawahkan pada hari Selasa, tanggal 03 September 2019 M. bertepatan dengan 02 Muharram 1441 H. telah diperbaiki sesuai dengan catatan dan permintaan tim penguji, dan diterima sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Palopo, 22 Oktober 2019 M  
23 Shafar 1441 H

**TIM PENGUJI**

- |                                    |                   |         |
|------------------------------------|-------------------|---------|
| 1. Dr. Hj. Ramlah M, M.M.          | Ketua Sidang      | (.....) |
| 2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, M.A.  | Sekretaris Sidang | (.....) |
| 3. Muzayyannah Jabbari, S.T., M.M. | Penguji I         | (.....) |
| 4. Dr. Baso Hasyim, M. Soc.I.      | Penguji II        | (.....) |
| 5. Burhan Rifoddin, S.E., M.M.     | Pembimbing I      | (.....) |
| 6. Hendra Safri, S.E., M.M.        | Pembimbing II     | (.....) |

**Mengetahui**

Ketua Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Hj. Ramlah M, M.M.  
NIP. 19610208 199403 2 001

Ketua Program Studi Perbankan Syariah

Hendra Safri, S.E., M.M.  
NIP. 19861020 201303 1 001

### PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : JUNADIA  
NIM : 15 0402 0067  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Prodi : Perbankan Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini benar hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan atau karya orang lain, yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang diujarkan sumbernya. Segala kekeliruan yang ada di dalamnya adalah kekeliruan saya.

Demikian pernyataan ini dibuat sebagaimana mestinya. Apabila dikemudian hari pernyataan saya ternyata tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Palopo, 08 Juli 2019

Pernyataan  
  
JUNADIA  
NIM: 15 0402 0067

NOTA DINAS PENGUJI

Palopo, 17 Agustus 2019

Lampiran :-

Hal : Skripsi

Kepada Yth.

Di-

Palopo

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Setelah melakukan bimbingan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : JUNADIA

NIM : 15 0402 0067

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Prodi : Perbankan Syariah

Judul : *"Pengaruh Pelayanan, Promosi, dan Lokasi Terhadap Minat Memiliki BNI Syariah KCP Tomoni (Studi Masyarakat Kecamatan Wata Kabupaten Luwu Timur)"*

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah layak diajukan di Ujian Munqasyah demikian untuk diproses selanjutnya.

Demikian untuk diproses selanjutnya.

*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Penguji I

*Muzayyidah Jahani, ST., M.M*  
NIP: 19750104 200501 2 003

NOTA DINAS PENGUJI

Palopo, 17 Agustus 2019

Lampiran :-

Hal : Skripsi

Kepada Yth.

Di-

Palopo

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Setelah melakukan bimbingan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : JUNADIA

NIM : 15 0402 0067

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Prodi : Perbankan Syariah

Judul : *"Pengaruh Pelayanan, Promosi, dan Lokasi Terhadap Minat Memilih BNI Syariah KCP Tomoni (Studi Masyarakat Kecamatan Wotu Kabupaten Luwu Timur)"*

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah layak diujikan di Ujian Munaqasyah demikian untuk diproses selanjutnya.

Demikian untuk diproses selanjutnya.

*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Penguji II

  
Dr. Baso Hasyim, M.Sos.I.  
NIP:19701217 199803 1 009

**PERSETUJUAN PENGUJI**

*Skripsi berjudul "Pengaruh Pelayanan, Promosi, dan Lokasi Terhadap Minat Menabung pada BNI syariah KCP Tomoni (Studi Masyarakat Kecamatan Wotu Kabupaten Luwu Timur)."*

Yang ditulis oleh :

Nama : JUNADIA

NIM : 15-0402-0067

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Prodi : Perbankan Syariah

Disetujui untuk diajukan pada ujian Munasqiyah.

Demikian untuk diproses selanjutnya.

Palopo, 17 Agustus 2019

Penguji I

Penguji II

Muzayyidah Jahani, ST., M.M  
NIP.19750104 200501 2 003

Dr. Baso Hasyim, M.Sos.I  
NIP. 19701217 199803 1 009

NOTA DINAS PEMBIMBING

Paicpa, 17 Agustus 2019

Lampiran : -

Hal : Skripsi

Kepada Yth.

Di-

Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah melakukan bimbingan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Junadia

NIM : 1504020067

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Prodi : Perbankan Syariah

Judul Skripsi : *"Pengaruh Pelayanan, Promosi, dan Lokasi Terhadap Minat Menabung pada BNI Syariah KCP Tomani (Studi Masyarakat Kecamatan Wotu Kabupaten Luwu Timur)"*

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah layak untuk diujikan di ujian munaqayah demikian untuk diproses selanjutnya.

Demikian untuk diproses selanjutnya.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Pembimbing I

  
**Burhan Rifuddin, SE, MM**  
NIP. 19670311 199803 1 001

NOTA DINAS PEMBIMBING

Palopo, 17 Agustus 2019

Lampiran : -

Hal : Skripsi

Kepada Yth.

Di-

Tempat

*Assalamu alaikum Wr. Wb.*

Setelah melakukan bimbingan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Junaidia

NIM : 1504020067

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Prodi : Perbankan Syariah

Judul Skripsi : *"Pengaruh Pelayanan, Promosi, dan Lokasi Terhadap Minat Menabung pada BNI Syariah KCP Tamani (Studi Masyarakat Kecamatan Wotu Kabupaten Luwu Timur)"*

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah layak untuk diajukan di ujian munaqasyah demikian untuk diproses selanjutnya.

Demikian untuk diproses selanjutnya.

*Wassalamu alaikum Wr. Wb.*

Pembimbing II

  
**Hendra Safri, S.E., M.M.**  
NIP. 19861020 201503 1 001

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

*Skripsi berjudul "Pengaruh Pelayanan, Promosi, dan Lokasi Terhadap Minat Menabung pada BNI Syariah KCP Tomoni (Studi Masyarakat Kecamatan Wotu Kabupaten Luwu Timur)."*

Yang ditulis oleh :

Nama : JUNADIA  
NIM : 15 0402 0067  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Prodi : Perbankan Syariah

Disetujui untuk diajukan pada Ujian Munasqasyah.

Demikian untuk diproses selanjutnya.

Palopo, 17 Agustus 2019

Pembimbing I



**Burhan Rifuddin, SE., MM**  
NIP. 19670311 199803 1 001

Pembimbing II

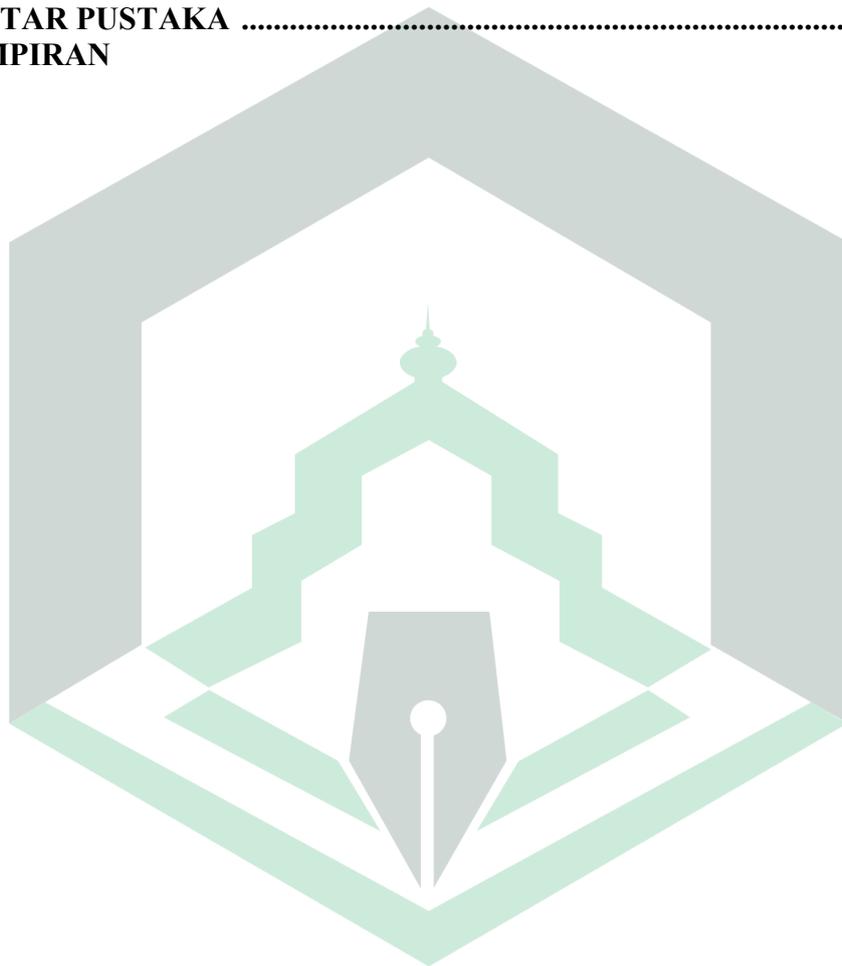


**Hendra Safril, S.E., M.M**  
NIP. 19861020 201503 1 001

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	<b>iii</b>
<b>NOTA DINAS PENGUJI</b> .....	<b>iv</b>
<b>PERSETUJUAN PENGUJI</b> .....	<b>vi</b>
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING</b> .....	<b>vii</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR SINGKATAN DAN SIMBOL</b> .....	<b>xvi</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>xix</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Manfaat Penelitian .....	10
E. Uji Hipotesis .....	10
F. Definisi Operasional Variabel.....	11
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>13</b>
A. Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	13
B. Kajian Pustaka.....	15
C. Kerangka Fikir .....	28
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>31</b>
<b>A. Pendekatan dan Jenis Penelitian</b> .....	<b>31</b>
a. Pendekatan Penelitian.....	31
b. Jenis Penelitian .....	31
B. Lokasi Penelitian.....	32
C. Populasi dan Sampel .....	32
D. Sumber Data dan Variabel Penelitian .....	33
E. Teknik Pengumpulan Data.....	34
F. Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data.....	36
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>43</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	43
1. Sejarah BNI Syariah KCP Tomoni .....	43
2. Status Operasional BNI Syariah KCP Tomoni .....	43

3. Visi dan Misi BNI Syariah.....	43
B. Deskripsi Responden.....	47
C. Analisis Data.....	50
D. Pembahasan.....	65
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>72</b>
A. Kesimpulan .....	72
B. Saran .....	73
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>74</b>
<b>LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Rekap Hasil Uji Validitas Pernyataan .....	38
Tabel 4.2	Luas Wilayah Kecamatan Wotu .....	45
Tabel 4.3	Nama-nama Kepala Desa Kecamatan Wotu .....	46
Tabel 4.4	Jumlah Sarana Pendidikan di Kec. Wotu .....	46
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Tingkat Pendidikan.....	48
Tabel 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	49
Tabel 4.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	49
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Variabel Pelayanan (X1) .....	51
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X2).....	52
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi (X3).....	53
Tabel 4.12	Hasil Uji Validitas (Y).....	53
Tabel 4.13	Hasil Uji Reliabilitas .....	55
Tabel 4.14	Hasil Uji <i>Normalitas Kolmogorof Statistics Test</i> .....	56
Tabel 4.15	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	56
Tabel 4.16	Hasil Uji Linearitas Anova Table.....	57
Tabel 4.17	<i>Coefficients (a)</i> .....	59
Tabel 4.18	Hasil Uji Simultan (Uji f) .....	61
Tabel 4.19	Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji t) .....	63
Tabel 4.20	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	65

## Daftar Gambar

Gambar 4.1 Kerangka Fikir.....	29
Gambar 4.2 Struktur Organisasi.....	44



## PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi adalah mengalihaksarakan suatu tulisan kedalam aksara lain. Misalnya, dari aksara Arab ke aksara Latin.

Berikut ini adalah surat keputusan bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543 b/u/1997 tentang Transliterasi Arab-Latin yang peneliti gunakan dalam penulisan skripsi.

### 1. Konsonan

Daftar huruf bahasa Arab dan Transliterasinya kedalam huruf latin dapat dilihat dibawah ini:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	-	-
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Sa'	Ṣ	Es dengan titik di bawah
ج	Jim	J	Je
ح	Ha'	Ḥ	Ha dengan titik di bawah
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ẓal'	Ẓ	Zet dengan titik di atas

ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Ṣad	Ṣ	Es dengan titik di bawah
ض	Ḍaḍ	Ḍ	De dengan titik di bawah
ط	Ṭa	Ṭ	Te dengan titik di bawah
ظ	Ẓa	Ẓ	Zet dengan titik di bawah
ع	'Ain	'	Komaterbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Fa
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En

و	Wau	W	We
هـ	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

## 2. Vokal

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

<b>Tanda vokal</b>	<b>Nama</b>	<b>Latin</b>	<b>keterangan</b>
ā	<i>Fathah</i>	A	ā
ī	<i>Kasrah</i>	I	ī
ū	<i>Dammah</i>	U	ū

## DAFTAR SINGKATAN DAN SIMBOL

<b>Simbol</b>	<b>Keterangan</b>
HRD	Human Resource Development
IAIN	Institut Agama Islam Negeri Palopo
TQM	Total Quality Management
SPSS	Statistical Package for Sosial Science
x	Kali
-	Kurang
:	Bagi
<	Kurang dari
>	Lebih dari
=	Sama dengan
+	Tambah
X	Variabel
X1	Variabel
Y	Variabel
%	Persen

$\leq$	Tidak lebih dari atau kurang dari atau sama dengan
$\geq$	Tidak kurang dari atau lebih dari atau sama dengan
$\neq$	Tidak sama dengan
$H_0$	Hipotesis nol
$H_1$	Hipotesis Satu
$H_2$	Hipotesis dua
KD	Koefisien Determinasi
$r_{11}$	Reabilitas instrument
a	Konstanta
$b_1$	Koefisien
$b_2$	Koefisien
e	Batas toleransi kesalahan
e	Eror
N	Jumlah subjek atau responden

## ABSTRAK

**JUNADIA, 2019. “Pengaruh Pelayanan, Promosi, dan Lokasi Terhadap Minat Menabung pada BNI Syariah KCP Tomoni (Studi Masyarakat Kecamatan Wotu Kabupaten Luwu Timur)”**.Skripsi Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, Pembimbing (I)Burhan Rifuddin, S.E., MM dan pembimbing (II)Hendra Safri.,SE.,M.M.

**Kata Kunci : Pelayanan, Promosi, Lokasi, Minat Menabung**

Skripsi ini membahas masalah tentang bagaimana pengaruh pelayanan, promosi, dan lokasi bank syariah terhadap minat menabung masyarakat Kecamatan Wotu Kabupaten Luwu Timur memilih Bank BNI Syariah?. Sedangkan tujuan dari penelitian ini adalah ingin mengetahui bagaimana pengaruh dari pelayanan,promosi, dan lokasi bank syariah terhadap minat menabung Masyarakat Kecamatan Wotu Kabupaten Luwu Timur memilih BNI Syariah.

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kecamatan Wotu Kabupaten Luwu Timur. Dalam penelitian ini diambil sampel sebanyak 100 responden dengan metode kuesioner dan observasi terhadap masyarakat Kecamatan Wotu Kabupaten Luwu Timur. Metode analisis yang digunakan adalah uji instrument pertanyaan dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas, uji variabel dan analisis regresi serta uji hipotesis dengan uji parsial (*uji T*), uji simultan (*uji F*) dan koefisien determinasi menggunakan sebuah alat pengolahan data menggunakan SPSS.

Berdasarkan uji T menunjukkan bahwa variabel pelayanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap minat menabung (Y), variabel promosi (X2) tidak berpengaruh terhadap minat menabung (Y), dan variabel lokasi (X3) berpengaruh signifikan terhadap minat menabung (Y).

Berdasarkan uji F menunjukkan bahwa variabel independen (pelayanan, promosi, dan lokasi) secara bersama-sama memengaruhi variabel dependen (minat menabung) secara signifikan.

## PRAKATA



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

*Assalamualaikum Warohmatullahi Wabarakatu*

Tiada kalimat yang mampu terucap selain lafadz Alhamdulillah kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah, kesehatan, dan kekuatan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul:

**“Pengaruh Pelayanan, Promosi, dan Lokasi terhadap Minat Menabung pada BNI Syariah KCP Tomoni (Studi Masyarakat Kecamatan Wotu Kabupaten Luwu Timur)”**.

Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk melengkapi dan memenuhi sebagai persyaratan untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi dalam program studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo.

Tidak dapat dipungkiri bahwa selama penulisan skripsi ini terdapat berbagai kendala yang dihadapi penulis. Akan tetapi berkat izin dan pertolongan Allah SWT, kemudian bantuan dari berbagai pihak, maka semua kendala tersebut dapat dilalui dengan semangat, ketulusan dan kesabaran. Oleh karena itu penulis patut menyampaikan penghargaan dan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak karena sedikit banyaknya bantuan mereka semua telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih dan penghargaan yang tidak terhingga kepada orang tuaku Ayahanda tercinta ALWI ANNAS, Ibunda tercinta NASRIAH, saudara-saudari saya yang selalu mendukung dan memberikan kasih sayang, doa, dan motivasi selama penulisan skripsi dan seluruh rumpun keluarga besar yang selalu memberikan senyum semangat dalam hidup penulis.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Rektor IAIN Palopo, Dr. Abdul Pirol M.Ag. Wakil Rektor I, Dr. H.

Muammar Arafat, M.H. Wakil Rektor II, Dr. Ahmad Syarief Iskandar

S.E.,M.M dan Wakil Rektor III, Dr. Muhaemin, M.A. yang telah membina

dan berupaya meningkatkan mutu perguruan tinggi, tempat penulis menimba ilmu pengetahuan.

2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo, Dr. Hj. Ramlah Makkulase, M.M. Wakil Dekan I, Muhammad Ruslan Abdullah, S.E.I., M.A. Wakil Dekan II, Tadjuddin, S.E., M.Si., Ak., CA. Wakil Dekan III, Takdir, S.H., M.H. dan ketua Program Studi Perbankan Syariah, Hendra Safri, S.E., M.M.
3. Pembimbing I, Burhan Rifuddin, SE., M.M. dan Hendra Safri, S.E., M.M. selaku pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan arahnya kepada penulis dalam menyusun skripsi ini hingga diujikan.
4. Bapak Ibu Dosen dan staf yang ada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah banyak membantu, memberikan ilmu, nasehat dan motivasi kepada penulis.
5. Kepala perpustakaan IAIN Palopo beserta stafnya, yang telah membantu dalam memfasilitasi referensi yang dibutuhkan, baik dalam proses penyelesaian tugas perkuliahan, dan khususnya dalam mengumpulkan buku-buku/literatur yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini.
6. Pemerintah Kabupaten Luwu Timur yang telah memberikan beasiswa selama proses penyelesaian studi.
7. Seluruh keluarga besar penulis yang selalu memberikan kasih sayang dan motivasi dan memberikan dukungan moril maupun materil kepada penulis.

8. Kepada Sahabat penulis, Isnaeni, Harma Jalil, Herni, Marni dan teman-teman seperjuangan di PK. IMM Syafii Maarif 2017-2018 yang selalu memberikan bantuan, motivasi, semangat dan canda kepada penulis.
9. Terkhusus kepada kakak Riskawati Harfin yang selalu memberikan motivasi kepada penulis.
10. Kepada teman-teman seperjuangan Pimpinan Cabang Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM) kota palopo 2018-2019 dan seluruh kader IMM yang selalu memberikan motivasi kepada penulis.
11. Kepada teman-teman seperjuangan pengurus HMPS Perbankan Syariah periode 2018-2019 yang selalu mendoakan dan memberi motivasi kepada penulis.
12. Kepada teman-teman kelasku keluarga besar kelas Perbankan Syariah B angkatan 2015 yang selalu memberikan dukungan dan doa kepada penulis.
13. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian dalam skripsi ini.
14. Semua pihak yang membantu dalam proses penelitian dan proses penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari bahwa dalam penelitian skripsi ini masih banyak ditemukan kesalahan dan kekurangan serta masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu saran dan kritik dari berbagai pihak sangat diharapkan. Semoga tulisan ini bermanfaat bagi kita semua.

Palopo, 03 September 2019

Penyusun,

**JUNADIA**  
**NIM: 15 0402 0067**

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Masyarakat di negara maju dan berkembang sangat membutuhkan bank sebagai tempat untuk melakukan transaksi keuangannya. Mereka menganggap bank merupakan lembaga keuangan yang aman dalam melakukan berbagai macam aktivitas keuangan. Aktivitas keuangan yang sering dilakukan yaitu aktivitas menyimpan dan menyalurkan dana.<sup>1</sup>

Dalam ajaran Islam, Allah menciptakan alam semesta dan isinya. Namun untuk memperoleh hasil ciptaannya, ada yang dapat langsung kita nikmati, dan ada yang perlu dilakukan upaya keras untuk mendapatkannya. Sumber daya alam di bumi dan di langit itu tidak terbatas, namun kemampuan manusia yang terbatas, sehingga manusia tidak mampu untuk mengambil semua harta yang telah tersedia di bumi.

Di dalam al-quran dijelaskan mengenai sumber daya alam yaitu QS.Al-Baqarah:29.<sup>2</sup> Ekonomi syariah yaitu perekonomian yang mengedepankan nilai-nilai agama serta etika dalam bermuamalah, yang memberikan nilai keuntungan secara adil dalam kedua belah pihak bukan kepada satu pihak saja. Dasar perbankan syariah mengacu pada ajaran agama Islam yang bersumber pada al-quran,

---

<sup>1</sup>Ismail, *Perbankan Syariah*, ( Ed. 1. Cet, V; Jakarta:Kencana, 2007), h.29

<sup>2</sup>QS.Al-Baqarah:29

hadist, dan ijtihad.<sup>3</sup> Riba adalah tambahan yang diambil atas adanya suatu piutang antara dua pihak atau lebih yang telah diperjanjikan pada saat awal dimulainya perjanjian.

Bunga sesungguhnya tidak dapat meningkatkan kesejahteraan rakyat baik secara individu maupun nasional.<sup>4</sup> Allah melarang hambanya untuk melakukan kegiatan yang haram termasuk riba adalah perbuatan yang diharamkan oleh Allah sesuai dengan turunnya wahyu tentang riba, terdiri dari beberapa kali, yaitu dalam QS.Ar-Rum:39,

وَمَا رِبَاكَ زَادَ اللَّهُ عَلَيْكَ خَيْرًا مِمَّا رِبَاكَ زَادَ عَلَيْكَ إِلَّا خَسْرًا  
 وَمَا رِبَاكَ زَادَ اللَّهُ عَلَيْكَ خَيْرًا مِمَّا رِبَاكَ زَادَ عَلَيْكَ إِلَّا خَسْرًا  
 وَمَا رِبَاكَ زَادَ اللَّهُ عَلَيْكَ خَيْرًا مِمَّا رِبَاكَ زَادَ عَلَيْكَ إِلَّا خَسْرًا  
 وَمَا رِبَاكَ زَادَ اللَّهُ عَلَيْكَ خَيْرًا مِمَّا رِبَاكَ زَادَ عَلَيْكَ إِلَّا خَسْرًا  
 وَمَا رِبَاكَ زَادَ اللَّهُ عَلَيْكَ خَيْرًا مِمَّا رِبَاكَ زَادَ عَلَيْكَ إِلَّا خَسْرًا

Terjemahnya:

“dan sesuatu Riba (tambahan) yang kamu berikan agar Dia bertambah pada harta manusia, maka riba itu menamba pada sisi Allah. Apa yang kamu berikan berupa zakat yang kamu maksudkan untuk mencapai keridhaan Allah, maka (yang berbuat demikian) itulah orang-orang yang melipat gandakan (pahalanya)”.<sup>5</sup> Sebagaimana berdasarkan dalil Q.S Ar Rum:39

وَمَا رِبَاكَ زَادَ اللَّهُ عَلَيْكَ خَيْرًا مِمَّا رِبَاكَ زَادَ عَلَيْكَ إِلَّا خَسْرًا  
 وَمَا رِبَاكَ زَادَ اللَّهُ عَلَيْكَ خَيْرًا مِمَّا رِبَاكَ زَادَ عَلَيْكَ إِلَّا خَسْرًا  
 وَمَا رِبَاكَ زَادَ اللَّهُ عَلَيْكَ خَيْرًا مِمَّا رِبَاكَ زَادَ عَلَيْكَ إِلَّا خَسْرًا  
 وَمَا رِبَاكَ زَادَ اللَّهُ عَلَيْكَ خَيْرًا مِمَّا رِبَاكَ زَادَ عَلَيْكَ إِلَّا خَسْرًا  
 وَمَا رِبَاكَ زَادَ اللَّهُ عَلَيْكَ خَيْرًا مِمَّا رِبَاكَ زَادَ عَلَيْكَ إِلَّا خَسْرًا

Terjemahnya :

<sup>3</sup>Nasf'an, *Pembiayaan Musyarakah dan Mudharabah*, (Yogyakarta:Graha Ilmu, 2014),h.

<sup>4</sup>Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: PT Kharisma Putra Utama, 2017), h. 18

<sup>5</sup>Quran in Word Ver 1.2.0 Crested by Mohamad Taufiq

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan Riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan”. (Ali-Imron:130)<sup>6</sup>

Yang dimaksud Riba disini ialah riba nasi'ah. Menurut sebagian besar ulama bahwa riba nasi'ah itu selamanya haram, walaupun tidak berlipat ganda. Riba itu ada dua macam yaitu nasi'ah dan fadh'l. Riba yang dimaksud dalam ayat ini riba nasi'ah yang berlipat ganda yang umum terjadi dalam masyarakat Arab zaman jahiliyah.

QS.An-Nisa:161.<sup>7</sup>



Terjemahnya:

“Dan disebabkan mereka memakan riba, padahal sesungguhnya mereka telah dilarang dari padanya, dan karena mereka memakan harta benda orang dengan jalan yang batil. Kami telah menyediakan untuk orang-orang yang kafir diantara mereka itu siksa yang pedih”.

Larangan riba juga dapat ditemukan dalam hadis Rasulullah SAW. Dalam Hadis juga menjelaskan secara gamblang larangan riba bagi ummat Islam.

حَدَّثَنَا هُشَيْمٌ أَخْبَرَنَا أَبُو الزُّبَيْرِ عَنْ جَابِرٍ قَالَ لَعَنَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَكِلَ الرِّبَا  
وَمُؤْكِلَهُ وَكَاتِبِيَهُ وَشَاهِدِيَهُ وَقَالَ هُمْ سَوَاءٌ

“Telah menceritakan kepada kami Husyaim telah mengabarkan kepada kami Abu A Zubair dari Jabir dia berkata, “Rasulullah shallallahu ‘alaihi wasallam melaknat pemakan riba, orang yang menyuruh makan riba, juru tulisnya dan saksi-saksinya.” Dia berkata, “Mereka semua sama”.<sup>8</sup>

<sup>6</sup>Depag RI, 1990, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Jakarta: Yayasan Penyelenggara Peterjemahan Al-Qur'an.

<sup>7</sup>Q.S.An-Nisa:161

<sup>8</sup>Shahih Muslim/Abu Husain Muslim bin Hajjaj Alqusyairi Annaisaburi, Darur Fikri: Bairut-Libanon, 1993 M

Bank merupakan lembaga keuangan yang berfungsi menghimpun dana dari masyarakat, menyalurkan dana kepada masyarakat, dan juga memberikan pelayanan dalam bentuk jasa-jasa perbankan.

Fungsi utama pada bank syariah terbagi menjadi tiga yaitu pengumpulan dana dari masyarakat berupa titipan dan investasi kepada pihak ketiga, menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan dana dari bank serta memberikan pelayanan berupa jasa perbankan syariah.<sup>9</sup>

Bank merupakan unit usaha yang khusus karena jalannya kegiatan operasionalnya tergantung pada sumber dana dari masyarakat. Maka, kelangsungan hidup suatu bank ditentukan oleh kepercayaan masyarakat terhadap lembaga tersebut.<sup>10</sup>

Bank syariah secara operasional berbeda dengan bank konvensional sesuai dengan akad-akad yang diperjanjikan. Menurut Undang-Undang perbankan nomor 10 tahun 1998 yaitu segala sesuatu yang menyangkut tentang bank, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.<sup>11</sup>

Bank syariah yaitu bank yang dalam pelaksanaannya, segala aktifitasnya berdasarkan dan berusaha sesuai prinsip syariah (Islam). Hal ini yang paling membedakan dan menjadi kelebihan dari konsep bagi hasil adalah konsep ini lebih menekankan pada kemaslahatan umat manusia, sedangkan konsep bunga lebih mementingkan pemenuhan pribadi tanpa memperhatikan dampak sosial

---

<sup>9</sup>*Ibid*, h. 39

<sup>10</sup>Veithzal, (dkk), *Bank and financial institution management*, (Bandung: Pt Rajagrafindo persada,2007), h.110

<sup>11</sup><http://www.jdih.kemenkeu.go.id/fulltext/1997/10Tahun~1998UU.htm> diakses 5 juli 2018 pukul 11:29



kepada Allah. Barang siapa yang mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal didalamnya”.

Cikal bakal perbankan syariah, sebenarnya telah dimulai setelah perang dunia kedua, dimana para cendekiawan muslim mulai mempertanyakan praktik riba dalam perbankan konvensional, namun dalam usaha awal ini para sarjana muslim belum mampu menjawab pertanyaan kalau bunga adalah riba dan harus dihilangkan, apa gantinya dan bagaimana bisa mengubahnya? Baru pada tahun 1963 perbankan syariah pertama didirikan di Mesir dengan nama *Mit Ghamr Local Saving Bank* yang menerapkan sistem bagi hasil, pada awalnya berdiri bank ini disambut hangat oleh pelaku ekonomi di Mesir, namun sayang kejadian pada tahun 1967 terjadi kekacauan politik yang mengakibatkan *Mit Ghamr* diambil alih oleh *Bank of Egypt* yang beroperasi menggunakan bunga.<sup>13</sup>

Berkembangnya bank-bank syariah di negara-negara Islam berpengaruh ke Indonesia. Pada awal periode 1980-an, diskusi mengenai bank syariah sebagai pilar ekonomi Islam mulai dilakukan.<sup>14</sup> Bank syariah di Indonesia lahir sejak 1992. Bank syariah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank Islam adalah lembaga keuangan yang operasional dan produknya dikembangkan berdasarkan berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadis Nabi Saw.

Pada Undang-Undang No.21 tahun 2008 mengenai perbankan syariah Pasal 1 disebutkan bahwa “perbankan Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan,

---

<sup>13</sup>Veithzal, *Bank and Financial Institution Managemen*, (Bandung: Pt Rajagrafindo persada, 2007), h.4.

<sup>14</sup>Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, ( jakarta:Gema Insani Press,2001), h.25

kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.<sup>15</sup> Produk bank syariah memberikan daya tarik tersendiri bagi masyarakat karena prinsip produk dalam operasional bank syariah dimana mekanismenya disesuaikan dengan prinsip syariah.

Di era modern seperti sekarang ini, kebutuhan akan bank bisa di katakan sebagai kebutuhan primer. Bank dari pejabat tinggi sampai para petani sangat membutuhkan sesuatu yang kita sebut sebagai bank, yakni badan usaha dibidang keuangan yang menarik dan mengeluarkan uang dalam masyarakat. Bank ada yang konvensional dan juga bank syariah, bank syariah merupakan bentuk yang kinerjanya berdasarkan dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Bank syariah sangat dibutuhkan oleh masyarakat muslim dimana untuk menjauhkan diri dari dosa yang ditimbulkan oleh sesuatu yang namanya “*riba*” sehingga dibutuhkan bank yang tidak menerapkan sistem bunga. “Rasulullah SAW melaknat orang yang memakan *riba*, wakilnya, penulisnya dan dua orang saksinya, dan beliau bersabda: “Mereka semua sama”.

Di antara bentuk *riba* yang diharamkan adalah membeli saham-saham *riba*, menitipkan uang di bank-bank konvensional, mengambil bunga dari uang tabungan, meminjam dari bank, mengembalikan uang pinjaman dengan memberikan tambahan terhadap pinjaman.

Meskipun masyarakat di Indonesia dominan beragama Islam, namun tidak gampang memasarkan bank syariah. Selain itu, faktor terbesar akan rendahnya

---

<sup>15</sup>Fasiha, *ISLAMIC FINANCE “Konsep dan Aplikasi dalam Lembaga Keuangan Syariah”*, (palopo:Laskar Perubahan, 2016), h.77

nasabah bank syariah yaitu karena kurang meratanya persebaran bank syariah. Sejauh ini, bank syariah akan susah sekali kita temui di daerah-daerah pelosok dan hanya banyak berada di perkotaan. Padahal masyarakat desa juga membutuhkan bank syariah, masyarakat desa juga ingin terbebas dari yang namanya riba dan kehadiran bank syariah di desa sangat dibutuhkan oleh masyarakat apalagi masyarakat yang berpenghasilan dari pertanian, perikanan dan sebagainya yang di dapat dari alam.<sup>16</sup>

Kecamatan Wotu yang terletak di Kabupaten Luwu Timur salah satu Kecamatan yang menjadi pusat perekonomian wilayah Kabupaten Luwu Timur. Dengan banyaknya kelompok-kelompok usaha serta tingkat arus transaksi perekonomian yang tinggi di Kecamatan Wotu diharapkan menjadi lahan subur untuk mengembangkan industri perbankan syariah.

Produk sangat bergantung dari kualitas pelayanan yang baik, dengan tersedianya kualitas yang baik maka nasabah cepat mengerti dan memahami produk bank syariah dibandingkan produk bank lain. Bank syariah harus memperhatikan faktor-faktor apa saja yang dapat membuat nasabah memilih bank syariah. Salah satunya yaitu aspek pelayanan, setiap perusahaan baik barang maupun jasa, jika ingin banyak dikenal oleh masyarakat. Perbankan syariah merupakan industri jasa yang relatif baru dimana menerapkan syariah Islam disetiap aktivitas perbankannya maka perlu adanya sosialisasi terhadap masyarakat tentang produk melalui promosi. Selain produk, pelayanan, dan

---

<sup>16</sup><http://www.kompasiana.com>> *minimnya-pengetahuan-bank-syariah-di-pedesaan* diakses 8 juli 2018 pukul 10:16

promosi masyarakat mempertimbangkan untuk memilih bank dengan alasan lokasi bank.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk meneliti seberapa besar pengaruh pelayanan, promosi dan lokasi bank syariah sehingga masyarakat Kecamatan Wotu Kabupaten Luwu Timur berminat memilih menabung di bank BNI syariah. Sehingga penulis tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai “PENGARUH PELAYANAN, PROMOSI DAN LOKASI TERHADAP MINAT MENABUNG PADA BNI SYARIAH KCP (Kantor Cabang Pembantu TOMONI”.(Studi pada Masyarakat Kecamatan Wotu Kabupaten Luwu Timur).

Dari latar belakang di atas maka rumusan masalah dalam penelitian adalah.

#### **B. Rumusan Masalah**

Agar penelitian lebih terarah, maka penulis merumuskan

1. Bagaimana pengaruh pelayanan bank syariah terhadap minat menabung masyarakat Kecamatan Wotu Kabupaten Luwu Timur pada Bank BNI Syariah?
2. Bagaimana pengaruh promosi sebagai masyarakat Kecamatan Wotu Kab. Luwu Timur memilih BNI syariah?
3. Bagaimana pengaruh lokasi sebagai masyarakat Kecamatan Wotu Kabupaten Luwu Timur memilih BNI Syariah?

#### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan bank syariah terhadap minat menabung masyarakat Kecamatan Wotu Kabupaten Luwu Timur pada Bank BNI Syariah.

2. Untuk mengetahui pengaruh promosi sebagai masyarakat Kecamatan Wotu Kab. Luwu Timur memilih BNI syariah.
3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi sebagai masyarakat Kecamatan Wotu Kabupaten Luwu Timur memilih BNI Syariah.

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

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Akademik (Ilmiah)

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi tambahan bagi peneliti.

2. Manfaat secara Praktis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi bank syariah sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam mengembangkan dan menyempurnakan kebijakn bank syariah, terutama sehubungan dengan pelayanan, promosi dan lokasi sehingga dapat mempertahankan dan meningkatkan jumlah nasabah.

3. Manfaat bagi penulis

Sebagai wawasan keilmuan yang dapat menstimulus penulis untuk terus belajar mengenai perbankan syariah, khususnya mengenai hal-hal yang berkaitan dengan faktor pendorong masyarakat Kecamatan Wotu untuk menabung dan memilih bank syariah.

## E. Uji Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara yang dibuat oleh peneliti bagi problematika yang diajukan dalam penelitiannya. Dugaan jawaban sementara merupakan kebenaran yang sifatnya sementara, yang akan diuji kebenarannya dengan data yang dikumpulkan melalui penelitian.<sup>17</sup>

Hipotesis merupakan dugaan sementara yang kemungkinan benar dan kemungkinan juga salah. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh pelayanan, promosi, dan lokasi terhadap minat menabung masyarakat pada bni syariah KCP Tomoni, maka dilakukan pengujian hipotesis dengan rumusan hipotesis sebagai berikut:

H1 = Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung masyarakat Kecamatan Wotu Kabupaten Luwu Timur memilih bank BNI syariah.

H2 = Promosi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung masyarakat Kecamatan Wotu Kabupaten Luwu Timur memilih bank BNI syariah.

H3 = Lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung masyarakat Kecamatan Wotu Kabupaten Luwu Timur memilih BNI syariah.

HO = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan, promosi dan lokasi terhadap minat menabung masyarakat pada bank BNI syariah.

## F. Definisi Operasional Variabel

---

<sup>17</sup>Arikunto, *Prodsedur Penelitian Suatu Pendekatan* ( Jakarta: Rineka Cipta, 2006 ), h. 108

Untuk mengetahui deskripsi yang jelas pada pembahasan ini, maka penulis memberikan pengertian dan maksud kata yang terdapat dalam rangkaian penelitian ini.

### 1. Pelayanan

Yang dimaksud dengan pelayanan yaitu perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat kecamatan Wotu yang memilih menabung di BNI Syariah KCP Tomoni demi tercapainya kepuasan masyarakat.

Pelayanan dapat menolong dalam menyediakan segala sesuatu keperluan oleh orang lain diantaranya adalah pembelian dan penjelasan.

### 2. Promosi

Kegiatan *marketing mix* yang terakhir setelah produk, harga dan tempat, dimana memperkenalkan dan menjual jasa-jasa dan produk yang dihasilkan. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya.

### 3. Lokasi

Lokasi Bank adalah tempat mengoperasikan segala produk-produk perbankan dan untuk mengatur serta mengendalikan perbankan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam (bank syariah).

Lokasi yaitu tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha yang dilakukan, dimana lokasi yang mudah dijangkau oleh Masyarakat.

### 2. Minat Menabung

Minat menabung merupakan penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu diluar dirinya suatu keinginan yang timbul dari diri sendiri tanpa ada paksaan dari orang lain untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

Minat yaitu kecenderungan hati yang tinggi terhadap apa yang diinginkan. Maksudnya disini yaitu kecenderungan hati atau keinginan yang tinggi pada diri seseorang untuk menabung pada bank syariah.



## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian terdahulu yang dimaksud yaitu untuk menggambarkan tentang posisi penelitian ini berbeda dengan penelitian sejenisnya yang akan ditulis oleh kalangan akademis.

- 1) Penelitian yang dilakukan oleh Feti Rukmanasari (213-12-047) IAIN Salatiga (2017) judul skripsinya yaitu “Pengaruh Pengetahuan, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah ( Studi Kasus Pada Pegadaian Syariah Majapahit Semarang” dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Feti Rukmanasari menunjukkan bahwa berdasarkan uji T variable pengetahuan (X1) berpengaruh tidak signifikan terhadap minat (Y), variable promosi (X2) berpengaruh tidak signifikan terhadap minat (Y), variable kualitas pelayanan (X3) berpengaruh signifikan terhadap minat (Y). Berdasarkan uji F menunjukkan bahwa variabel independen (pengetahuan, promosi dan kualitas pelayanan) secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen (minat menggunakan jasa) secara signifikan.<sup>18</sup>
- 2). Penelitian yang di lakukan oleh Aini dengan judul skripsinya “Pengaruh Pengetahuan Masyarakat terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Muamalat Cabang Kenadal (Studi pada Masyarakat Kecamatan Kota Kendal,

---

<sup>18</sup>Feti Rukmanasari, *Pengaruh Pengetahuan, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menggunakan Jasa Pegadaian*, (Skripsi:IAIN Salatiga:2017)

Kabupaten Kendal)” Sampel yang yang diambil sebanyak 100 responden, menyatakan bahwa pengetahuan masyarakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah pengetahuan tentang bank syariah memang mampu memberikan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap bank, sehingga mampu menumbuhkan minat untuk menjadi nasabah Bank Muamalat Cabang Kendal.<sup>19</sup>

- 3). Penelitian yang dilakukan oleh Olivia Firda Yuanita, Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Surakarta (2017) Judul skripsi “Pengaruh Produk, Kualitas jasa, Promosi dan Lokasi terhadap Keputusan Nasabah Menabung” Menunjukkan bahwa dari hasil penelitian menunjukkan produk, kualitas jasa, promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap lamongan, Jawa Timur. Adapun Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di BMT Mandiri Sejahtera Cabang Pasar Kranji, Lamongan, Jawa Timur.<sup>20</sup>

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian yang dilakukan di masyarakat Kec.Wotu dari survei sementara dan perbedaan hasil penelitian yaitu bagaimana pengaruh layanan, promosi dan lokasi terhadap keputusan menabung masyarakat. Apakah variabel pada penelitian ini berpengaruh secara keseluruhan atau hanya beberapa yang berpengaruh terhadap keputusan menabung di Bank BNI Syariah.

---

<sup>19</sup>Aini, Arifatul, *Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Muamalat Cabang Kendal (Studi pada Masyarakat Kecamatan Kota Kendal, Kabupaten Kendal)*. (Skripsi: Institut Agama Islam (UIN) Walisong: 2014)

<sup>20</sup>Olivia Firda Yuanita, *Pengaruh Produk, Kualitas jasa, Promosi dan Lokasi terhadap Keputusan Nasabah Menabung* (Skripsi: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Surakarta: 2010)

Persamaan penelitian relevan dengan penelitian ini terletak pada minat masyarakat untuk menabung di bank syariah ialah adanya promosi dan pelayanan yang sama sedangkan perbedaannya penelitian ini lebih di fokuskan pada promosi, pelayanan dan lokasi terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah.

Perbedaan dari penelitian yang akan dilakukan oleh penulis yaitu variabel indenpendennya yaitu minat masyarakat kec.wotu kab.luwu timur.

## **B. Kajian Pustaka**

### **1. Pengertian Pelayanan**

Secara etimologis, Kamus Besar Bahasa Indonesia menyatakan pelayanan adalah kegiatan usaha melayani kebutuhan orang lain. Pada dasarnya kegiatan yang ditawarkan kepada konsumen atau pelanggan yang dilayani, yang bersifat tidak terwujud dan tidak dapat dimiliki.<sup>21</sup>

Menurut Philip Kotler, jasa atau layanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak terwujud dan dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksi layanan bias berkaitan dengan produksi fisik atau sebaliknya.

Layanan dapat dibagi kedalam beberapa kelompok, yaitu sebagai berikut;

#### **1. Barang berwujud murni**

Tawaran hanya terdiri dari barang terwujud dan tidak jasa yang menyertainya. Misalnya, gula, sabun dan garam.

#### **2. Barang terwujud dengan disertai pelayanan**

---

<sup>21</sup><https://plus.google.com>posts>. Diakses 7juli 2018 pukul 11:06

Tawaran yang terdiri dari barang terwujud yang disertai satu atau beberapa layanan. Misalnya, mobil dan sepeda motor.

3. Campuran Tawaran terdiri dari barang dan jasa dengan proporsi yang sama. Misalnya, rumah sakit, café.<sup>22</sup>

## 2. Etika Pelayanan Nasabah

Secara umum etika yang dapat diberikan oleh pegawai bank dalam rangka pelayanan sebagai berikut;

- a. Mengucapkan salam pada saat bertemu nasabah, seperti selamat sore, selamat siang. Jika kita sudah tau agama nasabah, misalkan agamanya Islam maka ucapkan *assalamualaikum*.
- b. Mempersilahkan nasabah untuk masuk atau duduk dengan sopan atau disuruh menunggu sebentar.
- c. Baik dalam mengucapkan salam maupun mempersilahkan nasabah masuk atau duduk selalu ramah dan murah senyum.
- d. Berntanya keperluan nasabah secara ramah, sopan dan lemah lembut.
- e. Biasakan mengucapkan tolong atau maaf saat meminta nasabah mengisi formulir.<sup>23</sup>

## 3. Dimensi Kualitas Pelayanan (SERVQUAL)

Kualitas layanan dibentuk oleh 5 indikator yang meliputi pertanyaan yang berhubungan dengan pendekatan SERVQUAL, yaitu sebagai berikut,

---

<sup>22</sup> <http://Cprents.undip.ac.id/29246/1/Skripsi002.pdf> diakses 8 April 2019 puku 10:43

<sup>23</sup>Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta:Kencana, 2010), h. 176

a. Berwujud (*tangible*)

*Tangible* yaitu untuk mengetahui seberapa baik penampilan fisik yang bisa diandalkan.

b. Ketanggapan (*responsiveness*)

Seberapa baik perusahaan berupaya untuk membantu dan memberikan jasa yang cepat kepada pelanggan.

c. Jaminan (*assurance*)

Seberapa baik pengetahuan, keramahan, dan kemampuan para pegawai melakukan tugas secara spontan dan menjamin kinerja yang baik sehingga menimbulkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan.

d. Keandalan (*reliability*)

Seberapa baik kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan dengan akurat dan terpercaya sesuai harapan pelanggan.

e. Empati (*empathy*)

Seberapa baik perusahaan memahami keinginan pelanggan dan memberikan sentuhan perhatian secara ikhlas pada setiap pelanggan.<sup>24</sup>

2. Promosi

a. pengertian Promosi

Menurut Kotler dan Armstrong promosi adalah suatu unsur yang digunakan untuk memberitahukan dan membujuk pasar tentang produk atau jasa yang baru pada perusahaan melalui iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, maupun

---

<sup>24</sup> [http://eprints.undip.ac.id/16507/1/ARI\\_WIJAYANTI.pdf](http://eprints.undip.ac.id/16507/1/ARI_WIJAYANTI.pdf) diakses 8 April 2019 pukul 11:38

publikasi.<sup>25</sup> Promosi merupakan salah satu alat komunikasi antara penjual dengan pembeli yang sangat diperlukan dalam kegiatan usaha (bisnis). Dengan berpromosi penjual dapat menyebarluaskan informasi usaha (bisnis), memengaruhi atau membujuk pembeli/konsumen, dan juga bisa mengingatkan agar barang/jasa yang kita jual tidak terlupakan dari benak ara konsumen.

#### b. Tujuan Promosi

Tujuan promosi menurut Kotler dan Armstrong yaitu;

- a. Mendorong pembelian jangka pendek atau meningkatkan hubungan pelanggan jangka panjang.
- b. Mendorong pengecer menjual barang baru dan menyediakan lebih banyak persediaan.
- c. Meningkatkan produk perusahaan dan memberikan ruang rak yang lebih banyak.
- d. Untuk tenaga penjualan, berguna untuk mendapatkan lebih banyak dukungan tenaga penjual bagi produk lama atau baru atau mendorong wiraniaga mendapatkan pelanggan baru.<sup>26</sup>

#### c. Peran promosi penjualan dalam Pemasaran

Sasaran utama seorang manajer pemasaran adalah menciptakan dan memelihara bauran pemasaran yang memenuhi kebutuhan-kebutuhan konsumen akan sebuah tipe produk umum. Bauran promosi merujuk pada aspek-aspek komunikasi dari pemasaran, priklanan, penjualan pribadi, promosi penjualan, dan

---

<sup>25</sup>Feti Rukmanasari, *Skripsi Pengaruh Pengetahuan, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Nasabah menggunakan Jasa Pegadaian*, 2017

<sup>26</sup><http://library.binus.ac.id/eColls/eThesdoc/Bab2/2012-2-00827-HM%20Bab2001.pdf>  
diakses 8 April 2019 pukul 19:26

hubungan masyarakat. Para pemasar berupaya mendapatkan bauran promosi yang tepat guna memastikan bahwa sebuah produk diterima dengan baik.

Promosi penjualan adalah sebuah kegiatan atau materi yang bertindak sebagai ajakan, memberikan nilai tambah atau insentif untuk membeli produk, kepada para pengecer, penjual, atau konsumen.<sup>27</sup>

Peran promosi dilakukan untuk berkomunikasi dan memengaruhi calon konsumen agar dapat menerima produk-produk yang dihasilkan perusahaan. Promosi pada hakikatnya merupakan seni untuk merayu pelanggan dan calon konsumen untuk membeli lebih banyak produk perusahaan.

Ada beberapa strategi promosi penjualan produk, sebagai berikut:

1. Meningkatkan Volume Penjualan

Pembeli marjinal adalah mereka yang membeli hanya ketika suatu produk atau jasa sedang dalam masa promosi. Biasanya pembeli marjinal ini tidak disukai perusahaan. Tetapi jangan khawatir, pembeli marjinal ini bias setia, asal produk perusahaan mengena di hati konsumen.

2. Meningkatkan Pembeli Coba-coba

Strategi promosi penjualan dalam menghadapi pembeli coba-coba bisa kita lakukan dengan cara;

- a. Memberikan sampel gratis atau kupon untuk mencoba sehingga calon pembeli dapat mencoba produk atau jasa.
- b. Memberikan manfaat tambahan sehingga produk atau jasa nampak superior dibanding produk sejenisnya.

---

<sup>27</sup>Monle Lee dan Carla Johnson, *PRINSIP-PRINSIP POKOK PERIKLANAN DALAM PERSPEKTIF GLOBAL*, (Ed. 1. Cet, 1; Jakarta:Prenada, 2004), h. 330-331

c. Memberikan manfaat finansial jangka pendek. Misalnya memberikan angsuran pembelian tanpa bunga dalam waktu tertentu, dengan memperhatikan situasi dan kondisi usahanya.

### 3. Meningkatkan Pembelian Ulang

Promosi pembelian ulang bisa anda gunakan untuk “mengganggu” peluncuran produk bersaing dan membuat pelanggan anda terbiasa menggunakan produk yang anda buat.

### 4. Meningkatkan Loyalitas

Promosi loyalitas berbeda dengan strategi promosi penjualan seperti pemberian diskon langsung. Promosi loyalitas lebih memberikan daya tarik berupa manfaat jangka panjang kepada konsumen.<sup>28</sup>

## 3. Lokasi

### a. pengertian Lokasi

lokasi (*place*) merupakan bauran pemasaran (*marketing mix*) ketiga setelah produk (*product*), harga (*price*). Sementara dalam pemasaran bank yang dimaksud dalam lokasi bank adalah tempat dimana diperjualbelikannya produk cabang bank dan pusat pengendalian perbankan. Dalam praktiknya ada beberapa macam lokasi kantor bank, yaitu lokasi kantor pusat, cabang utama, cabang pembantu, kantor kas, dan lokasi mesin-mesin anjungan tunai mandiri (ATM). Menurut Lupiyoadi dalam hal ini ada tiga jenis interaksi yang mempengaruhi lokasi yaitu;

---

<sup>28</sup>Dr. Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*, (Yogyakarta:ANDI, 2016), h. 148-150

a. konsumen mendatangi pemberi jasa

Apabila keadaannya seperti ini maka lokasi menjadi sangat penting. Perusahaan sebaiknya memiliki tempat dekat dengan konsumen sehingga mudah dijangkau, dengan kata lain harus strategis.

b. Pembeli jasa mendatangi konsumen

Dalam hal ini lokasi tidak terlalu penting tetapi tidak harus diperhatikan adalah penyampaian jasa tetap berkualitas.

c. pemberi jasa dan konsumen tidak bertemu langsung

Berarti menyediakan jasa dan konsumen berinteraksi melalui sarana tertentu seperti telepon, komputer, ataupun surat. Dalam hal ini lokasi menjadi sangat tidak penting selama komunikasi antar dua belah pihak dilaksanakan.<sup>29</sup>

#### 4. Minat Menabung

1) Pengertian Minat

Menurut Mowen dalam Oliver minat beli merupakan sesuatu yang diperoleh dari proses belajar dan proses pemikiran yang membentuk suatu persepsi. Dimana nantinya minat beli menciptakan suatu motivasi yang terus terekam dalam benak nasabah dan menjadi suatu keinginan yang sangat kuat yang pada akhirnya ketika seorang konsumen harus memnuhi kebutuhannya akan mengaktualisasikan apa yang ada didalam benaknya itu. Sedangkan Kinner dan Taylor berpendapat bahwa minat beli merupakan bagian dari konsumen dalam sikap mengkonsumsi, kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan.

---

<sup>29</sup>Rahma Bellani Oktavindria Iranati, *Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Pengetahuan, dan Lokasi terhadap Minat Masyarakat menabung di Bank Syariah (studi kasus pada masyarakat di kota Tangerang Selatan)*, (Skripsi; Jakarta:2017), h. 24

Minat konsumen merupakan kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhibungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian.<sup>30</sup>

## 5. Bank Syariah

Bank Syariah adalah sebuah Badan Usaha yang bertugas untuk mengeluarkan uang didalam Masyarakat, terutama memberikan kredit dan jasa lalu lintas pembayaran dan peredaran uang.<sup>31</sup> Tiga puluh tahun silam, bank Islam (bank syariah) sama sekali belum dikenal oleh masyarakat. Kini, sistem perbankan dan keuangan Islam telah beroperasi lebih dari 55 negara yang pasarnya sedang bangkit dan berkembang. Bank Islam beroperasi berdampingan dengan bank konvensional meski dengan skala yang sangat terbatas. Meskipun telah tersebar luar Bank Islam masih kurang dipahami di beberapa belahan dunia Islam, bahkan masih menjadi teka teki di sejumlah negara di Barat.

Bank syariah atau bank Islam adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip Syariah Islam. Bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip Syariah maksudnya adalah bank yang operasinya itu mengikuti ketentuan-ketentuan syariah, khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalah secara Islam.<sup>32</sup>

Bank Islam tidak menawarkan bunga tetapi mengajak deposan ikut serta dalam suatu usaha. Deposan akan mendapatkan bagian dari keuntungan bank sesuai dengan rasio yang telah ditetapkan sebelumnya. Dengan begitu terjalin

---

<sup>30</sup>Roni Andespa, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menabung di Bank Syariah*, Jurnal lembaga Keuangan dan Perbankan-Vol 2, No 1, Januari-Juni 2017

<sup>31</sup>KBBI

<sup>32</sup>Edy Wibowo, Untung Hendi, *Mengapa Memilih Bank Syariah?*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2005), h. 33

hubungan yang baik antara pihak bank dan nasabah. Perbankan Islam berbeda dengan bank konvensional yang pada intinya meminjam dana dengan membayar bunga disatu sisi neraca dan memberikan pinjaman dana dengan menarik bunga disisi neraca lainnya.

#### f. Tujuan Bank Syariah

Prinsip utama bank syariah terdiri dari larangan atas riba pada semua jenis transaksi; pelaksanaan aktivitas bisnis atas dasar kesetaraan (*equality*), keadilan (*fairness*) dan keterbukaan (*transparency*); pembentukan kemitraan yang saling menguntungkan; serta tentu saja keuntungan yang didapat harus dari usaha dengan cara yang halal. Selain itu, ada satu ciri yang khas yaitu bank syariah harus mengeluarkan dan mengadministrasikan zakat guna membantu mengembangkan lingkungan masyarakatnya sesuai prinsip syariah.

Walapun demikian sama seperti *bisnis entity* lainnya, bank syariah tentu diharapkan dapat menghasilkan keuntungan dalam operasionalnya. Jika tidak, tentu bank syariah disebut tidak amanah dalam mengelola dana-dana yang diinvestasikan masyarakat. Maka bank syariah harus menyelaraskan antara tujuan profit dengan aspek moralitas Islam yang melandasi semua operasionalnya.<sup>33</sup>

#### g. Fungsi Bank Syariah

Fungsi bank konvensional adalah sebagai *intermediary* (penghubung) antara pihak yang kelebihan dana dan membutuhkan dana selain menjalankan fungsi data keuangan, akan tetapi bank syariah mempunyai fungsi yang berbeda dengan bank konvensional, antara lain;

---

<sup>33</sup>Sofyan S. Harahap, et al, *Akuntansi Perbankan Syariah*, (Jakarta: LP FE Usakti, 2004), h. 23

1. Manajer Investasi, salah satu fungsi bank syariah yang sangat penting adalah sebagai manajer investasi, maksudnya adalah bank syariah tersebut merupakan manajer investasi dari pemilik dana dihimpun, karena besar kecilnya pendapatan (bagi hasil) yang diteri mah oleh pemilik dana yang dihimpun sangat tergantung pada keahlian, kehati-hatian, dan profesionalisme dari bank syariah.
2. Investor, bank-bank Islam menginvestasikan dana yang disimpan pada bank tersebut (dana pemilik bank maupun dana rekening investasi) dengan jenis pola investasi yang sesuai dengan syariah. Investasi yang sesuai dengan syariah tersebut meliputi akad *murabahah*, sewa-menyewa, *musyarakah*, akad *mudarabah*, akad *salam* atau *istisna'*, pembentukan perusahaan atau kepentingan lain dalam rangka mendirikan perusahaan, memperdagangkan produk, dan investasi atau memperdagangkan saham yang dapat diperjual belikan. Keuntungan dibagikan kepada pihak yang memberikan dana, setelah menerima bagian keuntungan *Mudharibnya* yang sudah disepakati sebelum pelaksanaan akad antara pemilik rekening investasi dan bank, sebelum pelaksanaan akad, fungsi ini dapat dilihat dalam hal penyaluran dana yang dilakukan oleh bank syariah, baik yang dilakukan dengan mempergunakan prinsip jual beli maupun dengan menggunakan prinsip bagi hasil sendiri.
3. Jasa keuangan, bank syariah tidak jauh berbeda dengan bank konvensional, misalnya memberikan layanan kliring, transfer, pembayaran gaji dan sebagainya, hanya saja yang sangat diperhatikan adalah prinsip-prinsip syariah yang tidak boleh dilanggar.

4. Fungsi Sosial, konsep perbankan syariah mengharuskan bank-bank syariah memberikan pelayanan sosial apakah melalui dana *Qard* (pinjaman kebajikan) atau zakat dan dana sumbangan sesuai dengan prinsip-prinsip islam. Fungsi ini juga membedakan fungsi bank syariah dengan bank konvensional, walaupun hal ini ada dalam bank konvensional biasanya dilakukan oleh individu-individu yang mempunyai perhatian dengan hal sosial tersebut, tetapi dalam bank syariah fungsi sosial merupakan salah satu fungsi yang tidak dapat dipisahkan dengan fungsi-fungsi yang lain. Fungsi ini merupakan bagian dari sistem. Bank syariah harus memegang amanah dalam menerima ZIS (Zakat, Infak dan Sadaqah) atau *qardhul hasan* dan atas semuanya itu harus dibuat laporan keuangan sebagai pertanggungjawaban dalam memegang amanah tersebut.<sup>34</sup>

#### h. Akad-akad Bank Syariah

Akad dalam pengertian mendasar, dapat diartikan sebagai sebuah ikatan hukum dalam bentuk tertentu yang lahir dari kesepakatan tanpa paksaan yang dilakukan oleh dua orang atau lebih yang disebut para pihak dan melahirkan hak dan kewajiban bagi masing-masing pihak.

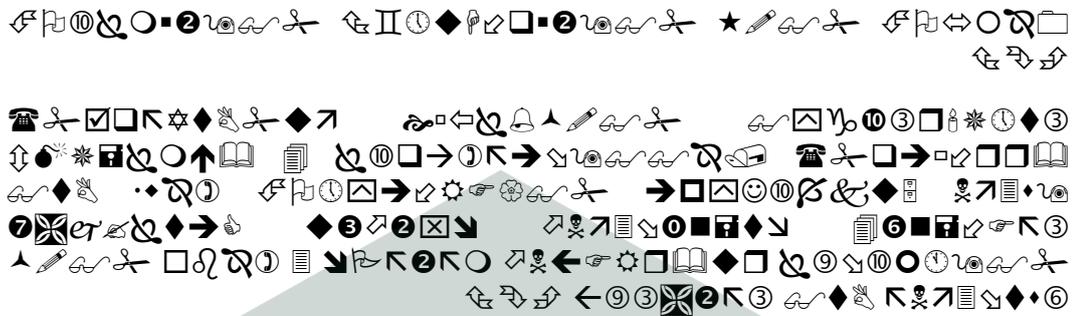
Sedangkan dalam pandangan *fiqh*, akad diartikan sebagai sebuah komitmen seseorang untuk melaksanakan suatu hal yang menjadi keinginannya, sehingga dalam kondisi tertentu akad bisa dilakukan meskipun pembuat akad hanya satu orang saja sekaligus sebagai pelaksana akad.<sup>35</sup>

---

<sup>34</sup>

<sup>35</sup>Muammar Arafat Yusmad, *Aspek Hukum Perbankan Syariah dari Teori ke Praktik*, (Yogyakarta: CV BUDI UTAMA, 2017), h. 42.

Akad harus memiliki dasar hukum dalam unsur-unsur akad. Allah SWT berfirman dalam QS. Al-Maidah (5):1



Terjemahnya:

”wahai orang-orang yang beriman! Penuhilah janji-janji. Hewan ternak dihentikan bagimu, kecuali yang akan disebutkan kepadamu, dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang berhram (haji atau umrah). Sesungguhnya Allah menetapkan hukum sesuai dengan yang dia kehendaki.”<sup>36</sup>

Akad (perjanjian) mencakup janji prasetia hamba kepada Allah dan Perjanjian yang dibuat oleh manusia dalam pergaulan sesamanya.

### 1. Akad Wadi'ah

Adalah perjanjian penitipan dana atau barang dari pemilik kepada penyimpan dana atau barang dengan kewajiban bagi pihak yang menyimpan untuk mengembalikan dana atau barang titipan sewaktu-waktu. Akad wadi'ah menurut Undang-undang Perbankan Syariah merupakan akad penitipan barang atau uang antara pihak yang mempunyai barang atau uang dan pihak yang diberi kepercayaan dan tujuan untuk menjaga keselamatan, keamanan serta keutuhan barang atau uang.

### 2. Akad Mudharabah

<sup>36</sup>Q.S. Al-Maidah (5):1

Akad Mudharabah Yaitu perjanjian pembiayaan/penanaman dana dari pemilih dana (*shohibul maal*) kepada pengelola dana (*mudharib*) untuk melakukan kegiatan usaha tertentu sesuai syariah, dengan pembagian hasil usaha antara kedua belah pihak berdasarkan nisbah yang telah disepakati sebelumnya.<sup>37</sup>

### 3. Akad Musyarakah

Akad Musyarakah adalah akad kerjasama antara kedua belah pihak atau kemungkinan lebih untuk suatu usaha tertentu dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana atau biasa disebut *expertise*, dengan memiliki kesepakatan bahwa keuntungan dan resiko akan ditanggung bersama.<sup>38</sup>

### 4. Akad Murabahah

Murabahah adalah perjanjian jual beli antara bank dengan nasabah. Bank syariah membeli barang yang diperlakukan nasabah kemudian menjualnya kepada nasabah yang bersangkutan sebesar harga perolehan ditambah dengan margin keuntungan yang disepakati antara bank syariah dan nasabah.<sup>39</sup>

### 5. Salam

Jual beli barang dengan cara pemesanan dengan syarat-syarat tertentu dan pembayaran tunai terlebih dahulu secara penuh.<sup>40</sup>

---

<sup>37</sup>Muammar Arafat Yusmad, *ASPEK HUKUM PERBANKAN SYARIAH DARI TEORI KE PRAKTIK*, (Ed. 1. Cet. 1; Yogyakarta:Deepublish, 2017), h. 46-47

<sup>38</sup><http://dosenakuntansi.com/akad-musyarakah> diakses 8 April 2019 pukul 09:17

<sup>39</sup><http://id.m.wikipedia.org/wiki/murabahah> diakses 8 April 2019 pukul 09:54

<sup>40</sup>Abdul Ghofur, *perbankan Syariah di Indonesia*, (Yogyakarta:Gadja Mada University Perss, 2009), h. 106

#### 6. Istishna

Kegiatan jual beli barang dalam bentuk pemesanan pembuatan barang dengan kriteria dan persyaratan tertentu yang disepakati dengan pembayaran sesuai dengan kesepakatan.

#### 7. Ijarah

Transaksi sewa menyewa atas suatu barang dan atau upah-mengupah atau suatu jasa dalam waktu tertentu melalui pembayaran sewa atau imbalan jasa.<sup>41</sup>

### C. Kerangka Pikir

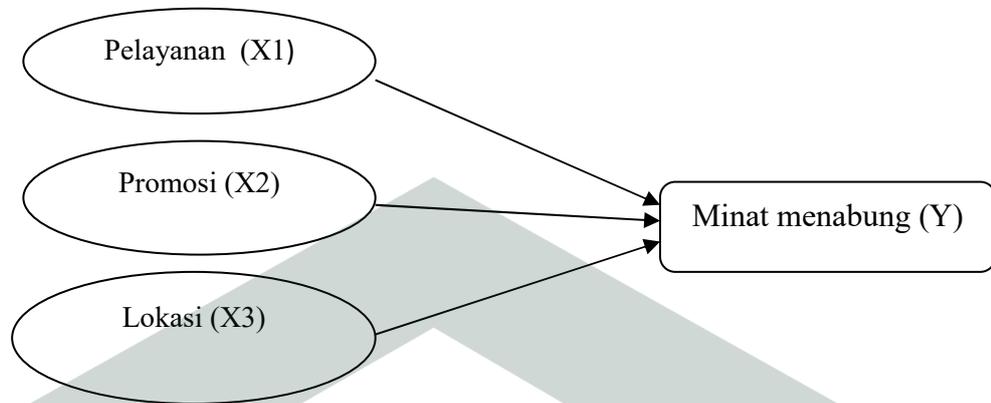
Pada penelitian ini terdapat empat variabel yang diidentifikasi sebagai masalah penting. Tiga variabel independen yaitu: pelayanan, promosi dan lokasi, serta variabel dependen yaitu minat menabung. Analisis dilakukan pada penelitian ini bertujuan untuk membuktikan adanya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Secara skematis, berikut peneliti sajikan kerangka penelitian sebagaimana dapat dilihat pada gambar 4.1

---

<sup>41</sup>Nurul Saraswati, *Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Muamalat KCP Magelang*, (Skripsi:UIN Walisongo Semarang, 2016)

**Gambar 4.1**

**Kerangka Penelitian**



Sumber: diolah berdasarkan karya ilmiah 2019

Berdasarkan gambar 4.1 di atas penulis memberikan penjelasan dimana pelayanan menjadi salah satu strategi bank untuk dapat menarik minat nasabah dalam menginvestasikan dananya di bank syariah. Nasabah akan lebih senang terhadap bank yang lebih peka terhadap nasabahnya. Kepekaan bank terhadap nasabah ditunjukkan dengan kualitas layanan yang baik kepada nasabah. Semakin baik kualitas layanan yang diberikan kepada nasabah semakin meningkatkan minat nasabah untuk menabung di bank BNI Syariah.

Namun selain pelayanan ada beberapa hal yang harus diperhatikan bank untuk dapat menarik minat nasabah, promosi menjadi salah satu hal yang sangat penting dalam upaya menarik minat nasabah. Dengan melakukan promosi atas produk-produk yang ditawarkan bank kepada masyarakat maka informasi/pengetahuan yang akan diperoleh masyarakat terkait produk-produk tersebut semakin lebih luas.

Selain itu lokasi juga sangat penting bagi masyarakat. Agar mudah di jangkau oleh masyarakat pedesaan dan pelosok-pelosok, baik dari lokasi banknya maupun lokasi ATMnya.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Metode penelitian merupakan cara yang dilakukan oleh seorang peneliti untuk mengumpulkan, mengklarifikasi, dan menganalisis fakta yang ada ditempat penelitian dengan menggunakan ukuran dalam pengetahuan, hal ini dilakukan untuk menemukan kebenaran.<sup>42</sup>

##### **a. Pendekatan penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif, yaitu penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pengaruh antara pelayanan, promosi dan lokasi terhadap minat menabung masyarakat memilih bank bni syariah, dan penelitian ini untuk mengetahui faktor yang berpengaruh sangat dominan antara pelayanan, promosi dan lokasi terhadap minat masyarakat memilih bank bni syariah, dan metode kuantitatif ini lebih berdasarkan pada data yang dapat dihitung.

##### **b. Jenis penelitian**

Dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang berusaha mencari hubungan antara satu variabel dengan variabel lain, teknik analisis penelitian asosiatif menggunakan teknik analisis statistik. Perhitungan untuk mengetahui

---

<sup>42</sup>Kontrajaningrat, *metode penelitian masyarakat*, (Jakarta:PT.Gramedia,2010), h.13

hubungan dan pengaruh antara variabel itu antara lain perhitungan *keofesien korelasi rank sperman dan person product moment*.<sup>43</sup>

## B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Wotu Kabupaten Luwu Timur, sehingga diperlukan upaya penelitian agar dapat diketahui sejauh mana minat masyarakat memilih BNI Syariah KCP Tomoni.

## C. Populasi dan Sampel

1. Populasi adalah hal yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sebagai bahan kesimpulan.<sup>44</sup>

Jumlah populasi pada masyarakat kecamatan Wotu sebanyak 30.386 orang. Karena jumlah populasi yang terlalu banyak maka diadakan *sampling* untuk menentukan apakah sampel itu dapat mewakili populasi dengan menggunakan perhitungan statistik agar dapat memberi petunjuk mengenai penyimpangan sampel dari populasi sekaligus dapat memberikan kepastian mengenai tingkat kepercayaan yang selanjutnya dipergunakan untuk menilai data yang diperoleh dari sampel.

### 2. Sampel

Sampel yaitu sebagian dari subjek dalam populasi yang diteliti, dalam penelitian ini sampel yang digunakan yaitu, masyarakat Kecamatan Wotu Kabupaten Luwu Timur. Dalam penelitian ini menggunakan *sampling incidental*

---

<sup>43</sup>Ana Kusuma Wardani, *pengaruh faktor sosial, faktor budaya, dan faktor pribadi terhadap keputusan nasabah memilih jasa keuangan syariah*. Hal. 56

<sup>44</sup>Sukirman, *Cara Kreatif Menulis Karya Ilmiah*, (Cet. 1;Makassar: Aksara Timur, 2015), h.237.

yaitu tehnik pengambilan sampel berdasarkan secara kebetulan siapa saja yang ditemui oleh peneliti bisa saja digunakan sebagai sampel jika dianggap cocok dengan sumber data.

$$\begin{aligned} N &= \frac{N}{1+Ne^2} \\ &= \frac{30.386}{1+30.386(0,01)^2} \\ &= \frac{30.386}{304,86} \\ &= 0,996 \text{ dibulatkan menjadi } 100 \end{aligned}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = batas toleransi kesalahan (0,01 atau 10%)

#### **D. Sumber Data dan Variabel Penelitian**

Data yang diperoleh dari berbagai sumber yang terkait dengan masalah Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini data primer dan data sekunder.

##### **a. Data Primer**

Data yang didapat dari sumber pertama, dari individu baik dari hasil wawancara maupun dari hasil observasi langsung.<sup>45</sup> Data primer adalah data yang diperoleh langsung melalui kuesioner terhadap masyarakat Kecamatan Wotu Kabupaten Luwu Timur.

---

<sup>45</sup>M. Burhan Bungin, *Penelitian kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial lainnya* (Jakarta: Kencana, 2007), h. 16.

b. Data Sekunder

Data yang didapatkan secara tidak langsung tetapi diperoleh melalui seseorang atau pihak lain.

Data sekunder adalah data yang diperoleh dengan studi pustaka, dari buku teks, literature-literature, karangan ilmiah dan data yang diperoleh dari masyarakat Kec.wotu yang berhubungan dengan penyusunan penelitian ini.

c. variabel penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan

- 1) Variabel bebas (Independence variable) (X1, X2, X3) yaitu pelayanan, promosi, dan lokasi variabel bebas adalah variabel yang menyebabkan atau mempengaruhi variabel terikat.
- 2) Variabel terikat (Dependence variable) (Y) yaitu minat menabung, variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi, variabel ini digunakan untuk mengetahui atau menentukan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

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

Teknik pengumpulan data adalah teknik atau cara yang dilakukan oleh peneliti untuk mengumpulkan data.

- a. *Library research*, yaitu proses pengumpulan data dengan menggunakan berbagai *literature* buku, majalah, surat kabar, dan internet yang ada kaitannya dengan pembahasan masalah.

1. Kutipan langsung, yaitu mengutip teks-teks dari buku tanpa mengubah kata-kata dari teks yang dikutip.
2. Kutipan tidak langsung, yaitu mengutip beberapa teks dan mengubah kata-kata dari teks yang dikutip.

Dalam penelitian ini penulis akan mengumpulkan data dengan meninjau langsung tempat objek penelitian, adapun cara yang dilakukan yaitu:

Data dikumpul melalui metode angket yaitu penyebaran daftar pertanyaan (kuesioner) yang akan diisi atau dijawab oleh masyarakat Kecamatan Wotu.

#### 1. Survey

Daftar pertanyaan dalam angket di bagi kedalam dua bagian. Bagian pertama, berisi pertanyaan mengenai *pengaruh pelayanan, promosi dan lokasi*. Bagian kedua, pertanyaan mengenai *minat menabung Masyarakat*.

#### 2. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data yang kompleks karena melibatkan berbagai faktor dalam pelaksanaannya. Metode pengumpulan data tidak hanya mengukur sikap dari responden, namun juga dapat digunakan untuk merekam berbagai fenomena yang terjadi.

#### 3. Kuesioner (Angket)

Kuesioner adalah cara pengumpulan data yang berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis untuk mendapatkan informasi dari responden. Dalam penyusunan kuesioner perlu dipersiapkan daftar pertanyaan dan sebaiknya

memulainya dengan menentukan masalah, merumuskan hipotesis, dan menyusun pertanyaan sesuai konsep dan penelitian keadaan responden.<sup>46</sup>

Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang lebih efisien bila peneliti telah mengetahui dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang diharapkan dari responden.

#### 4. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang tidak ditujukan langsung kepada subjek penelitian.<sup>47</sup>

### **F. Teknik Pengelolaan dan Analisis Data**

Penelitian ini menggunakan teknik skala Likert dengan menyebarkan angket kepada masyarakat yang berisi butir-butir pernyataan. Skala Likert yaitu suatu skala yang digunakan oleh peneliti dalam riset berupa survei.<sup>48</sup>

Untuk mengukur tingkat persepsi digunakan skala Likert, pertanyaan maupun pernyataan dalam skala likert ini dibuat dalam skala 1-5 untuk mewakili pendapat dari para responden.

Nilai skala Likert

1. SS : Sangat Setuju memiliki skor 5

---

<sup>46</sup>Augusty Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas di Ponegoro, 2006), h. 28

<sup>47</sup><http://ciputrauceo.net/blog/metode-pengumpulan-data-dalam-penelitian>. diakses 09 november 2018 pukul 08:34

<sup>48</sup>Liker, Rensis (1932), "A Teachnique for the Measurement Of Attitudes", *Archives of psychology*, 140: 1-55. Di publikasikan oleh [http://id.m.wikipedia.org/wiki/skala\\_Likert](http://id.m.wikipedia.org/wiki/skala_Likert) diakses 09 november 2018 pukul 09:51.

2. S :Setuju memiliki skor 4
3. RR :Ragu-Ragu memiliki skor 3
4. TS : Tidak Setuju memiliki skor 2
5. STS : Sangat Tidak Setuju memiliki skor 1

Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan metode kuantitatif dimana dalam penelitian ini menganalisis pengaruh antara Variabel pelayanan, promosi, dan lokasi masyarakat memilih menabung di bank BNI syariah KCP Tomoni. Analisis ini menggunakan metode analisis berganda serta menggunakan metode analisis regresi linear berganda serta menggunakan pengolahan komputer yaitu SPSS dan Excel 2007.

#### 1. Uji Instrumen

##### a. Uji Validitas

Menurut Ghozali (2009) uji validitas adalah uji yang digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidaknya suatu kuesioner. Tinggi rendahnya validitas instrument menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud.<sup>49</sup> Untuk menghitung validitas tiap item instrument digunakan *korelasi product moment*, yaitu:<sup>50</sup>

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}$$

<sup>49</sup>Suhartini Arikunto, h. 168

<sup>50</sup>Husein Umar, *Metode Riset Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2002), h. 105

**Tabel 4.1****Rekap Hasil Uji Validitas Pernyataan**

Variabel	Butir Soal	Nilai	Keterangan
X1 (Pelayanan)	Item_1	0,533	Valid
	Item_2	0,752	Valid
	Item_3	0,487	Valid
	Item_4	0,665	Valid
	Item_5	0,328	Valid
X2 (Promosi)	Item_6	0,322	Valid
	Item_7	0,572	Valid
	Item_8	0,735	Valid
	Item_9	0,500	Valid
	Item_10	0,477	Valid
X3 (Lokasi)	Item_11	0,714	Valid
	Item_12	0,757	Valid
	Item_13	0,836	Valid
	Item_14	0,503	Valid
Y (Minat Menabung)	Item_15	0,443	Valid
	Item_16	0,506	Valid
	Item_17	0,524	Valid
	Item_18	0,411	Valid

Sumber: Olah Data SPSS Vers.15

## b. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2009) uji reabilitas adalah uji yang menyatakan bahwa reabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari perubah atau konstruk.<sup>51</sup> Untuk mencari reabilitas menggunakan rumus *Alpha*.

$$r_{11} = \frac{(K)}{(K - 1)} \frac{(1 - \sum ab^2)}{at^2}$$

di mana:

- r<sub>11</sub> = reliabilitas instrument
- K = banyak butir pertanyaan
- $\sum ab^2$  = jumlah varians butir
- At<sup>2</sup> = varial total

## 2. Uji asumsi klasik

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan variabel independen mempunyai distribusi data normal atau tidak. Model regresi yang baik, memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Untuk mendeteksi normalitas dapat dilakukan dengan uji statistic sebagai pembuktian data penelitian, adapun uji statistic normalitas yang dapat digunakan diantaranya *Chi-Square kolmogorov Smirov*, *Liliefors*, *Shapiro*

---

<sup>51</sup><http://qmc.binus.ac.id/2014/11.01/u-j-i-v-a-l-i-d-i-t-a-s-d-a-n-u-j-i-r-e-l-i-a-b-i-t-a-s/>=id-ID diakses pada 28 Agustus 2018 pukul 10:21

*wilk, Jargue bera, kurva Histogram, dan Grafik Normal Probability Plot.* Metode statistik untuk menguji normalitas dapat dilihat dari rumus, metode *Chi-Square*.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas adalah uji data untuk mengetahui ada tidaknya hubungan linear antara dua variabel secara signifikan. Uji ini juga sebagai prasyarat dalam analisis korelasi dan regresi linear. Dua variabel dapat dikatakan memiliki hubungan yang linear apabila signifikansi (linearity) kurang dari 0,05.

### 3. Statistik Deskriptif

Statistik Deskriptif adalah metode-metode yang berkaitan dengan pengumpulan dan penyajian yang berasal dari suatu gugus data sehingga akan memberikan informasi yang berguna.<sup>52</sup> Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang bersifat deskriptif dengan menggunakan analisis regresi berganda metode analisis yang digunakan dengan bantuan analisis aplikasi komputer program IMB SPSS 15.0.

### 4. Analisis Regresi Linear Berganda

Data yang telah diperoleh oleh peneliti selanjutnya akan diolah dengan menggunakan pendekatan regresi linear berganda,

Variabel bebas :  $X_1$  = Pelayanan

$X_2$  = Promosi

$X_3$  = Lokasi

Variabel terikat :  $Y$  = Minat Menabung pada BNI Syariah KCP Tomoni

---

<sup>52</sup>Ronal E. Walpole, *Pengantar Statistik*, (Jakarta:PT Gramedia Pustaka Utama, 1993), h. 2. Dipublikasikan oleh [http://id.m.wikipedia.org/wiki/statistika\\_deskriptif](http://id.m.wikipedia.org/wiki/statistika_deskriptif) diakses 09 November 2018 pukul 10:53

Persamaan regresi linear berganda  $Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$

Keterangan :

$Y'$  = variabel terikat (Minat Menabung)

$X_1$  = variabel bebas (Pelayanan)

$X_2$  = variabel bebas (Promosi)

$X_3$  = variabel bebas (Lokasi)

$a$  = konstanta nilai  $Y'$  apabila  $X_1, X_2, X_3, \dots, X_n = 0$

$b$  = koefisien regresi mulai peningkatan ataupun penurunan

## 5. Uji Hipotesis

Untuk menguji apakah ada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependent, maka dapat dilakukan dengan uji t dan uji koefisien regresi.

### 1. Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Uji t atau di sebut uji parsial, adalah untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikat.<sup>53</sup> Dalam penelitian ini peneliti akan melakukan pengujian secara parsial antara variabel pelayanan ( $X_1$ ), promosi ( $X_2$ ), lokasi ( $X_3$ ), dan minat menabung ( $Y$ ).

Uji T pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel *independent*, secara individual dalam menerangkan variabel *dependent*, pengujian ini dilakukan dengan menggunakan signifikan level 0,05 ( $\alpha=5\%$ ).<sup>54</sup>

---

<sup>53</sup><http://www.statistikiain.com/2013/01/uji-f-dan-uji-t.html> diakses 09 November 2018 pukul 03.00

<sup>54</sup>Imam Ghazali. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (Yogyakarta:Graham Ilmu, 2006), h.125

## 2. Uji Simultan (Uji F)

Uji F adalah suatu uji untuk melihat pengaruh semua variabel bebasnya secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel terikatnya.

## 3. Koefisien Uji Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien Uji Determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh serentak variabel-variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Nilai koefisien determinasi mempunyai interval 0-1 ( $0 \leq R^2 \leq 1$ ). Jika  $R^2=1$ , berarti besarnya persentase sumbangan X terhadap variasi (naik-turunnya) Y secara bersama-sama 100%. Hal ini menunjukkan bahwa apabila koefisien determinasi mendekati 1, maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependennya semakin kuat, maka semakin cocok pula garis regresi untuk meramalkan Y.

Dalam proses pengolahan data, penulis mempergunakan aplikasi computer dengan program SPSS 15 untuk mempermudah dan mempercepat pengolahan data. SPSS adalah suatu *software* yang berfungsi untuk menganalisis data, melakukan perhitungan statistik baik untuk statistik parametrik maupun non parametrik dengan basis *windows*.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Objek Penelitian**

##### **1. Sejarah BNI Syariah KCP Tomoni**

KCP Tomoni dimulai pada tanggal 13 Maret 2014 saat Pimpinan Unit Micro (PUM) unit Tomoni memerintahkan seluruh karyawan yang berada dibawah kepemimpinannya untuk bertemu dan berkumpul seraya melakukan observasi disekitaran kantor. Sementara untuk lokasi kantor sendiri berada dijalan poros trans Sulawesi selatan-Sulawesi tengah, desa Beringin Jaya, kecamatan Tomoni Kabupaten Luwu Timur.

##### **2. Status Operasional BNI Syariah KCP Tomoni**

Perlu diketahui bersama bahwa pada Area kota Palopo, tidak semua unit berstatus KCP. Hal ini dikarenakan perijinan dari bank Indonesia. Sedangkan untuk unit Tomoni sendiri telah berstatus KCP yakni sistem operasionalnya sama dengan KCP Palopo, dan KCP Sengkang yang pelayanan sudah lengkap. Sedangkan untuk ijin operasional sendiri dari Bank Indonesia (BI) itu dimulai pada tanggal 6 Oktober 2014.

##### **3. Visi dan Misi BNI Syariah**

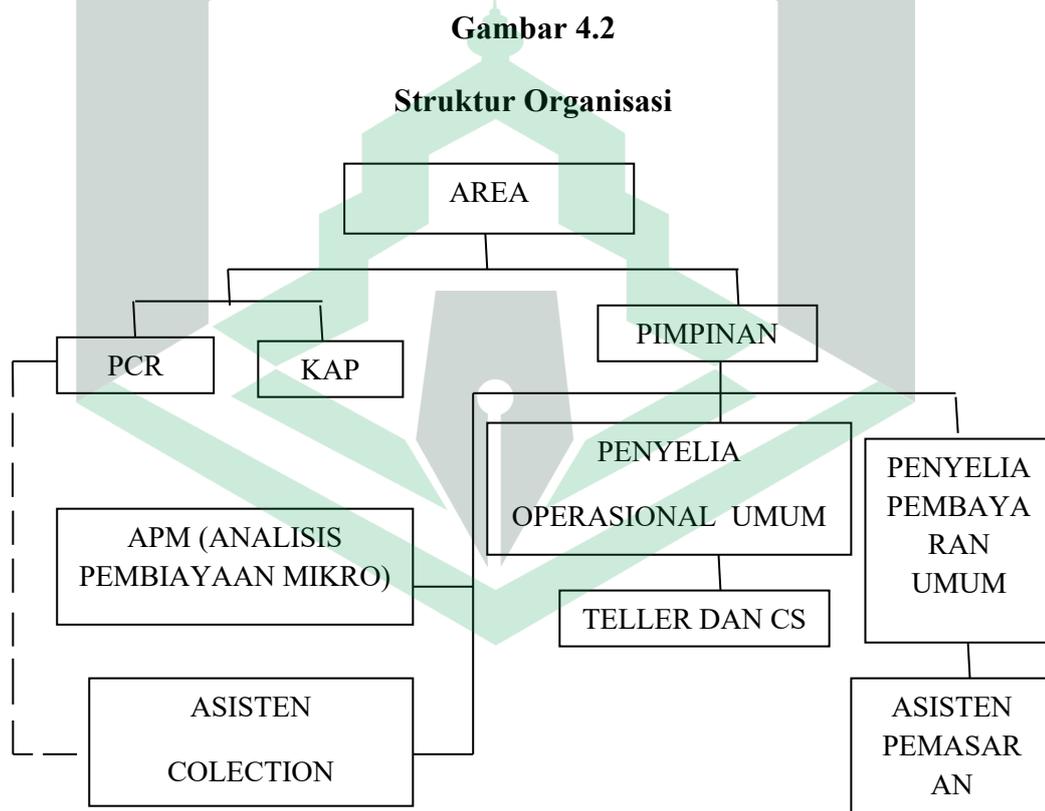
###### **1. VISI**

Menjadi bank Syariah pilihan masyarakat yang unggul dalam layanan dan kinerja.

## 2. MISI

- a. memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan peduli pada kelestarian lingkungan.
- b. memberikan solusi bagi masyarakat untuk kebutuhan jasa perbankan syariah.
- c. memberikan nilai investasi yang optional bagi investor.
- d. menciptakan wahana terbaik sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi sebagai pegawai sebagai perwujudan ibadah.
- e. menjadi acuan tata kelola perusahaan yang amanah.

## 4. Struktur Organisasi



## 2. Keadaan Geografis Kecamatan Wotu

Kecamatan Wotu merupakan salah satu Kecamatan di Kabupaten Luwu Timur. Secara Astronomis Kecamatan Wotu terletak di sebelah barat ibukota Kabupaten Luwu Timur tepatnya terletak diantara 2 31' 58"-2 39'57" Lintang Selatan dan 120 45' 20"- 120 55' 38" Bujur Timur. Kecamatan Wotu berbatasan dengan Tomoni Timur di sebelah utara, Kecamatan Angkona di sebelah timur, sebelah selatan berbatasan dengan Teluk Bone dan di sebelah barat berbatasan dengan Kecamatan Burau.

### 1. Luas Wilayah dan Status Hukum Desa/Kelurahan di Kecamatan Wotu

**Tabel 4.2**

**Luas Wilayah Kecamatan Wotu**

Desa/Kelurahan	Luas Wilayah (km <sup>2</sup> )	Persentase (%)	Status Hukum	
			Definitif	Persiapan
001. Lera	16,44	12,60	V	-
002. Bawalipu	20,03	15,35	V	-
003. Lampenai	15,35	17,09	V	-
004. Bahari	13,90	10,65	V	-
005. Kalaena	11,70	8,96	V	-
006. Karambua	10,53	8,07	V	-
007. Kanawatu	3,23	2,47	V	-
008. Marimba	8,74	6,70	V	-
009. Tarengge	17,39	13,32	V	-
010. Cendana Hijau	0,25	4,79	V	-
011. Pepuro Barat	-	-	-	-
012. Balo-Balo	-	-	-	-
<b>JUMLAH</b>	<b>130,52</b>	<b>100,00</b>	<b>10</b>	<b>0</b>

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Luwu Timur dan Bagian Pemerintahan

Setdakab. Lutim.

3. Data Desa dan Nama Kepala Desa Di Kecamatan Wotu Kabupaten Luwu Timur.

**Camat Kecamatan Wotu : ABDUL RASYAK SALAM, S.Sos**

**Tabel 4.3**

**Nama-Nama Kepala Desa Kecamatan Wotu**

		Nama Kepala Desa
Kecamatan	Desa	
Wotu	Lampenai	Zaenal Bachrie
	Tarengge	Anwar
	Maramba	Andi Patawari
	Cendana Hijau	Jajang Jaya Winata
	Bawalipu	Solihin B Kaniyu
	Kalaena	Syaripuddin
	Lera	Kasbiyono
	Kanawatu	Jumin Saida
	Bahari	Arif Amir
	Karambua	Anak Agung Anom
	Pepuro Barat	I Ketut Subawa
	Balo – Balo	Ahmad Lamo

#### 4. Pendidikan

Salah satu komponen dalam pembangunan manusia adalah peningkatan dalam bidang pendidikan. Fasilitas pendidikan di Kecamatan Wotu termasuk kategori memadai. Sarana pendidikan informal (Taman Kanak-kanak/TK) dan sarana pendidikan formal dari tingkat SD sampai SLTA telah tersedia dan berdistribusi disetiap desa.

**Tabel 4.4**

**Jumlah Sarana Pendidikan di Kecamatan Wotu pada Tahun 2016.**

Sarana Pendidikan Tahun 2016	Jumlah
TK	19 Sekolah
SD	22 Sekolah
SMP	8 Sekolah
SMA	3 Sekolah

## 2. Agama

Mayoritas penduduk Kecamatan Wotu beragama Islam. Kondisi ini antar lain dapat dilihat dari banyaknya tempat ibadah bagi umat Islam seperti masjid sebanyak 40 unit dan mushallah sebanyak 18 unit. Selain itu penduduk Kecamatan Wotu terdapat komunitas masyarakat yang memeluk agama Kristen dan Hindu dengan jumlah tempat ibadah berupa Gereja sebanyak 21 unit dan Pura sebanyak 15 unit.

## 3. Pertanian dan Perikanan

Kecamatan Wotu memiliki potensi empat komoditi perkebunan antara lain, kelapa sawit merupakan tanaman perkebunan paling potensial dengan luas tanam sebesar 380 ha menghasilkan produksi sebesar 4.579,22 ton selama tahun 2016.

Kecamatan Wotu adalah salah satu kecamatan yang berada di pesisir Teluk Bone, sehingga daerah ini potensi terhadap perikanan laut dan budidaya.

## B. Deskripsi Responden

### 1. Karakteristik Data Responden

Karakteristik responden yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu jenis kelamin, usia dan pendidikan. Lebih jelasnya diuraikan sebagai berikut:

- a. karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

**Tabel 4.5**

**Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Perempuan	52	70.0	70.0	70.0
laki-laki	48	30.0	30.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: data primer diolah, 2019

Dari tabel 4.5 tersebut, diidentifikasi bahwa responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang responden yang terdiri dari laki-laki dan perempuan. Responden yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 48 orang (30,0%) dan responden yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 52 orang (70,0%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini berjenis kelamin perempuan.

b. Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan

**Tabel 4.6**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan**

		Frequency	Percent
Valid	SMP	6	12.0
	SMA	78	56.0
	Diploma	1	2.0
	Sarjana	15	30.0
	Total	100	100.0

Sumber: data primer diolah, 2019

Dari tabel 4.6 dapat didefinisikan bahwa responden berdasarkan tingkat pendidikan pada penelitian ini SMP berjumlah 6 orang (12,0%), SMA 78 Orang (56,0%), Diploma 1 Orang (2,0%), dan Sarjana berjumlah 15 orang (30,0%). Hal ini menunjukkan mayoritas responden dalam penelitian ini yaitu pendidikan SMA.

c. karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

**Tabel 4.7**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

	Frequency	Percent
Valid pelajar/mahasiswa	61	61.0
Pegawai Negeri	6	6.0
Pegawai Swasta	3	3.0
Wiraswasta	5	5.0
lain-lain	15	15.0
Total	100	100.0

Sumber: data *primer* diolah, 2019

Dari tabel 4.7 dapat didefinisikan bahwa responden berdasarkan pekerjaan pada peneliti yaitu Pelajar/Mahasiswa berjumlah 61 orang (61,0%), pegawai negeri 6 orang (6,0%), pegawai swasta berjumlah 3 orang (3,0%), wiraswasta 5 orang (5,0%), dan lain-lainnya berjumlah 15 orang (15,0%). Dengan demikian mayoritas responden dalam penelitian ini adalah responden Pelajar/Mahasiswa.

d. karakteristik responden berdasarkan usia

**Tabel 4.8**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid <20 tahun	14	14.0	14.0	24.0
21-35 tahun	62	62.0	62.0	86.0
36-50 tahun	21	21.0	21.0	98.0
>51 tahun	2	2.0	2.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: data *primer* diolah, 2019

Dari tabel 4.8 dapat didefinisikan bahwa responden dalam penelitian ini yang berusia <20 tahun berjumlah 14 orang (14,0%), yang berusia 21-35 tahun

berjumlah 62 orang (62,0%), responden yang berusia 36-50 tahun berjumlah 21 orang (21,0%), dan yang berusia >51 tahun berjumlah 2 orang (2.0%). Hal ini menunjukkan mayoritas responden dalam penelitian ini yaitu 21-35 tahun.

### C. Analisis Data

Penelitian ini untuk mengetahui bagaimanakah pengaruh pelayanan, promosi, dan lokasi terhadap minat menabung masyarakat kecamatan Wotu pada BNI Syariah KCP Tomoni

#### 1. Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Instrumen penelitian (kuisisioner) yang baik harus memenuhi syarat yaitu valid dan reliabel untuk mengetahui validitas dan reliabilitas kuisisioner, perlu dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas.

##### a) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kevalidan atau kesesuaian angket yang peneliti gunakan untuk memperoleh data dari responden. Uji validitas data, menggunakan prinsip mengkorelasi atau menghubungkan antara masing-masing skor item dengan skor total yang diperoleh dalam penelitian.

Di bawah ini adalah uraian mengenai masing-masing hubungan variabel valid tidaknya suatu pernyataan, pada tabel uji validitas antara X1 (Pelayanan), X2 (Promosi), X3 (Lokasi), Y (Minat menabung) dengan menggunakan SPSS program SPSS *For Windows* versi 15 terdapat instrument penelitian yaitu dengan melihat nilai dari *corrtded item correlation*.

Dasar pengambilan keputusan:

- a. Jika nilai  $R_{hitung} > R_{Tabel}$  maka angket tersebut dinyatakan valid

b. jika nilai  $R_{hitung} < R_{tabel}$  maka angket tersebut dinyatakan tidak valid

Berikut ini hasil uji validitas instrument dengan metode korelasi person yaitu

a. Variabel Pelayanan (X1)

**Tabel 4.9**

**Correlations**

		item_1	item_2	item_3	item_4	item_5	total_X1
item_1	Pearson Correlation	1	.216(*)	-.064	.226(*)	-.179	.590(**)
	Sig. (2-tailed)		.031	.524	.024	.075	.000
	N	100	100	100	100	100	100
item_2	Pearson Correlation	.216(*)	1	.053	.289(**)	.041	.624(**)
	Sig. (2-tailed)	.031		.597	.003	.685	.000
	N	100	100	100	100	100	100
item_3	Pearson Correlation	-.064	.053	1	.173	-.011	.365(**)
	Sig. (2-tailed)	.524	.597		.086	.912	.000
	N	100	100	100	100	100	100
item_4	Pearson Correlation	.226(*)	.289(**)	.173	1	.159	.746(**)
	Sig. (2-tailed)	.024	.003	.086		.115	.000
	N	100	100	100	100	100	100
item_5	Pearson Correlation	-.179	.041	-.011	.159	1	.225(*)
	Sig. (2-tailed)	.075	.685	.912	.115		.024
	N	100	100	100	100	100	100
total_X1	Pearson Correlation	.590(**)	.624(**)	.365(**)	.746(**)	.225(*)	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.024	
	N	100	100	100	100	100	100

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

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

Sumber: output SPSS yang diolah

Berdasarkan tabel 4.9 diatas hasil pengujian validitas atas variabel pelayanan dengan 5 pernyataan, semua pernyataan dalam penelitian sudah valid sebagaimana dikemukakan sebab telah memiliki nilai *correlations* diatas 0,20.

Berdasarkan tabel uji validitas diatas dapat dilihat nilai  $R_{hitung}$  pada kolom total korelasi dan dari pernyataan variabel X1 (Pelayanan), X2 (promosi), X3 (Lokasi) dan Y (Minat Menabung), semua pernyataan dinyatakan valid karena nilai *Total Correlation* lebih besar di banding 0,20.

b. Variabel Promosi (X2)

**Tabel 4.10**

**Correlations**

		item 6	item 7	item 8	item 9	item 10	total X2
item_6	Pearson Correlation	1	.041	.139	.134	-.184	.429(**)
	Sig. (2-tailed)		.682	.169	.184	.067	.000
	N	100	100	100	100	100	100
item_7	Pearson Correlation	.041	1	.181	.255(*)	.090	.590(**)
	Sig. (2-tailed)	.682		.071	.011	.374	.000
	N	100	100	100	100	100	100
item_8	Pearson Correlation	.139	.181	1	.356(**)	.135	.682(**)
	Sig. (2-tailed)	.169	.071		.000	.181	.000
	N	100	100	100	100	100	100
item_9	Pearson Correlation	.134	.255(*)	.356(**)	1	.085	.646(**)
	Sig. (2-tailed)	.184	.011	.000		.400	.000
	N	100	100	100	100	100	100
item_10	Pearson Correlation	-.184	.090	.135	.085	1	.381(**)
	Sig. (2-tailed)	.067	.374	.181	.400		.000
	N	100	100	100	100	100	100
total_X2	Pearson Correlation	.429(**)	.590(**)	.682(**)	.646(**)	.381(**)	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

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

sumber : output spss diolah

Berdasarkan tabel 4.10 hasil pengujian validitas atas variabel promosi (X2) dengan item 5 pernyataan, semua pernyataan dalam penelitian ini sudah valid sebagaimana dikemukakan sebab telah memiliki nilai *correlations* 0,20.

c. Variabel Lokasi (X3)

**Tabel 4.11**

**Correlations**

		item_11	item_12	item_13	item_14	total_X3
item_11	Pearson Correlation	1	.259(**)	.215(*)	.147	.704(**)
	Sig. (2-tailed)		.009	.032	.143	.000
	N	100	100	100	100	100
item_12	Pearson Correlation	.259(**)	1	.252(*)	.130	.682(**)
	Sig. (2-tailed)	.009		.012	.197	.000
	N	100	100	100	100	100
item_13	Pearson Correlation	.215(*)	.252(*)	1	.133	.609(**)
	Sig. (2-tailed)	.032	.012		.188	.000
	N	100	100	100	100	100
item_14	Pearson Correlation	.147	.130	.133	1	.496(**)
	Sig. (2-tailed)	.143	.197	.188		.000
	N	100	100	100	100	100
total_X3	Pearson Correlation	.704(**)	.682(**)	.609(**)	.496(**)	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

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

Sumber: data diolah melalui spss 15

Berdasarkan tabel 4.11 diatas hasil pengujian validitas aats variabel pribadi dengan 4 item pernyataan, semua pernyataan dalam penelitian sudah valid sebagaimana dikemukakan sebab telah memiliki nilai *correlations* 0,20.

d. Variabel Minat Menabung (Y)

**Tabel 4.12**

**Correlations**

		item_15	item_16	item_17	item_18	total_Y
item_15	Pearson Correlation	1	-.240(*)	-.065	-.013	.504(**)
	Sig. (2-tailed)		.016	.524	.897	.000
	N	100	100	100	100	100
item_16	Pearson Correlation	-.240(*)	1	-.117	.081	.252(*)
	Sig. (2-tailed)	.016		.248	.426	.011
	N	100	100	100	100	100
item_17	Pearson Correlation	-.065	-.117	1	-.047	.496(**)
	Sig. (2-tailed)	.524	.248		.643	.000
	N	100	100	100	100	100

item_18	Pearson Correlation	-.013	.081	-.047	1	.503(**)
	Sig. (2-tailed)	.897	.426	.643		.000
	N	100	100	100	100	100
total_Y	Pearson Correlation	.504(**)	.252(*)	.496(**)	.503(**)	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.011	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

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

Sumber: output diolah oleh spss

Berdasarkan tabel 4.12 pengujian validitas atas variabel minat menabung dengan item 4 pernyataan, semua pernyataan dalam penelitian sudah valid sebagaimana dikemukakan sebab telah memiliki nilai *correlations* diatas 0,20.

Dengan demikian dapat disimpulkan, bahwa setiap variabel dalam penelitian ini adalah valid dan reabel sehingga dapat dianalisis lebih lanjut.

#### b) Uji Reliabilitas

Mengukur Relibialitas instrument dalam sebuah rangkaian penelitian adalah sangat penting. Suatu koesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten. Salah satu bentuk uji yang dapat dipakai adalah uji statistik *Cronbach alpha*. Untuk menentukan suatu instrumen reliabel atau tidak maka bisa menggunakan batas nilai *Cronbach alpha*  $\geq 0,05$  (lebih besar atau sama dengan 0,05). Ketentuan dari reliabelnya suatu variable sebagai berikut:

- a. jika  $\alpha > 0,09$  maka reliabilitas sempurna
- b. jika  $\alpha$  antara 0,07-0,09 maka reliabilitas tinggi
- c. jika  $\alpha$  antara 0,50- 0,70 maka reliabilitas moderat

d. jika  $\alpha < 0,05$  maka reliabilitas rendah.<sup>55</sup>

Hasil uji reabilitas untuk instrument keseluruhan variabel dapat dijelaskan pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.13**

**Hasil Uji Reliabilitas**

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.627	.735	18

Sumber: Output diolah spss

Berdasarkan tabel 4.13 hasil olahan data reabilitas atas semua butir instrument penelitian diatas menunjukkan bahwa dengan 4 variabel yaitu pelayanan, promosi, lokasi dan minat menabung semuanya dianggap reabel sebab memiliki nilai *cronbach's* alpha diatas 0,50 sebab nilai *cronbach's* alpha yang diperoleh sebesar 0,627.

## 2. Uji Asumsi Klasik

Model regresi linear berganda disebut sebagai model yang baik jika memenuhi beberapa asumsi yang kemudian disebut asumsi klasik adapun uji yang digunakan oleh peneliti yaitu multikolinieritas dan heteroskedastisitas.

### a. Uji Normalitas

Berdasarkan hasil uji normalitas data maka dapat diketahui distribusi data dalam variabel yang akan digunakan dalam penelitian, data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian adalah data yang memiliki distribusi normal berdasarkan tabel berikut.

---

<sup>55</sup>Perry Roy Hilton and Charlotte Brownlow, *SPSS Explained*, dalam seta Basri, *Uji Validitas dan Reabilitas*, <http://setabasri01.blospot.com/2012/04/uji-validitas-dan-reabilitas-item.html> akses 27 Juni 2019.

**Tabel 4.14**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters(a,b)	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.78784305
Most Extreme Differences	Absolute	.130
	Positive	.103
	Negative	-.130
Kolmogorov-Smirnov Z		1.300
Asymp. Sig. (2-tailed)		.068

a Test distribution is Normal.

b Calculated from data.

Sumber: output spss yang diolah

Dari hasil uji normalitas menggunakan metode *kolmogorov smirnov* didapatkan hasil signifikansi dari uji normalitas sebesar 0,068 dimana hasil tersebut lebih besar dari signifikansi 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa uji tes normalitas pada penelitian ini adalah terdistribusi normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

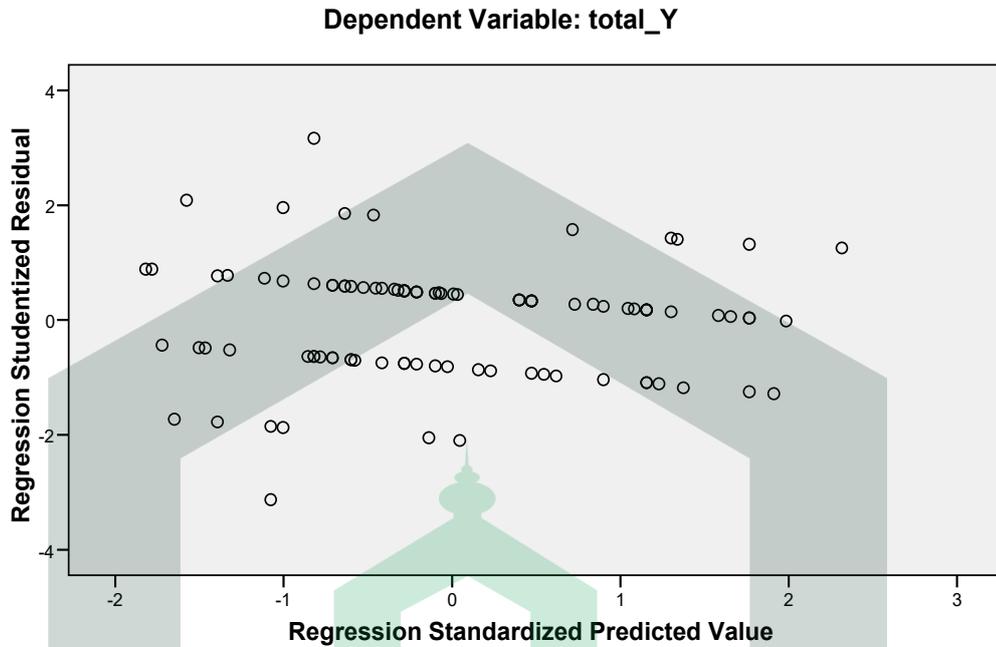
**Tabel 4.15**

**Residuals Statistics(a)**

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	16.32	17.07	16.65	.183	100
Residual	-2.453	2.500	.000	.788	100
Std. Predicted Value	-1.820	2.316	.000	1.000	100
Std. Residual	-3.066	3.125	.000	.985	100

a Dependent Variable: total\_Y

### Scatterplot



Berdasarkan output *Scatterplot* diatas, terlihat bahwa titik menyebar dan membentuk pola-pola tertentu yang jelas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas dalam model regresi.

#### c. Uji Linearitas

**Tabel 4.16**

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
pelayanan * minat menabung	Between Groups	(Combined)	4.532	5	.906	.672	.000
		Linearity	.130	1	.130	.096	.000
		Deviation from Linearity	4.402	4	1.101	.816	.518
	Within Groups		126.708	94	1.348		
	Total		131.240	99			

promosi * minat menabung	Between Groups	(Combined)	18.431	5	3.686	1.625	.000
		Linearity	11.300	1	11.300	4.981	.000
		Deviation from Linearity	7.130	4	1.783	.786	.537
	Within Groups		213.279	94	2.269		
	Total		231.710	99			
lokasi * minat menabung	Between Groups	(Combined)	1.751	5	.350	.254	.000
		Linearity	.050	1	.050	.086	.000
		Deviation from Linearity	1.701	4	.425	.308	.872
	Within Groups		129.609	94	1.379		
	Total		131.360	99			

Dari hasil uji linearitas tersebut dapat kita lihat dari *anova table* diatas, berdasarkan hasil tabel tersebut, ada dua hasil yang dapat kita lihat untuk mengetahui apakah data tersebut linear atau tidak. Pertama adalah kolom *Linearity* dan kolom *Deviation from Linearity*. Jika nilai signifikan pada kolom *linearity* lebih kecil dari 0,05 ( $\text{sig.} < 0,05$ ) maka model linear cocok diterapkan pada hubungan model tersebut. Hal berbeda pada kolom *Deviation from Linearity* jika signifikan pada kolom *Deviation from Linearity* lebih besar dari 0,05 ( $\text{Sig.} > 0,05$ ) maka data tersebut dapat dikatakan berhubungan secara linear.

Data tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara variabel telah memenuhi asumsi linear atau berada pada satu garis lurus, karena signifikansi pada kolom *Deviation from Linearity* sebesar 0,518 (pelayanan), 0,537 (promosi), dan 0,872 (lokasi) maka lebih besar dari 0,05 ( $0,518 > 0,05$ ), ( $0,05 > 0,537$ ), dan ( $0,05 > 0,872$ ) dan asumsi tersebut semakin diperkuat dengan hasil signifikansi pada kolom *Linearity* sebesar 0,000 maka lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ).

### 3. Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam penelitian ini, analisis yang digunakan dalam mengolah data responden adalah analisis regresi berganda merupakan analisis untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel berikut.<sup>56</sup>

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh antara dua variabel independen terhadap satu variabel dependen dan memprediksi variabel dependen dengan menggunakan variabel dependen. Perhitungan statistik dalam analisis regresi berganda yang digunakan adalah dengan menggunakan bantuan program *SPSS for windows versi 15*. Ringkasan hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS, hasilnya dapat dilihat pada tabel dibawah.

**Tabel 4.17**

**Coefficients(a)**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1	(Constant)	16.147	2.564		6.298	.001
	Pelayanan (X1)	.132	.124	.262	2.070	.290
	Promosi (X2)	-.095	.071	.203	-1.338	.187
	Lokasi (X3)	.722	.177	.241	2.283	.000

a Dependent Variable: minat menabung (Y)

Persamaan regresi linear berganda dengan 3 variabel independen sebagai berikut:

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

$$Y = 16,147 + 0,132X_1 + (-)095X_2 + 0,722X_3$$

Dari persamaan regresi di atas maka dapat diuraikan sebagai berikut:

<sup>56</sup>Eriyanto, Analisis Isi: *Pengantar Metodologi untuk penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*, Cet. 1, (Jakarta: Kencana, 2011), h. 379

- a. Konstanta sebesar 16,147 menunjukkan nilai Minat Menabung sebelum dipengaruhi oleh variabel pelayanan, promosi, dan lokasi adalah positif sebesar 16,147.
- b. Koefisien  $B_1 = 0,132$  menunjukkan peningkatan skor pelayanan akan meningkatkan minat menabung masyarakat Kecamatan Wotu sebesar 0,132 dengan asumsi variabel-variabel lainnya konstanta. Koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara pelayanan terhadap minat menabung, semakin baik atau variatif pelayanan semakin meningkatkan minat menabung masyarakat.
- c.  $B_2 = -0,095$  artinya apabila tanggapan responden negatif atas variabel promosi berkurang sebesar 1 maka minat menabung akan mengalami penurunan sebesar -0,095.
- d.  $B_3 = 0,722$  menunjukkan peningkatan skor lokasi akan meningkatkan minat menabung masyarakat kecamatan Wotu sebesar 0,132 dengan asumsi variabel-variabel lainnya konstanta. Koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara lokasi terhadap minat menabung, semakin baik atau variatif lokasi semakin meningkatkan minat menabung masyarakat.

### 1. Uji Hipotesis

Setelah pemeriksaan terhadap asumsi terpenuhi, langkah selanjutnya adalah pengujian hipotesis.

- a. Uji Simultan (Uji F)

$$\begin{aligned} Df1 &= \text{Variabel bebas} + \text{Variabel terikat} - 1 \\ &= 3 + 1 - 1 \end{aligned}$$

$$= 3$$

Df1 = sampel – jumlah variabel

$$= 100 - 4$$

$$= 96$$

Untuk mengetahui apakah variabel independen secara simultan (bersama-sama) mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen atau tidak maka penulis mengajukan hipotesis secara simultan yaitu:

HO : Variabel independen yang secara statistik tidak signifikan mempengaruhi variabel dependen.

H1 : Variabel independen yang secara statistik signifikan mempengaruhi variabel dependen.

Kriteria pengujiannya adalah jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka HO ditolak dan H1 diterima, sedangkan apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka HO diterima dan H1 ditolak.

Hasil pengujian untuk uji simultan pada analisis regresi dapat dilihat pada tabel output spss tabel anova<sup>b</sup>.

**Tabel 4.18**

**ANOVA(b)**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.301	3	1.100	4.719	.000(a)
	Residual	61.449	96	.640		
	Total	64.750	99			

a Predictors: (Constant), total\_X3, total\_X2, total\_X1

b Dependent Variable: total\_Y

Sumber: output data diolah spss, 2019

Dari hasil uji Anova hasil output SPSS tersebut, nilai  $F_{hitung} = 4,719$  dan  $F_{tabel} 2,70$  dengan *degree of freedom* derajat bebas (Df) *regression* sebesar 3 dan nilai residual 96 maka dapat diketahui besar  $F_{hitung}$  pada  $F_{tabel}$  signifikan.

Hasil pengujian hipotesis pertama diketahui  $F_{hitung}$  adalah sebesar 4,719 sedangkan  $F_{tabel}$  2,70 maka  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  ( $4,719 > 2,70$ ) atau nilai signifikan  $0,00 < 0,5$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak.

Untuk pengujian yaitu dengan membandingkan besarnya nilai  $F_{hitung}$  dan  $F_{tabel}$ . Dari hasil pengujian yang telah dilakukan, maka didapatkan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 4,719 sedangkan  $F_{tabel}$  2,70, karena nilai  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  ( $4,719 > 2,70$ ), maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak yang berarti bahwa secara bersama-sama variabel independen (pelayanan, promosi dan lokasi) jika diuji secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat menabung masyarakat dalam memilih BNI Syariah KCP Tomoni..

#### b. Uji Signifikan Parsial (Uji t)

UJI T digunakan untuk menguji secara parsial masing-masing variabel. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel *coefficients* pada kolom sig (*significance*). Jika probabilitas nilai t atau signifikansi  $< 0,05$ , maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Namun, jika *probability* nilai t atau signifikansi  $> 0,05$ , maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat.<sup>57</sup>

Uji T bertujuan untuk melihat apakah ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas/*independent* ( $X_1, X_2, X_3$ ) terhadap variabel terikat/*dependent* ( $Y$ ).

---

<sup>57</sup><http://dataolah.blospot.co.id/2014/06/tutorial-uji-t-dengan-ibm-spss-15.html>, diakses tanggal 20 juni 2019 pukul 11.20

**Tabel 4.19**

**Hasil Uji Parsial (Uji t)**

**Coefficients(a)**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.147	2.564		6.298	.001
	Pelayanan	.132	.124	.262	2.070	.290
	Promosi	-.095	.071	.203	-1.338	.187
	Lokasi	.722	.177	.241	2.283	.000

a Dependent Variable: minat menabung (Y)

Sumber: hasil olah data *software statistic*, 2019

Dari sampel 100 dengan tingkat kepercayaan 95% atau signifikansi 0,05 didapatkan nilai  $T_{tabel}$  sebesar 1,984.

Untuk pengujian apabila variabel independen (pelayanan, promosi dan lokasi) secara individual berpengaruh pada variabel dependen (minat menabung) maka dilakukan uji t, ada syarat yang perlu diperhatikan dalam melakukan uji hipotesis ini.  $H_0$  diterima jika  $T_{hitung} \leq T_{tabel}$  pada  $\alpha=5\%$ .  $H_0$  ditolak jika  $T_{hitung} > T_{tabel}$  pada  $\alpha=5\%$ . Dengan menggunakan formulasi sebagai berikut:

a) Uji hipotesis untuk variabel pelayanan( $X_1$ ) terhadap minat menabung( $Y$ ).

$H_0 : B_1 = 0$  (tidak ada pengaruh antara  $X_1$  dan  $Y$ )

$H_1 : B_1 > 0$  (ada pengaruh antara  $X_1$  terhadap  $Y$ )

Oleh karena  $t_{hitung} (2,070) > t_{tabel} (1,984)$ . Dengan demikian pengujian menunjukkan bahwa  $H_1$  diterima atau  $H_0$  ditolak, maka dapat dikatakan ada pengaruh signifikan variabel pelayanan ( $X_1$ ) terhadap minat menabung ( $Y$ ) masyarakat Kecamatan Wotu pada BNI Syariah.

b) Uji Hipotesis untuk Variabel promosi ( $X_2$ ) terhadap minat menabung ( $Y$ )

$H_0 : B_2 = 0$  (tidak ada pengaruh antara  $X_2$  terhadap  $Y$ )

H2 :  $B_2 > 0$  (ada pengaruh antara  $X_2$  terhadap Y)

Karena  $T_{hitung} (-1,338) < T_{tabel} (1,984)$ . Dengan demikian pengujian menunjukkan bahwa H2 ditolak atau H0 diterima, maka dapat dikatakan tidak ada pengaruh signifikan variabel promosi terhadap minat menabung masyarakat Kecamatan Wotu pada BNI Syariah.

c) Uji Hipotesis pada Variabel Lokasi ( $X_3$ )

H0 :  $B_3 = 0$  (tidak ada antara  $X_3$  terhadap y)

H3 :  $B_3 > 0$  ( ada pengaruh antara  $X_3$  terhadap Y)

Oleh karena itu  $T_{hitung} 2,283 > 1,984 T_{tabel}$  dengan demikian pengujian menunjukkan bahwa H0 ditolak dan H3 diterima maka dapat dikatakan ada pengaruh yang signifikan antara variabel lokasi terhadap minat menabung masyarakat Kecamatan Wotu pada BNI Syariah.

c. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

1. Korelasi Berganda (R)

R dalam regresi linear berganda menunjukkan nilai korelasi berganda, yaitu korelasi antara dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai R berkisar antara 0-1, jika mendekati satu maka hubungan semakin erat, tetapi jika mendekati 0 maka hubungan semakin lemah.

Dari hasil analisis *regresi*, dapat dilihat pada *output model summary* sebagai berikut:

**Tabel 4.20**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.681(a)	.433	.418	3.734

a Predictors: (Constant), lokasi (X3), promosi (X2), pelayanan (X1)

Sumber: *output* diolah pada SPSS,2019

Berdasarkan tampilan *output* model *summary*, besarnya nilai R (korelasi berganda) adalah 0,681. Nilai ini menunjukkan korelasi antara pelayanan, promosi dan lokasi, terhadap minat menabung masyarakat Kecamatan Wotu pada BNI Syariah KCP Tomoni. Hal ini berarti terjadi hubungan yang erat karena nilai mendekati 1.

Dari hasil uji koefisien determinasi (*R Square*) atau kuadrat dari R, yaitu menunjukkan koefisien determinasi. Nilai yang akan didapatkan diolah kebentuk persen, yang artinya persentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai  $R^2$  yang didapat dari hasil pengolahan sebesar 0,433 artinya persentase sumbangan pengaruh variabel pelayanan, promosi, dan lokasi terhadap minat menabung sebesar 43,3%, sedangkan sisanya ( $100\% - 43,3\% = 56,7\%$ ) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Dengan melihat hasil tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan, promosi, dan lokasi berpengaruh positif terhadap minat menabung.

### **C. Pembahasan**

Menabung pada bank syariah masih seringkali membuat masyarakat berfikir dan mempertimbangkannya secara lebih dibanding menabung pada bank

selain bank syariah terutama pada masyarakat Kecamatan Wotu Kabupaten Luwu Syariah yang ada di Luwu Timur. Melalui data primer yang dilakukan oleh peneliti mengetahui sejauh mana perkembangan bank syariah khususnya bank BNI KCP Tomoni dikalangan masyarakat sampai saat ini.

### **1. pengaruh pelayanan, promosi, dan lokasi terhadap minat menabung masyarakat pada BNI Syariah KCP Tomoni.**

Terkait dengan penelitian ini, apakah ada pengaruh pelayanan, promosi, dan lokasi sehingga masyarakat berminat untuk menabung dan bertransaksi pada BNI Syariah KCP Tomoni.

Sukardi dan Andrawi berpendapat bahwa minat menabung pada pokoknya menyangkut dua hal, yakni:<sup>58</sup>

- 1) Masalah kemampuan untuk menabung yang ditentukan oleh selisih antara pendapatan dan pengeluaran yang dilakukan. Karena sebagian besar orang memiliki pengeluaran yang jauh lebih besar dibanding pendapatannya. Namun, apabila pendapatan lebih besar dibanding pengeluaran dapat dikatakan mempunyai kemampuan untuk menabung.
- 2) Masalah kesediaan untuk menabung sebab setiap individu pada umumnya mempunyai kecenderungan menggunakan seluruh pendapatannya untuk memenuhi kebutuhannya. Karena ada kecenderungan tersebut, maka kemampuan menabung tidak secara otomatis diikuti dengan kesediaan menabung.

---

<sup>58</sup>Sukardi dan Anrawi. H. 75.

Dari teori diatas dapat disimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menabung disebabkan oleh selisih antara pengeluaran yang jauh lebih besar dibanding pendapatan. Serta adanya kecenderungan masyarakat untuk menggunakan semua pendapatannya tanpa memperhatikan untuk investasi masa depannya seperti halnya menabung.

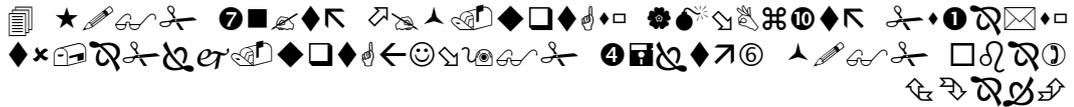
a) Dari hasil analisis data yang didapatkan dilapangan menunjukkan bahwa nilai  $T_{hitung}$  untuk pelayanan adalah  $2,070 >$  nilai  $T_{tabel}$   $1,984$  yang artinya variabel ini berpengaruh signifikan terhadap minat menabung masyarakat pada BNI Syariah KCP Tomoni. Artinya semakin baik pelayanan yang diberikan maka semakin tinggi pula minat masyarakat dalam memilih BNI Syariah. Pelayanan yang baik akan menimbulkan kepuasan dihati masyarakat. Masyarakat akan puas mempengaruhi minat untuk datang kembali menggunakan BNI Syariah.

Menurut Lewis dan Booms yang dikutip oleh Fandy Tjiptono mengemukakan bahwa kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Kualitas pelayanan bisa diwujudkan melalui pemenuhan dan keinginan masyarakat atau nasabah.<sup>59</sup>

Dalam Al quran surah Ali-Imran:159 menjelaskan mengenai pelayanan yaitu:



<sup>59</sup>Lewis dan Boms, dikutip dari buku Fandi Tjiptono, *Pemasaran Jasa* (Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET, 2014). ([Http://Fitri%20MADONA%20\(14180079\)-1.pdf](http://Fitri%20MADONA%20(14180079)-1.pdf) diakses pada 15 juni 2019 pukul 11:24



Terjemahnya:

“Maka disebabkan rahmat dari Allahlah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya”.<sup>60</sup>

Maksudnya yaitu urusan peperangan dan hal-hal duniawiyah lainnya, seperti ekonomi, kemasyarakatan dan lain-lainnya.

Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula dalam buku *Syariah Marketing* menjelaskan bahwa ciri-ciri pelayanan secara Islam salah satunya adalah bersikap melayani dan rendah hati (khidmah). Sikap melayani merupakan sikap yang paling utama dari seorang pemasar.<sup>61</sup>

Pelayanan terutama pada instansi pemerintah sangatlah penting karena hal ini dapat mempengaruhi kepuasan nasabah. Mutu atau kualitas pelayanan dikatakan berkualitas jika pelayanan yang diberikan dapat member kepuasan kepada nasabah. Setiap individu mempunyai persepsi masing-masing mengenai pelayanan yang diterima. Namun secara umum, tingkat kepuasan nasabah tersebut dapat diperoleh berdasarkan factor-faktor yang menjadi dasar dalam menerima pelayanan dari instansi pemerintah.<sup>62</sup>

---

<sup>60</sup>Ahmad Mustafa AL-Maragi, terjemahan Tafsir Al-Margin, (Semarang:CV.Toha Putra, 1987), h. 193

<sup>61</sup>Hermawan Kartajaya, *Syariah Marketing* (Yogyakarta: Gava Media, 2011), h. 32.

<sup>62</sup><http://www.kajianpustaka.com/2014/01/pengertian-indikator-faktor-faktor-mempengaruhi-pelayanan.html> diakses pukul 06.47 tanggal 08 Juni 2019

Menurut Suparlan pelayanan yaitu sebuah usaha pemberian bantuan ataupun pertolongan terhadap orang lain, baik dari segi materi agar orang tersebut bisa mengatasi masalahnya sendiri.<sup>63</sup>

b. hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahawa nilai  $T_{hitung}$  untuk promosi adalah  $-1,338 < T_{tabel} 1,984$ . Dengan demikian menunjukkan bahawa terdapat pengaruh tidak signifikan antara promosi terhadap minat menabung masyarakat Kecamatan Wotu pada BNI Syariah KCP Tomoni. Sehingga menolak  $H_2$ , yang menyatakan bahawa promosi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung masyarakat Kecamatan Wotu pada BNI Syariah KCP Tomoni. Artinya jika promosi melalui masyarakat ditingkatkan, maka semakin tinggi pula minat masyarakat dalam memilih BNI Syariah.

Promosi dapat menginformasikan atau mengingatkan nasabah mengenai produk, semakin sering nasabah mendapatkan informasi melalui promosi, maka minat nasabah juga semakin meningkat. Perbedaan informasi yang didapatkan masyarakat baik secara langsung maupun tidak langsung (melalui media cetak dan elektronik) mempengaruhi terhadap minat menabung.

Periklanan adalah semua bentuk penyajian dan promosi nonpersonal atas ide, barang atau jasa yang dilakukan oleh perusahaan tertentu.<sup>64</sup> Iklan adalah sarana promosi yang paling sering digunakan oleh bank dalam rangka mengkomunikasikan produk dan jasa bank. Guna menginformasikan, segala sesuatu produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Informasi yang diberikan adalah

---

<sup>63</sup>Suparlan, dikutip dalam bukunya Imam Sentot Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank* Ed. Ke-11, (Yogyakarta: Graham Ilmu, 2010), h. 133

<sup>64</sup>Agus Hermawan, *Komunikasi Pemasaran*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2012), h. 72.

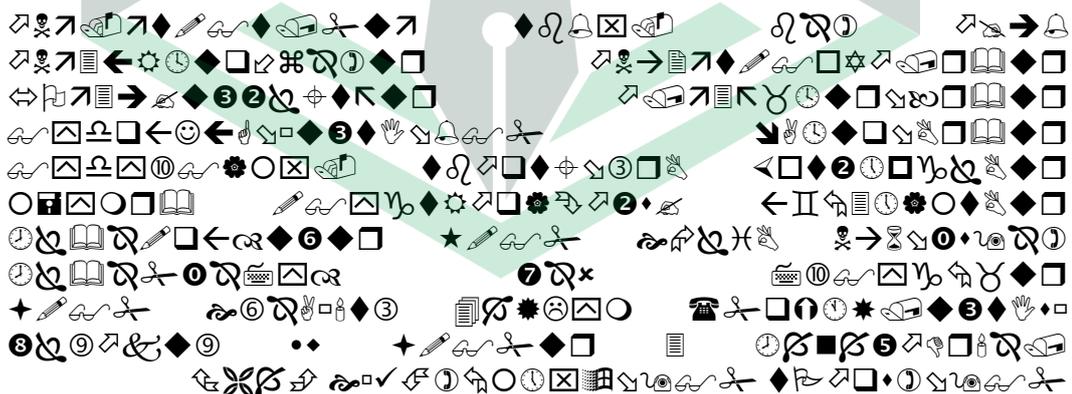
nama produk, manfaat produk, harga produk, serta keuntungan-keuntungan produk dibandingkan produk jenis yang ditawarkan oleh pesaing.<sup>65</sup>

Tujuan promosi lewat iklan yaitu berusaha untuk menarik dan mempengaruhi nasabah lama serta calon nasabahnya. Agar iklan yang dijalankan dapat efektif dan efisien maka perlu dilakukan program pemasaran yang tepat.<sup>66</sup>

c. Dari hasil analisis data yang didapatkan dilapangan dari variabel X3 Lokasi (2,283) > nilai  $T_{tabel}$  (1,984) yang artinya pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel lokasi (X3) berpengaruh signifikan terhadap minat menabung masyarakat Kecamatan Wotu pada BNI Syariah.

Lokasi adalah tempat dimana usaha dilakukan. Faktor penting dalam pengembangan suatu usaha adalah letak lokasi terhadap daerah perkotaan, cara pencapaian dan waktu tempuh lokasi ketujuan. Faktor lokasi yang baik adalah relatif untuk setiap jenis usaha yang berbeda.<sup>67</sup>

Dalam Al quran surah At-Taubah:24 dapat dijelaskan



Terjemahnya:

<sup>65</sup>Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta: Graha Ilmu 2013), h. 136.

<sup>66</sup>Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana 2004), h. 177.

<sup>67</sup>Kolter, *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, (Jakarta: PT Indeks kelompok Gramedia)

“Katakanlah, jika Bapak-bapak, anak-anak, saudara-saudara, istri-istri kaum keluargamu, harta kekayaan yang kamu usahakan, perniagaan yang kamu khawatirkan kerugiannya, dan rumah-rumah tempat tinggal yang kamu sukai, adalah lebih kamu cintai dari pada Allah dan Rasul-Nya, dan berjihad di jalan-Nya maka tunggulah sampai Allah mendatangkan keputusan-Nya. Dan Allah tidak memberikan petunjuk kepada orang pasik”.

Lokasi suatu bank akan mempengaruhi suatu kelancaran dari suatu perbankan. Penentuan lokasi suatu cabang merupakan salah satu kebijakan yang sangat penting. Bank yang terletak dalam lokasi yang strategis sangat memudahkan nasabah dalam berurusan dengan bank.<sup>68</sup>

Melalui penentuan lokasi yang strategis dan yang sesuai dengan keinginan masyarakat akan meningkatkan jumlah nasabah bank . lokasi bank yang tidak strategis akan mengurangi minat masyarakat untuk datang menabung di bank tersebut. Hal ini terjadi karena masyarakat akan kesulitan bertransaksi. Lokasi yang mudah dijangkau dan strategis menjadi salah satu pertimbangan yang diambil oleh masyarakat Kecamatan Wotu dalam menabung pada BNI Syariah KCP Tomoni.

---

<sup>68</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank*, ((Jakarta: Kencana 2008), h. 60.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka penulis menarik beberapa kesimpulan atas hasil analisis tersebut, sebagai berikut :

1. a). Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara pelayanan (X1) terhadap minat menabung (Y) masyarakat Kecamatan Wotu pada BNI Syariah. Karena  $t_{hitung} (2,070) > t_{tabel} (1,984)$ . dengan demikian pengujian menunjukkan bahwa  $H_1$  diterima atau  $H_0$  ditolak.
2. b). Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh tidak signifikan antara promosi (X2) terhadap minat menabung (Y). Karena  $T_{hitung} (-1,338) < T_{tabel} (1,984)$ . Dengan demikian pengujian menunjukkan bahwa  $H_2$  ditolak atau  $H_0$  diterima.
- c). Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara lokasi (X3) terhadap minat menabung (Y). Karena  $T_{hitung} (2,283) > T_{tabel} (1,984)$ . Dengan demikian pengujian menunjukkan bahwa  $H_3$  diterima.

3. Dari hasil pengujian yang telah dilakukan, maka didapatkan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 4,719 sedangkan  $F_{tabel}$  2,70, karena nilai  $F_{hitung}$  lebih kecil dari  $F_{tabel}$  ( $4,719 > 2,70$ ), maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak yang berarti bahwa secara bersama-sama variabel independen (pelayanan, promosi dan lokasi) berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung masyarakat kecamatan Wotu pada BNI Syariah KCP Tomoni.

## **B. Saran**

Dari hasil penelitian, analisis dan kesimpulan diatas, berikut beberapa saran yang dapat disampaikan:

1. Semakin baik tingkat pelayanan terhadap masyarakat maka akan lebih menarik minat mebung pada BNI Syariah KCP Tomoni dan jika promosi melalui masyarakat ditingkatkan, maka semakin tinggi pula minat masyarakat dalam menggunakan BNI Syariah.
2. Diharapkan pada perusahaan Bank BNI Syariah agar membuka Bank BNI Syariah di Kecamatan Wotu, agar lebih banyak masyarakat yang berminat menabung pada BNI Syariah.
3. Diharapkan pada perusahaan Bank BNI Syariah agar membuka dan mengadakan ATM pada pelosok-pelosok desa bukan hanya di perkotaan saja.
4. Bagi peneliti selanjutnya, hendaknya untuk memperluas penelitiannya, sehingga diperoleh informasi yang lebih lengkap.

5. Diharap pada peneliti yang akan datang jumlah sampel yang digunakan lebih banyak, maka hasil analisis penelitian yang didapatkan akan lebih akurat.

#### DAFTAR PUSTAKA

Andespa Roni, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menabung di Bank Syariah, jurnal Lembaga keuangan dan Perbankan-Vol2, No 1, Januari-Juni 2017.*

Antonio, Muhammad Syafi'i, *Bank Syariah dari Teori Keperaktek*, Jakarta:Gema Insani Press, 2001.

Al-bukhari.

Al-Qur'an Al-kariim

Al-Maragi, Ahmad, Mustafa, *Terjemahan Tafsir Al-Maragi*, Semarang: CV Toha Putra, 1987.

Badan Pusat Statistik Kabupaten Luwu Timur dan Bagian Pemerintahan Setdakab LUTIM.

Bungin, M. Burhan, *penelitian kuantitatif: komunikasi, ekonomi, kebijakan publik dan ilmu sosial lainnya*, Jakarta:Kencana, 2007.

Chotimah, chusnul, *pengaruh produk, pelayanan promosi dan lokasi terhadap keputusan nasabah menabung*, skripsi Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2017.

Departemen pendidikan dan kebudayaan, KBBI VI.3.

Eriyanto, *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial lainnya*, Jakarta, Kencana, 2011.

Fasiha, *ISLAMIC FINANCE konsep dan aplikasi dalam lembaga keuangan syariah*, Palopo, Laskar perubahan, 2016.

Ghazali, Imam, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, Yogyakarta:Graham Ilmu, 2006.

Ghofur Abdul, *Perbankan Syariah di Indonesia*, Yogyakarta, Gajha Mada University Perss, 2009.

Iranati, Rahma, Belani, Oktavindria, *Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Pengetahuan, dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat di Kota Tangerang Selatan)*, Skripsi: Jakarta, 2017.

Hermawan Agus, *Komunikasi Pemasaran*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2012)

HR. Aun Ibn Hanifah.

<http://adshuda.com>

<http://dataolah.blospot.co.id/2014/06/tutorial-uji-t-dengan-ibm-spss-15.html>.

<http://dilihatya.com/2236/pengertian-pengaruh-menurut-para-ahli>.

<http://CpresntS.Undip.ac.id?29246/I/Skripsi002.pdf>

[http://eprints.Undip.ac.id/16507/I/ARI\\_WIJAYANTI.pdf](http://eprints.Undip.ac.id/16507/I/ARI_WIJAYANTI.pdf)

<http://kbbi.web.id/pengaruh.com>

<http://kbbi.web.id/masyarakat.html>

<http://Library.binus.ac.id/eColls/eThesisdoc/Bab2/2012-2-00827-HM%Bab2001.pdf>

<http://pengertian-pelayanan-menurut-para-ahli-lengkap.html>

<http://plus.google.com>posts>

<http://www.landasanteori.com>

<http://www.kompasiana.com>minimnya-pengetahuan-bank-syariah-dipedesaan>.

<http://www.konsultanstatistik.com/2009/03/uji-asumsi-klasik.html?m=1>

<http://qmc.binus.ac.id/2014/11.01/u-j-i-v-a-l-i-d-i-t-a-s-d-a-n-u-j-i-r-e-l-i-a-b-i-l-i-t-a-s--/hl=id-ID>

<http://ciputraureo.net/blog/metode-pengumpulan-data-dalam-penelitian>.

Ismail, *perbankan syariah*, cet. V; Jakarta:Kencana, 2017.

Kasmir, *pemasaran bank*, Jakarta:Kencana, 2010.

Kamus Besar Bahasa Indonesia VI.3

Kongraganingrat, *metode penelitian masyarakat*, Jakarta: PT.Gramedia, 2010.

Muhammad, *Manajemen Dana Bank syariah*, cet. II; Jakarta:pt Rajagrafindo persada, 2015

Margono,S, *Metodologi penelitian Pendidikan*, Jakarta: Pt rineka cipta, 1997.

Nasfan, *pembiayaan musyarakah dan mudharabah*, Yogyakarta: Graha ilmu, 2014.

Qs. Ali-Imron

Qs. Al-Baqarah

Qs. An-Nisa

Qs. Ar-Rum

Rivai, Veithzal, dkk, *Bank and Finance institution managemen*, Cet.I: Jakarta: Pt Rajagrafindo. 2003.

Rukmanasari, Feti, *pengaruh pengetahuan, promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat menggunakan jasa pegadaian*, Skripsi: IAIN Salatiga, 2017.

Saraswati, Nurul, *Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Muamalat KCP Magelang*, Skripsi: UIN Walisongo Semarang, 2016.

Tanjung, Hendri dan Abrista Devi, *Metodologi penelitian ekonomi islam*; Bekasi:Gramata publising, 2013.

Wahjono, Imam Sentot, *Manajemen Pemasaran Bank*; Ed. Ke-XI Yogyakarta: Graham Ilmu, 2010.

Walpole, E. Ronald, *pengetahuan Statistika*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1993 dipublikasikan oleh [http://id.m.wikipedia.org/wiki/statistika\\_deskriptif](http://id.m.wikipedia.org/wiki/statistika_deskriptif)

Yuanita, Firda Olivia, *pengaruh produk, kualitas promosi dan lokasi terhadap keputusan nasabah menabung*, Skripsi (IAIN) Surakarta, 2017.