

ABSTRAK

Siti Nurhalza, 2024 “ *Analisis faktor – faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menjadi nasabah di bank syariah (sudi masyarakat di desa Baliase Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara)*”. Skripsi program studi perbankan syariah , Fakultas ekonomi dan bisnis islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Pembimbing (I) Ilham, S.Ag.,MA.

Skripsi ini membahas tentang analisis faktor – faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menjadi nasabah di bank syariah (sudi masyarakat di desa Baliase Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara), penelitian ini bertujuan untuk (1) menganalisis dan mendeskripsikan pengaruh dari persepsi terhadap minat masyarakat untuk menjadi nasabah di bank syariah, (2) untuk menganalisis dan mendeskripsikan pengaruh dari pengetahuan terhadap minat masyarakat untuk menjadi nasabah di bank syariah. (3) untuk menganalisis dan mendeskripsikan pengaruh dari promosi terhadap minat masyarakat untuk menjadi nasabah di bank syariah. (4) untuk menganalisis dan mendeskripsikan pengaruh dari persepsi, pengetahuan, dan promosi terhadap minat masyarakat untuk menjadi nasabah di bank syariah. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kuantitatif dan menggunakan populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, kuesioner/angket dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) tidak terdapat pengaruh antara variabel Persepsi (X^1) terhadap variabel Minat Masyarakat (Y) dimana $T_{hitung} < T_{tabel}$ atau $0.328 < 2.03$ dan nilai Sig $0.745 > 0.05$. (2) terdapat pengaruh antara variabel pengetahuan (X^2) terhadap variabel minat kerja (Y) dimana $T_{hitung} > T_{tabel}$ atau $3.498 > 2.03$ dan nilai Sig $0.000 < 0.05$. (3) terdapat pengaruh antara variabel Promosi (X^3) terhadap variabel minat kerja (Y) dimana $T_{hitung} > T_{tabel}$ atau $2.570 > 2.03$ dan nilai Sig $0.001 < 0.05$. (4) R square sebesar 0.614 atau 61.4%. hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan dari pengaruh variabel independen yaitu persepsi (X^1), pengetahuan (X^2) dan promosi (X^3) terhadap variabel dependen yaitu Minat Masyarakat (Y) sebesar 61.4% sedangkan sisanya sebesar 38.6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Persepsi, Pengetahuan, Promosi dan Minat masyarakat