

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KURANGNYA
MINAT MASYARAKAT PERUMNAS MENABUNG
DI BANK SYARIAH**

Skripsi

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

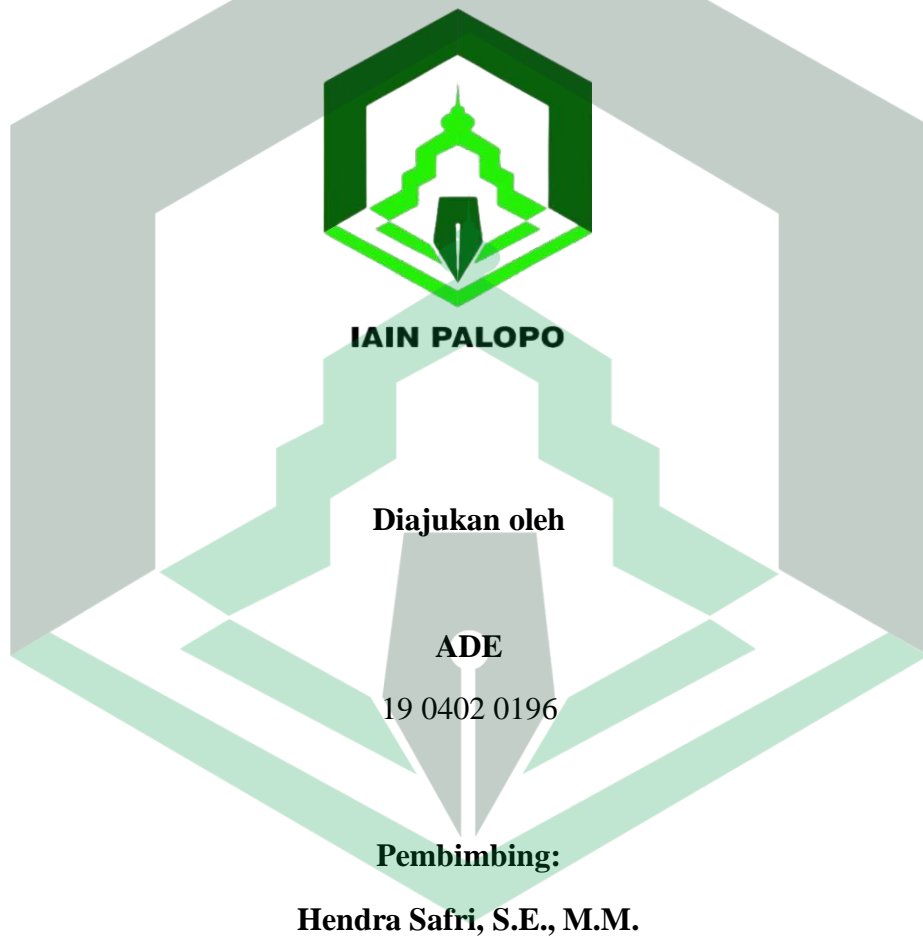


**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2024**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KURANGNYA
MINAT MASYARAKAT PERUMNAS MENABUNG
DI BANK SYARIAH**

Skripsi

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



**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2024**

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Ade
NIM : 19 0402 0196
ProgramStudi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikat dari tulisan/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 ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan dan kesalahan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya.

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

Demikian pernyataan ini di buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 16 Juli 2024

Yang membuat pernyataan,



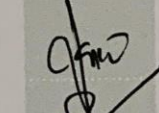
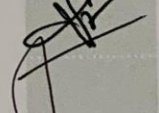
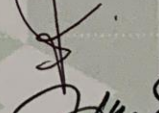
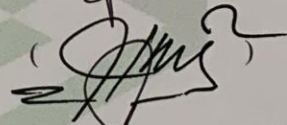

Ade
19 0402 0196

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Masyarakat Perumnas untuk Menabung di Bank Syariah yang ditulis oleh Ade Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 1904020196, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Rabu, tanggal 21 Agustus 2024 Miladiyah bertepatan dengan 16 Safar 1446 Hijriah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Palopo, 23 September 2024

TIM PENGUJI

- | | | |
|--|-------------------|---|
| 1. Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I. | Ketua Sidang | () |
| 2. Dr. Fasiha, S.E.I., M.E.I. | Sekretaris Sidang | () |
| 3. Ilham, S.Ag., M.A. | Penguji I | () |
| 4. Akbar Sabani, S.E.I., M.E. | Penguji II | () |
| 5. Hendra Safri, S.E., M.M. | Pembimbing | () |

Mengetahui:



Rektor IAIN Palopo
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I.
NIP 198201242009012006



Ketua Program Studi
Perbankan Syariah
Edi Indra Setiawan, S.E., M.M.
NIP 198912072019031005

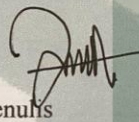
1. Rektor IAIN Palopo, Dr. Abbas Langaji, M.Ag dan juga kepada para jajarannya yakni Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan

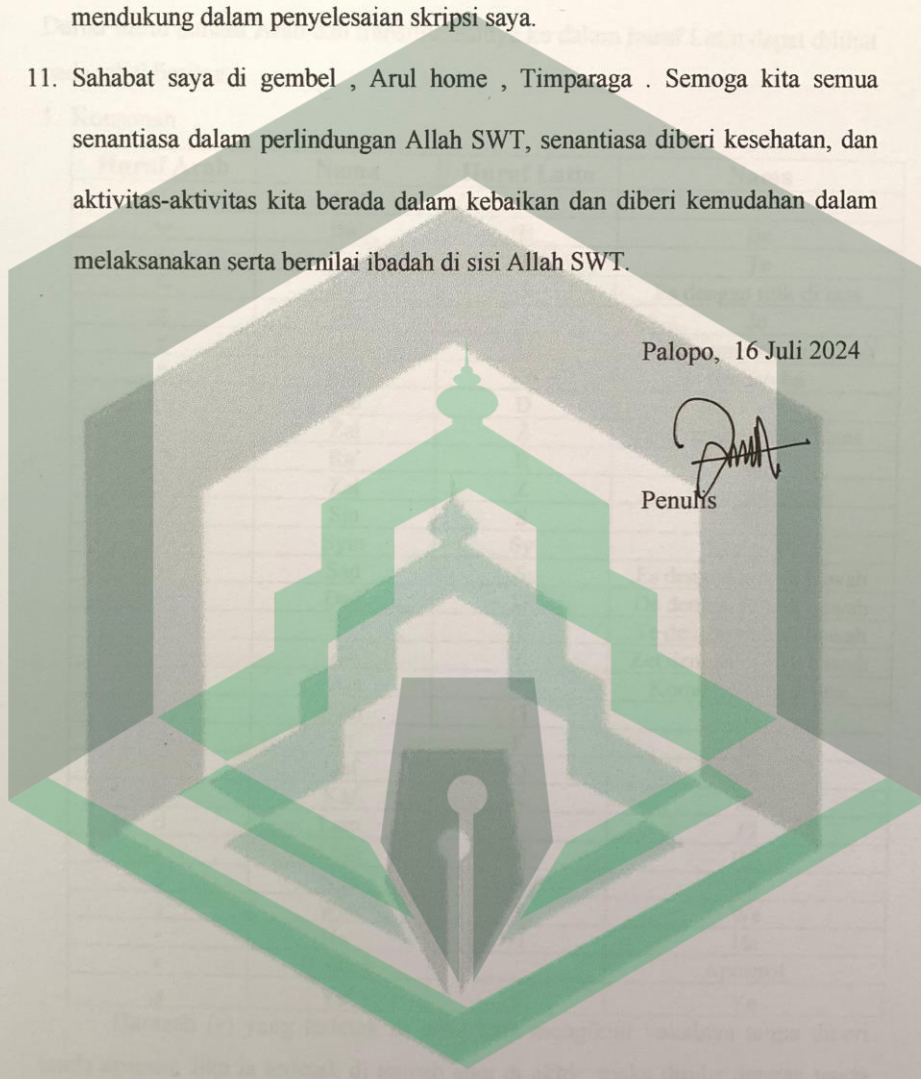
Kelembagaan, Dr. Munir Yusuf, M.Pd, Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan, dan Keuangan, Dr. Masruddin, S.S., M.Hum dan Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerja Sama, Dr. Mustaming, S.Ag., M.HI

2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo, Dr. Hj. Anita Marwing, M.HI dan juga Kepada Wakil Dekan I Bidang Akademik, Dr. Fasiha, S.El., ME.I Wakil Dekan II Bidang Administrasi Umum, Perencanaan, dan Keuangan, Muzayyanah Jabani, S.T MM. dan Wakil Dek III Bidang Kemahasiswaan dan Kerja Sama, Muhammad Ilyas, S.Ag., M.A.
3. Penguji Ilham, S.Ag.M.A dan Akbar Sabani, S.El.selaku penguji I dan II yang telah membantu dan membimbing saya dalam penyelesaian skripsi saya
4. Pembimbing , Hendra Safri, SE., M.M., telah memberikan masukan dan bimbingan dalam rangka penyelesaian skripsi saya.
5. Ketua Program Studi Perbankan Syariah, Edi Indra Setiawan, S.E., M.M. begitupun juga dengan Sekertaris Program Studi, Umar, S.E., M.,S.E.
6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen yang telah membagikan ilmunya kepada saya dan teman-teman saya.
7. Para Staf IAIN Palopo, terkhusus kepada Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah membantu demi penyelesaian studi saya.
8. Kepada responden yang membantu berpartisipasi.
9. Kepada putri afsyari yang telah menyemangati dan menemani dalam proses penyelesaian skripsi saya.

10. Kepada kakak senior saya Nirmayasari, S.E yang telah membantu dan mendukung dalam penyelesaian skripsi saya.
11. Sahabat saya di gembel , Arul home , Timparaga . Semoga kita semua senantiasa dalam perlindungan Allah SWT, senantiasa diberi kesehatan, dan aktivitas-aktivitas kita berada dalam kebaikan dan diberi kemudahan dalam melaksanakan serta bernilai ibadah di sisi Allah SWT.

Palopo, 16 Juli 2024


Penulis



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

A. Transliterasi Arab-Latin

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

1. Konsonan

| Huruf Arab | Nama | Huruf Latin | Nama |
|------------|-----------------|-------------|---------------------------|
| ا | Alif | - | - |
| ب | Ba ^ʿ | B | Be |
| ت | Ta ^ʿ | T | Te |
| ث | Sa ^ʿ | Š | Es dengan titik di atas |
| ج | Jim | J | Je |
| ح | Ha ^ʿ | Ḥ | Ha dengan titik di bawah |
| خ | Kha | Kh | Ka dan ha |
| د | Dal | D | De |
| ذ | Zal | Z̤ | Zet dengan titik di atas |
| ر | Ra ^ʿ | R | Er |
| ز | Zai | Z | Zet |
| س | Sin | S | Es |
| ش | Syin | Sy | Es dan ye |
| ص | Šad | Š | Es dengan titik di bawah |
| ض | Ḍaḍ | Ḍ | De dengan titik di bawah |
| ط | Ṭa | Ṭ | Te dengan titik di bawah |
| ظ | Za | Z̤ | Zet dengan titik di bawah |
| ع | „Ain | „ | Koma terbalik di atas |
| غ | Gain | G | Ge |
| ف | Fa | F | Fa |
| ق | Qaf | Q | Qi |
| ك | Kaf | K | Ka |
| ل | Lam | L | El |
| م | Mim | M | Em |
| ن | Nun | N | En |
| و | Wau | W | We |
| هـ | Ha ^ʿ | H | Ha |
| ء | Hamzah | ʾ | Apostrof |
| ي | Ya ^ʿ | Y | Ye |

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

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoflog dan vokal rangkap atau diflog.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat,

transliterasinya sebagai berikut:

| Tanda | Nama | Huruf latin | Nama |
|-------|---------------|-------------|------|
| | <i>fathah</i> | A | A |
| | <i>Kasrah</i> | I | I |
| | <i>dammah</i> | U | U |

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

| Tanda | Nama | Huruf latin | Nama |
|-------|----------------------------------|-------------|---------|
| | <i>fathah dan yā[°]</i> | Ai | a dan i |
| | <i>fatūah dan wau</i> | I | a dan u |

Contoh :

كَيْفًا : *kaifa*

كَيْفًا

هَوَّلًا : *hauḷa*

هَوَّلًا

3. Maddah

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

| Harkat dan Huruf | Nama | Huruf dan tanda | Nama |
|------------------|---|-----------------|---------------------|
| ◌◌◌◌ / ◌◌◌◌ | <i>fathah dan alif</i> atau <i>ā</i> <i>yā[°]</i> | | a dan garis di atas |
| ◌◌◌◌ | <i>kasrah dan yā[°]</i> | ī | i dan garis di atas |
| ◌◌◌◌ | <i>dammah dan wau</i> | ū | u dan garis di atas |

Contoh :

مَا

: *māta*

رَامَا

: *rāmā*

قِيلَا

: *qīla*

يَامُوتَا

: *yamūtu*

4. Ta marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua, yaitu ta marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan ta marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun transliterasinya

: "Ali (bukan „Aliyy atau A"ly)
: Arabi (bukan A"rabiyy atau „Arabiy)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf (*alif lam ma"rifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasikan seperti biasa, al-, bail ketika ia diikuti oleh huruf syamsiyah maupun huruf qamariyyah. Kata sandang tidak mengikuti bunyi haruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh :

اٰی ۙ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)
اٰی ۙ : *al-zalزالah* (bukan *az-zalزالah*)
اٰی ۙ
اٰی ۙ
اٰی ۙ
اٰی ۙ

اَبِلَادُهُ : *al-biladuh*

7. Hamzah

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

Contoh:

تَامُرُنَا : *ta muruna*

اِنَّا : *al-nau*

سَيِّئٌ : *syai"un*

اُمِرْتُ : *umirtu*

ء

8. Penulis kata Arab yang lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, atau kalimat yang lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis secara menurut cara dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks arab, maka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh :

- *Syarah al-a=Arba" in al-Nawawi*
- *Risalah fi ri"ayah al-masalahah*

9. Lafz al-jalalah

Kata „Allah“ yang didahului partikel seperti huruf jaar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai mudah ilaih (Frasa nomial), ditransliterasi tanpa huruf hamzah

Contoh:

دِنُ اللّٰهِ *dinullah* اِبِلَالِ اللّٰهِ *billah*

Kata „Allah“ ta" marbutah di akhir yang disandarkan kepada lafz al-jalalah, ditransliterasi dengan huruf [f]. Contoh: سَمْحٌ لِّلّٰهِ اِنَّمَا هُوَ فِي رَحْمَتِ اللّٰهِ

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan arab tidak mengenal huruf kapital (All Caps), dalam, transliterasinya huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital

berdasarkan pedoman ejaan bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital misalnya digunakan menuliskan huruf awal nama dari (orang, tempat, dan bulan) dan huruf pertama pada pemulaan kalimat. Bila nama didahului oleh kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CKD, dan DR). Contoh:

- *Wa ma Muhammadun illa rasul*
- *Inna awwala baitin wudi" a Innasi IaIIACI bi bakkata mubarkan*
- *Syahru Ramadan al-lazi unzila fihi al-Quran*
- *Nasr al-Din al-Tusi*
- *Nasr Hamid Abu Zayd*
- *Al-Tufi*
- *Al-Masalahal fi al-Tasyi" al-islam*

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

Abu al-Walid Muhammad ibn Rusyd, ditulis menjadi :Ibnu Rusyd, Abu al-Walid Muhammad (bukan :Rusyd, Abu al-Walid Muhammad Ibnu)
Nasr Hamid Abu Zaid, ditulis menjadi :Abu Zaid, Nasr Hamid (bukan Zaid, Nasr Hamid Abu).

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

| | |
|--------------|---|
| Swt | = subhanahu wa ta`ala |
| Saw | = sallallahu „alaihi wasallam |
| as. | = „alaihi al-salam |
| H | = Hijrah |
| M | = Masehi |
| SM | = Sebelum Masehi |
| I | = Lahir Tahun (untuk orang yang masih hidup saja) |
| W | = Wafat Tahun |
| QS.../...: 4 | = QS al-Baqarah/2:4 atau QS Ali „Imran/3:4 |
| HR | = Hadis Riwayat |



DAFTAR ISI

| | |
|---|--------------|
| SAMPUL | i |
| HALAMAN JUDUL | ii |
| HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN | iii |
| PRAKATA | iv |
| PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN | vii |
| DAFTAR ISI | xiii |
| DAFTAR AYAT | xv |
| DAFTAR HADIST | xvi |
| DAFTAR GAMBAR | xvii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xviii |
| ABSTRAK | xix |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 5 |
| C. Tujuan Penelitian | 6 |
| D. Manfaat Penelitian | 6 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 7 |
| A. Penelitian Terdahulu yang Relevan | 7 |
| B. Kajian Teori | 10 |
| 1. Bank Syariah..... | 10 |
| 2. Lokasi | 31 |
| 3. Promosi | 32 |
| 4. Minat..... | 34 |
| C. Kerangka Pikir | 35 |
| D. Hipotesis | 35 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 36 |
| A. Jenis Penelitian | 36 |
| B. Lokasi dan Waktu Penelitian | 36 |
| C. Definisi Operasional Variabel | 36 |
| D. Populasi dan Sampel | 37 |
| E. Teknik Pengumpulan data | 39 |
| F. Instrumen..... | 40 |
| G. Uji Validitas dan Realibilitas..... | 41 |
| H. Teknik Analisis Data..... | 42 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 45 |
| A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian | 45 |
| B. Hasil Penelitian | 50 |
| C. Pembahasan Hasil Penelitian | 59 |
| BAB V PENUTUP | 63 |

| | |
|-----------------------------|-----------|
| A. Kesimpulan..... | 63 |
| B. Saran..... | 63 |
| DAFTAR PUSTAKA | 64 |



DAFTAR AYAT

| | |
|--|----|
| Kutipan Ayat 2 QS Al-Baqarah ayat/2 275..... | 23 |
|--|----|



DAFTAR HADIST

Hadis Riwayat HR.Bukhari: Muslim, Tirmidziy Masai, dan Ahmad..... 24



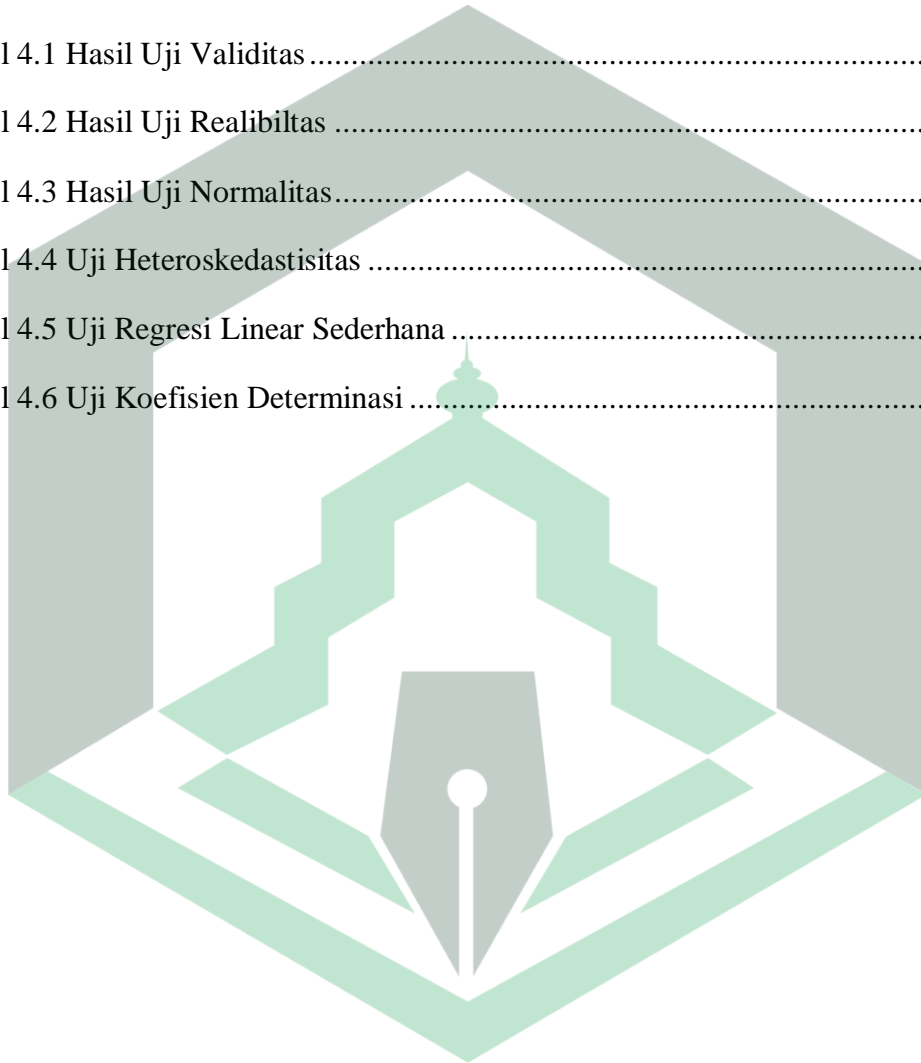
DAFTAR GAMBAR

| | |
|----------------------|----|
| Kerangka Pikir | 35 |
|----------------------|----|



DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu Yang Relevan..... | 7 |
| Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel | 36 |
| Tabel 3.2 Skala Penilaian | 36 |
| Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas | 50 |
| Tabel 4.2 Hasil Uji Realibilitas | 51 |
| Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas..... | 52 |
| Tabel 4.4 Uji Heteroskedastisitas | 54 |
| Tabel 4.5 Uji Regresi Linear Sederhana | 55 |
| Tabel 4.6 Uji Koefisien Determinasi | 56 |



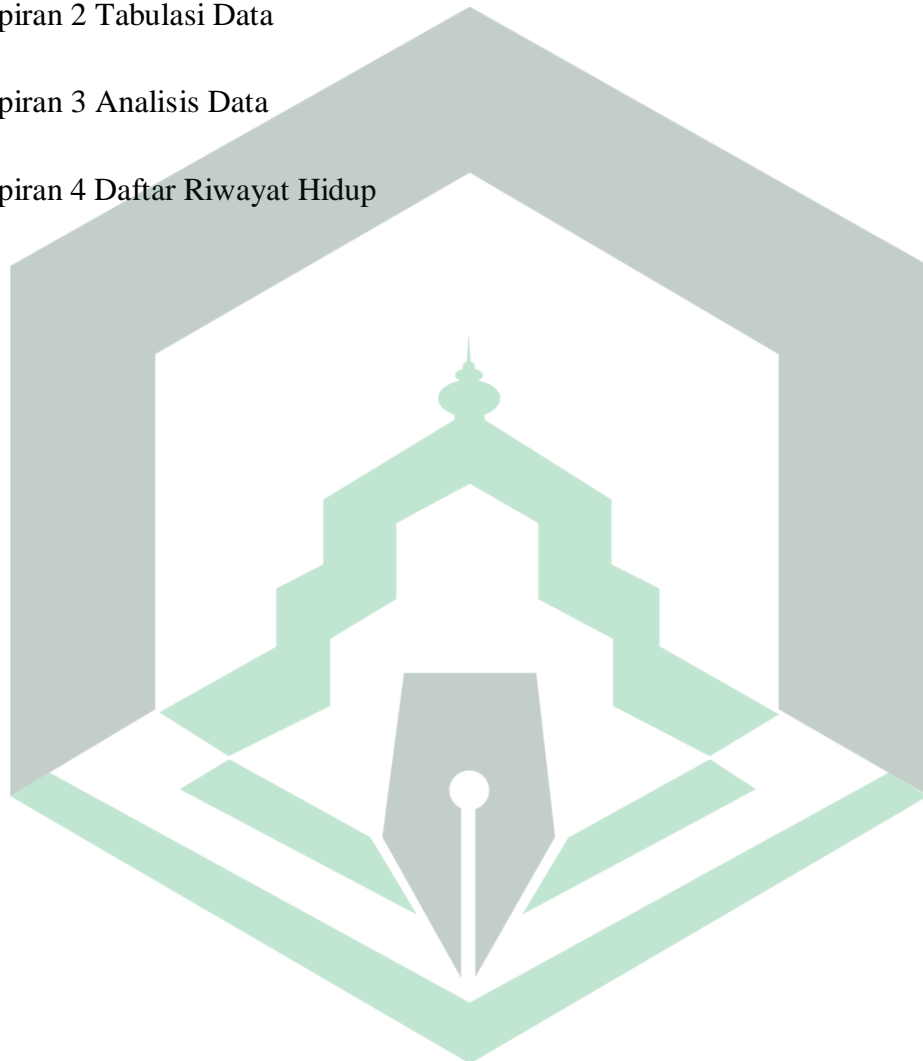
DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 kuesioner

Lampiran 2 Tabulasi Data

Lampiran 3 Analisis Data

Lampiran 4 Daftar Riwayat Hidup



ABSTRAK

Ade 2024, “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Masyarakat Perumnas Untuk Menabung di Bank Syariah*” Skripsi Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo di bimbingan oleh Hendra Safri.

Skripsi ini membahas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kurangnya minat menabung masyarakat Perumnas di bank syariah penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor kurangnya minat menabung masyarakat perumnas di bank syariah

Jenis penelitian ini adalah menggunakan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Perumnas. Sedangkan teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *random sampling* dengan penentuan sampel sebanyak 100 masyarakat. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan melalui pembagian angket/kuesioner kepada responden untuk dijawabnya. Selanjutnya, teknik pengelolaan dan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan analisis data kuantitatif dengan bantuan program SPSS 20.

Hasil penelitian menyatakan bahwa , (1) secara parsial lokasi berpengaruh positif terhadap minat masyarakat Perumnas hal ini terlihat pada dalam tabel *coefficient* memperlihatkan hasil signifikan variabel lokasi (X₁) sebanyak 0,012 yakni hasil ini kurang atas taraf signifikan sebanyak 0,05 ataupun $0,012 < 0,05$ sertabila dinilai melalui nilai t_{hitung} sebanyak 2,550 melebihi t_{tabel} dimana 1,985 maupun $2,550 > 1,985$, (2) secara parsial promosi berpengaruh terhadap minat masyarakat Perumnas hal ini terlihat pada tabel *coefficient* didapatkan hasil signifikan variabel Promosi (X₂) sebanyak 0,046 diketahui hasil ini signifikan 0,05 maupun $0,046 < 0,05$ serta apabila dilihat berdasarkan nilai t_{hitung} sebanyak 1,985 lebih dari t_{tabel} yakni 1,984 maupun $1,985 > 1,984$. Sehingga, bisa disimpulkan bahwa promosi memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat. ,(3) secara simultan kualitas pelayanan , dan biaya administrasi sebesar 63,8% berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah..

Kata Kunci : Lokasi, minat masyarakat Perumnas, promosi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Meningkatnya perkembangan lembaga keuangan syariah, bukanlah hal yang baru lagi untuk diperbincangkan di kanca lembaga keuangan. Peningkatan yang terus meningkat dari tahun ketahunnya, menjadikan lembaga keuangan syariah, sebagai lembaga keuangan yang mempunyai kekuatan dalam melakukan pemulihan perekonomian yang terjadi di Indonesia. Hal tersebut, tentu saja dapat kita lihat, dari prinsip sosial yang ada di lembaga keuangan syariah, yang mempunyai landasan Alquran dan Hadits. Dalam hal ini, ekonomi Islam atau prinsip syariah, telah digadagadag sebagai sistem perekonomian yang mampu untuk menuntaskan permasalahan perekonomian yang ada.¹

Bank menurut Undang-undang perbankan Syariah No. 21 Tahun 2008 Pasal 1 adalah badan usaha yang menghimpun dana masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat.² Sejak berdirinya Bank Syariah pertama pada tahun 1992 industri perbankan syariah baru tampak pertumbuhannya saat keluarnya undang-undang No. 10 Tahun 1998 yang memberikan peluang pada Bank konvensional untuk menjalankan bisnis syariah melalui pembentukan unit usaha syariah dan cabang syariah, Keluarnya undang

¹ Riyan Pradesyah, "Pengaruh Promosi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Melakukan Transaksi Di Bank Syariah (Studi Kasus Di Desa Rahuning)", *Jurnal Ekonomi Islam*, 1.2 (2020),114

² Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 pasal 1 Tentang Perbankan Syariah, t.t.

undang tersebut tidak terlepas dari kondisi krisis ekonomi global khususnya di Indonesia.³

Semenjak dikeluarkannya UU No. 10 Tahun 1998 yang memberi landasan hukum yang lebih kuat untuk perbankan syariah dan melalui UU No. 23 Tahun 1999 hingga disahkannya UU No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah, perkembangan bank syariah semakin meningkat pesat terutama dilihat dari peningkatan jumlah bank/ kantor yang menggunakan prinsip syariah dan peningkatan jumlah aset yang dikelolanya.⁴

Bank syariah didefinisikan sebagai bank yang kegiatan usahanya dijalankan berdasarkan dengan Prinsip Syariah (Otoritas Jasa Keuangan, 2014). Indonesia merupakan Negara dengan penduduk muslim terbanyak dunia. Maka sudah seharusnya perbankan yang sesuai syariah serta tidak mengandung unsur riba dapat beroperasi sebagaimana mestinya.⁵

Menabung di bank syariah merupakan salah satu anjuran dalam Islam yang berkaitan dengan urusan keduniaan manusia, yang sebenarnya merupakan suatu bentuk ibadah kepada Allah karena menjalankan perintah Allah yang memerintahkan manusia untuk tidak melupakan urusan dunianya karena urusan dunia dan akhirat hendaknya diseimbangkan dan tidak dilupakan salah satunya. Salah satu tujuan adanya perintah menabung ini adalah agar umat Islam memiliki

³ Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Syariah Produk-Produk Dan Aspek Hukumnya*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2014). h. 55

⁴ Cita Ayni Putri Silalahi and Dalmi Iskandar Sultami, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Muslim Nusantara (Umn) Al Washliyah Menabung Di Bank Syariah", *Prosiding Seminar Hasil Penelitian* (2020), 71

⁵ Aprilia Tiara Putri, "Analisis Determinasi Kurangnya Minat Masyarakat Muslim Di Kabupaten Kotabaru Untuk Menabung Di Bank Syariah". *Universitas Muhammadiyah Yogyakarta* (2021).

investasi untuk masa depannya, sebagai bekal untuk menghadapi segala kemungkinan yang terjadi di masa yang akan datang, karena manusia tidak ada satupun yang tahu tentang apa yang akan terjadi di hari esok, kapan ia akan sehat, kapan ia akan sakit bahkan kapan dan dimana ia akan meninggal tidak seorangpun yang mengetahuinya, sebagaimana firman Allah dalam Al-Qur'an surah Lukman (31) ayat 34.⁶

Pada kenyataannya masyarakat pada umumnya banyak menjatuhkan pilihan menabung dan meminjam uang pada lembaga keuangan selain bank syariah, banyak dari masyarakat menabung di bank konvensional dan meminjam pada koperasi umum, padahal di dalam bank konvensional sudah diketahui menganut sistem bunga yang menurut sebagian ulama, sistem bunga termasuk yang diharamkan karena bunga dikategorikan sebagai riba. Maka dari itu perlu didirikan bank syariah. Bank syariah di Indonesia didirikan karena keinginan masyarakat (terutama masyarakat yang beragama Islam) yang berpandangan bunga merupakan hal yang haram.⁷

Bank Syariah memang sudah tersebar luas di Indonesia. Akan tetapi untuk penyebaran Bank Syariah di Desa-desa masih sangat minim, yang menyebabkan masyarakatnya belum mengetahui konsep dari Bank Syariah dan masih menganggap bahwa Bank Syariah sama saja dengan Bank Konvensional.

⁶ Gusmail Emmang, "Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kurangnya Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Di Kecamatan Rappocini Kota Makassar)". *UIN Alauddin Makassar* (2016). h. 1

⁷ Eka Apriana, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Desa Koto Taluk Menabung Di Bank Syariah Teluk Kuantan Kabupaten Kuantan Singingi". *Universitas Islam Kuantan Sangingi*. h. 435

Masyarakat di perumahan sepenuhnya penduduk beragama muslim. Dengan penduduk muslim di perumahan seharusnya lebih mudah bagi bank syariah untuk menjalankan dan mengembangkan kegiatan usahanya. Akan tetapi pada realitanya, meskipun jumlah penduduk di perumahan mayoritas beragama muslim tidak semua penduduknya menggunakan bank syariah. Kesadaran masyarakat di perumahan untuk menabung atau bertransaksi menggunakan bank syariah di rasa masih kurang, tidak sedikit masyarakat di perumahan memilih menabungkan dananya kepada bank konvensional di banding bank syariah yang mestinya menjadi salah satu bank yang dianjurkan bagi umat Islam. Masyarakat lebih mengenal bank konvensional dibandingkan dengan bank syariah yang sistem usahanya sesuai dengan syariat islam. Permasalahan di perumahan muncul dari perspektif masyarakat yang mana mereka menganggap bahwa bank konvensional dan bank syariah pada dasarnya adalah sama, hanya saja pada bank syariah menggunakan istilah yang berbeda.

Banyak masyarakat desa Rampoang menggunakan bank konvensional dengan berbagai macam alasan, diduga alasan-alasan tersebut disebabkan oleh hadiah dan bonus yang ditawarkan lebih menggiurkan, belum paham dengan sistem dan operasional yang diterapkan pada bank syariah, letak lokasi bank konvensional lebih dekat dibandingkan dengan bank syariah, serta rasa nyaman terhadap bank konvensional karena mereka lebih dulu mengenal bank konvensional daripada bank syariah.

Hal tersebut bisa saja terjadi karena kurangnya pengetahuan calon nasabah tentang produk perbankan syariah, sehingga perlu adanya promosi kepada

masyarakat yang tidak hanya menggunakan sistem website, brosur maupun pamflet. Sosialisasi langsung juga perlu dilakukan agar calon nasabah benar-benar paham bagaimana sistem perbankan syariah, produk apa saja yang ditawarkan, bagaimana pelayanannya, dan dimana saja mereka dapat menemukan kantor bank syariah.

Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk meneliti dan ingin mengetahui faktor-faktor apa yang mempengaruhi kurangnya minat masyarakat di perumnas untuk menabung di bank syariah. maka dalam penulisan skripsi ini penulis menyusun judul dengan **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Masyarakat Perumnas Untuk Menabung Di Bank Syariah”**.

B. Batasan Masalah

Permasalahan yang dibatasi dalam penelitian ini yaitu faktor-faktor pengaruh kurangnya minat masyarakat menabung Di Bank Syariah peneliti hanya mengambil faktor pengetahuan, promosi, dan lokasi. Sedangkan dari sampel peneliti membatasi hanya yang berusia 17 tahun keatas.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu faktor-faktor apakah yang mempengaruhi kurangnya minat masyarakat perumnas untuk menabung di bank syariah?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis faktor-faktor apakah yang mempengaruhi kurangnya minat masyarakat perumnas untuk menabung di bank syariah

E. Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah serta tujuan penelitian tersebut maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan, baik secara teoritis maupun praktis adalah sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kurangnya minat masyarakat perumnas untuk menabung di bank syariah, serta juga diharapkan sebagai sarana pengembangan ilmu pengetahuan yang secara teoritis di pelajari di bangku perkuliahan.

2. Manfaat praktis

Memberikan informasi kepada masyarakat perumnas tentang pentingnya untuk memperhatikan lembaga-lembaga keuangan syariah terutama dalam hal menabung.

a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman tentang bank syariah.

b. Bagi Bank

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai sejauh mana pemahaman masyarakat terhadap produknya

c. Bagi Masyarakat

Dapat membedakan antara bank konvensional dan bank syariah sehingga dapat mengambil keputusan dalam hal menabung di bank



BAB II

KAJIAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Adapun penelitian terdahulu yang relevan yang digunakan penulis sebagai sumber untuk mendukung penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Indah Puspita (2021) dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Masyarakat Desa Jebus Kecamatan Kumpeh Menabung Di Bank Syariah”. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis regresi linear berganda sebagai alat analisisnya. Penelitian ini dilakukan di desa Jebus kecamatan Kumpeh. Jenis data yang digunakan yaitu data primer dan sekunder dan dalam mengumpulkan data menggunakan angket atau kusioner dan dokumentasi. Hasil penelitian ini dapat di kemukakan bahwa variabel pengetahuan dan produk terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kurangnya minat masyarakat menabung. hasil uji F variabel kurangnya minat masyarakat menabung dapat dipengaruhi oleh variabel pengetahuan, dan produk secara bersama-sama. Secara persial pengetahuan dan produk berpengaruh signifikan terhadap kurangnya minat masyarakat. Lokasi dan pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kurangnya minat masyarakat Desa Jebus menabung di Bank Syariah. Persamaan penelitian ini membahas tentang variabel pengetahuan, variabel lokasi dan minat masyarakat menabung di bank syariah. Perbedaan penelitian ini menggunakan variabel pelayanan dan variabel produk.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Nela Diana Putri (2020) dengan judul penelitian “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Rendahnya Minat Mahasiswa Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus: Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri IAIN Bukittinggi Bp.2019)”. Penelitian ini menggunakan metode deskripsi kuantitatif. Penelitian ini dilakukan di kampus Intitut Islam Negri Bukittingi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. Jenis data yang digunakan yaitu data primer dan sekunder dan dalam mengumpulkan data menggunakan observasi dan kusioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variable lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap rendahnya minat mahasiswa menabung di bank syariah karena sudah mudahnya akses dalam menjangkau bank syariah. Variable fasilitas tidak berpengaruh terhadap rendahnya minat menabung mahasiswa karena sudah ada kerjasama antara bank syariah dan bank konvensional tentang mesin anjungan tunai. Variable promosi sangat berpengaruh signifikan terhadap rendahnya minat mahasiswa menabung di bank syariah. Persamaan penelitian ini membahas tentang variable lokasi dan variabel promosi. Perbedaan penelitian ini adalah jika penelitian sebelumnya terfokus kepada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam yang berkuliah di IAIN Bukittinggi maka penelitian ini hanya terfokus kepada masyarakat yang ada di Desa Rampoang.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Irnawati Indi (2019) dengan judul penelitian “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kecamatan Rappocini Kota

Makassar)”. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dengan metode kuantitatif. Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Rappocini Kota Makassar. Jenis data yang digunakan yaitu data primer dan sekunder dan dalam mengumpulkan data menggunakan angket dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pengetahuan, variable pelayanan, dan variable lokasi berpengaruh signifikan dan positif terhadap kurangnya minat masyarakat di kecamatan Rappocini kota Makassar untuk menabung di Bank Syariah. Dari variable beberapa variabel tersebut yang paling kuat berpengaruh signifikan dan positif terhadap faktor kurangnya minat masyarakat untuk menabung di bank syariah yaitu variabel lokasi. Persamaan penelitian ini membahas tentang variabel pengetahuan, variable lokasi dan minat masyarakat menabung di bank syariah. Perbedaan penelitian ini menggunakan variabel pelayanan dan lokasi penelitian di Kecamatan Rappocini Kota Makassar.

4. Ruma Yogitriani dengan judul “Pengaruh lokasi, dan promosi terhadap minat menabung di Bank Syariah pada masyarakat kelurahan Cempaka putih Kota Jambi”. Penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung dan dapat diketahui dengan uji t dengan nilai signifikansi sebesar $0,024 < 0,05$ dan nilai $T_{hitung} > T_{table}$ yaitu $2,290 > 1,98525$. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung yang di buktikan dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai T_{hitung} lebih besar T_{table} yaitu $3,911 > 1,98525$. Secara simultan lokasi dan promosi berpengaruh positif

dan signifikan secara bersama sama terhadap minat menabung masyarakat pada Bank syariah yang dapat di lihat dari uji f yaitu $f_{hitung} > f_{table}$ atau $27,480 > 3,09$ dari nilai signifikansi yang di hasilkan $0,000 < 0,005$. Nilai koefisien determinan sebesar 0,366 atau 36,6% dan sisanya sebesar 0,634 atau 63,4% dapat dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.⁸ Persamaan (X1) lokasi, (X2) Promosi dan (Y) Minat menabung, Perbedaan pada lokasi penelitian.

5. Junadia dengan judul, “Pengaruh pelayanan, Promosi, dan Lokasi Terhadap minat menabung pada BNI Syariah KCP Tomoni (Studi Masyarakat Kecamatan Wotu Kabupaten Luwu Timur). Penelitian Ini menggunakan metode Kuantitatif. 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 H1 diterima atau H0 ditolak. 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 H2 ditolak atau H0 diterima. 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 H3 diterima. Dari hasil pengujian yang telah dilakukan, maka didapatkan nilai F_{hitung} sebesar 4,719 sedangkan

⁸ Ruma yogitriani dengan judul “Pengaruh lokasi, dan promosi terhadap minat menabung di Bank Syariah pada masyarakat kelurahan Cempaka putih Kota Jambi”, (skripsi: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, 2022)

$F_{tabel} 2,70$, 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.⁹ Persamaan (X2) Promosi, (X3) Lokasi dan (Y) Minat Menabung. Perbedaan (X1) Pelayanan dan Lokasi penelitian.

B. Landasan Teori

1. Pengertian Bank Syariah

Bank syariah adalah bank yang aktifitasnya meninggalkan masalah riba. Bank islam atau disebut dengan bank syariah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga, atau dengan kata lain bank syariah adalah lembaga keuangan atau perbankan yang usaha pokoknya memberikat kredit dan jasa lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoprasiaannya disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah islam, yang di kembangkan berdasarkan al-qur'an.¹⁰

Prinsip-prinsip syariah yang digunakan oleh bank syariah seperti prinsip keadilan, tidak berlaku riba, dan kerjasama, dapat ditemukan dalam Al-qur'an. Berdasarkan yang telah dijelaskan di dalam Q.S. Al-Baqarah/2:275 bahwa Allah swt melarang adanya riba dan menghalalkan jual beli.

⁹ Junadia dengan judul, "Pengaruh pelayanan, Promosi, dan Lokasi Terhadap minat menabung pada BNI Syariah KCP Tomoni", (Skripsi: Fakultas ekonomi dan bisnis islam Institut Agama Islam Negri Palopo, 2019)

¹⁰ Andrianto dan M. Anang Firmansyah, *Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori dan Praktek)* (Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media, 2019) hal. 23-24

Orang yang berbisnis dengan cara yang tidak adil seperti memakan riba, akan dihukum dan menjadi penghuni neraka. Dalam praktiknya, bank syariah mengacu

pada ayat Al-Baqarah 275 sebagai dasar hukum untuk tidak menggunakan sistem bunga dalam kegiatan bisnisnya. Sebagai gantinya, bank syariah menggunakan sistem yang lebih sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, seperti bagi hasil atau mudharabah, yang mendorong kerjasama dan keadilan dalam berbisnis.

Bank Syariah berarti Bank yang tata cara operasionalnya didasarkan pada tata cara bermuamalat secara islam yakni mengacu kepada ketentuan-ketentuan Al-quran dan Al-Hadis. Sedangkan pengertian Muamalat adalah ketentuan-ketentuan yang mengatur hubungan manusia dengan manusia baik hubungan pribadi maupun antara perorangan dengan masyarakat. Didalam Operasionalnya Bank Syariah harus mengikuti atau berpedoman kepada praktik-praktik usaha yang dilakukan di zaman Rasulullah bentuk-bentuk usaha yang telah ada sebelumnya tetapi tidak dilarang oleh Rasulullah atau bentuk-bentuk usaha yang baru sebagai hasil ijtihad para ulama atau cendikiawan muslim yang tidak menyimpang dari ketentuan Al-quran dan Hadis.¹²

Menurut pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 terhadap perbankan syariah, yang di maksud bank syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut terhadap bank syariah dan unit syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta tata cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Pada dasarnya bank syariah sama dengan bank umum, yaitu perusahaan yang bergerak dalam bidang keuangan, artinya aktivitas perbankan selalu berkaitan dalam bidang keuangan. Sehingga berbicara dengan mengenai bank tidak terlepas dari masalah keuangan. Hanya saja bank syariah dalam menjalankan aktivitasnya,

¹² Andrianto dan M. Anang Firmansyah, *Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori dan Praktek)* (Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media, 2019) hal. 28

bank menghimpun dana maupun dalam rangka penyaluran dananya memberikan dan menggunakan dasar prinsip syariah yaitu jual beli dan bagi hasil.

2. Fungsi dan tujuan bank syariah

Bank syariah pada dasarnya mempunyai tiga fungsi utama yaitu:¹³

- a. Menghimpun dana dari masyarakat
- b. Menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan
- c. Memberi pelayanan jasa perbankan syariah

Perbankan di Indonesia mempunyai tujuan untuk menunjang pelaksanaan pembangunan nasional guna meningkatkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat. Sedangkan penyaluran dana oleh perbankan syariah mempunyai tujuan untuk menunjang pelaksanaan pembangunan, meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan meratakan kesejahteraan rakyat.

Secara umum tujuan bank syariah adalah untuk mendorong dan mempercepat kemajuan ekonomi masyarakat dengan melakukan kegiatan perbankan, finansial, komersial, dan investasi yang sesuai dengan kaidah syariah. Hal ini berbeda dengan tujuan bank konvensional dimana tujuan utamanya adalah mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya.

3. Produk penghimpunan dana bank syariah (*funding*)

Perbankan syariah berperan sebagai lembaga intermediasi keuangan (*financial intermediary institution*) antara unit-unit ekonomi yang mempunyai

¹³ Sri Wahyuni, "Persepsi Masyarakat Terhadap Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Desa Margomulyono Kecamatan Tomoni Timur Kabupaten Luwu Timur)". (Palopo:IAIN Palopo, 2022), 35

kelebihan dana (*surplus of funds*) dengan unit-unit lain yang mengalami kekurangan dana (*lack of funds*). Karenanya, untuk menjalankan fungsi intermediasi tersebut, lembaga perbankan akan melakukan kegiatan usaha berupa penghimpunan dana, penyaluran dana serta menyediakan berbagai jasa transaksi keuangan kepada masyarakat.

Jenis dan produk penghimpunan dana (*funding*) yang di tawarkan di bank syariah dan bank konvensional hampir sama, yang membedakan akad dan prinsip, sehingga jenis keuntungan yang diberikan kepada nasabah juga berbeda. Ada tiga produk yang di tawarkan dalam penghimpunan dana yaitu giro, tabungan, dan deposito.¹⁴

a. Giro syariah

Giro adalah simpanan simpanan pada bank yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana perintah bayaran lainnya atau dengan pemindah bukuan.

1) Giro wadi'ah

Dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 pasal 1 ayat 6 menjelaskan, Giro wadi'ah adalah giro yang di jalankan dengan prinsip wadi'ah, yakni titipan dana yang berasal dari pihak ketiga atau nasabah pada bank syariah yang penarikannya dapat dilakukan dengan cek, bilyet giro, kartu ATM, serta sarana perintah lainnya dengan cara pemindah bukuan.

Giro wadi'ah menggunakan akad yad dhamanah dimana bank boleh menggunakan dana nasabah yang terhimpun untuk mencari keuntungan dalam

¹⁴ Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah* (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada 2015), 65.

kegiatan berjangka pendek untuk memenuhi kebutuhan likuiditas bank, selama dana tersebut tidak di tarik. Biasanya bank tidak menggunakan dana ini untuk pembiayaan bagi hasil karena sifatnya jangka pendek. Keuntungan bank yang diperoleh dengan penggunaan dana ini menjadi milik bank. Demikian juga kerugian yang ditimbulkan menjadi tanggung jawab bank sepenuhnya.

2) Giro mudharabah

Giro mudharabah adalah giro yang dijalankan dengan prinsip mudharabah. Nasabah pemilik rekening giro mudharabah ini berhak memperoleh bagi hasil sesuai dengan nisbah yang telah disepakati di awal pembukaan rekening. Bank syariah menanggung semua biaya operasional giro dengan menggunakan nisbah bagi hasil yang menjadi haknya. Dan juga bank tidak diperbolehkan mengurangi nisbah bagi hasil tanpa persetujuan nasabah yang bersangkutan. Sesuai ketentuan yang berlaku, PPH bagi hasil giro mudharabah dibebankan langsung ke rekening giro mudharabah pada saat perhitungan bagi hasil.

b. Tabungan Syariah

Tabungan syariah adalah tabungan yang dijalankan dengan prinsip yang sesuai dengan ketentuan islam. Dewan Syariah Nasional (DSN) Telah mengeluarkan fatwa yang berisi bahwa tabungan yang dibenarkan adalah tabungan yang berdasarkan prinsip wadi'ah dan mudharabah.

Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) yang mengatur tentang tabungan ini No: 02/DSN-MUI/IV/2000 yang memutuskan: ¹⁵

¹⁵ DSN MUI, "Sekilas Tentang DSN-MUI (Online)", 2021. www.dsnmui.or.id

- 1) Tabungan ada dua jenis, yaitu
 - a) Tabungan yang tidak dibenarkan secara syariah yaitu tabungan yang berdasarkan perhitungan.
 - b) Tabungan yang dibenarkan, yaitu tabungan yang berdasarkan prinsip mudharabah dan wadi'ah
- 2) Ketentuan tabungan berdasarkan mudharabah
 - a) Dalam transaksi ini nasabah bertindak sebagai shaibul mal atau pemilik dana, dan bank bertindak sebagai mudharib atau pengelola dana.
 - b) Dalam kapasitas sebagai mudharib, bank dapat melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan mengembangkannya, termaksud dalam mudharabah dengan pihak lain.
 - c) Modal harus dinyatakan dengan jumlahnya, dalam bentuk tunai dan bukan piutang.
 - d) Pembagian keuntungan harus dinyatakan dalam bentuk nisbah dan dalam akad pembukaan rekening.
 - e) Bank sebagai mudharib menutup biaya operasional tabungan dengan menggunakan nisbah keuntungan yang jadi haknya.
 - f) Bank tidak diperkenankan mengurangi nisbah keuntungan nasabah tanpa persetujuan nasabah tersebut.
- 3) Ketentuan umum tabungan berdasarkan wadi'ah
 - a) Bersifat simpanan
 - b) Simpanan bisa di ambil kapan saja (*on call*) atau berdasarkan kesepakatan

- c) Tidak ada imbalan yang diisyarkan, kecuali dalam bentuk pemberian (,athaya) yang bersifat suka rela dari pihak bank.

Berdasarkan Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) tabungan yang di perbolehkan dalam Islam ada dua yaitu tabungan Wadi'ah dan tabungan Mudharabah.

1) Tabungan wadi'ah

Tabungan Wadi'ah merupakan tabungan yang merupakan jenis simpanan yang sangat terkenal di lapisan masyarakat.³² Menurut undang-undang No 21 tahun 2008 pasal 1 angka 23 menjelaskan tabungan adalah simpanan berdasarkan wadi'ah dan investasi dana berdasarkan akad mudharabah atau akad lainnya yang tidak bertentangan dengan prinsip islam yang penarikannya hanya dapat dilakukan berdasarkan syarat dan ketentuan yang telah disepakati, penarikan dapat dilakukan dengan buku tabungan, slip penarikan, ATM dan sarana lainnya tapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro atau alat yang dipersamakan dengan itu.

Tabungan wadi'ah adalah produk bank syariah berupa simpanan dari nasabah dalam bentuk rekening tabungan (Saving Account) untuk keamanan dan pemakainya seperti giro wadi'ah tapi tidak sefleksibel giro dengan alasan karena nasabah tidak dapat menarik tabungannya dengan menggunakan cek.

2) Tabungan *mudharabah*

Tabungan *mudharabah* merupakan produk penghimpunan dana (funding) yang menggunakan akad *mudharabah muthlaqah*. Dalam hal ini bank bertindak sebagai mudharib atau pengelola dana, dan nasabah sebagai shahibul mall atau pemilik dana/modal. Dalam tabungan mudharabah ini bank memiliki kebebasan

untuk mengelola dana, selama pengelolaan dana ini tidak menyimpang dari syariat. Bank syariah mengelola dana, maka keuntungan dari investasi dana akan dibagikan nasabah sesuai dengan kesepakatan bagi hasil yang telah disepakati.

Sesuai dengan akad mudharabah yang digunakan yang berjangka yang telah disepakati dengan jelas di awal sehingga tabungan mudharabah ini tidak dapat ditarik kapan saja. Contoh tabungan mudharabah ini adalah tabungan haji, pendidikan dan lain sebagainya.¹⁶

c. Deposito Syariah

Deposito syariah adalah deposito yang dijalankan dengan prinsip syariah. Dewan Syariah Nasional (DSN) MUI telah mengeluarkan fatwa yang menyatakan bahwa deposito yang dibenarkan adalah deposito dengan prinsip Mudharabah.

Deposito merupakan dana nasabah yang ada pada bank yang penarikan dapat dilakukan pada saat jatuh tempo atau jangka waktu yang sudah ditentukan di awal, misalkan 3 bulan, 6 bulan, 1 tahun dan seterusnya. Deposito syariah ini menggunakan prinsip bagi hasil.

4. Minat

Minat (*interest*) berarti kecenderungan atau keirahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu. Minat dalam kamus besar bahasa Indonesia diartikan sebagai “sebuah kecenderungan hati yang tinggi terhadap suatu gairah atau keinginan”.

¹⁶ Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta : Kencana, 2016),156.

Minat merupakan suatu dorongan yang kuat dalam diri seseorang terhadap sesuatu. Minat adalah rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat dapat timbul karena daya tarik dari luar dan juga datang dari hati sanubari. Minat yang besar terhadap sesuatu merupakan modal yang besar artinya untuk mencapai atau memperoleh benda atau tujuan yang diminati itu. Minat belajar yang besar cenderung menghasilkan prestasi yang tinggi, sebaliknya minat belajar yang kurang akan menghasilkan prestasi yang rendah.

5. Masyarakat

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

- a. Koentjaraningrat mendefinisikan masyarakat sebagai kesatuan hidup manusia yang menempati suatu wilayah yang nyata dan berinteraksi secara terus menerus sesuai dengan suatu sistem adat-istiadat tertentu dan terkait oleh rasa identitas komunikasi.
- b. Hartono dan Hunt mendefinisikan masyarakat sebagai kelompok manusia yang secara naluri mampu menghadapi kelompoknya sendiri bersifat independen, mendiami wilayah tertentu, memiliki kebudayaan dan sebagai kegiatannya berlangsung di dalam kelompok.
- c. Soerjono Soekanto mendefinisikan masyarakat sebagai suatu sistem sosial yang menghasilkan kebudayaan.

Adapun ciri-ciri masyarakat yaitu:

- a. Ada interaksi antara sesama anggota masyarakat
- b. Menempati wilayah dengan batas-batas tertentu
- c. Saling tergantung satu dengan yang lainnya
- d. Memiliki adat istiadat/kebudayaan tertentu

6. Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kurangnya minat masyarakat menabung

Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kurangnya minat masyarakat menabung yaitu:

a. Pengetahuan

Pengetahuan masyarakat adalah semua informasi yang dimiliki masyarakat mengenai berbagai macam produk dan jasa perbankan syariah serta pengetahuan mengenai berbagai macam produk dan jasa perbankan syariah serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan bank syariah (Ishak et al., 2022; Iskandar et al., 2021). Sosialisasi sangat penting untuk memberikan pengetahuan kepada masyarakat tentang kelebihan dan keunggulan bank syariah. Sosialisasi ini juga harus melibatkan pemerintah dan semua kalangan masyarakat terkait untuk memperkenalkan Bank Syariah kepada masyarakat.

b. Promosi

Menurut Lupiyoadi promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa.

Menurut Muslichah promosi adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk, dan atau mengingatkan pasar

sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan¹⁷.

Kegiatan promosi bervariasi tetapi mempunyai fungsi serta tujuan yang sama, dan seringkali dibedakan berdasarkan tugas khususnya. Bentuk-bentuk promosi itu ialah sebagai berikut:

1) Periklanan (*Advertising*)

Periklanan adalah bentuk promosi non-personal dengan menggunakan berbagai media yang ditujukan untuk merangsang pembeli. Promosi periklanan terdapat banyak ragamnya, mulai yang biasa sampai yang spesifik, dari produk elektronik seperti TV dan radio, sampai bahan cetak seperti koran, majalah, brosur dan lain sebagainya.

2) Penjualan Perseorangan (*Personal Selling*)

Penjualan perseorangan adalah bentuk promosi secara langsung dengan presentasi lisan dalam suatu percakapan dengan calon pembeli yang ditujukan untuk merangsang pembelian. Contoh pihak pelaku usaha kecil yang melakukan personal selling adalah penjual pakaian, penjual klontongan, penjual keliling yang menjajakan dagangannya dan lain sebagainya.

3) Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi penjualan merupakan aktivitas penjualan yang bersifat jangka pendek, tidak berulang, serta tidak rutin yang tujuannya mendorong keinginan konsumen untuk mencoba atau membeli barang/jasa yang

¹⁷ Onny Fitriana Sitorus dan Novelia Utami, Strategi Promosi Pemasaran (Jakarta:Universitas Muhammadiyah Prof. Dr.HAMKA,2017). 8

ditawarkan. Promosi penjualan mencakup alat untuk promosi konsumen (sampel, kupon, penawaran cashback, potongan harga, premi, hadiah, hadiah langganan, percobaan gratis, garansi, promosi berhubungan, promosi silang, pajangan dan demonstrasi di tempat pembelian).

4) Hubungan Masyarakat (*Publik Relation*)

Hubungan masyarakat adalah program untuk mempromosikan dan melindungi citra perusahaan maupun produknya.

5) Informasi dari Mulut ke Mulut (*Word of Mouth*)

Informasi dari mulut ke mulut adalah komunikasi lisan, tertulis dan elektronik antar masyarakat yang berhubungan dengan keunggulan atau pengalaman membeli atau menggunakan produk atau jasa.

6) Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*)

Pemasaran langsung adalah suatu bentuk promosi yang dilakukan secara eksklusif buat menerima tanggapan langsung dari konsumen saat memasarkan barang/jasa¹⁸.

Indikator promosi dari Philip Kotler yaitu:

- 1) Periklanan
- 2) Hubungan Masyarakat
- 3) Pemasaran Langsung¹⁹.

¹⁸ Feti Rukmanasari, " Pengaruh Pengetahuan, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah", (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Salatiga, 2017). 29-31.

¹⁹ Philip Kotler, Manajemen Pemasaran, (Klaten: PT Intan Sejati Klaten, 2005) .132

c. Lokasi

Menentukan lokasi merupakan keputusan penting dalam bisnis yang bertujuan untuk membujuk pelanggan agar datang ke tempat tersebut dengan dalam pemenuhan kebutuhannya. Lokasi mempunyai fungsi yang strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan badan usaha. Lokasi yang tepat dalam mendirikan suatu usaha adalah salah satu hal yang sangat menentukan keuntungan bagi perusahaan, pengusaha akan selalu mencari lokasi yang strategis, yang mudah dilihat dan dijangkau oleh konsumen. Lokasi yang tepat adalah di tempat dengan potensi pasar yang besar.

Lokasi adalah tempat dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi atau kegiatannya. Dalam hal ini lokasi merupakan tempat dimana diperjualbelikan produk perbankan dan pengendalian bank (Alwi et al., 2021; Rifuddin et al., 2022). Bank yang terletak dalam lokasi strategis memudahkan nasabah dalam berurusan dengan bank. Menentukan lokasi merupakan suatu tugas penting bagi pemasar, karena keputusan yang salah dapat mengakibatkan kegagalan. Lokasi kantor mempengaruhi minat nasabah untuk melakukan transaksi.

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 relative untuk setiap usaha yang berbeda (Rifuddin et al., 2022).

Menurut Fandy Tjiptono mengatakan bahwa pemilihan lokasi harus digunakan untuk memilih lokasi oleh sebuah perusahaan. Adapun indikator-indikator lokasi sebagai berikut:

- a. Akses Lokasi yang mudah dijangkau oleh sarana transportasi umum
- b. Lingkungan yang mendukung Lingkungan daerah sekitar haruslah yang mendukung produk yang ditawarkan. Sebagai contoh: restoran, Rumah makans asrama, kampus sekolah, perkantoran dan sebagainya.
- c. Tempat parkir yang luas Tempat parkir yang luas akan menjadi nilai tambah bagi bank, dan tempat parker haruslah yang luas, nyaman dan aman baik untuk kendaraan roda dua maupun roda empat. Penentuan lokasi bank merupakan kebijakan yang harus diambil dengan hati-hati. Kantor bank harus dibangun di tempat yang srategis, yang dekat dengan nasabah berada, dan mudah pencapaiannya (aksesibilitas)²⁰.

Ada tiga jenis interaksi yang mempengaruhi lokasi, yaitu:

- 1) Konsumen mendatangi pemberi jasa (perusahaan)

Apabila keadaannya seperti ini maka lokasi menjadi sangat penting, perusahaan sebaiknya memilih tempat dekat dengan konsumen sehingga mudah di jangkau, dengan kata lain harus strategis.

- 2) Pemberi jasa mendatangi konsumen

Dalam hal ini lokasi tidak terlalu penting tetapi yang harus di perhatikan adalah penyampaian jasa harus tetap berkualitas.

- 3) Pemberi jasa dan konsumen tidak bertemu secara langsung

²⁰ Junadia, "Pengaruh Pelayanan, Promosi, dan Lokasi Terhadap Minat Menabung Pada BNI Syariah KCP Tomoni," Skripsi IAIN Palopo (2019).

Berarti *service provider* dan konsumen berinteraksi melalui sarana tertentu seperti telepon, komputer atau surat. Dalam hal ini lokasi menjadi sangat tidak penting selama komunikasi antara kedua belah pihak dapat terlaksana.

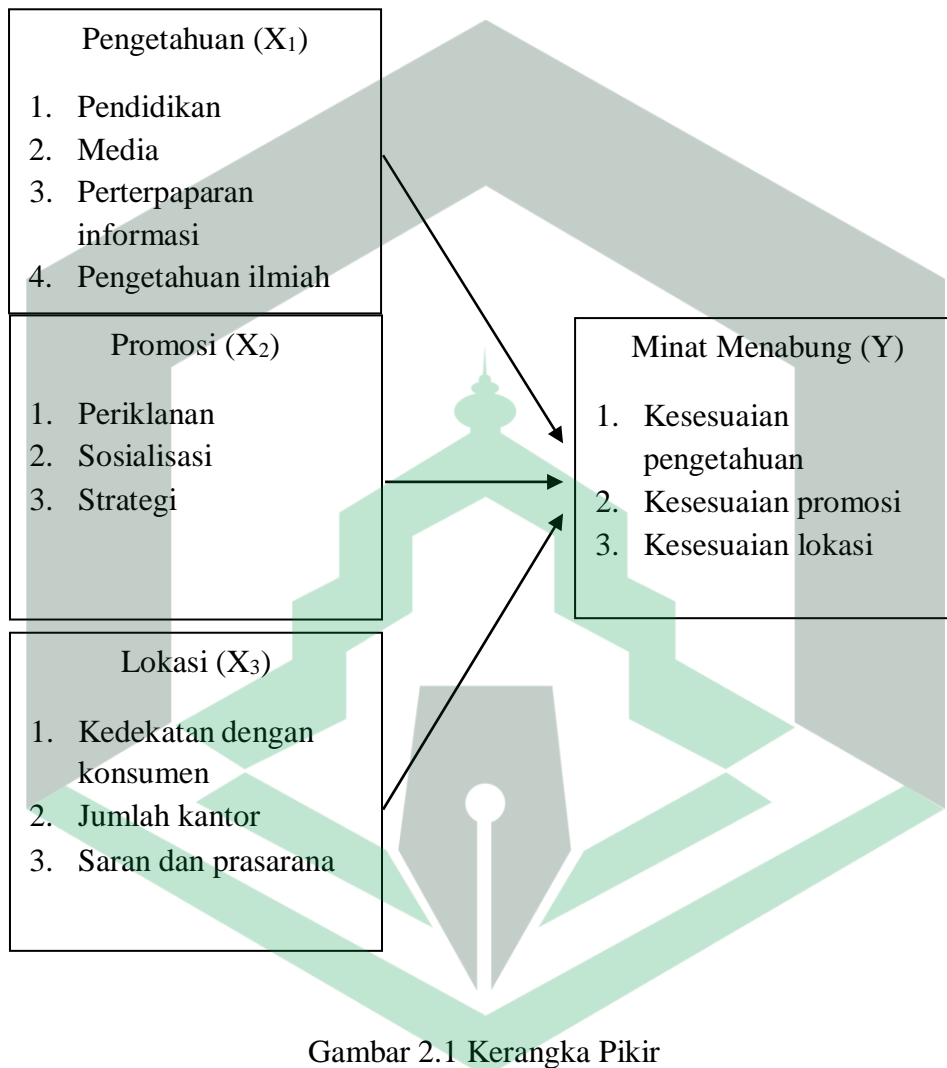
Dalam memilih lokasi untuk menjalankan suatu usaha, para pengusaha/pelaku usaha perlu mempertimbangkan beberapa faktor, diantaranya:

- 1) Akses yaitu kemudahan untuk menjangkau
- 2) Visibilitas yaitu kemudahan untuk dilihat
- 3) Tempat parkir yang luas dan nyaman
- 4) Lingkungan yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan
- 5) Persaingan yaitu lokasi dengan pesaing sejenis
- 6) Peraturan pemerintah.



C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir adalah suatu diagram yang menjelaskan secara garis besar alur logika berjalannya sebuah penelitian. Kerangka pikir dalam penelitian ini yaitu:



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

Berdasarkan skema kerangka pikir tersebut, dapat diketahui bahwa manajemen sebagai variabel bebasnya (independent) yang memiliki tiga indikator yaitu pengetahuan, promosi dan lokasi berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat sebagai variabel terikat (dependent).

D. Hipotesis Penelitian

H₁ : Adanya pengaruh antara pengetahuan terhadap minat masyarakat Perumnas untuk menjadi nasabah di bank syariah

H₂ : Adanya pengaruh antara promosi terhadap minat masyarakat Perumnas untuk menjadi nasabah di bank syariah

H₃ : Adanya pengaruh antara lokasi terhadap minat masyarakat Perumnas untuk menjadi nasabah di bank syariah



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Untuk menjawab rumusan dalam penelitian ini dapat di jawab melalui pendekatan kuantitatif. Hal ini dilakukan untuk menemukan permasalahan di lapangan yang akan memberikan pemahaman baru bagi masing-masing variabel penelitian. Penelitian kuantitatif yakni penelitian yang menggunakan angka-angka dalam proses analisis data.²¹

A. Lokasi dan Waktu penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Perumnas Kecamatan rampoang Kota Palopo. Alasan pemilihan lokasi penelitian ini karena berkaitan dengan objek yang ingin diteliti oleh peneliti. Penelitian ini dilakukan pada bulan Agustus 2023.

B. Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

| Variabel | Definisi | Indikator |
|-------------|---|-----------------|
| Pengetahuan | Pengetahuan adalah seluruh pemikiran, ide, gagasan, konsep dan pemahaman manusia. | 1. Pendidikan |
| | | 2. Media |
| | | 3. Peterpaparan |

²¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2007), 139

| | | |
|---------|--|-------------------------------------|
| | | Informasi |
| | | 4. Pengetahuan Ilmiah |
| Promosi | Promosi adalah komponen yang di pake untuk memberitahukan dan mempengaruhi pasar bagi produk perusahaan, sehingga pasar dapat mengetahui tentang produk yang di produksi oleh perusahaan tersebut. | 1. Periklanan |
| | | 2. Sosialisasi |
| | | 3. Strategi |
| Lokasi | Lokasi adalah tempat dimana diperjual belikannya produk-produk perbankan dan pusat pengendalian perbankan. Bank yang terletak dalam lokasi yang strategis memudahkan nasabah dalam berurusan dengan bank | 1. Kedekatan dengan konsumen/pasar |
| | | 2. Jumlah Kantor |
| | | 3. Tersedia saran dan prasarana |
| | Minat adalah kesukaan | 1. Kesesuaian pengetahuan mendorong |

| | | |
|-------|---|--|
| Minat | (kecenderungan hati) kepada sesuatu, minat timbul dalam diri individu karna tertarik pada suatu hal dan hal tersebut dirasa berguna dan bermanfaat bagi kebutuhan seseorang untuk kebutuhan hidupnya. | minat menabung |
| | | 2. Kesesuaian promosi mendorong minat menabung |
| | | 3. Kesesuaian lokasi mendorong minat menabung |

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan suatu daerah yang umum didalamnya terdapat obyek dan subyek, memiliki kriteria tertentu yang ditentukan peneliti untuk dipelajari dan mendapatkan kesimpulan. Populasi adalah jumlah keseluruhan dari objek yang akan diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang ada di Perumnas.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari anggota suatu populasi yang diambil berdasarkan jumlah serta karakteristik tertentu dengan prosedur tertentu. Sampel adalah sub kelompok dari suatu populasi yang akan diteliti, oleh karena itu suatu Sample harus mewakili dan juga memberikan gambaran yang benar tentang populasi. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel dengan rumus slovin sebagai berikut:

Rumus:

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

n = sampel

N = populasi

e = perkiraan tingkat kesalahan

Maka besarnya sampel pada penelitian ini adalah:

$$n = \frac{1854}{1 + 1854 \cdot 1^2}$$

$$n = 100$$

Sampel yang digunakan yakni 100 responden

D. Data dan Sumber Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi tentang data yang digunakan dalam penelitian. Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer merupakan data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli atau tidak melalui media perantara, data primer dihasilkan dari instrumen penelitian, dalam penelitian ini merupakan hasil dari menyebarkan kuesioner kepada masyarakat desa Rampoang untuk memperoleh tanggapan terhadap atribut atau indikator penelitian.

2. Data Sekunder

Data Sekunder dalam penelitian ini berupa hasil dari kajian pustaka yang mendukung penulisan penelitian ini yang diperoleh dari literatur yang relevan dengan penelitian.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Di dalam observasi ini peneliti akan belajar tentang perilaku, dan makna dari perilaku tersebut. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi ini bertujuan untuk mengetahui lebih dekat tentang objek yang diteliti.²²

2. Angket

Angket (Kuesioner) yaitu suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Penulis dalam penelitian ini menggunakan kuesioner secara tertutup

²²Iskandar, *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial*, (Jakarta: Persada Pers,2010),

yaitu bentuk pertanyaan dalam kuesioner dimana responden tinggal memilih jawaban dari alternatif-alternatif jawaban yang telah di sediakan.

Tabel 3.2 Alternatif Jawaban

| No | Keterangan | Skor |
|----|---------------------|------|
| 1 | Sangat setuju | 5 |
| 2 | Setuju | 4 |
| 3 | Netral | 3 |
| 4 | Tidak setuju | 2 |
| 5 | Sangat tidak setuju | 1 |

3. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu pengumpulan data yang dilakukan peneliti dengan mengumpulkan data atau informasi berupa pemeriksaan dokumentasi secara sistematis yang berkaitan dengan objek penelitian, nantinya peneliti akan mengambil data pada informan peneliti tersebut berupa buku, arsip, dokumen, tulisan, angka dan gambar. Adapun dokumentasi yang akan dilakukan dalam penelitian ini dengan memuat foto-foto kegiatan masyarakat.

F. Instrumen Penelitian

Survey yakni teknik pengukuran data dalam penelitian Dalam proses pengumpulan data dilakukan dengan melakukan pengamatan secara langsung di lokasi penelitian dengan cara survey. Penelitian survey merupakan penelitian dengan menggunakan pertanyaan/ Pernyataan kepada responden penelitian. Pertanyaan atau pernyataan tersebut disebut kuesioner atau angket dengan menggunakan skala likert dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Sangat tidak setuju nilainya 1
2. Tidak setuju nilainya 2
3. Netral nilainya 3
4. Setuju nilainya 4
5. Sangat setuju nilainya 5

G. Tehnik Analisis Data

1. Uji Validitas

Proses ini berfungsi untuk mengetahui keselarasan atau kesesuaian angket yang digunakan untuk mengumpulkan informasi atau data penelitian sehingga data yang diperoleh bersifat valid. Dalam uji validitas menggunakan hubungan antara masing-masing butir pertanyaan dengan keseluruhan total butir. Sehingga sebuah kuesioner dikatakan valid apabila memiliki nilai standar 0,3.

Setelah memperoleh data melalui kuesioner nantinya akan diuji kevalidannya, apabila data tersebut valid maka bisa diteruskan ke uji selanjutnya, namun apabila data yang diperoleh tidak valid maka data tersebut tidak bisa diolah lebih lanjut.²³

2. Uji Reliabilitas

Tahapan ini digunakan untuk mengetahui angket yang digunakan bersifat konsisten dan dapat diandalkan dari waktu ke waktu. Pada proses ini diketahui nilai validitas menunjukkan skor yang konsisten apabila diuji dikemudian hari berikutnya. Dalam angket penelitian dikatakan reliable apabila jawaban yang diperoleh selalu konsisten dari waktu ke waktu. Adapun standar nilai yang

²³ Riduwan dan Sunarto. *Pengantar Statistika untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabet, 2009): 353

digunakan dalam uji reliable yakni 0,6 dengan mengacu pada kriteria atau standar berikut:

0,20 s.d 0,40 : Kategori Rendah

0,40 s.d 0,60 : Kategori Sedang

0,60 s.d 0,80 : Kategori Tinggi

0,80 s.d 1,00 : Kategori Sangat Tinggi

H. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis statistic deskriptif dan inferensial dalam mengolah hasil penelitian.

1. Analisis Deskriptif

Tahapan ini bertujuan untuk menggambarkan dan menganalisa statistik yang dikumpulkan, tanpa adanya maksud memanifestasikan kesimpulan serta generalisasi yang berlaku umum.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

Uji ini dilakukan untuk mengetahui distribusi data penelitian. Tujuan dari uji normalitas data adalah untuk mendapatkan nilai valid ketika dilakukan uji signifikan pada uji parsial. Penelitian ini menggunakan metode Kolmogrov Smirnov untuk mengetahui kenormalan data.²⁴

²⁴ Zulfikar. *Pengantar pasar modal dengan pendekatan statistika*, (Yogyakarta: Deepublish, 2016), 222.

b. Uji Multikolinearitas

Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah dalam pengujian ini berkorelasi atau tidak, sehingga dilakukan eksperimen multikolinearitas dengan signifikansi toleransinya harus lebih dari 0,10 dan VIF dibawah 10.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini mempunyai tujuan dalam menentukan seberapa akurat dan tidaknya suatu data.

3. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji ini bertujuan untuk menunjukkan besar pengaruh variabel yang dilakukan secara parsial. Adapun cara mengukur uji ini adalah dengan melakukan perbandingan nilai t hitung dan t tabel yang diperoleh pada standar eror 5%.

b. Uji F (Pengujian Secara Simultan)

Untuk melihat gambaran apakah semua variabel bebas yang ada di dalam model berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat maka dilakukan Uji F. Serta Uji F dapat dilakukan dengan cara membandingkan tingkat nilai signifikansi dengan nilai $\alpha = 0,05$. Dalam penelitian ini menggunakan perbandingan antara nilai signifikansi dengan nilai $\alpha = 5\%$ dengan ketentuan sebagai berikut :

- 1) Jika nilai Sig > α maka Ho diterima
- 2) Jika nilai Sig < α maka Ha diterima

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Selain itu Koefisien Determinasi menunjukkan variasi naik turunnya Y yang diterangkan oleh pengaruh linier X. Nilai koefisien determinasi adalah antara satu dan nol. Apabila nilai koefisien determinasi mendekati angka satu berarti variabel independen dapat menjelaskan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen dan sebaliknya apabila nilainya kecil atau mendekati nol berarti variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas.

d. Analisis Regresi Berganda

Dalam penelitian ini, regresi linear berganda digunakan untuk membuktikan adanya pengaruh variabel pengetahuan, promosi dan lokasi terhadap minat menabung di bank syariah. Persamaan regresi linear berganda adalah:

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

Dimana: Y = Kurangnya Minat Masyarakat Menabung

a = Konstanta

X_1 = Pengetahuan

X_2 = Promosi

X_3 = Lokasi

b_{123} = Koefisien Regresi

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

a. Kondisi Geografis

Kelurahan Rampoang secara geografis terletak antara 02 95 51,10^{''''} lintang selatan dan 120 20 39,59^{''''} bujur timur. Kelurahan Temmalebba berada pada kecamatan Wara Utara dengan batas wilayah:

- Sebelah Utara berbatasan dengan kelurahan Buntutatu
- Sebelah Timur berbatasan dengan Teluk Bone
- Sebelah Selatan berbatasan dengan Kelurahan Temmalebba
- Sebelah Barat berbatsan dengan Kelurahan Battang

Visi:

Mewujudkan Pelayanan Prima Menuju Masyarakat Mandiri dan Sejahtera.

Misi:

1. Meningkatkan Pelayanan yang Profesional
2. Meningkatkan Pemberdayaan dan Kesejahteraan Masyarakat
3. Meningkatkan Potensi dan Peluang Usaha
4. Meningkatkan Ketentraman dan Ketertiban

b. Kondisi Demografi

1) Penduduk

Jumlah keseluruhan penduduk terdiri atas 8.038 dari 2.388 KK yang terbagimenjadi:

Tabel 4.1 Jumlah penduduk Kelurahan Rampoang

| JENIS KELAMIN | JUMLAH |
|----------------------|---------------|
| Laki-laki | 3986 |
| Perempuan | 4052 |

2) Agama danSuku

Masyarakat kelurahan pada umumnya merupakan suku Bugis sedangkan agama yang dianut oleh masyarakat yang ada di kelurahan Rampoang adalah berbagai macam ada islam, Kristen, Khatolik, Hindu, Buddha, aliran kepercayaan. Sebagaimana tercantum dalam tabel:

Tabel 4.2 Agama Masyarakat Kelurahan Rampoang

| AGAMA | JUMLAH |
|--------------------|---------------|
| Islam | 6757 |
| Kristen | 1116 |
| Khatolik | 152 |
| Hindu | 12 |
| Buddha | 0 |
| Aliran kepercayaan | 1 |

3) Pendidikan Formal / NonFormal

Sarana pendidikan yang ada di Kelurahan Rampoang sendiri berupa :

Tabel 4.3 Sarana Pendidikan Kelurahan Rampoang

| | |
|-----------------|---|
| 1. TK/PAUD | 4 |
| 2. SD sederajat | 4 |
| 3. SMP | 1 |
| 4. SMA | 1 |
| 5. PT | 1 |

c. Mata Pencaharian

Sumber daya alam di kelurahan Rampoang dapat dikategorikan mendukung dikarenakan memiliki kontur tanah yang basah dan kemampuan bertani masyarakat yang diwariskan secara turun-temurun. Kelurahan Rampoang merupakan kelurahan yang terletak antara pegunungan sehingga bercocok tanam, terkhusus sebagai petani merupakan mata pencaharian penduduk pada umumnya.

Tabel 4.4 Mata Pencaharian Masyarakat Kelurahan Rampoang

| Mata Pencaharian | Laki-Laki | Perempuan |
|-------------------------|------------------|------------------|
| Pelajar / Mahasiswa | 2.839 | 2.951 |
| Petani | 5 | 0 |
| Wiraswasta | 678 | 106 |
| Nelayan | 7 | 0 |
| Guru | 18 | 40 |
| Perawat | 0 | 7 |
| Pegawai Negeri | 311 | 331 |
| Peternak | 1 | 0 |

B. Hasil Penelitian

1. Karakteristik Responden

a. Karakteristik berdasarkan agama

Setiap masyarakat sudah tentu mempunyai pemahaman yang berbeda, dilihat dari segi agama yang tentunya berbeda, bisa diperhatikan pada tabel berikut:

Tabel 4.12 Karakteristik Responden Berdasarkan Agama

| Agama | Frekuensi (Orang) | Persentase (%) |
|---------|-------------------|----------------|
| Islam | 100 | 100% |
| Kristen | 0 | 0 |
| Lainnya | 0 | 0 |

Sumber: Hasil Penelitian (2023)

Tabel diatas menjelaskan bahwa besarnya responden yang memeluk agama islam sebanyak 100 orang dengan persentase 100%, sedangkan untuk jumlah responden yang memeluk agama Kristen dan agama lainnya sebanyak 0, maka jumlah persentasenya adalah 0%. Responden yang paling mendominasi dalam penelitian ini adalah responden yang beragama islam.

b. Karakteristik berdasarkan usia

Setiap individu memiliki tingkat umur yang berbeda-beda. Berikut rincian umur dari responden bisa dilihat dibawah ini:

Tabel 4.13 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

| Usia | Frekuensi (Orang) | Persentase (%) |
|------|-------------------|----------------|
|------|-------------------|----------------|

| | | |
|--------|-----|------|
| 17-27 | 45 | 45% |
| 28-38 | 30 | 30% |
| 39-49 | 22 | 22% |
| >50 | 3 | 3% |
| Jumlah | 100 | 100% |

Sumber: Hasil Penelitian (2023)

Tabel diatas menunjukkan bahwa berbagai macam tingkat perbedaan usia responden yang telah menjawab kuesioner. Dimana pada usia 17-27 tahun berjumlah 45 responden dengan persentase 45%, pada usia 28-38 tahun berjumlah 30 responden dengan persentase 30%, pada usia 39-49 tahun berjumlah 22 responden dengan persentase 22%, dan pada usia >50 tahun berjumlah 3 responden dengan persentase 3%.

c. Karakteristik berdasarkan jenis kelamin

Tabel dibawah ini merupakan jumlah responden yang telah menjawab kuesioner penelitian.

Tabel 4.14 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

| Jenis Kelamin | Frekuensi (Orang) | Persentase (%) |
|---------------|-------------------|----------------|
| Laki-laki | 37 | 37% |
| Perempuan | 63 | 63% |
| Jumlah | 100 | 100% |

Sumber: Hasil Penelitian (2023)

Tabel diatas menunjukkan bahwa jumlah laki-laki yang menjawab kuesioner sebanyak 37 responden dengan persentase 37% dan untuk jumlah perempuan yang menjawab kuesioner sebanyak 63 responden dengan persentase 63%.

d. Karakteristik berdasarkan pendidikan

Setiap responden memiliki karakteristik pendidikan yang tentunya berbeda-beda. Karakteristik pendidikan tersebut dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel 4.15 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

| Pendidikan | Frekuensi (Orang) | Persentase (%) |
|------------|-------------------|----------------|
| SD | 8 | 8% |
| SMP | 23 | 23% |
| SMA | 57 | 57% |
| S1 | 12 | 12% |
| Jumlah | 100 | 100% |

Sumber: Hasil Penelitian (2023)

Berdasarkan tabel diatas jumlah responden berpendidikan SD sebanyak 8 responden, SMP sebanyak 23 responden, SMA sebanyak 57 responden, dan S1 sebanyak 12 responden.

e. Karakteristik berdasarkan pekerjaan

Tabel dibawah merupakan rincian perbedaan setiap pekerjaan yang dilakoni responden.

Tabel 4.16 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

| Pekerjaan | Frekuensi (Orang) | Persentase (%) |
|-------------------|-------------------|----------------|
| PNS | 1 | 1% |
| Pelajar/Mahasiswa | 25 | 25% |
| Petani | 29 | 29% |
| Ibu Rumah Tangga | 43 | 43% |
| Lainnya | 2 | 2% |
| Jumlah | 100 | 100% |

Sumber: Hasil Penelitian (2023)

Tabel diatas menunjukkan bahwa beberapa jenis responden, dimana yang berprofesi sebagai PNS sebanyak 1 orang dengan persentase 1%, kemudian pelajar/mahasiswa sebanyak 25 orang dengan persentase 25%, berprofesi sebagai petani sebanyak 29 orang dengan persentase 29%, ibu rumah tangga sebanyak 43 orang dengan persentase 43%, dan yang berprofesi lainnya sebanyak 2 orang dengan persentase 2%, dengan demikian profesi yang paling banyak mendominasi dalam menjawab kuesioner yaitu ibu rumah tangga.

f. Karakteristik berdasarkan pendapatan

Pada tabel 4.16 menyebutkan beberapa perbedaan jenis pekerjaan yang dilakoni responden tentunya akan mengalami perbedaan pula dalam segi pendapatan tiap bulannya. Berikut rincian dari karakteristik responden berdasarkan pendapatan.

Tabel 4.17 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

| Pendapatan | Frekuensi | Persentase (%) |
|------------|-----------|----------------|
|------------|-----------|----------------|

| | (Orang) | |
|-----------------------------------|---------|------|
| \leq Rp. 500.000,00 | 88 | 88% |
| Rp. 500.000,00- Rp.1.000.000,00 | 6 | 6% |
| Rp. 1.000.000,00- Rp.1.500.000,00 | 3 | 3% |
| Rp. 1.500.000,00- Rp.2.000.000,00 | 2 | 2% |
| $>$ Rp.2.000.000,00 | 1 | 1% |
| Jumlah | 100 | 100% |

Sumber: Hasil Penelitian (2023)

Tabel diatas menjelaskan tentang berbagai macam perbedaan dari segi pendapatan perbulannya, tentunya dilihat dari jenis pekerjaan yang berbeda-beda pula. Responden yang memiliki pendapatan \leq Rp. 500.000,00 sebanyak 88 orang dengan persentase 88%, kemudian pendapatan yang mulai dari Rp. 500.000,00- Rp.1.000.000,00 sebanyak 6 orang dengan persentase 6%, pendapatan mulai dari Rp. 1.000.000,00- Rp.1.500.000,00 sebanyak 3 orang dengan persentase 3%, pendapatan mulai dari Rp. 1.500.000,00- Rp.2.000.000,00 sebanyak 2 orang dengan persentase 2%, dan pendapatan $>$ Rp.2.000.000,00 sebanyak 1 orang dengan persentase 1%.

2. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas akan menguji masing-masing variabel untuk setiap pertanyaan dan skor total untuk survey. Syarat minimum harus memenuhi kriteria dari pengujian, dimana nilai dari korelasi harus lebih dari 0,1966. Hasil olah data yang diperoleh dapat dilihat pada table dibawah ini:

1) Uji validitas pengetahuan

Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Pengetahuan (X1)

| Pengetahuan (X1) | R _{hitung} | R _{tabel} | Keterangan |
|------------------|---------------------|--------------------|------------|
| X1.1 | 0,711 | 0,1966 | Valid |
| X1.2 | 0,697 | 0,1966 | Valid |
| X1.3 | 0,707 | 0,1966 | Valid |
| X1.4 | 0,664 | 0,1966 | Valid |

Sumber: Data diolah SPSS (2023)

Tabel 4.5 menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan pada variabel pengetahuan dikatakan valid karena nilai r hitung > nilai r tabel. Nilai r tabel sebesar 0,1966, sedangkan nilai r hitung untuk X1.1 sebesar 0,711, X1.2 sebesar 0,697, X1.3 sebesar 0,707, dan X1.4 sebesar 0,664.

2) Uji validitas promosi

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X2)

| Pengetahuan (X1) | R _{hitung} | R _{tabel} | Keterangan |
|------------------|---------------------|--------------------|------------|
| X2.1 | 0,737 | 0,1966 | Valid |
| X2.2 | 0,724 | 0,1966 | Valid |
| X2.3 | 0,826 | 0,1966 | Valid |

Sumber: Data diolah SPSS (2023)

Tabel 4.6 menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan pada variabel pengetahuan dikatakan valid karena nilai r hitung > nilai r tabel. Nilai r tabel sebesar 0,1966, sedangkan nilai r hitung untuk X2.1 sebesar 0,737, X2.2 sebesar 0,724, dan X2.3 sebesar 0,826.

3) Uji validitas lokasi

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi (X3)

| Pengetahuan (X1) | R _{hitung} | R _{tabel} | Keterangan |
|------------------|---------------------|--------------------|------------|
| X3.1 | 0,775 | 0,1966 | Valid |
| X3.2 | 0,846 | 0,1966 | Valid |
| X3.3 | 0,828 | 0,1966 | Valid |

Sumber: Data diolah SPSS (2023)

Tabel 4.7 menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan pada variabel pengetahuan dikatakan valid karena nilai r hitung > nilai r tabel. Nilai r tabel sebesar 0,1966, sedangkan nilai r hitung untuk X3.1 sebesar 0,775, X3.2 sebesar 0,846, dan X3.3 sebesar 0,828.

4) Uji validitas kurangnya minat masyarakat menabung

Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Kurangnya Minat Masyarakat Menabung (Y)

| Pengetahuan (X1) | R _{hitung} | R _{tabel} | Keterangan |
|------------------|---------------------|--------------------|------------|
| Y.1 | 0,839 | 0,1966 | Valid |
| Y.2 | 0,818 | 0,1966 | Valid |
| Y.3 | 0,748 | 0,1966 | Valid |

Sumber: Data diolah SPSS (2023)

Tabel 4.8 menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan pada variabel pengetahuan dikatakan valid karena nilai r hitung > nilai r tabel. Nilai r tabel sebesar 0,1966, sedangkan nilai r hitung untuk Y.1 sebesar 0,839, Y.2 sebesar 0,818, dan Y.3 sebesar 0,748.

b. Uji Realibilitas

Perhitungan uji realibilitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS yang dimana nilai realibilitas cronbach alpha $\geq 0,60$ sehingga dikatakan reliable.

Tabel 4.9 Hasil Uji Realibilitas

| Variabel | Cronbach Alpha | Tingkat Signifikan | Keterangan |
|---|----------------|--------------------|------------|
| Pengetahuan (X1) | 0,676 | 0,60 | Reliabel |
| Promosi (X2) | 0,634 | 0,60 | Reliabel |
| Lokasi (X3) | 0,775 | 0,60 | Reliabel |
| Kurangnya Minat Masyarakat Menabung (Y) | 0,721 | 0,60 | Reliabel |

Sumber: Data diolah SPSS (2023)

Tabel tersebut menunjukkan bahwa, nilai cronbach's alpha yang pada variabel pengetahuan (X1) sebesar 0,676, variabel promosi (X2) sebesar 0,634, variabel lokasi (X3) sebesar 0,775, dan variabel kurangnya minat masyarakat menabung (Y) sebesar 0,721.

Berdasarkan pengambilan keputusan maka dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan (X1), variabel promosi (X2), Variabel lokasi (X3), dan variabel kurangnya minat masyarakat menabung (Y) dikatakan reliabel karena memenuhi syarat pengambilan keputusan nilai cronbach alpha diatas 0,6.

3. Uji Asumsi Klasik

Uji hipotesis asumsi klasik digunakan untuk mengidentifikasi varians yang muncul pada data yang digunakan dalam penelitian. Uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas. Dalam

hal ini penulis menggunakan SPSS untuk pengolahan datanya. Hasil pengolahan datanya adalah sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel yang akan digunakan dalam penelitian memiliki distribusi normal atau tidak. Untuk menguji apakah data penelitian ini terdistribusi normal atau tidak, dapat dideteksi melalui uji *one sample Kolmogorof-Smirnov* dengan hasil pengujian sebagai berikut:

Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N | | 100 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | ,0000000 |
| | Std. Deviation | ,96845277 |
| Most Extreme Differences | Absolute | ,107 |
| | Positive | ,107 |
| | Negative | -,079 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | | 1,070 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | ,202 |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data diolah SPSS (2023)

Tabel diatas menunjukkan bahwa hasil uji normalitas menggunakan metode *one sample Kolmogorof-Smirnov* diperoleh hasil dengan signifikan 0,202 dimana nilai ini lebih besar dari nilai signifikansi (α) sebesar 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebasnya. Batas tolerance value adalah 0,1 dan batas VIF adalah 10. Apabila *tolerance value* < 0,1 atau VIF > 10 = terjadi multikolinearitas. Sebaliknya, apabila *tolerance value* > 0,1 atau VIF < 10 = tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas

| Model | | Coefficients ^a | | | | | Collinearity Statistics | |
|-------|-------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Tolerance | VIF |
| | | B | Std. Error | Beta | | | | |
| 1 | (Constant) | 2,788 | 1,048 | | 2,661 | ,009 | | |
| | Pengetahuan | ,216 | ,062 | ,278 | 3,509 | ,001 | ,798 | 1,253 |
| | Promosi | ,214 | ,069 | ,257 | 3,077 | ,003 | ,717 | 1,395 |
| | Lokasi | ,353 | ,075 | ,386 | 4,711 | ,000 | ,746 | 1,341 |

a. Dependent Variable: Kurangnya Minat Masyarakat Menabung

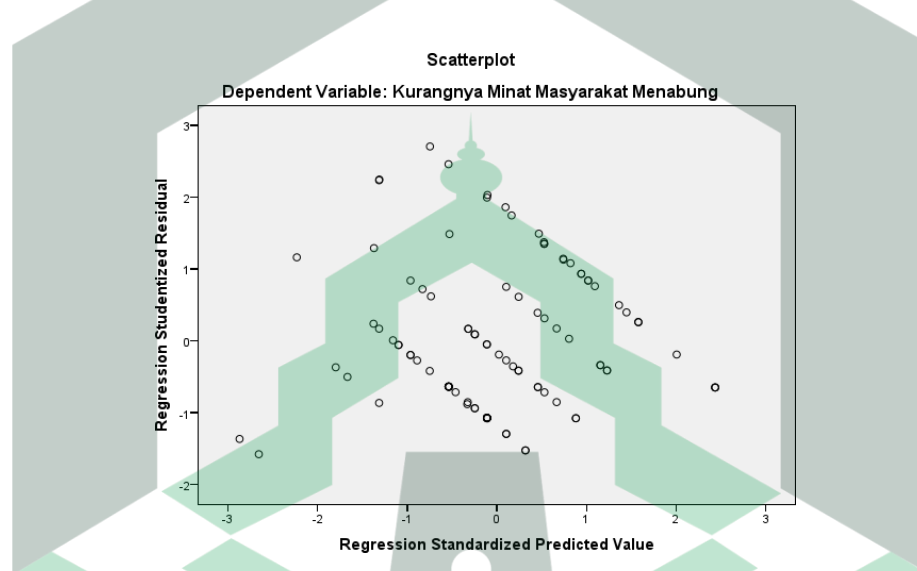
Sumber: Data diolah SPSS (2023)

Berdasarkan dari hasil uji multikolinearitas diatas telah didapatkan nilai VIF pada variabel pengetahuan (X1) sebesar 1,253, kemudian variabel promosi (X2) sebesar 1,395 dan lokasi (X3) sebesar 1,341. Dimana semuanya lebih kecil dari 10 sedangkan nilai *tolerance* pada variabel pengetahuan (X1) sebesar 0,798 pada variabel promosi (X2) sebesar 0,717 dan variabel lokasi (X3) sebesar 0,746

yang nilainya lebih besar dari 0,1. Dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas di antara variabel independen.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji data menggunakan grafik *scatterplot*. Jika dalam grafik *scatterplot* dari sebaran data tidak beraturan dan tidak membentuk pola tertentu, dimana kesimpulannya tidak terdapat varians atau gejala heteroskedastisitas dapat dilihat di bawah ini:



Sumber: Data diolah SPSS (2023)

Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Gambar diatas terdapat titik-titik yang menyebar secara acak dan dibawah titik 0 serta tidak membentuk pola tertentu, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.

4. Uji Hipotesis

Pengujian ini digunakan untuk mengetahui apakah setiap indikator bebas dan terikat mempunyai pengaruh yang signifikan. Serta untuk melihat apakah hipotesis yang dikemukakan dapat diterima, sehingga perlu menjalankan uji-t

untuk melihat bagaimana pengetahuan, promosi dan lokasi dalam memenuhi kurangnya minat.

a. Uji Persial (Uji t)

Pengujian ini dilakukan untuk menguji dan mengetahui apakah variabel independen (pengetahuan, promosi dan lokasi) secara individu berpengaruh terhadap variabel dependen (kurangnya minat masyarakat menabung).

Adapun dasar pengambilan keputusan berdasarkan nilai signifikan diamana:

Jika $\text{sig} < 0,05$ maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen

Jika $\text{sig} > 0,05$ maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 4.11 Hasil Uji T
Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|-------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 2,788 | 1,048 | | 2,661 | ,009 |
| | Pengetahuan | ,216 | ,062 | ,278 | 3,509 | ,001 |
| | Promosi | ,214 | ,069 | ,257 | 3,077 | ,003 |
| | Lokasi | ,353 | ,075 | ,386 | 4,711 | ,000 |

a. Dependent Variable: Kurangnya Minat Masyarakat Menabung

Sumber: Data diolah SPSS (2023)

Diketahui nilai signifikan variabel pengetahuan (X1) $0,001 < 0,05$ dan nilai $T_{hitung} 3,509 > T_{tabel} 1,98498$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang berarti variabel pengetahuan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kurangnya minat masyarakat menabung (Y).

Diketahui nilai signifikan variabel promosi (X2) $0,003 < 0,05$ dan nilai $T_{hitung} 3,077 > T_{tabel} 1,98498$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang berarti variabel pengetahuan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kurangnya minat masyarakat menabung (Y).

Diketahui nilai signifikan variabel lokasi (X3) $0,000 < 0,05$ dan nilai $T_{hitung} 4,711 > T_{tabel} 1,98498$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang berarti variabel pengetahuan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kurangnya minat masyarakat menabung (Y).

b. Uji F (Pengujian Secara Simultan)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel X1, X2, X3 dan Y berpengaruh secara bersamaan.

Tabel 4.12 Hasil Uji F

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 100,588 | 3 | 33,529 | 34,666 | ,000 ^b |
| | Residual | 92,852 | 96 | ,967 | | |
| | Total | 193,440 | 99 | | | |

a. Dependent Variable: Kurangnya Minat Masyarakat Menabung

b. Predictors: (Constant), Lokasi, Pengetahuan, Promosi

Sumber: Data diolah SPSS (2023)

Pada output ini, hasil dari nilai F hitung sebesar 34,666 lebih besar dari F tabel yakni sebesar 2,70. Disamping itu dengan melihat nilai sig. pada tabel anova diatas, diketahui nilai sig. sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel Pengetahuan (X1), Promosi (X2), dan Lokasi (X3) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel Minat Masyarakat (Y).

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Dererminasi (R^2)

| Model Summary | | | | |
|---------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | ,721 ^a | ,520 | ,505 | ,98347 |

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Pengetahuan, Promosi

Sumber: Data diolah SPSS (2023)

Berdasarkan output di atas didapatkan nilai R Square (R^2) sebesar 0,520. Nilai tersebut mengandung arti bahwa secara keseluruhan variabel Pengetahuan (X1), Promosi (X2), dan Lokasi (X3) memberikan pengaruh sebesar 0,520 atau 52% terhadap variabel Y (Minat Menabung). Sedangkan sisanya yakni sebesar 48% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

d. Analisis regresi berganda

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

Tabel 4.14 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

| | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | |
|-------|-------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model | | B | Std. Error | Beta | t | Sig. |
| 1 | (Constant) | 2,788 | 1,048 | | 2,661 | ,009 |
| | Pengetahuan | ,216 | ,062 | ,278 | 3,509 | ,001 |
| | Promosi | ,214 | ,069 | ,257 | 3,077 | ,003 |
| | Lokasi | ,353 | ,075 | ,386 | 4,711 | ,000 |

a. Dependent Variable: Kurangnya Minat Masyarakat Menabung

Sumber: Data diolah SPSS (2023)

Perolehan ini dimasukkan dalam persesuaian regresinya sebagai berikut:

$$Y = a + bx_1 + bx_2 + bx_3$$

$$Y = 2,788 + 0,216 X_1 + 0,214 X_2 + 0,353 X_3$$

Penjelasan untuk persamaan diatas sebagai berikut:

- 1) Konstanta 2,788 berarti jika rata-rata variabel independen (pengetahuan, promosi dan lokasi) konstan,
- 2) Faktor pengetahuan (X1) 0,216 yang berarti bahwa setiap ada penambahan nilai pengetahuan maka akan meningkatkan kurangnya minat sebesar 0,216 satuan.
- 3) Faktor promosi (X2) 0,214 yang berarti bahwa setiap ada penambahan 1 satuan nilai promosi maka semakin meningkat kurangnya minat sebesar 0,214 satuan.
- 4) Faktor lokasi (X2) 0,353 yang berarti bahwa setiap ada penambahan 1 satuan nilai lokasi maka semakin meningkat kurangnya minat sebesar 0,353 satuan.

B. Pembahasan

Penelitian ini akan membahas tentang hasil penelitian yang telah dilakukan untuk menjawab rumusan masalah penelitian yaitu: faktor-faktor apakah yang mempengaruhi kurangnya minat masyarakat Perumnas untuk menabung di bank syariah?. Untuk menjawab rumusan masalah tersebut maka peneliti menggunakan data primer dengan teknik pengumpulan data yaitu penyebaran angket kepada responden dengan sampel yang telah ditentukan sebanyak 100 orang. Kemudian data yang diperoleh akan dianalisis dengan

menggunakan bantuan SPSS untuk memudahkan peneliti dalam mengelola data penelitian. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan beberapa tahap pengujian yaitu diantaranya uji validitas dan uji reliabilitas, kemudian uji asumsi klasi yang terdiri dari uji normalitas dengan menggunakan metode kolmogrov-smirnov, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas dengan menggunakan metode scatterplot. Selanjutnya menggunakan uji hipotesis yang terdiri uji t, uji f dan uji koefisien determinasi (R^2).

1. Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah

Dari hasil uji persial diketahui nilai sig dari variabel pengetahuan (X1) sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai $T_{hitung} 3,509 > T_{tabel} 1,98498$ artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima, dengan ketentuan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap indeferen. Oleh karena itu, variabel pengetahuan berhubungan positif dengan kurangnya minat masyarakat untuk menabung. Artinya bahwa semakin besar nilai dari variabel pengetahuan maka semakin besar pula pengaruh variabel kurangnya minat masyarakat. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh terhadap kurangnya minat.

Pengetahuan merupakan salah satu faktor pendukung penting bagi seseorang atau masyarakat dalam menentukan pilihan terhadap suatu hal termasuk dalam menentukan pilihan dimana mereka akan menipkan dananya atau menabungkan uangnya. Definisi pengetahuan sendiri yaitu hasil penginderaan manusia atau hasil “tahu” seseorang terhadap objek melalui indera yang dimilikinya yaitu indra penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan raba.

Pengetahuan pada saat sekarang sudah sangat mudah di dapat kan apalagi zaman sekarang teknologi semakin berkembang dan mudah bagi masyarakat untuk mendapatkan pengetahuan dari luar dan informasi tentang perbankan syariah.

Pengetahuan memiliki pengaruh terhadap kurangnya minat masyarakat menabung di Bank Syariah secara signifikan di Perumnas Kecamatan Bara. Hal itu karena masyarakat di Perumnas sebagian besar belum mengetahui tentang Bank Syariah apalagi istilah akad dalam Bank Syariah masih asing bagi sebagian masyarakat di Perumnas tersebut.

2. Pengaruh Promosi Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah

Dari hasil uji persial diketahui nilai sig dari variabel promosi (X2) sebesar $0,003 < 0,05$ dan nilai $T_{hitung} 3,077 > T_{tabel} 1,98498$ artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima, dengan ketentuan bahwa variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap indeferen. Oleh karena itu, variabel promosi berhubungan positif dengan kurangnya minat masyarakat untuk menabung. Artinya bahwa semakin besar nilai dari variabel promosi maka semakin besar pula pengaruh variabel kurangnya minat masyarakat. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang menyatakan bahwa promosi berpengaruh terhadap kurangnya minat.

Promosi merupakan komponen yang dipakai untuk memberitahukan dan mempengaruhi pasar bagi produk perusahaan, sehingga pasar dapat mengetahui tentang produk yang diproduksi oleh perusahaan tersebut. Tujuan yang diharapkan dari promosi adalah konsumen dapat mengetahui tentang produk tersebut dan pada akhirnya memutuskan untuk membeli produk tersebut.

Promosi memiliki pengaruh terhadap kurangnya minat menabung di bank syariah secara signifikan di Perumnas, dikarenakan kurangnya promosi atau sosialisasi yang dilakukan oleh pihak bank syariah tersebut. Hal ini menjadikan masyarakat Perumnas kurang mengetahui tentang bank syariah apalagi terkait dengan produk-produk yang ada pada bank syariah.

3. Pengaruh Lokasi Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah

Dari hasil uji persial diketahui nilai sig dari variabel lokasi (X3) sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $T_{hitung} 4,711 > T_{tabel} 1,98498$ artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima, dengan ketentuan bahwa variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap indeferen. Oleh karena itu, variabel lokasi berhubungan positif dengan kurangnya minat masyarakat untuk menabung. Artinya bahwa semakin besar nilai dari variabel lokasi maka semakin besar pula pengaruh variabel kurangnya minat masyarakat. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang menyatakan bahwa lokasi berpengaruh terhadap kurangnya minat.

Lokasi merupakan salah satu faktor pendukung penting bagi seseorang atau masyarakat dalam menentukan pilihan terhadap dimana mereka akan menipkan dananya atau menabungkan uangnya tetapi dengan lokasi yang mudah untuk dijangkau. Menentukan lokasi merupakan keputusan penting dalam bisnis yang bertujuan untuk membujuk pelanggan/nasabah agar datang ke tempat tersebut dengan pemenuhan kebutuhan. Lokasi mempunyai fungsi yang strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan badan usaha. Lokasi yang tepat dalam mendirikan suatu usaha adalah salah satu hal yang sangat menentukan keuntungan bagi perusahaan, Bank Syariah akan selalu mencari lokasi yang

strategis yang mudah dilihat dan dijangkau oleh nasabah, Lokasi yang tepat adalah di tempat dengan potensi pasar yang besar sehingga nasabah mudah untuk menjangkau atau mengakses lokasi Bank Syariah.

Tetapi menurut sebagian masyarakat pedesaan khususnya masyarakat Desa Rampoang kenapa mereka kurang berminat untuk menabung di Bank Syariah karena lokasi Bank Syariah atau mesin ATM untuk bertransaksi juga sedikit sulit untuk dijangkau dibandingkan dengan Bank konvensional yang mereka gunakan pada saat ini.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian dan pengolahan data yang telah dilakukan oleh peneliti terkait kurangnya minat masyarakat Perumnas untuk menabung di Bank Syariah, Maka dapat di tarik kesimpulan sebagai berikut

1. Didapatkan nilai R Square (R^2) sebesar 0,520 Nilai tersebut mengandung arti bahwa secara keseluruhan variabel Pengetahuan (X1), Promosi (X2), dan Lokasi (X3) memberikan pengaruh sebesar 0,520 Atau 52% terhadap variabel Minat Menabung (Y). sedangkan sisanya yakni sebesar 48% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.
2. Pengetahuan berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk menabung di bank syariah diketahui nilai sig. variabel pengetahuan sebesar $0,001 < 0,05$ Dengan demikian hipotesis penelitian menunjukkan H1 diterima, yaitu pengetahuan berpengaruh pada minat menabung masyarakat di bank syariah.
3. Promosi berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk menabung di bank syariah diketahui nilai sig. variabel promosi sebesar $0,003 < 0,05$ Dengan demikian hipotesis penelitian menunjukkan H1 diterima, yaitu promosi berpengaruh pada minat menabung masyarakat di bank syariah.
4. Lokasi berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk menabung di bank syariah diketahui nilai sig. variabel lokasi sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian hipotesis penelitian menunjukkan H1 diterima, yaitu lokasi berpengaruh pada minat menabung masyarakat di bank syariah.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, peneliti akan memberikan kontribusi bagi masyarakat Perumnas:

1. Penelitian ini semoga dapat memberi edukasi kepada masyarakat Perumnas tentang Bank Syariah. Sedangkan Bank syariah perlu melakukan sosialisasi yang lebih banyak lagi tentang bank syariah untuk meningkatkan pemahaman masyarakat di desa Perumnas.
2. Bank syariah perlu mempertimbangkan terkait manfaat penambahan jumlah ATM syariah dan *Agent link* agar masyarakat dapat dengan mudah mengakses bank tersebut.
3. Bagi penelitian selanjutnya, dalam penelitian ini hanya menggunakan 3 variabel faktor yang mempengaruhi kurangnya minat masyarakat dalam menabung di Bank Syariah maka untuk peneliti selanjutnya agar menambahkan faktor lainnya sehingga dapat mengetahui faktor apa yang paling berpengaruh yang belum digunakan dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Andrianto dan M. Anang Firmansyah, (2019) Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori dan Praktek) (Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media,
- Andrianto dan M. Anang Firmansyah, (2019) Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori dan Praktek) (Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media)
- Andri Soemitra, 2016 Bank dan Lembaga Keuangan Syariah, (Jakarta : Kencana,)
- Antonio, S., 2001, Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik, Gema Insani, Jakarta.
- Aprilia Tiara Putri, 2011 “Analisis Determinasi Kurangnya Minat Masyarakat Muslim Di Kabupaten Kotabaru Untuk Menabung Di Bank Syariah”. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
- Arifin, Z., 2006, Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah, Pustaka Alvabet, Jakarta.
- Assauri, S., 1999, Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi, PT. Raja Persada, Jakarta.
- Badan Pusat Statistik, DIY dalam Angka 2015, D.I. Yogyakarta.
- Basu Swastha, DH dan Irawan, 2003, Manajemen Pemasaran, Edisi Kedua, Erlangga, Jakarta.
- Cita Ayni Putri Silalahi and Dalmi Iskandar Sultami, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Muslim Nusantara (Umn) Al Washliyah Menabung Di Bank Syariah”, Prossiding Seminar Hasil Penelitian (2020), 71
- DSN MUI, "Sekilas Tentang DSN-MUI (Online)", 2021. www.dsnmui.or.id

Eka Apriana, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Desa Koto Taluk Menabung Di Bank Syariah Teluk Kuantan Kabupaten Kuantan Singingi". Universitas Islam Kuantan Singingi.

Feti Rukmanasari," Pengaruh Pengetahuan, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah", (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Salatiga,2017).

Ghozali, I., 2005, Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS, Badan Penerbit UNDIP, Semarang.

Gujarati, D., 2003, Ekonometri Dasar, Terjemahan: Sumarno Zain, Erlangga, Jakarta.

Gusmail Emmang, "Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kurangnya Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Di Kecamatan Rappocini Kota Makassar)". UIN Alauddin Makassar (2016).

Hantoro, S., 2005, Kiat Sukses Berwirausaha, Adicita Karya Nusa, Yogyakarta.

Hardiansyah, 2011, Kualitas Pelayanan Publik: Konsep, Dimensi, Indikator, Implementasinya, Gava Media, Yogyakarta.

Huryati, R., 2005, Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen, Alfabeta, Bandung.

Iskandar, Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial, (Jakarta: Persada Pers,2010), 77

- Jasa, F. Z., 2014, "Faktor-Faktor yang Menyebabkan Mahasiswa Fakultas Agama Islam Program Studi Muamalat (Syariah) Universitas Muhammadiyah Surakarta Tidak Menabung di Bank Syariah", Muamalat Syariah.
- Junadia (2019), "Pengaruh Pelayanan, Promosi, dan Lokasi Terhadap Minat Menabung Pada BNI Syariah KCP Tomoni," Skripsi IAIN Palopo.
- Kajian Ekonomi dan Keuangan Regional Triwulan III 2014, Yogyakarta.
- Kajian Ekonomi dan Keuangan Regional Triwulan III 2015, Yogyakarta.
- Kasmir, 2008, Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Kasmir, 2010, Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Muhammad 2015, Manajemen Dana Bank Syariah (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada).
- Riyan Pradesyah 2020, "Pengaruh Promosi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Melakukan Transaksi Di Bank Syariah (Studi Kasus Di Desa Rahuning)", Jurnal Ekonomi Islam, 1.2.
- Riduwan dan Sunarto, 2009. Pengantar Statistika untuk Penelitian, (Bandung: Alfabet).
- Ruma yogitriani, (2022), "Pengaruh lokasi, dan promosi terhadap minat menabung di Bank Syariah pada masyarakat kelurahan Cempaka putih Kota Jambi", (skripsi: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi,).

Sri Wahyuni (2022), “Persepsi Masyarakat Terhadap Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Desa Margomulyono Kecamatan Tomoni Timur Kabupaten Luwu Timur)”. (Palopo:IAIN Palopo).

Sugiyono (2007), Metode Penelitian Bisnis, (Bandung: Alfabeta).

Sutan Remy Sjahdeini, Perbankan Syariah Produk-Produk Dan Aspek Hukumnya, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2014).

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 pasal 1 Tentang Perbankan Syariah, t.t.

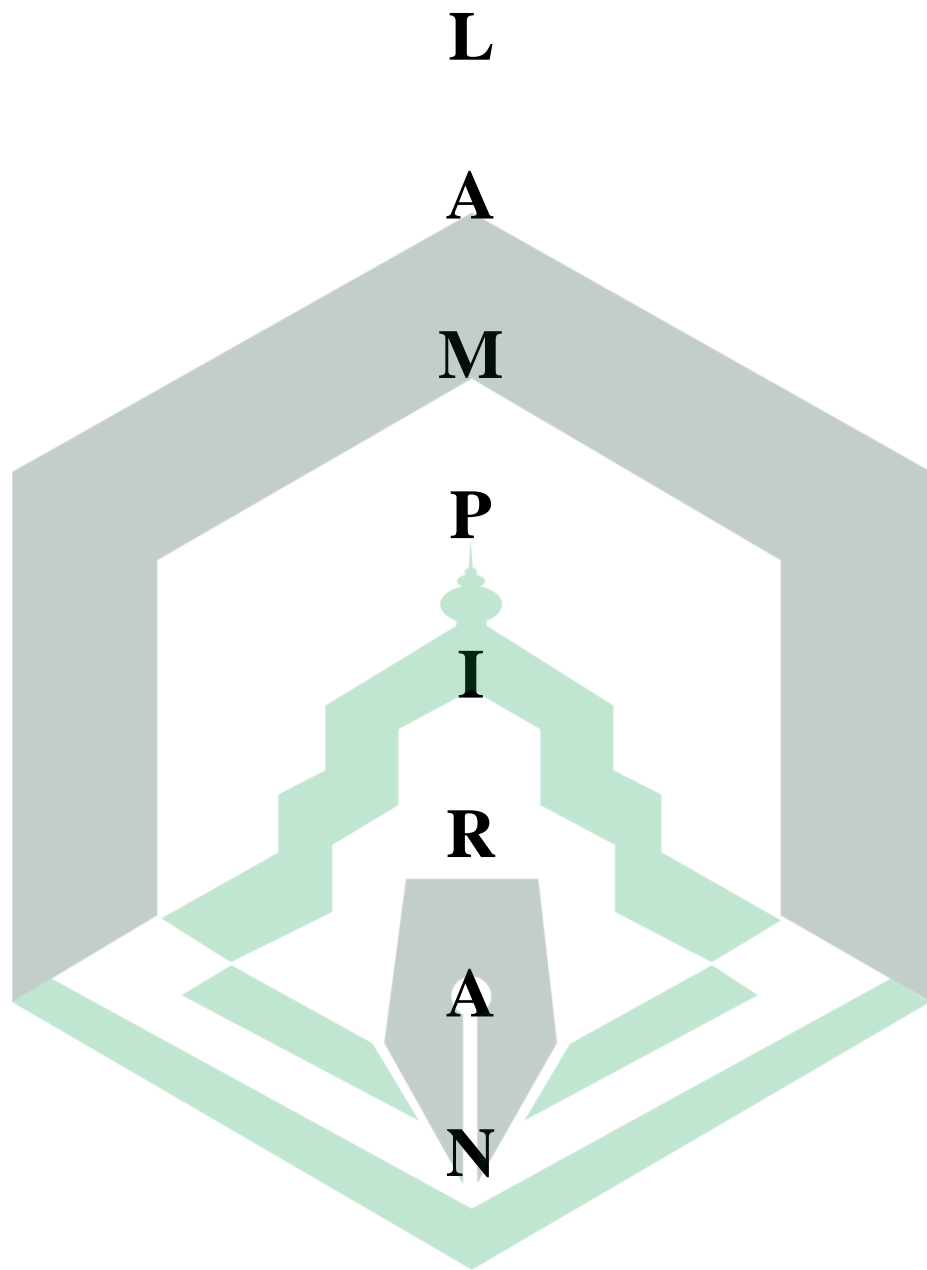
Zulfikar, 2016. Pengantar pasar modal dengan pendekatan statistika, (Yogyakarta: Deepublish).

Alwi, M., Ilham, M., & Amir, M. F. (2021). Islamic Philanthropy: The Idea of Economic Empowerment of the Ummah of K.H. Ma'ruf Amin. *FITRAH: Jurnal Kajian Ilmu-Ilmu Keislaman*, 7(1), 133–154. <https://doi.org/10.24952/fitrah.v7i1.4094>

Ishak, Aqidah, N. A., & Rusydi, M. (2022). Effectiveness of Monetary Policy Transmission Through Sharia and Conventional Instruments in Influencing Inflation in Indonesia. *IKONOMIKA: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 7(1), 41–56. <https://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/ikonomika>

Iskandar, A. S., Jabani, M., & Kahar Muang, M. S. (2021). Bsi Competitive Strategy Affect Purchasing Decisions of Conventional Bank Customers in Indonesia. *International Journal of Artificial Intelligence Research*, 6(1). <https://doi.org/10.29099/ijair.v6i1.305>

Rifuddin, B., Amal Mas, N., & Kartika, B. (2022). Analyzing The Impact of Productive Zakat Utilization on The Mustahiq Economic Independence in Malaysia and Indonesia. *IKONOMIKA: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 7(1), 75–96. <https://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/ikonomika>



Lampiran I

HASIL UJI VALIDITAS DAN UJI RELIABILITAS

1. Uji Validitas

a. Lokasi (X₁)

| | | Correlations | | | | | | |
|------|---------------------|--------------|-------|--------|--------|--------|--------|---------|
| | | X1.1 | X1.2 | X1.3 | X1.4 | X1.5 | X1.6 | TOTALX1 |
| X1.1 | Pearson Correlation | 1 | ,374* | ,414* | ,505** | ,433* | ,276 | ,703** |
| | Sig. (2-tailed) | | ,042 | ,023 | ,004 | ,017 | ,140 | ,000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| X1.2 | Pearson Correlation | ,374* | 1 | ,249 | ,458* | ,171 | ,345 | ,583** |
| | Sig. (2-tailed) | ,042 | | ,185 | ,011 | ,368 | ,062 | ,001 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| X1.3 | Pearson Correlation | ,414* | ,249 | 1 | ,421* | ,928** | ,478** | ,808** |
| | Sig. (2-tailed) | ,023 | ,185 | | ,021 | ,000 | ,008 | ,000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| X1.4 | Pearson Correlation | ,505** | ,458* | ,421* | 1 | ,450* | ,516** | ,757** |
| | Sig. (2-tailed) | ,004 | ,011 | ,021 | | ,013 | ,004 | ,000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| X1.5 | Pearson Correlation | ,433* | ,171 | ,928** | ,450* | 1 | ,489** | ,804** |
| | Sig. (2-tailed) | ,017 | ,368 | ,000 | ,013 | | ,006 | ,000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| X1.6 | Pearson Correlation | ,276 | ,345 | ,478** | ,516** | ,489** | 1 | ,704** |
| | Sig. (2-tailed) | ,140 | ,062 | ,008 | ,004 | ,006 | | ,000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |

| | | | | | | | | |
|-------------|------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|------|----|
| TOTALX 1 | Pearson Correlation | ,703** | ,583** | ,808** | ,757** | ,804** | ,70 | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,001 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |

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

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

b. Promosi (X₂)

| | | Correlations | | | | | | |
|-------------|------------------------|--------------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|
| | | X2.1 | X2.2 | X2.3 | X2.4 | X2.5 | X2.6 | TOTALX2 |
| X2.1 | Pearson Correlation | 1 | ,531** | ,581** | ,578** | ,447* | ,530** | ,784** |
| | Sig. (2-tailed) | | ,003 | ,001 | ,001 | ,013 | ,003 | ,000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| X2.2 | Pearson Correlation | ,531** | 1 | ,421* | ,928** | ,478** | ,640** | ,863** |
| | Sig. (2-tailed) | ,003 | | ,021 | ,000 | ,008 | ,000 | ,000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| X2.3 | Pearson Correlation | ,581** | ,421* | 1 | ,450* | ,516** | ,516** | ,735** |
| | Sig. (2-tailed) | ,001 | ,021 | | ,013 | ,004 | ,004 | ,000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| X2.4 | Pearson Correlation | ,578** | ,928** | ,450* | 1 | ,489** | ,570** | ,866** |
| | Sig. (2-tailed) | ,001 | ,000 | ,013 | | ,006 | ,001 | ,000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| X2.5 | Pearson Correlation | ,447* | ,478** | ,516** | ,489** | 1 | ,242 | ,676** |
| | Sig. (2-tailed) | ,013 | ,008 | ,004 | ,006 | | ,198 | ,000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| X2.6 | Pearson Correlation | ,530** | ,640** | ,516** | ,570** | ,242 | 1 | ,748** |
| | Sig. (2-tailed) | ,003 | ,000 | ,004 | ,001 | ,198 | | ,000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| TOTALX 2 | Pearson Correlation | ,784** | ,863** | ,735** | ,866** | ,676** | ,748** | 1 |

| | | | | | | | |
|-----------------|------|------|------|------|------|-----|----|
| Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,00 | |
| N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |

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

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

c. Minat Masyarakat(Y)

| | | Y1 | Y2 | Y3 | Y4 | TOTALY |
|---------|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Y1 | Pearson Correlation | 1 | ,421* | ,928** | ,478** | ,880** |
| | Sig. (2-tailed) | | ,021 | ,000 | ,008 | ,000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| Y2 | Pearson Correlation | ,421* | 1 | ,450* | ,516** | ,718** |
| | Sig. (2-tailed) | ,021 | | ,013 | ,004 | ,000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| Y3 | Pearson Correlation | ,928** | ,450* | 1 | ,489** | ,892** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,013 | | ,006 | ,000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| Y4 | Pearson Correlation | ,478** | ,516** | ,489** | 1 | ,760** |
| | Sig. (2-tailed) | ,008 | ,004 | ,006 | | ,000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| TOTALLY | Pearson Correlation | ,880** | ,718** | ,892** | ,760** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |

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

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

2. Uji Reliabilitas

a. Lokasi (X₁)

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| ,783 | 7 |

b. Promosi (X₂)

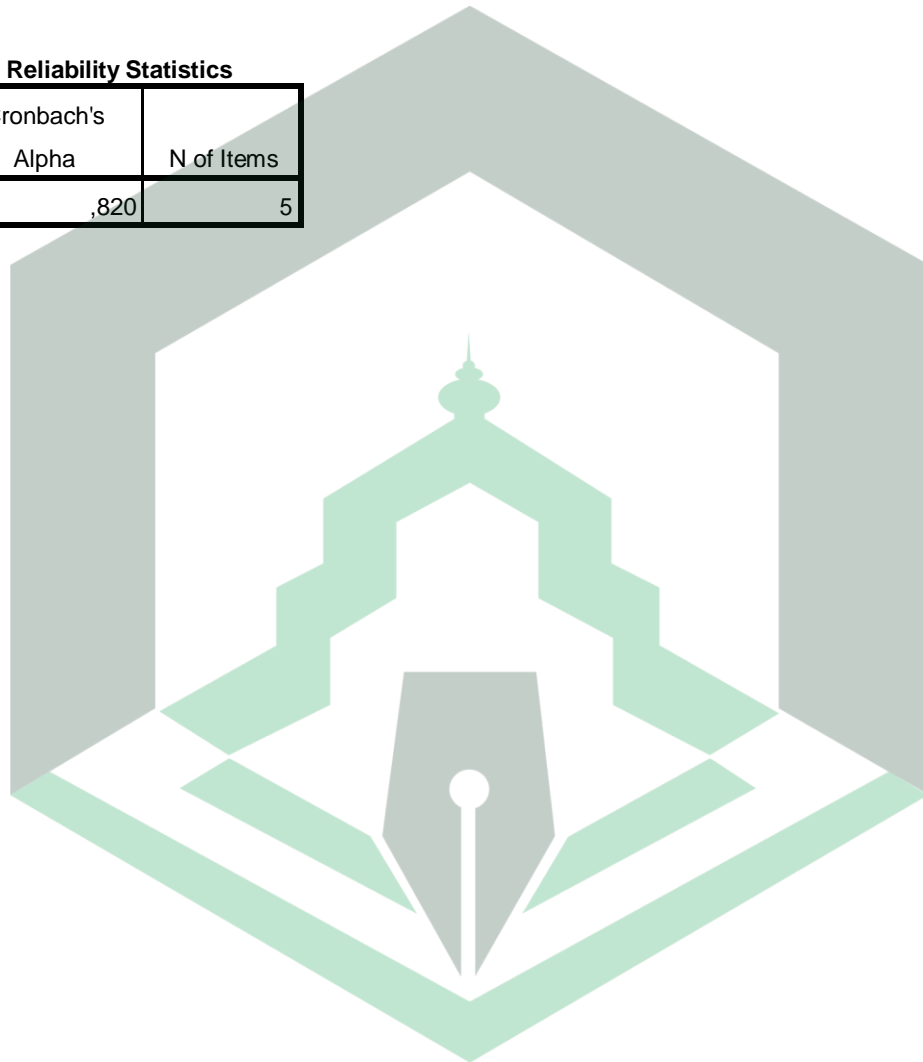
Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| ,795 | 7 |

c. Minat Masyarakat (Y)

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| ,820 | 5 |



Lampiran Dokumentasi







DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Ade , lahir di kota palopo, provinsi sulawesi selatan, pada tanggal 20 April 1998. Penulis merupakan anak ke empat dari 5 bersaudara yang merupakan anak pasangan dari Bapak Arsad dan Ibu Muhairi.

Saat ini penulis bertempat tinggal di Perumnas Kel. Rampoang Kec.Bara Kota Palopo. Pendidikan dasar penulis di selesaikan pada tahun 2010 di SDN 484 Salupikung. Kemudian pada tahun yg sama melanjutkan sekolah di SMP N 8 Palopo dan selesai pada tahun 2013. Kemudian melanjutkan pendidikan di SMK N 2 Palopo dan selesai pada tahun 2016. Selanjutnya menempuh pendidikan pada tahun 2019 di Institut Agama Islam Negeri Palopo (IAIN) Palopo. Penulis memilih program studi Perbankan Syariah , Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

