

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI
MINAT MASYARAKAT KELURAHAN SENGAKOTA BELOPA
MENABUNG DI BANK SYARIAH INDONESIA**

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*



IAIN PALOPO

Oleh:

SYAWAL MAULANA

20 0402 0071

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

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI
MINAT MASYARAKAT KELURAHAN SENGKOTA BELOPA
MENABUNG DI BANK SYARIAH INDONESIA**

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*



IAIN PALOPO

Oleh:

SYAWAL MAULANA

20 0402 0071

Pembimbing:

Muh Abdi Imam, S.E., M.Si., Ak., CA.

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

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Syawal Maulana

Nim : 20 0402 0071

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa:

1. Skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya sendiri, bukan plagiasi ataupun 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 dan segala kekeliruan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya.

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

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 20 Oktober 2024
Yang membuat pernyataan,



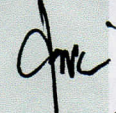
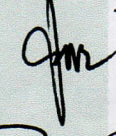
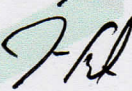
Syawal Maulana
NIM. 20 0402 0071

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Kelurahan Senga Kota Belopa Menabung di Bank Syariah Indonesia yang ditulis oleh Syawal Maulana Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 2004020071, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Jumat, tanggal 22 November 2024 Miladiyah bertepatan dengan 20 Jumadil Awal 1446 Hijriah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Palopo, 24 November 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. Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I. | Penguji I | () |
| 4. M. Ikhsan Purnama, S.E.Sy., M.E. | Penguji II | () |
| 5. Muh. Abdi Imam, S.E., M.Si. Ak., CA. | Pembimbing | () |

Mengetahui:


a.n 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

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

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

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, Taufiq, hidayah dan pertolonganNya, sehingga Peneliti mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis faktor-faktor yang memengaruhi minat masyarakat kelurahan Senga kota Belopa menabung di Bank Syariah Indonesia” dapat terselesaikan dengan baik.

Tak lupa pula shalawat dan salam tidak lupa Peneliti hadiahkan kepada Nabi Muhammad SAW, seorang juru selamat yang selalu dinantikan akan syafa`at oleh seluruh umat manusia kelak dihari kiamat.

Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan, guna memperoleh gelar sarjana pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan serta dorongan dari banyak pihak walaupun penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Kepada kedua orang tua saya yang tercinta Muh. Said Razak dan ibunda Imassetiawati, yang telah mengasuh dan mendidik penulis dengan penuh kasih sayang hingga sekarang, dan segala yang telah diberikan kepada anak-anaknya. Serta penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan kepada:

1. Rektor IAIN Palopo, Dr. Abbas Langaji, M.Ag., beserta Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan Dr. Munir Yusuf, M.Pd. Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan, dan Keuangan Dr. Masruddin, M.Hum. dan Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Dr. Mustaming, M.H.I. IAIN Palopo.
2. Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo, Dr. Fasiha, S.E.I., M.E.I. selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Muzayyanah Jabani, S.T., M.M. selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi umum perencanaan dan keuangan, dan Muhammad Ilyas, S.Ag., MA selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan kerjasama yang telah banyak memberikan motivasi serta mencurahkan perhatiannya dalam membimbing dan memberikan petunjuk sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Ketua Program Studi Perbankan Syariah, Edi Indra Setiawan, S.E., M.M, dan Sekretaris Prodi, Umar, S.E., M.E. serta para dosen beserta seluruh staf pegawai IAIN Palopo yang telah mendidik penulis selama berada di IAIN Palopo dan memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Dosen Pembimbing, Muh Abdi Imam, S.E., M.Si., Ak., CA., dan Dosen Penguji I Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I. dan Dosen Penguji II, Muh. Ikhsan Purnama, S.E., M.E.Sy. yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis dengan tulus dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Kepala Perpustakaan dan segenap karyawan dan karyawan dalam ruang lingkup IAIN Palopo, yang telah memberikan peluang untuk penulis dalam

mengumpulkan literatur yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini.

6. Bapak Imran Makka, S.E. selaku Kepala Lurah Senga beserta seluruh staf karyawan yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini.
7. Untuk saudara/i Kasmawati Said, Muh Rajab, Ismul dan Farhan yang selama ini menyemangati dan mendoakanku selama perkuliahan.
8. Untuk Annisatul Mukhayaroh yang selalu memberikan dukungan, motivasi, semangat dan sebagai pendengar setia yang membantu dan menemani penulis.
9. Untuk teman-teman sekaligus bisa di anggap sebagai saudara saya Andi Enal, Rifki, Erwin, Arif, Irfan, Ari, Diki, Harfa, dan Ashari yang sudah memberikan pengalaman berharga dan menemani penulis dalam penyusunan.
10. Kepada semua teman seperjuangan Perbankan Syariah Angkatan 2020 (khususnya kelas C) yang sudah membantu serta senantiasa memberikan saran sehubungan dengan penyusunan skripsi ini.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Teriring doa, semoga amal kebaikan serta keikhlasan pengorbanan mereka mendapat pahala yang setimpal dari Allah swt. dan selalu diberi petunjuk ke jalan yang lurus serta mendapat Ridho-Nya Aamiin. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan karena keterbatasan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak khususnya dalam bidang perbankan.

Palopo, 20 Oktober 2024

Penulis

Syawal Maulana

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB 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"	B	Be
ت	Ta"	T	Te
ث	Ša"	Š	Es dengan titik di atas
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa"	Ḥ	Ha dengan titik di bawah
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet dengan titik di atas
ر	Ra"	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Esdan 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	Ẓa	Ẓ	Zet dengan titik di bawah
ع	„Ain	„	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge

ف	Fa	F	Fa
ق	Qaf		Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	Ha	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	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 monoftongdan vokal ragkap atau diftong. Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	<i>fatḥah</i>	A	A
اِ	<i>Kasrah</i>	I	I
اُ	<i>ḍammah</i>	U	U

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
يَـ	<i>fathah</i> dan <i>yā'</i>	Ai	a dan i
وُـ	<i>fathah</i> dan <i>wau</i>	Au	i dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifah*

هَوْلَ : *haula*

3. Maddah

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

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
يَـ... اَ... ...	<i>fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>yā'</i>	Ā	a dan garis di atas
يِـ	<i>kasrah</i> dan <i>yā'</i>	ī	i dan garis di atas
وُـ	<i>ḍammah</i> dan <i>wau</i>	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

مَاتَ : *māta*

رَمَى : *ramā*

قِيلَ : *qīla*

يَمُوتُ : *yamūtu*

4. Tā' marbūṭah

Transliterasi untuk *tā' marbūṭah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *ḍammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *tā' marbūṭah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

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

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *rauḍatul atfāl*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madīnah al-fāḍilah*

الْحِكْمَةُ : *al-ḥikmah*

5. Syaddah (*Tasydīd*)

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

Contoh:

رَبَّنَا : *rabbānā*

نَجَّيْنَا : *najjainā*

الْحَقُّ : *al-ḥaqq*

نُعِمْ : *nu'ima*

عَدُوٌّ : *'aduwwun*

Jika huruf ع ber-*tasydīd* di akhir sebuah kata dan didalui oleh huruf *kasrah*, maka ia ditransliterasikan seperti huruf *maddah* menjadi ī.

Contoh:

عَلِيٌّ : 'alī (bukan 'aliyy atau a'ly)

عَرَبِيٌّ : 'arabī (bukan 'arabiyy atau 'araby)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ال (*alif lam ma'rifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasikan seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsi yah* maupu huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ	: <i>al-syamsu</i> (bukan <i>asy-syamsu</i>)
الزَّلْزَلَة	: <i>al-zalزالah</i> (bukan <i>az-zalزالah</i>)
الفَلْسَفَة	: <i>al-falsafah</i>
الْبِلَادُ	: <i>al-bilādu</i>

7. Hamzah

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

Contoh:

تَأْمُرُونَ	: <i>ta 'murūnna</i>
النَّوْغُ	: <i>al-naū</i>
شَيْءٌ	: <i>syai 'un</i>
أُمِرْتُ	: <i>umirtu</i>

8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasikan adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa

Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata al-Qur'an (dari *al-Qur'ān*), alhamdulillah, dan muaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasikan secara utuh

Contoh:

Syarḥ al-Arba 'īn al-Nawāwī

Risālah fī Ri'āyah al-maṣlahah

9. *Lafẓ al-Jalājah*

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

Contoh:

دِينُ اللَّهِ : *dīnullāh*

بِاللَّهِ : *billāh*

Adapun *tā' marbūtah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafẓ al-jalājah*, ditransliterasikan dengan huruf [t].

Contoh:

هُمْ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ : *hum fī rahmatillāh*

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*all caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama

diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri sendiri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR).

Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lallazī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramadān al-lazī unzila fīhi al-Qurān

Nasr al-Dīn al-Tūsī

Nasr Hāmid Abū Zayd

Al-Tūfī

Al-Maslahah fi al-Tasyrī' al-Islāmī

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

Contoh:

Abū al-Walīd Muḥammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muḥammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd Muḥammad Ibnu) Nasr Hāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaīd, Nasr Hāmid (bukan, Zaīd Nasr Hāmid Abū)
--

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

SWT	= Subhanahu WaTaala
SAW	= Sallallahu AlaihiWasallam
AS	= Alaihi Al-Salam
H	= Hijrah
M	= Masehi
SM	= Sebelum Masehi
L	= Lahir Tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
W	= WafatTahun
QS.../...:4	= QS al-Baqarah/2: 4 atau QS Ali-Imran/3:4
HR	= Hadis Riwayat

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
PRAKATA	v
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN	ix
DAFTAR ISI.....	xvii
DAFTAR AYAT.....	xix
DAFTAR TABEL.....	xx
DAFTAR GAMBAR.....	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxii
DAFTAR SINGKATAN DAN SIMBOL	xxiii
ABSTRAK	xxiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	11
BAB II KAJIAN TEORI	
A. Penelitian terdahulu.....	12
B. Landasan Teori.....	15
C. Kerangka Pikir	24
D. Hipotesis.....	25
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	27
B. Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	27
C. Definisi Variabel	27
D. Sampel dan Populasi	30
E. Instrumen Penelitian.....	31
F. Teknik Pengumpulan Data.....	31
G. Teknik Analisis Data.....	33
BAB IV HASIL PENELITIAN	
A. Hasil Penelitian	38

B. Pembahasan Penelitian.....	56
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	63
B. Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR AYAT

Kutipan 1 Q.S Al-Maidah/3: Ayat 90	4
Kutipan 2 Q.S Al-Baqarah /2: Ayat 278	5
Kutipan 3 Q.S Ali-Imran ayat/3: 130.....	8

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Skala Likert	31
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	40
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	40
Tabel 4. 4 Jawaban Responden Variabel Pengetahuan.....	41
Tabel 4. 5 Jawaban Responden Variabel Promosi	43
Tabel 4. 6 Jawaban Responden Variabel Minat.....	45
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas.....	46
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas.....	47
Tabel 4. 9 Hasil Uji Normalitas	48
Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinearitas.....	49
Tabel 4. 11 Hasil Uji Heterosdastisitas	50
Tabel 4. 12 Hasil Analisis Regresi Linear berganda.....	51
Tabel 4. 13 Hasil Uji Parsial	52
Tabel 4. 14 Hasil Uji Simultan.....	53
Tabel 4. 15 Hasil Uji Koefisien determinasi R^2	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pikir.....	24
Gambar 4. 1 Struktur Kelurahan Senga Kec. Belopa.....	38

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Koesioner Penelitian

Lampiran 2 Hasil Kuesioner Penelitian

Lampiran 3 Surat Izin Penelitian

Lampiran 4 Dokumentasi

Lampiran 5 Riwayat Hidup

DAFTAR ISTILAH

BSI	= Bank Syariah Indonesia
SPSS	= Statistical Package for Social Science
Sig	= Signifikan
H0	= Hipotesis Nol
H1	= Hipotesis Satu
X	= Variabel independen
Y	= Variabel Dependen
<	= Kurang dari
>	= Lebih dari
%	= Persen

ABSTRAK

SYAWAL MAULANA, 2024 “*Analisis faktor-faktor yang memengaruhi minat Masyarakat kelurahan Senga kota Belopa menabung di bank Syariah Indonesia*”. Skripsi Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Muh Abdi Imam, S.E., M.Si., Ak., CA.

Skripsi ini membahas tentang Analisis faktor-faktor yang memengaruhi minat masyarakat kelurahan Senga kota Belopa menabung di Bank Syariah Indonesia. Penelitian ini bertujuan: Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan dan promosi terhadap minat masyarakat kelurahan Senga kota Belopa menabung di Bank Syariah Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *Quota Sampling* dan melibatkan 100 responden. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan SPSS versi 2024. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Variabel pengetahuan dengan t hitung (2.206) > t tabel (1.966) dan nilai signifikan sebesar $0.000 < 0,05$ maka X_1 berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat Kelurahan Senga Kota Belopa Menabung di Bank Syariah Indonesia. 2) Variabel promosi dengan t hitung (10.603) > t tabel (1.966) dan nilai signifikan sebesar $0.000 < 0,05$ maka X_2 berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat Kelurahan Senga Kota Belopa Menabung di Bank Syariah Indonesia. 3) Variabel pengetahuan dan promosi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan $0.000 < 0,05$ terhadap minat masyarakat Kelurahan Senga Kota Belopa Menabung di Bank Syariah Indonesia. Penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pengetahuan dan promosi, maka semakin tinggi minat masyarakat Kelurahan Senga Kota Belopa untuk menabung di Bank Syariah Indonesia.

Kata Kunci: Pengetahuan, promosi, dan Minat menabung

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bank merupakan *wadah atau tempat penyimpanan uang*, dengan demikian memiliki fungsi utama menghimpun dana dari masyarakat (*funding*) dan menyalurkan dana kepada masyarakat (*landing*). Namun dalam perkembangannya, bank memberikan pula jasa jasa lain kepada masyarakat. Demikian halnya dengan bank syariah Bank syariah ialah suatu lembaga keuangan yang terhindar dari *riba*, *gharar*, *maysir*, *haram* dan *zalim*. Sistem keuangan syariah semakin berkembang di Indonesia yang meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Bank syariah juga mempunyai banyak keunggulan diantaranya ialah adanya rasa aman, terjamin dan terdapat bagi hasil yang kompetitif serta banyaknya fasilitas *bsm card* yang berfungsi sebagai kartu atm dan debit dan mendapatkan kemudahan dalam penyaluran zakat, infaq, dan sedekah. Sehingga di era yang modern ini sudah banyak masyarakat yang lebih memilih menabung di bank syariah.¹

Berapa hasil penelitian menunjukkan bahwa lembaga keuangan bank maupun non bank yang bersipat formal dan beroperasi di pedesaan. Umumnya tidak dapat menjangkau lapisan masyarakat dari golongan ekonomi menengah kebawah. Ketidakmampuan tersebut terutama dalam sisi penanggungan risiko dan biaya operasi, juga dalam indentifikasi usaha dan pemantauan penggunaan kredit yang

¹ Mariska Renita Ramadhanti, Skripsi “*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Perbankan Syariah Menabung Di Bank Syariah*,” 2020, h.741.

layak usaha. Ketidakmampuan lembaga keuangan ini menjadi penyebab terjadinya kekosongan pada segmen pasar keuangan di wilayah pedesaan. Akibatnya 70% s/d 90% kekosongan ini diisi oleh lembaga keuangan non formal, termasuk yang ikut beroperasi adalah para rentenir dengan menggunakan suku bunga yang tinggi. Untuk mengulangi kejadian-kejadian seperti ini perlu adanya suatu lembaga yang mampu menjadi jalan tengah. Wujud nyata adalah dengan memperbanyak mengopersionakan lembaga keuangan berprinsip bagi hasil, yaitu Bank umum syariah BPR syariah dan baitul mal wat tamwil. Adanya bank islam diharapkan dapat memberikan sumbangan terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat melalui pembiayaan-pembiayaan yang dikeluarkan bank islam. Melalui pembiayaan ini bank Islam dapat menjadi mitra dengan nasabah sehingga hubungan bank islam dengan nasabah tidak lagi sebagai kreditur dan debitur tetapi menjadi hubungan kemitraan.²

Perbankan merupakan sebuah lembaga keuangan yang sangat berpengaruh terhadap perekonomian Indonesia. Dapat berjalan perekonomian Indonesia sampai saat ini merupakan sebagai akibat dari peran penting yang dilakukan oleh perbankan. Bank menurut undang-undang perbankan syariah adalah No. 21 Tahun 2008 Pasal 1 adalah badan usaha yang menghimpun dana masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat. Perkembangan perbankan syariah menimbulkan terjadi persaingan antara perbankan berbasis syariah dengan perbankan konvensional. Hal ini mulai menjadi masalah sejak undang-undang

² Zulkifli Rusby, *Manajemen Perbankan Syariah*. Pekanbaru: Pusat Kajian Pendidikan Islam FAI UIR, 2017: h.4.

perbankan mulai disahkan dan ditetapkan pada tahun 1998 yang secara terang-terangan merasakan keberadaan perbankan yang berbasis syariah sebagai suatu lembaga perantara dalam proses perkembangan dan pembangunan ekonomi negara. Indonesia adalah salah satu negara dengan tingkat pertumbuhan penduduk yang tinggi serta mayoritas penduduknya beragama Islam. Namun hal ini masih belum bisa menjadikan perbankan syariah menjadi lembaga keuangan yang besar karena ketertarikan serta minat masyarakatnya masih sangat rendah. Perbankan syariah seolah-olah sangat sulit bersaing dengan perbankan konvensional, meskipun sebagai besar penduduk Indonesia menganut agama Islam.³

Perkembangan bank syariah di Indonesia cukup berkembang pesat, walaupun demikian, jumlah bank maupun kantor bank yang sudah cukup banyak, namun jumlah aset bank syariah masih kecil dibandingkan dengan bank konvensional. Perbankan syariah yang masih mudah umumnya, dituntut untuk bersaing dengan bank konvensional. Perbankan syariah juga dituntut untuk memainkan peranan yang sangat vital dalam menggerakkan roda perekonomian bangsa Indonesia. Tingkat persaingan bank syariah tidak hanya sesama bank syariah melainkan juga bank konvensional. Oleh karena itu salah satu perbandingan yang sangat penting harus dimiliki bank syariah adalah unggul dalam pelayanan. Dalam pelayanan tidak terlepas dari etika pegawai bank, karena etika pegawai bank sangat berpengaruh terhadap nasabah. Bank syariah mulai melebarkan cabang kantornya di setiap

³ Andre Muzakir, Skripsi “*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Desa Lajut Kecamatan Praya Tengah)*,” 2021: h. 5–7.

wilayah di Indonesia. Hampir setiap provinsi, kotamadya, kabupaten bahkan kecamatan bisa kita temui bank syariah, khususnya bank syariah Indonesia.

Bank syariah dalam menjalankan usahanya tidak dapat dipisahkan dari konsep-konsep syariah yang mengatur produk dan operasionalnya. Adanya bank Islam atau bank syariah diharapkan dapat memberikan sumbangan terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat melalui pembiayaan-pembiayaan yang dikeluarkan oleh bank Islam. Melalui pembiayaan ini bank Islam dapat menjadi mitra dengan nasabah, sehingga hubungan bank Islam dengan nasabah tidak lagi sebagai kreditur dan debitur tetapi menjadi hubungan kemitraan.

Perbankan syariah sebagai bagian dari sistem ekonomi syariah dalam menjalankan bisnis dan usahanya juga tidak terlepas dari saingan. Oleh karena itu, perbankan syariah tidak akan mungkin membiayai usaha-usaha yang didalamnya terkandung hal-hal yang bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah, atau proyek yang menimbulkan kemudharatan bagi masyarakat luas yang berkaitan dengan perbuatan perjudian dan lain sebagainya yang dapat merugikan syariat Islam.⁴ Sebagaimana dalam Qur'an surah Al-Maidah ayat 90 yaitu:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ رِجْسٌ مِّنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ
فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Terjemahan: “Wahai orang-orang yang beriman! Sesungguhnya minuman keras, berjudi, (berkorban untuk) berhala, dan mengundi nasib dengan anak panah, adalah perbuatan keji dan termasuk perbuatan setan. Maka jauhilah (perbuatan-perbuatan) itu agar kamu beruntung”.

⁴ Okviana, Skripsi “Persepsi Masyarakat Tentang Keberadaan Bank Syariah Indonesia Cabang Belopa (Studi Kasus Kelurahan Senga Kota Belopa)” 2022: h.3-4.

Keberadaan lembaga keuangan perbankan syariah di Indonesia memiliki tujuan untuk menampung masyarakat Indonesia yang mayoritas penduduknya menganut agama Islam. Dengan berdirinya perbankan syariah semoga tidak ada keraguan dalam kegiatan bertransaksi bagi masyarakat Indonesia yang beragama Islam, sehingga masyarakat Indonesia terhindar dari perbuatan yang haram seperti riba. Menurut Muhammad Syafi'i Antonio tentang pengertian riba sebelumnya yaitu tambahan, namun tambahan yang dimaksud riba yaitu tambahan yang diambil tanpa adanya satu transaksi pengganti atau penyeimbang yang dibenarkan syariah. Riba merupakan kelebihan pada harta yang disyaratkan dalam transaksi dari dua pelaku akad dalam tukar menukar antara harta dengan harta tertentu.⁵ Sebagaimana dalam qur'an surah Al-Baqarah ayat 278 yaitu:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنتُمْ مُؤْمِنِينَ

Terjemahan: “Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang beriman”.

Namun kenyataannya masyarakat Indonesia yang memeluk agama Islam, hanya sebagian diantara mereka yang melakukan kegiatan transaksi secara Islami, salah satunya dalam hal perbankan. Sehingga pada saat ini, perbankan syariah di Indonesia masih belum bisa bersaing dengan perbankan konvensional dan menunjukkan eksistensinya, karena kurangnya kepercayaan masyarakat terhadap perbankan syariah.

Dalam perkembangan ilmu ekonomi, menabung diartikan sebagai suatu hal yang mesti dilakukan untuk berjaga-jaga bila terjadi hal-hal yang tidak diinginkan

⁵ Rukman Abdul Rahman Said, “Konsep Al- Qur'an Tentang Riba”. 2020: h.15–16.

dan bisa berguna dimasa depan, hal ini memiliki kaitan erat dengan ajaran Islam yang mengajarkan untuk menyimpang uang, berhemat dan hal ini adalah salah satu tindakan untuk bersyukur atas nikmat Allah Swt. yang diberikan kepada kita, oleh karena itu menabung merupakan suatu hal yang diharuskan yang diperkuat lagi dengan dalil- dalil Al-Quran dan sunnah karena sebenarnya menabung mempunyai banyak manfaat. Dengan menabung, itu artinya sudah mempunyai bekal untuk persiapan masa depan. Menabung juga memberikan bantuan modal ketika menginginkan suatu usaha sehingga proses yang dijalani dapat memberi hasil yang jelas, dan tabungan yang pastinya dapat digunakan memenuhi kebutuhan keluarga.

Berkaitan dengan dianjurkannya menabung, oleh karena itu masyarakat pasti membutuhkan suatu wadah untuk menyimpan uang mereka sesuai dengan Hadist dan Al-Quran. Oleh karena itu dibutuhkan suatu lembaga keuangan yang tidak hanya sebagai tempat menabung tetapi juga dapat digunakan sebagai tempat untuk mencegah masyarakat muslim agar tidak terjerumus dengan kegiatan perekonomian yang bertentangan dengan ajaran Islam. Oleh sebab itu, solusi yang ditawarkan untuk menyimpan uang yang sesuai dengan ajaran Islam yaitu menabung di bank syariah. Bank syariah adalah lembaga keuangan yang tidak hanya menjalankan fungsinya sebagai bank secara umum tetapi juga harus menjalankan prinsip-prinsip ajaran Islam dalam semua kegiatan operasionalnya. Karakteristik perbankan syariah yang beroperasi berlandaskan prinsip bagi hasil memberikan sistem alternative yang sama- sama menguntungkan baik bagi bank dan masyarakat, serta mengedepankan aspek keadilan dalam melakukan transaksi, investasi yang berahlak, mendahulukan nilai-nilai persaudaraan dan kebersamaan

dalam melakukan produksi dan menjauhkan kegiatan spekulasi dalam melakukan transaksi keuangan.

Keberadaan lembaga keuangan perbankan syariah di Indonesia memiliki tujuan untuk menampung masyarakat Indonesia yang mayoritas penduduknya menganut agama Islam. Dengan berdirinya perbankan syariah semoga tidak ada keraguan dalam kegiatan bertransaksi bagi masyarakat Indonesia yang beragama Islam, sehingga masyarakat Indonesia terhindar dari perbuatan yang haram seperti riba. Namun kenyataannya masyarakat Indonesia yang memeluk agama Islam, hanya sebagian diantara mereka yang melakukan kegiatan transaksi secara Islami, salah satunya dalam hal perbankan. Sehingga pada saat ini, perbankan syariah di Indonesia masih belum bisa bersaing dengan perbankan konvensional dan menunjukkan eksistensinya, karena kurangnya kepercayaan masyarakat terhadap perbankan syariah.

Seperti fenomena yang terjadi, para tokoh pemuka agama di Negara inipun melakukan transaksi di bank konvensional. Hal ini terjadi karena pengetahuan tentang kegiatan yang dilakukan perbankan syariah, dan sistem kerja di perbankan syariah masih dianggap tidak jauh berbeda dengan dengan sistem yang ada di bank konvensional. Hal ini menunjukan bahwa kesadaran masyarakat Indonesia lebih khususnya yang bergama Islam untuk melakukan kegiatan transaksi di bank syariah masih sangat rendah.

Bank syariah Indonesia tentunya telah tersebar di seluruh Indonesia salah satunya belopa Sulawesi Selatan Indonesia. Masyarakat Kelurahan Senga Kota Belopa sedikit yang menggunakan bank syariah karena kurangnya sosialisasi terkait

bank syariah ini menjadi salah satu faktor penyebab masyarakat di kota Belopa enggan menggunakan bank syariah. Faktor lain yaitu pola pikir Masyarakat Kelurahan Senga kota Belopa hanya memandang sebelah mata bank syariah itu harus dihilangkan, karena masyarakat Kelurahan Senga beranggapan bahwa bank syariah itu sama dengan bank konvensional. Dimana perbankan syariah menjalankan sistem operasionalnya dengan tidak menggunakan sistem bunga (riba), ketidakjelasan atau ketidakpastian (gharar) dan spekulasi (maisir). Perbankan syariah tidak menerapkan sistem bunga dalam kegiatan operasionalnya, bukan berarti perbankan syariah tidak memberikan beban pada mereka yang menggunakan jasanya. Sebagaimana dalam qur'an surah Ali-Imran ayat 130:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُضَاعَفَةً ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Terjemahan: *“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kepada Allah agar kamu beruntung”*.

Nabi Muhammad (saw) mengutuk orang yang berurusan dengan Riba. Dari Jabir (ra): Nabi (saw) mengutuk penerima riba dan pembayar riba, yang mencatatnya dan dua orang yang menyaksikan transaksi tersebut dan berkata: "Mereka adalah semua sama [dalam rasa bersalah]." [Sahih al-Muslim, Sahih Al-Bukhari, Tirmidzi, Ibn Majah, Bahiqi dan Musnad Ahmad] Syariah Islam menganggap Riba sebagai alat penindasan dan sarana untuk mengambil uang orang lain secara tidak adil dengan mengeksploitasi kebutuhan dan keadaan mereka. Oleh karena itu melarang sistem dasar riba sama sekali dan mempromosikan amal

sebagai alternatif. Oleh karena itu, Nabi Muhammad (saw) mengatakan: "Allah telah memutuskan bahwa tidak akan ada riba" [Terakhir Khotbah].⁶

Fenomena yang terjadi pada saat ini adalah minat masyarakat yang mayoritas beragama Islam menabung di bank syariah lebih sedikit dari pada bank konvensional, dibuktikan dengan hasil observasi yang peneliti lakukan pada masyarakat kelurahan Senga kota Belopa kabupaten Luwu yang berjumlah 2.457 jiwa pada tahun 2024 keseluruhannya beragama Islam. Masyarakat kelurahan Senga kota Belopa yang memilih bank konvensional dibandingkan dengan bank syariah Indonesia hanya sedikit masyarakat yang memilih dan menggunakannya. Di karenakan, kurangnya promosi atau seminar yang dilakukan pihak bank syariah sehingga menjadi penyebab ketidaktahuan atau kurangnya pengetahuan masyarakat tentang Bank Syariah Indonesia di daerah tersebut. Lokasi Bank Syariah Indonesia (BSI) relatif lebih jauh dari Kelurahan Senga Kota Belopa dibandingkan dengan lokasi bank konvensional. Dapat disimpulkan masyarakat kelurahan senga Kota Belopa kabupaten Luwu dimana dari 100 masyarakat yang telah mengisi kuisioner/angket terdapat beberapa masyarakat yang sudah menjadi nasabah dari bank syariah. Dapat disimpulkan bahwa keinginan atau minat masyarakat di kelurahan Senga kota Belopa kabupaten Luwu menabung di bank syariah bisa dikatakan masih sangat kurang jika dibandingkan dengan jumlah penduduknya yang beragama Islam, tetapi masih banyak masyarakat yang lebih untuk menabung di bank konvensional.

⁶ Nelly Lestari, Muhammad Iqbal Fasa, and Suharto, "*Memahami Riba: Definisi, Tujuan Dan Penyebab*," *Tamaddun Journal of Islamic Studies* 1, no. 1 (2022): h. 2–3, <https://doi.org/10.55657/tajis.v1i1.13>.

Dari uraian diatas, dapat dilihat bahwa penelitian ini dengan judul Analisis faktor-faktor yang memengaruhi minat masyarakat kelurahan Senga kota Belopa menabung di Bank Syariah Indonesia. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan positif masyarakat, sehingga dapat meningkatkan minat dan partisipasi masyarakat dalam menggunakan Bank Syariah Indonesia.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka peneliti mengambil rumusan masalah yang akan di bahas dalam penelitian yaitu:

1. Apakah pengetahuan berpengaruh terhadap minat masyarakat kelurahan Senga kota Belopa menabung di Bank Syariah Indonesia?
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap minat masyarakat kelurahan Senga kota Belopa menabung di Bank Syariah Indonesia?
3. Apakah pengetahuan dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap minat masyarakat kelurahan Senga kota Belopa menabung di Bank Syariah Indonesia?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah, maka peneliti mengemukakan bahwa tujuan penelitian yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan terhadap minat masyarakat kelurahan Senga kota Belopa menabung di Bank Syariah Indonesia
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap minat masyarakat kelurahan Senga kota Belopa menabung di Bank Syariah Indonesia

3. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan dan promosi secara simultan terhadap minat masyarakat kelurahan Senga kota Belopa menabung di Bank Syariah Indonesia.

D. Manfaat Penelitian

Pada bagian ini peneliti berharap penelitian ini bisa memberikan berbagai manfaat bagi beberapa pihak terkait dengan penelitian ini, di antaranya:

1. Manfaat Teoritis:

Dari hasil penelitian ini akan diperoleh informasi mengenai tentang analisis faktor-faktor yang memengaruhi minat masyarakat kelurahan Senga kota Belopa menabung di Bank Syariah Indonesia yang dapat menjadi sumbangan berharga bagi literatur dalam bidang keuangan dan literasi masyarakat.

2. Manfaat Praktis:

- a. Secara akademisi, hasil penelitian ini diharapkan bisa berkontribusi pada pengetahuan akademik dalam bidang literasi dan perbankan, serta dapat menjadi referensi penelitian selanjutnya.
- b. Bagi peneliti lainnya, hasil penelitian ini diharapkan bisa menambah wawasan mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat masyarakat kelurahan Senga Kota Belopa menabung di Bank Syariah Indonesia.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu

Dalam penulisan proposal ini peneliti menggali informasi dari penelitian-penelitian sebelumnya sebagai bahan perbandingan, baik mengenai kekurangan atau kelebihan yang sudah ada tentang teori yang berkaitan dengan judul yang digunakan untuk memperoleh landasan teori ilmiah.

1. Penelitian yang dilakukan oleh (Andre Muzakir) dengan judul skripsi "*Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menabung di Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Desa Lajut Kecamatan Praya Tengah)*". Metode yang digunakan adalah jenis penelitian asosiatif sedangkan pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Berdasarkan hasil penelitian dari hasil uji parsial (uji-t) variabel kepercayaan, persepsi dan promosi berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah. Dengan tingkat signifikansi variabel kepercayaan sebesar $0,028 < 0,05$, tingkat signifikansi variabel persepsi sebesar $0,002 < 0,05$, tingkat signifikansi variabel promosi sebesar $0,000 < 0,05$, Sedangkan variabel pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah, dengan tingkat signifikansi sebesar $0,356 > 0,05$. Dan dari hasil dari uji simultan (uji-f) variabel kepercayaan, persepsi, pengetahuan dan promosi berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah, dapat dilihat dari nilai f sebesar 23,243

dengan nilai probabilitas (sig.) sebesar $0,000 < 0,05$.⁷

Penelitian ini memiliki Persamaan pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Andre Muzakir yang juga meneliti terkait mengenai faktor yang mempengaruhi minat yaitu Faktor Pengetahuan. Namun, perbedaannya terletak pada variabel. Penelitian Andre Muzakir menggunakan variabel kepercayaan, Persepsi dan Promosi.

2. Penelitian yang dilakukan oleh (Raja Zainal Abidin Harahap Dkk) dengan judul skripsi “*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menggunakan Jasa Perbankan Syariah*” penelitian ini menggunakan kuantitatif deskriptif. Hasil penelitian ini bahwa variabel lokasi dan pengetahuan produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat Desa Pudun Julu Kec. Padangsidempuan Batunadua menggunakan jasa perbankan syariah. Kemudian variabel promosi tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat Desa Pudun Julu Kec. Padangsidempuan Batunadua. Setelah itu, variabel Lokasi, Pengetahuan Produk, dan Promosi memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel Minat Masyarakat Desa Pudun Julu.⁸

Persamaan pada penelitian ini yaitu pada variabel pengetahuan dan variabel promosi. Sedangkan perbedaannya pada penelitian Raja Zainal yaitu terletak pada variabel independen faktor lokasi.

⁷ Andre Muzakir, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Desa Lajut Kecamatan Praya Tengah),” 2021,

⁸ Raja Zainal et al., “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menggunakan Jasa Perbankan Syariah” 7, no. 30.2022.

3. Penelitian yang dilakukan oleh (Agus Sarwo Edi dan Erwan Aristyanto) dengan judul “*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah Di Surabaya*”. Bentuk penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survey. Hasil penelitian mendeskripsikan bahwa pengetahuan, lokasi, promosi dan minat masyarakat menjadi nasabah pada bank syariah dalam kondisi baik. Jika pengetahuan, lokasi, promosi baik maka minat masyarakat menjadi nasabah pada bank syariah akan meningkat dengan baik pula.⁹

Persamaan pada penelitian ini yaitu, variabel pengetahuan dan variabel promosi. Sedangkan perbedaannya pada penelitian Agus Sarwo Edi dan Erwan Arityanto yaitu variabel lokasi.

4. Penelitian yang dilakukan oleh (Eka Fariani Dkk) dengan judul “*Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Indonesia*”. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Hasil penelitian ini yaitu pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat Kota Banda Aceh untuk menabung di Bank Syariah Indonesia. Sedangkan Promosi dan fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat Kota Banda Aceh untuk menabung di Bank Syariah Indonesia. Dari hasil uji simultan menunjukkan bahwa pengetahuan, promosi dan fasilitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk menabung

⁹ Erwan Aristyanto Agus Sarwo Edi, “*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah Di Surabaya*,” *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 7, no. 2., 2022 .

di Bank Syariah Indonesia.¹⁰

Persamaan dari penelitian ini yaitu, variabel pengetahuan dan variabel promosi. Sedangkan perbedaannya pada penelitian Eka Fariani Dkk yaitu variabel fasilitas.

B. Landasan Teori

a. Bank Syariah

Bank Syariah sebagai Lembaga keuangan yang usaha utamanya memberikan kredit dan layanan pembayaran serta peredaran uang yang beroperasi dengan prinsip-prinsip Syariah.¹¹ Menurut Undang-Undang No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.

Bank Syariah adalah lembaga keuangan yang menjalankan usaha sesuai dengan prinsip Syariah, atau hukum islam sebagaimana diatur dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia seperti prinsip keadilan dan keseimbangan ('adl wa tawazun), kemaslahatan (maslahah), universalisme (alamiyah), serta tidak mengandung gharar, maysir, riba, zalim dan objek yang haram.¹²

Kata Bank Syariah berasal dari dua kata, yakni Bank dan Syariah. Kata bank berasal dari bahasa latin yakni banco yang berarti bangku atau meja, counter atau tempat menukar uang (money changer). Dengan demikian, fungsi dasar Bank adalah penyedia tempat untuk menitipkan atau menyimpan uang dengan

¹⁰ Yani Prihatina Eka Furda Eka Fariani, Muhammad Haris Riyaldi, "*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Indonesia*," El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam 5, no. 3 (2024):h.64–72, <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i3.773>.

¹¹ Heri Sudarsono, "*Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi*", Yogyakarta: Ekonisia. Rivai, (Yogyakarta, 2004): h.14-15.

¹² Lukmanul Hakim, *Perbankan Syariah*. Pemekasan: Duta Media Publishing 2021. h.2.

aman dan menyediakan alat pembayaran untuk membeli barang dan jasa. Sedangkan menurut Undang-undang Perbankan, bank adalah lembaga usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dengan harapan meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Adapun dalam Al-Qur'an, istilah bank tidak disebutkan secara jelas. Tetapi jika yang dimaksud adalah sesuatu yang memiliki unsur unsur seperti struktur, manajemen, fungsi, hak dan kewajiban maka semua itu di sebutkan dengan jelas, seperti zakat, sedekah, rampasan perang, jual beli, utang dagang, harta dan sebagainya, yang memiliki peran tertentu dalam kegiatan ekonomi. Sedangkan kata Syariah, adalah tata cara yang berlandaskan hukum Islam yaitu mengacu kepada Al-Quran dan Al-Hadis. Tujuan utama didirikannya lembaga keuangan ini adalah tiada lain sebagai upaya kaum muslimin untuk mendasari segenap aspek kehidupan ekonominya berlandaskan Al-Qur'an dan Sunnah Jadi pengertian bank syariah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga.

Bank Islam atau biasa disebut dengan Bank Tanpa Bunga, adalah lembaga keuangan atau perbankan yang operasional dan produknya di kembangkan berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadis Nabi SAW atau dengan kata lain, Bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam. Karakteristik dari sistem perbankan syariah yang beroperasi berdasarkan prinsip bagi hasil

memberikan alternatif sistem perbankan yang saling menguntungkan bagi masyarakat dan bank, serta menunjukkan aspek keadilan dalam bertransaksi, investasi yang beretika, mengutamakan nilai-nilai kebersamaan dan persaudaraan dalam produksi, dan menjauhi kegiatan spekulatif dalam bertransaksi keuangan. Dengan menyediakan berbagai macam produk serta layanan jasa perbankan dengan skema keuangan yang lebih bervariasi, perbankan syariah menjadi alternatif sistem perbankan yang kredibel dan dapat di nikmati oleh seluruh golongan masyarakat Indonesia tanpa terkecuali. Serta dalam menjalankan kegiatan operasionalnya, bank syariah harus mengikuti dan mematuhi prinsip syariah serta Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN), yakni satu-satunya dewan yang memiliki kewenangan mengeluarkan fatwa atas jenis-jenis kegiatan, produk dan jasa keuangan syariah, serta mengawasi penerapan fatwa dimaksud oleh lembaga-lembaga keuangan syariah di Indonesia.

2. Minat

a. Pengertian Minat

Minat dapat diartikan sebagai situasi dari suatu perasaan seseorang sebelum menentukan suatu pilihan, yang menjadi dasar dalam memprediksi perilaku-perilaku tersebut. Minat lebih dikenal sebagai keputusan pemakaian atau pembelian jasa/produk tertentu. Keinginan atau kebutuhan manusia yang dipengaruhi oleh budaya dan kepribadian seseorang disebut minat. Minat dalam menabung di bank artinya suatu perilaku seseorang yang timbul karena adanya hal-hal yang dapat meningkatkan minat sehingga timbul rasa ingin atau tertarik untuk menabung.

Minat merupakan ketertarikan terhadap sesuatu yang dapat menimbulkan perasaan senang, suka maupun kenyamanan. Minat (interest) adalah keadaan mental yang menghasilkan respon terarah kepada sesuatu, situasi dan objek tertentu yang menyenangkan dan memberikan kepuasan kepadanya. Suatu minat dapat diekspresikan melalui suatu pernyataan yang menunjukkan bahwa kita lebih menyukai suatu hal dibandingkan hal lainnya, dapat pula dimanifestasikan melalui partisipasi dalam bentuk aktivitas. Minat akan mendorong seseorang melakukan kegiatan yang menimbulkan manfaat bagi diri sendiri, masyarakat dan juga pemerintah. Minat dapat menjadi penyebab seseorang ikut berpartisipasi dalam sebuah kegiatan.¹³

Minat memiliki beberapa karakteristik, diantaranya yaitu:

- 1) Minat menimbulkan sikap positif dari suatu objek.
- 2) Minat adalah sesuatu yang menyenangkan dan timbul dari sesuatu objek.
- 3) Minat mengandung unsur penghargaan, mengakibatkan suatu keinginan dan kegiatan untuk mendapatkan sesuatu yang diinginkan. Minat memiliki makna yang luas karena dengan minat dapat membuat sesuatu menjadi jelas. Jadi minat merupakan kecenderungan seseorang yang berkaitan dengan sebuah perasaan senang (positif) terhadap sesuatu yang dianggap bermanfaat.

Indikator yang menentukan minat sebagai berikut:

- a) Ketertarikan responden untuk menabung, Ketertarikan masyarakat terhadap produk perbankan syariah, seperti yang ditawarkan oleh BSI, dapat

¹³ Dkk Fikri Wijaya, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Indonesia (BSI) (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Merlung)," Al Itmamiy Jurnal Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah) 5, no. 1 (2023): h.7, <https://doi.org/10.55606/ai.v5i1.284>.

dipengaruhi oleh berbagai faktor. Pertama, pendidikan dan pemahaman mengenai prinsip-prinsip syariah menjadi penting. Jika masyarakat memiliki pengetahuan yang baik tentang bagaimana sistem syariah beroperasi, mereka akan lebih tertarik untuk menabung di BSI. Promosi yang efektif juga berperan dalam menumbuhkan ketertarikan. Iklan yang menarik tentang keunggulan menabung di bank syariah dapat meningkatkan visibilitas dan menarik perhatian masyarakat.

- b) Kenginan responden untuk menabung, Keinginan untuk menabung di BSI sering kali muncul dari kebutuhan akan keamanan finansial dan pertumbuhan harta. Produk yang ditawarkan oleh BSI, seperti tabungan yang berbasis prinsip bagi hasil, dapat menarik masyarakat yang ingin berinvestasi secara halal.
- c) Keyakinan responden dalam menabung¹⁴, Keyakinan merupakan faktor penting yang memengaruhi keputusan untuk menabung. Keyakinan bahwa BSI mampu memberikan layanan yang baik dan transparan akan membangun kepercayaan masyarakat. Testimoni dari nasabah yang puas dan reputasi BSI sebagai lembaga yang kredibel dapat meningkatkan keyakinan ini. Promosi yang dilakukan oleh BSI, seperti penjelasan yang jelas tentang produk, serta jaminan keamanan dan kepatuhan syariah, juga dapat memperkuat keyakinan masyarakat. Jika masyarakat merasa yakin bahwa dana mereka dikelola

¹⁴ Assah and Nurlailah, “*Pengaruh Uang Saku Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Menabung (Studi Pada Siswa SMA Bala Keselamatan Kalawara)*”, 2022: h.30.

dengan baik dan sesuai dengan prinsip syariah, mereka akan lebih cenderung untuk membuka rekening.

b. Faktor-faktor yang memengaruhi minat

Minat seseorang dapat muncul karena beberapa hal, yaitu adanya rasa ketertarikan, senang, perhatian dan kebutuhan. Minat timbul karena suatu perasaan senang yang dapat menarik seseorang terhadap suatu jenis-jenis kegiatan tertentu. Perasaan senang dan ketertarikan seseorang akan menimbulkan dorongan-dorongan dalam dirinya untuk segera beraktifitas. Minat bukan saja dapat mewarnai perilaku seseorang, tetapi lebih dari itu minat mendorong orang untuk melakukan kegiatan dan menyebabkan seseorang menaruh perhatian dan merelakan dirinya terikat pada sesuatu kegiatan.

Adapun faktor-faktor yang memengaruhi minat yaitu:

1) Pengetahuan

Minat masyarakat terhadap Bank Syariah Indonesia (BSI) bisa dipengaruhi oleh faktor, salah satunya adalah pengetahuan masyarakat mengenai perbankan syariah. Pengetahuan adalah informasi yang mengubah sesuatu atau seseorang yang tidak tahu menjadi tahu. Pengetahuan masyarakat mengenai perbankan syariah tentu akan mempengaruhi mereka dalam mengambil keputusan menjadi nasabah bank syariah. Pengetahuan konsumen dalam hal ini masyarakat akan mempengaruhi keputusan mereka seperti apa yang akan mereka pakai, berapa banyak, dimana dalam menitipkan dana mereka untuk dikelola maupun disimpan. Hal ini akan mempengaruhi perilaku dan persepsi masyarakat terhadap minat pada bank syariah. Dengan tingginya pengetahuan masyarakat akan membawa masyarakat untuk percaya dan menjadi nasabah bank syariah.

Menurut Mathis dan Jackson pengetahuan merupakan sesuatu proses dari yang belum mengetahui informasi menjadi tahu dengan penginderaan berupa perasaan, perabaan, penciuman, penglihatan dan pendengaran. Perubahan ini terjadi karena informasi tersebut menjadi dasar orang untuk bertindak. Mathis dan Jackson mengatakan bahwa pengetahuan secara kognitif terdiri dari indikator:

- a) Tahu (know), Pengetahuan pada tingkat ini merupakan tingkatan yang paling rendah. Setiap orang akan mengingat materi yang telah dipelajari sebelumnya. Dapat dilakukan dengan menyebutkan definisi, menyatakan kembali, menyebutkan, dan menguraikan suatu materi yang telah dipelajari sebelumnya.
- b) Memahami (comperehension), Memahami merupakan kemampuan untuk menjelaskan suatu objek yang diketahui dengan tepat dan benar. Seseorang dapat dengan tepat menjelaskan, menyimpulkan, dan menginterpretasikan objek yang telah dipelajari sebelumnya
- c) Analisis (Analysis), Analisis merupakan tingkat pengetahuan dimana seseorang dapat menjabarkan, memisahkan, dan membedakan suatu objek atau materi yang telah dipelajari sebelumnya.
- d) Evaluasi, Evaluasi merupakan kemampuan untuk memberikan penilaian terhadap suatu objek atau materi yang didasari oleh kriteria tertentu.¹⁵

2) Promosi

Promosi adalah alat pemasaran yang digunakan sebagai strategi untuk berkomunikasi antara penjual dan pembeli. Melalui ini penjual mencoba

¹⁵ R.L & Jackson. Mathis, *Human Resource Management: Manajemen Sumber Daya Manusia.*, 2006: h.22.

memengaruhi dan meyakinkan pembeli untuk membeli produk jasa mereka, ini membantu dalam menyebarkan berita tentang produk atau layanan atau perusahaan kepada orang-orang. Perusahaan menggunakan cara promosi ini untuk meningkatkan citra publiknya. Teknik pemasaran ini menciptakan minat pada paradigma pelanggan dan juga dapat mempertahankan mereka sebagai pelanggan setia.¹⁶

Promosi adalah kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat produk dan sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan kebutuhan.¹⁷ Maka dari itu promosi dapat diartikan sebagai komunikasi awal antara perusahaan dan konsumen serta sebagai salah satu media untuk memperkenalkan produk kepada konsumen agar mengetahui akan keberadaan produk perusahaan tersebut. Agar dapat menarik pelanggan, maka diperlukan strategi promosi yang tepat, supaya apa yang diinginkan perusahaan dapat tercapai yaitu meningkatkan volume penjualan.¹⁸

Menurut Alyssa Milano dan kawan-kawan promosi merupakan penting dalam memasarkan suatu produk sehingga konsumen akan tertarik dan melakukan pembelian terhadap produk tersebut, sehingga suatu promosi perlu dirancang semenarik mungkin dan informasi yang disampaikan dapat dimengerti dengan

¹⁶ Sholikhah dkk, *Manajemen Pemasaran : Saat Ini Dan Masa Depan* (Cirebon, 2021), h.21.

¹⁷ Rambat. Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi 3.* (Jakarta, 2014), h.66.

¹⁸ Ahmad Syarief Iskandar dkk, *Strategi Pemasaran Konsep, Teori Dan Implementasi*, Pascal Books, 2022., h.45.

mudah oleh masyarakat.¹⁹ Promosi penjualan memiliki fungsi utama agar memperoleh perhatian pelanggan pada produk yang dipasarkan. Melalui promosi penjualan ini pemasar menarik perhatian pelanggan dengan berbagai cara sehingga pelanggan mengetahui, peduli, tertarik yang berujung pada pembelian produk.²⁰

Indikator- Indikator Promosi Menurut Kotler dan Armstrong yaitu:

- a) Advertising (periklanan), Semua bentuk presentasi dan promosi nonpersonal yang dibayar oleh sponsor untuk mempresentasikan gagasan, barang atau jasa.
- b) Sales promotion (promosi penjualan), Insentif-insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan suatu produk atau jasa. Bentuk promosi yang digunakan mencakup discounts, coupons, displays, demonstrations, contests, sweepstakes, dan events.
- c) Public relations (hubungan masyarakat), Membangun hubungan yang baik dengan berbagai publik perusahaan supaya memperoleh publisitas yang menguntungkan, membangun citra perusahaan yang bagus, dan menangani atau meluruskan rumor, cerita, serta event yang tidak menguntungkan. Bentuk promosi yang digunakan mencakup press releases, sponsor ships, special events, dan web pages.
- d) Direct marketing (penjualan langsung), Hubungan langsung dengan sasaran konsumen dengan tujuan untuk memperoleh tanggapan segera dan membina hubungan yang abadi dengan konsumen. Bentuk promosi yang digunakan

¹⁹ Alyssa Milano, Agus Sutardjo, and Rizka Hadya, “‘Florensia’ Kota Sawahlunto Influence Of Product Quality, Price And Promotion On Decision Making Of Batik Clothes In ‘Florensia’ Stores, Sawahlunto City,” Jm 3, no. 1 (2021): h.16–17.

²⁰ Nurdin Batjo, “Penerapan Komunikasi Pemasaran Terhadap Perilaku Dan Putusan Pembelian,” Journal of Islamic Management And Bussines 1, no. 2 (2018): h.33.

mencakup catalogs, telephone marketing, kiosks, internet, mobile marketing, dan lainnya.²¹

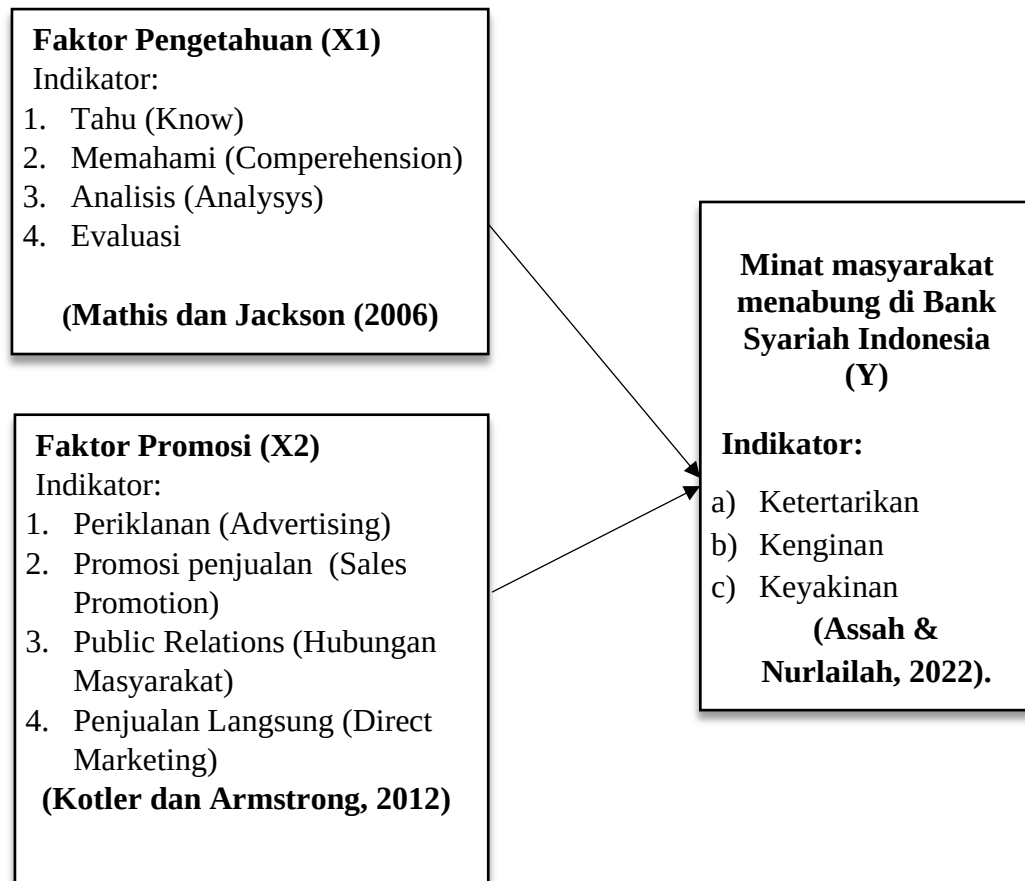
C. Kerangka Pikir

Berdasarkan penjelasan dan penjabaran dari kajian teori yang telah diterangkan sebelumnya, maka peneliti merumuskan kerangka berfikir sebagai gambaran terhadap penelitian yang akan dilakukan. Pada penelitian ini kerangka pikir digunakan sebagai pedoman peneliti mencakup uraian langkah yang ditempuh dalam proses penelitian.

Kerangka pemikiran merupakan dasar pemikiran dalam penelitian ini dimana pada dasarnya memiliki gambaran secara sistematis dari teori yang digunakan kemudian memberikan solusi dalam menjawab serangkaian rumusan masalah yang sudah ditetapkan sebelumnya. Solusi yang dimaksudkan yaitu mampu memecahkan permasalahan dari rumusan masalah yang telah peneliti tetapkan dimana peneliti ingin mencari tahu serta ingin mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi minat masyarakat kelurahan Senga kota Belopa menabung di Bank Syariah Indonesia.

²¹ G. Kotler, P. & Armstrong, *Prinsip- Prinsip Pemasaran Edisi 12*, 2012., h.8.

Gambar 2.2 Kerangka Pikir



Dalam kerangka pikir ini, bisa dilihat bagaimana jalan pikiran penulis dalam menyusun penelitian ini yaitu bagaimana pengetahuan dan promosi berpengaruh terhadap minat masyarakat kelurahan Senga kota Belopa menabung di bank syariah indonesia. Sehingga pembaca dapat lebih memahami penelitian ini dari sudut pandang penulis.

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan prediksi awal sebuah hipotesis awal penelitian awal yang

bisa berupa hubungan variabel bebas dengan variabel terikat.²² Berdasarkan latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian serta telaah pustaka yang dibahas di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. H₁ Faktor pengetahuan berpengaruh pada minat masyarakat kelurahan Senga kota Belopa menabung di Bank Syariah Indonesia.
2. H₂ Faktor promosi berpengaruh pada minat masyarakat kelurahan Senga kota Belopa menabung di Bank Syariah Indonesia.
3. H₃ Faktor pengetahuan dan promosi berpengaruh secara simultan pada minat masyarakat kelurahan Senga kota Belopa menabung di Bank Syariah Indonesia.

Dengan demikian, Kerangka pemikiran tersebut dapat dijelaskan bahwa pengaruh pengetahuan dan promosi dapat memengaruhi minat masyarakat kelurahan Senga kota Belopa menabung di Bank Syariah Indonesia.

²² Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian* (Medan: KBM Indonesia, 2022).h.16.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan data kuantitatif yaitu data yang berupa angka atau bilangan.²³

B. Lokasi Dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana peneliti akan melakukan penelitian untuk memperoleh data-data yang di perlukan. Lokasi penelitian ini dilakukan di Kelurahan Senga, Kota Belopa. Sedangkan waktu penelitian dimulai pada September hingga oktober 2024.

C. Definisi Variabel

1. Pengetahuan (X1)

Pengetahuan adalah informasi yang mengubah sesuatu atau seseorang yang tidak tahu menjadi tahu. Pengetahuan masyarakat mengenai perbankan syariah tentu akan mempengaruhi mereka dalam mengambil keputusan menjadi nasabah bank syariah. Pengetahuan konsumen dalam hal ini masyarakat akan mempengaruhi keputusan mereka seperti apa yang akan mereka pakai, berapa banyak, dimana dalam menitipkan dana mereka untuk dikelola maupun disimpan. Hal ini akan mempengaruhi perilaku dan persepsi masyarakat

²³ Ma'ruf Abdullah, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Aswaja Pressindo (Yogyakarta, 2015).h.100.

terhadap minat pada bank syariah. Dengan tingginya pengetahuan masyarakat akan membawa masyarakat untuk percaya dan menjadi nasabah bank syariah.

Menurut Mathis dan Jackson pengetahuan merupakan sesuatu proses dari yang belum mengetahui informasi menjadi tahu dengan penginderaan berupa perasaan, perabaan, penciuman, penglihatan dan pendengaran. Perubahan ini terjadi karena informasi tersebut menjadi dasar orang untuk bertindak. Mathis dan Jackson mengatakan bahwa pengetahuan secara kognitif terdiri dari indikator: Tahu (know), memahami (comperehension), Analisis dan evaluasi.²⁴

2. Promosi (X2)

Promosi adalah alat pemasaran yang digunakan sebagai strategi untuk berkomunikasi antara penjual dan pembeli. Melalui ini penjual mencoba mempengaruhi dan meyakinkan pembeli untuk membeli produk jasa mereka, ini membantu dalam menyebarkan berita tentang produk atau layanan atau perusahaan kepada orang-orang. Perusahaan menggunakan cara promosi ini untuk meningkatkan citra publiknya. Teknik pemasaran ini menciptakan minat pada paradigma pelanggan dan juga dapat mempertahankan mereka sebagai pelanggan setia.²⁵

Indikator- Indikator Promosi Menurut Kotler dan Armstrong yaitu:

- a) Advertising (periklanan), Semua bentuk presentasi dan promosi nonpersonal yang dibayar oleh sponsor untuk mempresentasikan gagasan, barang atau jasa.

²⁴ Mathis, *Human Resource Management: Manajemen Sumber Daya Manusia*.h.51.

²⁵ Sholikah dkk, *Manajemen Pemasaran : Saat Ini Dan Masa Depan* (Cirebon, 2021). h.44.

- b) Sales promotion (promosi penjualan) Insentif-insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan suatu produk atau jasa. Bentuk promosi yang digunakan mencakup discounts, coupons, displays, demonstrations, contests, sweepstakes, dan events.
- c) Public relations (hubungan masyarakat) Membangun hubungan yang baik dengan berbagai publik perusahaan supaya memperoleh publisitas yang menguntungkan, membangun citra perusahaan yang bagus, dan menangani atau meluruskan rumor, cerita, serta event yang tidak menguntungkan. Bentuk promosi yang digunakan mencakup press releases, sponsor ships, special events, dan web pages.
- d) Direct marketing (penjualan langsung) Hubungan langsung dengan sasaran konsumen dengan tujuan untuk memperoleh tanggapan segera dan membina hubungan yang abadi dengan konsumen. Bentuk promosi yang digunakan mencakup catalogs, telephone marketing, kiosks, internet, mobile marketing, dan lainnya.²⁶

3. Minat masyarakat (Y)

Minat merupakan ketertarikan terhadap sesuatu yang dapat menimbulkan perasaan senang, suka maupun kenyamanan. Minat timbul karena suatu perasaan senang yang dapat menarik seseorang terhadap suatu jenis-jenis kegiatan tertentu. Perasaan senang dan ketertarikan seseorang akan menimbulkan dorongan-dorongan dalam dirinya untuk segera beraktifitas. Minat bukan saja dapat mewarnai perilaku seseorang, tetapi lebih dari itu minat

²⁶ Kotler, P. & Armstrong, *Prinsip- Prinsip Pemasaran Edisi 12*. h.131.

mendorong orang untuk melakukan kegiatan dan menyebabkan seseorang menaruh perhatian dan merelakan dirinya terikat pada sesuatu kegiatan.

D. Sampel dan Populasi

1. Populasi

Populasi merupakan seluruh kelompok yang akan diteliti pada cakupan wilayah dan waktu tertentu berdasarkan karakteristik yang telah ditentukan peneliti.²⁷ Populasi tersebut akan menjadi sumber data penelitian. Oleh karena itu peneliti akan memilih sasaran populasi sesuai dengan tujuan penelitiannya. Subjek yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat kelurahan Senga, kota Belopa yang berjumlah 2.457 jiwa. Peneliti akan memilih sasaran populasi ini sesuai dengan tujuan penelitiannya. Dari populasi tersebut, peneliti akan memilih sampel yang mewakili populasi tersebut untuk dijadikan subjek penelitian.

2. Sampel

Setiap penelitian tentunya memiliki keterbatasan sumber daya baik waktu, tenaga maupun anggaran, sehingga tidak memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data dari seluruh populasi yang ditargetkan. Oleh karena itu dalam sebuah penelitian, peneliti perlu menentukan bagian representatif untuk mewakili populasi, inilah yang disebut dengan sampel. Dengan demikian dapat disampaikan bahwa sampel adalah bagian dari populasi yang terpilih menjadi sasaran penelitian.²⁸

²⁷ dkk Asrulla, "Populasi Dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) Dalam Pendekatan Praktis," *Pendidikan Tambusai* 7 (2023): 26322.

²⁸ Amruddin Dkk, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Sukoharjo, 2022). H.177.

Teknik sampling non probability dengan quota sampling yaitu cara pengambilan sampel dari populasi yang memiliki karakteristik tertentu sampai dengan jumlah (kuota) yang diinginkan digunakan untuk memilih sampel penelitian ini. Jadi sampel yang digunakan peneliti pada penelitian ini yaitu berjumlah 100 responden Apabila pengumpulan data belum didasarkan pada jumlah sampel yang di tentukan maka penelitian dipandang belum selesai karena belum memenuhi kuota yang diinginkan.²⁹ Dengan *quota sampling*, peneliti dapat menetapkan kriteria-kriteria tertentu (seperti usia, jenis kelamin, atau pekerjaan) agar setiap kelompok terwakili dalam jumlah yang proporsional. Jumlah 100 orang memungkinkan pembagian yang cukup detail pada setiap kuota, sehingga hasil lebih mencerminkan populasi target.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian dapat digunakan sebagai sarana yang memudahkan peneliti dalam mengambil data di lapangan. Berbagai bentuk instrumen penelitian diantaranya seperti angket, kuesioner, lembar observasi, tes, dan wawancara. Baik wawancara secara terstruktur dan terukur ataupun sebaliknya.³⁰ Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner (Angket) yang merupakan daftar pertanyaan atau pernyataan yang diberikan kepada objek penelitian.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti, akan dijelaskan sebagai berikut:

²⁹ Ramadani, "*Pengaruh Faktor Produk Dan Lokasi Terhadap Kurangnya Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia Pinrang (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Patampanua)*", 2023.

³⁰ Amruddin Dkk, "*Metodologi Penelitian Kuantitatif*", (Sukoharjo, 2022): h.161.

1. Kuesioner

Questioner disebut pula angket atau self administrated questioner adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengirimkan suatu daftar pertanyaan kepada responden untuk diisi.³¹

Kuesioner terdiri dari daftar pertanyaan atau pernyataan tertulis yang harus dijawab oleh responden. Penyebaran kuesioner bertujuan untuk mengumpulkan data yang lengkap tentang variabel atau masalah yang diteliti. Jenis kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini disebut kuesioner tertutup. Kuesioner yang jawabannya sudah disediakan sehingga responden hanya perlu memilih salah satu saja dari jawaban tersebut.³²

Untuk kuesioner faktor yang berpengaruh menggunakan alternatif jawaban berupa:

Tabel 3.1 Skala Likert

No	Kategori	Notasi	Skor
1	Sangat Setuju	SS	Nilai 4
2	Setuju	S	Nilai 3
3	Tidak Setuju	TS	Nilai 2
4	Sangat Tidak Setuju	STS	Nilai 1

Pengolahan data pada penelitian ini dengan menggunakan bantuan program komputer *excel statistic analysis dan SPSS for windows*. *SPSS (statistical program for social science)* merupakan paket program aplikasi computer yang dapat digunakan untuk menganalisis suatu data statistik.

³¹ Denok Sunarsi Sidik Priadana, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 2021; hal 144.

³² Ramadani, "Pengaruh Faktor Produk Dan Lokasi Terhadap Kurangnya Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia Pinrang (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Patampanua)", 2023.

Dengan menggunakan SPSS dapat membantu dan memudahkan penulis dalam mengelolah data yang telah di hasilkan untuk dapat di uji lebih lanjut.³³

2. Dokumentasi

Penggunaan dokumentasi dilakukan untuk mengumpulkan data dari sumber dokumen dan rekaman. Dokumentasi digunakan dengan alasan karena sumber ini selalu tersedia dan murah, kaya secara kontekstual, relevan serta mendasar dalam konteksnya.³⁴

G. Teknik Analisis Data

1. Uji validitas dan reliabilitas:

a. Uji Validitas

Validitas mengacu pada tingkat keandalan dan kesahihan alat ukur yang digunakan. Sebuah instrumen dikatakan valid jika alat tersebut mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Untuk menguji validitas kuesioner, kriteria pengujian yang digunakan adalah jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada taraf signifikansi 0,05 dan $df = n-2$, maka alat ukur tersebut dinyatakan valid. Sebaliknya, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka item pertanyaan tersebut dianggap tidak valid dan tidak akan disertakan dalam pengolahan data berikutnya.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk memastikan apakah kuesioner yang digunakan untuk mengumpulkan data variabel penelitian adalah andal atau

³³ Imam Ghazali, *Processing Data Penelitian Menggunakan SPSS, E-Book*, vol. 1, 2018.

³⁴ Sidik Priadana, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 2021.h.17.

tidak. Sebuah kuesioner dianggap reliabel jika, ketika diulang pengukurannya, menghasilkan hasil yang sama.³⁵

2. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan pada data observasi yang merupakan sampel dari populasi, dengan tujuan untuk mengetahui apakah data observasi dari setiap perlakuan berdistribusi normal. Hal ini penting karena uji F mengasumsikan bahwa nilai residual berdistribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar, maka uji statistik menjadi tidak valid. Pengujian normalitas dapat dilakukan melalui analisis grafik dan uji statistik. Analisis grafik dilakukan dengan memplotkan data residual pada kertas probabilitas normal. Dalam pengujian normalitas dengan plot residual, nilai residual diurutkan dari yang terkecil hingga terbesar dan dihubungkan dengan nilai persentase probabilitas kumulatif (Pk). Nilai persentase probabilitas kumulatif kemudian diplotkan untuk melihat normalitas data.³⁶

2) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengevaluasi apakah model regresi menunjukkan adanya korelasi tinggi atau sempurna antara variabel bebas (independen). Jika ditemukan korelasi tinggi antar variabel bebas, maka ada indikasi gejala multikolinearitas dalam penelitian.

³⁵ Ghozali, *Processing Data Penelitian Menggunakan SPSS*, 2018.h.18.

³⁶ Amruddin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 2022.h.20.

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menentukan ada atau tidaknya penyimpangan dari asumsi klasik. Heteroskedastisitas adalah kondisi di mana varian residual tidak sama untuk semua pengamatan dalam model regresi. Prasyarat yang harus dipenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas.³⁷

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linier berganda dimaksudkan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen (explanatory) terhadap satu variabel dependen. Model ini mengasumsikan adanya hubungan satu garis lurus/linier antara variabel dependen dengan masing-masing prediktornya. Hubungan ini biasanya disampaikan dalam rumus.³⁸ Untuk memudahkan pengelolaan data, akan dilakukan dengan menggunakan aplikasi perangkat lunak *Statistical Products and Service Solutions (SPSS)* Dengan persamaan:

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

Keterangan:

Y = Minat masyarakat menabung

a = Konstanta

b_1, b_2 , = koefisien korelasi ganda

X_1 = Pengetahuan

X_2 = Promosi

e = Error

³⁷ Ghozali, *Processing Data Penelitian Menggunakan SPSS*, 2018.,h.19.

³⁸ Dyah Nirmala Arum Janie, *Statistik Deskriptif Dan Regresi Linier Berganda Dengan SPSS*, Semarang University Press (Semarang, 2012)., h.23.

4. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini meliputi uji t (parsial) dan uji F (simultan).

a. Uji Parsial (uji t)

Uji t digunakan untuk menentukan pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Jika nilai t hitung $< t$ tabel, maka H_0 diterima. Sebaliknya, jika nilai t hitung $> t$ tabel, maka H_0 ditolak, dengan tingkat signifikansi 0,05.³⁹

b. Uji Simultan (uji F)

Uji F bertujuan untuk menentukan apakah variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen. Uji F dilakukan untuk mengamati pengaruh seluruh variabel independen secara kolektif terhadap variabel dependen. Tingkat signifikansi yang digunakan adalah 0,05 atau 5%. Jika nilai signifikan $F < 0,05$, maka variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen, dan sebaliknya. Uji F simultan digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh bersama-sama antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Pengujian statistik ANOVA digunakan sebagai bentuk pengujian hipotesis untuk menarik kesimpulan berdasarkan data atau kelompok statistik. Keputusan diambil dengan melihat nilai F dalam tabel ANOVA, dengan tingkat signifikansi 0,05. Ketentuan uji F adalah sebagai berikut:

³⁹ Ghozali, *Processing Data Penelitian Menggunakan SPSS*, 2018.h.22.

- 1) Jika nilai signifikan $F < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti semua variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai signifikan $F > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, yang berarti semua variabel independen tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.⁴⁰

5. Uji koefisien determinasi R^2

Menurut ghozali koefisien determinasi (R^2) merupakan alat untuk mengukur sejauh mana kemampuan model untuk menerangkan variasi pada variabel dependen. R-squared merupakan lambang dari nilai koefisien determinasi.

Apabila nilai R^2 mendekati 1 maka hal itu menunjukkan bahwa variabel bebas dan variabel kontrol mampu mempengaruhi variabel dependen namun sebaliknya jika nilai R^2 mendekati 0 maka hal itu menunjukkan bahwa variabel bebas dan variabel kontrol tidak mampu mempengaruhi variabel dependen.⁴¹

⁴⁰Ibnu Al Saudi Syarifuddin, *Metode Riset Praktis Regresi Berganda Dengan SPSS* (Palangkaraya, 2022)., h.55.

⁴¹ I. Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*, 8th ed. (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016). h.33.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Lokasi penelitian

a. Sejarah Kelurahan Senga

Sebelum terbentuknya kelurahan senga, wilayah kelurahan ini adalah sebagian dari desa senga dan dimekarkan lagi menjadi senga selatan yang terbentuk pada tahun 1999 yang terdiri dari empat dusun yaitu: dusun Labulawang, kalobang, tadette dan walenna. Kemudian desa senga ini dibentuk menjadi kelurahan senga pada tahun 2003 dan terbagi menjadi empat lingkungan, yaitu lingkungan senga, lingkungan padang, lingkungan jawaro, lingkungan batu murrung keempat lingkungan tersebut tanpa adanya RT,RW/RK. Kelurahan senga ini memiliki sarana prasarana yaitu prasarana kesehatan 4, prasarana pendidikan 5, prasarana ibadah 7, prasarana umum 2.

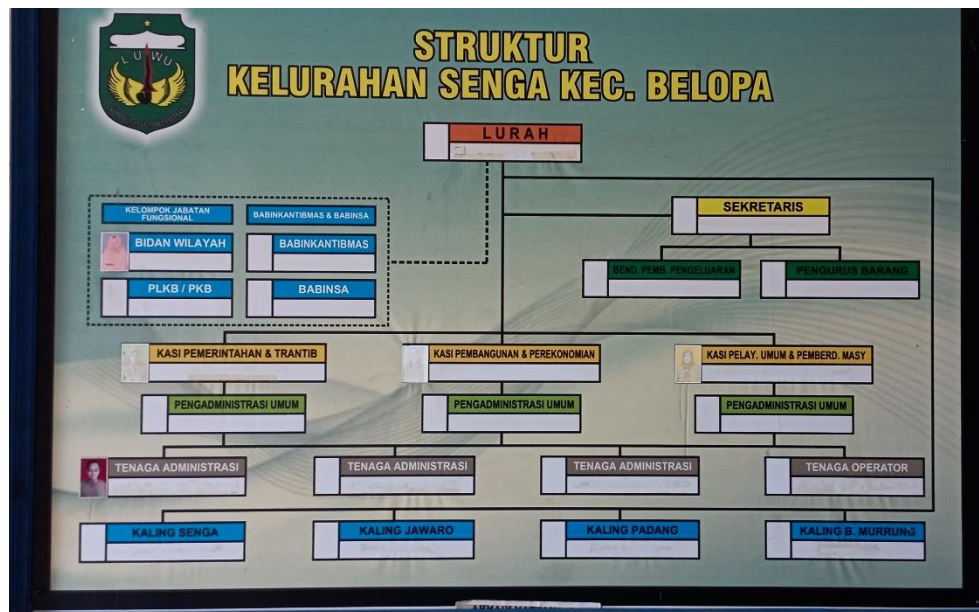
b. Letak geografis

Secara keseluruhan kelurahan senga memiliki luas wilayah dengan batas wilayah utara desa belopa kecamatan belopa kabupaten luwu provinsi sul-sel batas wilayah selatan desa senga selatan kecamatan belopa kabupaten luwu provinsi sul-sel batas wilayah timur desa teluk bone kecamatan belopa kabupaten luwu provinsi sul-sel batas wilayah barat kecamatan belopa kabupaten luwu

provinsi sul-sel, jarak dari pusat pemerintahan kecamatan 1km, kota 0 km, kabupaten 0,5 km, provinsi 310 km.

c. Struktur Kelurahan Senga

Gambar 4.1 Struktur Kelurahan Senga Kec. Belopa



Keterangan gambar:

Lurah : Imran Makka, S.E

Sekretaris Lurah : M. Kasram, S.M

Kepala Seksi Pemerintahan Dan Trantib : Juliati, S.An

Kepala Seksi Pelayanan Umum Dan Pemberdayaan Masyarakat: St. Rahmadhani

Kepala Seksi Pembangunan Dan Perekonomian : Ahmadi Mattana, S.An

Operator: Imma

Administrasi: Rika

Administrasi: Hasbi

Administrasi: Akram

Kepala Lingkungan Padang: H. Bayang

Kepala Lingkungan Senga: Mustatir

Kepala Lingkungan Bt. Murrung: Rahmat

Kepala Lingkungan Jawaro: Syukur

2. Visi dan Misi Kelurahan Senga

a. Visi

Visi terwujudnya pelayanan prima, tertib dan bersih lingkungan.

b. Misi

- 1) Menciptakan pelayanan publik yang cepat, mudah, ramah dan memiliki kepastian hukum.
- 2) Meningkatkan SDM kelurahan yang handal dan profesional.
- 3) Menciptakan lingkungan yang bersih, tertib dan Aman.

3. Karakteristik Responden

Pada penelitian ini respondennya adalah masyarakat kelurahan Senga kota Belopa mulai dari jenis kelamin, umur, dan pekerjaan. Penelitian ini dilakukan kepada masyarakat yang ditemui peneliti saat penelitian berlangsung yang berjumlah sebanyak 100 responden masyarakat.

a. Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Tanggapan Responden	
		Responden	Persentase (100%)
1.	Laki-laki	64	64%
2.	Perempuan	36	36%
	Total	100	100%

Sumber: diolah tahun 2024

Dari hasil pengolahan data di atas terhadap karakteristik responden ditinjau dari jenis kelamin, diketahui responden terbanyak ialah responden yang berjenis kelamin laki-laki yaitu 64 responden ataupun sebesar 64%, serta perempuan yaitu 36responden ataupun 36%.

b. Berdasarkan Usia

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Tanggapan Responden	
		Responden	Persentase (100%)
1.	17-25 tahun	25	25%
2.	26-35 tahun	30	30%
3.	36-50 tahun	40	40%
4.	> 51 tahun	5	5%
	Total	100	100%

Sumber: diolah tahun 2024

Dari hasil pengolahan data di atas terhadap karakteristik responden ditinjau dari Usia, diketahui responden terbanyak ialah responden yang berusia 36-50 tahun yaitu 40 responden ataupun sebesar 40%, serta responden yang sedikit berusia > 51 tahun yaitu 5 responden ataupun 5%.

c. Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Tanggapan Responden	
		Responden	Persentase (100%)
1.	Petani	30	30%
2.	Pelajar	20	20%
3.	PNS	10	10%
4.	Wiraswasta	25	25%
5.	Guru	15	15%
	Total	100	100%

Sumber: diolah tahun 2024

Berdasarkan hasil pengolahan data mengenai pekerjaan responden, mayoritas responden adalah Petani dengan jumlah 30 responden atau 30%. Responden yang bekerja sebagai wiraswasta berjumlah 25 orang atau 25%, diikuti oleh pelajar sebanyak 20 orang atau 20%. Pekerjaan guru dengan jumlah 15 responden atau 15%, dan pekerjaan sebagai PNS dengan jumlah 10 responden atau 10 %.

4. Deskripsi Jawaban

a. Jawaban Responden pada Variabel Pengetahuan (X1)

Dalam variabel pengetahuan terdiri dari beberapa indikator yaitu Tahu (Know), Memahami (Comperehension), Analisis (Analysys), dan Evaluasi.

Tabel 4.4 Jawaban Responden Variabel Pengetahuan

No	Pertanyaan	Jawaban							
		SS (4)		S (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%
1	X1_1	34	34%	51	51%	14	14%	1	1%
2	X1_2	30	30%	61	61%	9	9%	-	-
3	X1_3	27	27%	64	64%	9	9%	-	-
4	X1_4	31	31%	62	62%	7	7%	-	-
5	X1_5	33	33%	59	59%	8	8%	-	-
6	X1_6	26	26%	63	63%	11	11%	-	-
7	X1_7	23	23%	69	69%	8	8%	-	-
8	X1_8	17	17%	74	74%	8	8%	1	1%

Sumber: diolah tahun 2024

Dari data yang diberikan, Berikut adalah rangkuman hasil kuisisioner tersebut:

- 1) Pernyataan pertama (tentang BSI menawarkan produk tabungan yang berbasis prinsip syariah) mendapat tanggapan paling banyak setuju dari 51 responden (51%).

- 2) Pernyataan kedua (tentang produk di BSI tidak melibatkan unsur riba) mendapat tanggapan paling banyak setuju dari 61 responden (61%).
- 3) Pernyataan ketiga (tentang BSI menggunakan sistem bagi hasil dalam sistem tabungannya) mendapat tanggapan paling banyak setuju dari 64 responden (64%).
- 4) Pernyataan keempat (tentang perbedaan antara BSI dan bank konvensional) mendapat tanggapan paling banyak setuju dari 62 responden (62%).
- 5) Pernyataan kelima (tentang perbedaan manfaat menabung di BSI dibandingkan dengan bank konvensional) mendapat tanggapan paling banyak setuju dari 59 responden (59%).
- 6) Pernyataan keenam (tentang informasi yang diberikan oleh BSI mengenai produk tabungannya) mendapat tanggapan paling banyak setuju dari 63 responden (63%).
- 7) Pernyataan ketujuh (tentang kelebihan dan kekurangan produk tabungan di BSI berdasarkan prinsip prinsip syariah) mendapat tanggapan paling banyak setuju dari 69 responden (69%).
- 8) Pernyataan kedelapan (tentang keamanan yang di tawarkan oleh BSI) mendapat tanggapan paling banyak setuju dari 74 responden (74%).

b. Jawaban Responden pada Variabel Promosi (X2)

Dalam variabel pengetahuan terdiri dari beberapa indikator yaitu Periklanan (Advertising), Promosi penjualan (Sales Promotion), Public

Relations (Hubungan Masyarakat), dan Penjualan Langsung (Direct Marketing).

Tabel 4.5 Jawaban Responden Variabel Promosi

No	Pertanyaan	Jawaban							
		SS (4)		S (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%
1	X2_1	26	26%	32	32%	33	33%	9	9%
2	X2_2	15	15%	47	47%	28	28%	10	10%
3	X2_3	12	12%	48	48%	32	32%	8	8%
4	X2_4	17	17%	40	40%	32	32%	11	11%
5	X2_5	21	21%	39	39%	34	34%	6	6%
6	X2_6	19	19%	37	37%	32	32%	12	12%
7	X2_7	6	6%	62	62%	32	32%	-	-
8	X2_8	-	-	60	60%	39	39%	1	1%

Sumber: diolah tahun 2024

Dari data yang diberikan, Berikut adalah rangkuman hasil survei tersebut:

- 1) Pernyataan pertama (tentang iklan BSI di medsos yang menarik minat saya untuk menabung) mendapat tanggapan paling banyak tidak setuju dari 33 responden (33%).
- 2) Pernyataan kedua (tentang Promosi penjualan yang dilakukan BSI memberikan informasi yang cukup jelas dan meyakinkan tentang manfaat menabung di bank tersebut) mendapat tanggapan paling banyak setuju dari 47 responden (47%).

- 3) Pernyataan ketiga (tentang mendapatkan informasi tentang produk tabungan BSI melalui kegiatan hubungan masyarakat seperti seminar atau workshop) mendapat tanggapan paling banyak setuju dari 48 responden (48%).
- 4) Pernyataan keempat (tentang kegiatan sosial yang dilakukan oleh BSI melalui hubungan masyarakat membuat anda lebih percaya untuk menabung di BSI.) mendapat tanggapan paling banyak setuju dari 40 responden (40%).
- 5) Pernyataan kelima (tentang sering mendapatkan informasi tentang produk tabungan BSI melalui kegiatan hubungan masyarakat seperti seminar atau workshop) mendapat tanggapan paling banyak setuju dari 39 responden (39%).
- 6) Pernyataan keenam (kegiatan sosial yang dilakukan oleh BSI melalui hubungan masyarakat membuat anda lebih percaya untuk menabung di BSI.) mendapat tanggapan paling banyak setuju dari 37 responden (37%).
- 7) Pernyataan ketujuh (tentang sering mendapatkan informasi mengenai tabungan BSI melalui penjualan langsung dari marketing BSI) mendapat tanggapan paling banyak setuju dari 62 responden (62%).
- 8) Pertanyaan kedelapan (tentang penjualan langsung oleh BSI memberikan pemahaman yang baik terkait apa yang ditawarkan) mendapat tanggapan paling banyak setuju dari 60 responden (60%).

c. Jawaban Responden pada Variabel Minat (Y)

Dalam variabel pengetahuan terdiri dari beberapa indikator yaitu Ketertarikan, Kenginan, dan Keyakinan.

Tabel 4.6 Jawaban Responden Variabel Minat

No	Pertanyaan	Jawaban							
		SS (4)		S (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%
1	Y_1	12	12%	46	46%	33	33%	9	9%
2	Y_2	12	12%	51	51%	30	30%	7	7%
3	Y_3	19	19%	43	43%	32	32%	6	6%
4	Y_4	30	30%	30	30%	31	31%	9	9%
5	Y_5	31	31%	25	25%	42	42%	2	2%
6	Y_6	36	36%	22	22%	30	30%	12	12%

Sumber: diolah tahun 2024

Dari data yang diberikan, Berikut adalah rangkuman hasil survei tersebut:

- 1) Pernyataan pertama (tentang tertarik menabung di BSI karna pengetahuan saya tentang produk BSI) mendapat tanggapan paling banyak setuju dari 46 responden (46%).
- 2) Pernyataan kedua (tentang Informasi dari BSI membuat saya tertarik untuk menabung di sana) mendapat tanggapan paling banyak setuju dari 51 responden (51%).

- 3) Pernyataan ketiga (tentang keinginan yang kuat untuk membuka rekening tabungan di BSI) mendapat tanggapan paling banyak setuju dari 43 responden (43%).
- 4) Pernyataan keempat (tentang menabung di BSI karena BSI beroperasi sesuai prinsip syariah) mendapat tanggapan paling banyak tidak setuju dari 31 responden (31%).
- 5) Pernyataan kelima (tentang BSI adalah pilihan terbaik untuk menabung karena prinsip syariah yang di terapkan) mendapat tanggapan paling banyak tidak setuju dari 42 responden (42%).
- 6) Pernyataan keenam (menabung di BSI akan membantu saya mengelola keuangan dengan lebih baik) mendapat tanggapan paling banyak sangat setuju dari 36 responden (36%).

a. Uji validitas dan Reliabilitas

Untuk menguji validitas kuesioner, kriteria pengujian yang digunakan adalah jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ pada taraf signifikansi 0,05 dan $df = n-2$, maka alat ukur tersebut dinyatakan valid. Sebaliknya, jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$, maka item pertanyaan tersebut dianggap tidak valid dan tidak akan disertakan dalam pengolahan data berikutnya.

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	Validitas	R Tabel (n-2)	Keterangan
Pengetahuan	X1.1	0.702	0.1966	Valid
	X1.2	0.599		Valid
	X1.3	0.522		Valid

	X1.4	0.398		Valid
	X1.5	0.500		Valid
	X1.6	0.469		Valid
	X1.7	0.508		Valid
	X1.8	0.645		Valid
Promosi	X2.1	0.687	0.1966	Valid
	X2.2	0.625		Valid
	X2.3	0.551		Valid
	X2.4	0.644		Valid
	X2.5	0.676		Valid
	X2.6	0.733		Valid
	X2.7	0.462		Valid
	X2.8	0.291		Valid
Minat	Y.1	0.725	0.1966	Valid
	Y.2	0.729		Valid
	Y.3	0.666		Valid
	Y.4	0.710		Valid
	Y.5	0.793		Valid
	Y.6	0.865		Valid

Sumber: diolah tahun 2024

Dalam uji validitas SPSS, Jika nilai SIG < 0,05 dan nilai pearson correlation bernilai positif, maka item soal kuisisioner tersebut dikatakan valid. Pada Tabel diatas dapat dilihat semua nilai Uji Validitas lebih besar dari nilai R Tabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel telah lulus uji validitas.

Uji reliabilitas bertujuan untuk memastikan apakah kuesioner yang digunakan untuk mengumpulkan data variabel penelitian adalah andal atau tidak. Sebuah kuesioner dianggap reliabel jika, ketika diulang pengukurannya, menghasilkan hasil yang sama.

Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Cronbach's Alpha	N of Items
Pengetahuan	37.92	54.095	.182	.848	.662	3
Promosi	41.95	24.371	.738	.130		
Minat	46.83	26.829	.588	.393		

Sumber: diolah SPSS Ver 2024

Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh item pernyataan dalam kuisisioner penelitian. Jika nilai croanbach's Alpha $> 0,60$ maka kuisisioner dinyatakan reliable atau konsisten. Nilai croanbach's alpha yang didapatkan dalam penelitian ini adalah sebesar $0,662 > 0,60$ maka kuisisioner dalam penelitian ini dinyatakan **reliable**.

b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan pada data observasi yang merupakan sampel dari populasi, dengan tujuan untuk mengetahui apakah data observasi dari setiap perlakuan berdistribusi normal.

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

	Unstandardized Residual
N	100

Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.67653147
Most Extreme Differences	Absolute	.049
	Positive	.049
	Negative	-.039
Kolmogorov-Smirnov Z		.490
Asymp. Sig. (2-tailed)		.970

Sumber: diolah SPSS Ver 2024

Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas K-S yaitu Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka data penelitian berdistribusi normal, sebaliknya jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka data penelitian tidak berdistribusi normal. Dalam penelitian ini, diperoleh nilai signifikansi 0,970 $> 0,05$ maka dapat dinyatakan data dalam penelitian ini **berdistribusi normal**.

2) Uji Multikolinearitas

Tujuan digunakannya uji multikolinearitas dalam penelitian ini adalah untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas atau tidak terjadi gejala multikolinearitas.

Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	4.454	2.827		1.576	.118		

Pengetahuan	-.200	.110	-.127	-1.819	.072	.930	1.076
Promosi	.801	.073	.770	10.997	.000	.930	1.076

Sumber: diolah SPSS Ver 2024

Adapun dasar pengambilan keputusan pada uji multikolinearitas dengan tolerance dan VIF sebagai berikut

- a) Jika nilai tolerance $> 0,10$ maka artinya tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi
- b) Jika nilai tolerance $< 0,10$ maka artinya terjadi multikolinearitas dalam model regresi.

Pada Tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai Tolerance dari variabel $X_1=0.930$ dan $X_2=0.930$ semua nilai tersebut diatas angka 0.1. Sementara nilai VIF $X_1=1.076$, dan $X_2=1.076$ yang mana semua angka tersebut dibawah angka 10. Berdasarkan hasil nilai Tolerance dan VIF tersebut maka dapat disimpulkan bahwa pada model regresi ini **tidak terdapat gejala multikolinieritas.**

3) Uji Heterosdastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik. Pada penelitian ini uji heterosdastisitas menghasilkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.11 Hasil Uji Heterosdastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF

1	(Constant)	5.989	1.625		3.686	.000		
	Pengetahuan	-.106	.063	-.172	-1.685	.095	.930	1.076
	Promosi	-.053	.042	-.130	-1.271	.207	.930	1.076

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: diolah SPSS Ver 2024

Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi gejala heterokedastisitas. Dasar pengambilan keputusan dalam uji heterokedastisitas adalah :

- Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka kesimpulannya adalah tidak terjadi gejala heterokedastisitas dalam model regresi
- Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka kesimpulannya adalah terjadi gejala heterokedastisitas dalam model regresi.

Pada tabel diatas dapat dilihat nilai Sig untuk $X_1=0.095$ dan $X_2=0.207$.

Semua nilai tersebut lebih dari 0,05 artinya **tidak terdapat gejala Heteroskedastisitas.**

c. Analisis Regresi Linear berganda

Regresi linier dimaksudkan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen (explanatory) terhadap satu variabel dependen. Pada penelitian ini menghasilkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.12 Hasil Analisis Regresi Linear berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	3.021	2.848		1.061
	Pengetahuan	.243	.110	.160	2.206
	Promosi	.903	.085	.769	10.603

a. Dependent Variable: MINAT

Sumber: diolah SPSS Ver 2024

Tabel tersebut memberikan informasi tentang persamaan regresi dan ada tidaknya pengaruh variabel pengetahuan dan promosi secara parsial terhadap variabel minat. Adapun rumus persamaan regresi dalam analisis ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 \text{ atau } Y = 3,021 + 0,243X_1 + 0,903X_2$$

Interpretasi:

- Jika variabel X dianggap konstan maka nilai minat masyarakat sebesar 3.021
- Setiap Kenaikan satu nilai pada Faktor Pengetahuan maka akan meningkatkan sebesar 0.243 Minat masyarakat menabung
- Setiap Kenaikan satu nilai Faktor Promosi maka akan meningkatkan sebesar 0.903 Minat masyarakat menabung.

d. Uji Hipotesis

1) Uji Parsial (Uji-t)

Uji t dilakukan untuk melihat pengaruh suatu variabel independen terhadap variabel dependen. Pada penelitian ini, Uji parsial (Uji t) menghasilkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.13 Hasil Uji Parsial

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.021	2.848		1.061	.291
Pengetahuan	.243	.110	.160	2.206	.030
Promosi	.903	.085	.769	10.603	.000

Sumber: diolah SPSS Ver 2024

Nilai t tabel dengan $db=0,05/2$; $n-k-1$ dimana $n=100$ dan $k=2$ sehingga nilai t tabel yang didapatkan yaitu 1.966 dan kesimpulan Uji Parsial sebagai berikut:

- a) Variabel X1 (Faktor Pengetahuan) dengan t hitung sebesar $2.206 > t$ tabel yang sebesar 1.966 maka dapat dikatakan bahwa secara parsial Variabel Faktor Pengetahuan berpengaruh terhadap minat masyarakat.
- b) Variabel X2 (Faktor Promosi) dengan t hitung sebesar $10.603 > t$ tabel yang sebesar 1.966 maka dapat dikatakan bahwa secara parsial Variabel Faktor Promosi berpengaruh terhadap minat masyarakat.

2) Uji Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh dari seluruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Tingkatan signifikansi yang digunakan adalah sebesar 0,05. Pada penelitian ini menghasilkan hasil uji simultan (uji f) sebagai berikut:

Tabel 4.14 Hasil Uji Simultan

ANOVA^b

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	810.557	2	405.278	56.891	.000 ^a
	Residual	691.003	97	7.124		
	Total	1501.560	99			

a. Predictors: (Constant), Promosi , Pengetahuan

b. Dependent Variable: Minat

Sumber: diolah SPSS Ver 2024

Uji F bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y. Dasar pengambilan keputusan jika berdasarkan nilai signifikansi yaitu:

- Jika nilai sig < 0,05 maka hipotesis diterima, maka artinya variabel x1 dan variabel x2 secara simultan berpengaruh terhadap variabel Y.
- Jika nilai sig > 0,05 maka hipotesis ditolak. maka artinya variabel x1 dan variabel x2 secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel Y.

Nilai sig yang didapatkan dari penelitian ini adalah sebesar $0,00 < 0,05$ maka dinyatakan bahwa variabel x1 dan variabel x2 secara simultan berpengaruh terhadap variabel Y, maka hipotesis diterima.

e. Koefisien determinasi R^2

Uji R^2 digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai dari uji R^2 dilihat dari nilai adjusted R squarenya. Berikut adalah hasil dari uji R^2 yaitu:

Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien determinasi R^2

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.735 ^a	.540	.530	2.669

a. Predictors: (Constant), Promosi , Pengetahuan

Sumber: diolah SPSS Ver 2024

Berdasarkan tabel output SPSS “Model Summary” diketahui nilai koefisien determinasi atau R Square adalah sebesar 0,540 atau sama dengan 54%. Angka tersebut mengandung arti bahwa variabel pengetahuan (x1) dan variabel promosi (x2) secara simultan berpengaruh terhadap variabel minat. Sedangkan sisanya 46% dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti.

B. Pembahasan Penelitian

Setelah peneliti melakukan penelitian dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Masyarakat Kelurahan Senga Kota Belopa Menabung di Bank Syariah Indonesia” Secara Langsung Dengan Melakukan Penyebaran Angket Yang Diajukan kepada Masyarakat Kelurahan Senga Kota Belopa dan mengolah hasil jawaban para responden dari angket atau kuesioner yang peneliti sebarakan melalui aplikasi SPSS. Di dalam kuesioner itu sendiri terdiri dari beberapa pernyataan/Pertanyaan yang mengacu pada penelitian dimana pernyataan dan

pertanyaan keseluruhan berjumlah 22, dimana setiap pernyataan menggunakan alternative jawaban, diantaranya adalah sangat setuju (4), setuju (3), Tidak setuju (2), dan sangat tidak setuju (1). Adapun jumlah sampel pada penelitian ini adalah berjumlah 100 responden.

1. Pengaruh pengetahuan terhadap minat masyarakat kelurahan senga kota belopa menabung di bank syariah Indonesia

Dalam masyarakat Kelurahan Senga Kota Belopa, pengetahuan mengenai perbankan syariah diprediksi sangat berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk menabung di BSI. Ketika masyarakat memahami bahwa menabung di bank syariah tidak hanya memberikan keuntungan ekonomi tetapi juga sesuai dengan nilai-nilai agama, hal ini akan memperkuat keyakinan mereka untuk memilih BSI sebagai tempat menabung. Pengetahuan yang cukup mengenai konsep-konsep syariah juga dapat mengurangi keraguan dan kesalahpahaman yang mungkin muncul tentang produk dan layanan perbankan syariah. Sebaliknya, jika pengetahuan masyarakat rendah, kemungkinan besar mereka akan lebih memilih bank konvensional karena kurangnya pemahaman tentang keunggulan sistem perbankan syariah. Dengan demikian, dalam masyarakat Kelurahan Senga, semakin baik pemahaman dan pengetahuan tentang perbankan syariah, semakin besar pula minat masyarakat untuk menabung di Bank Syariah Indonesia.

Hasil dari pengujian hipotesis mengungkapkan bahwa pengaruh variabel pengetahuan terhadap minat masyarakat kelurahan senga kota belopa menabung di bank syariah Indonesia dapat dilihat dari t hitung sebesar $2.206 > t$ tabel yang

sebesar 1.966 maka dapat dikatakan bahwa secara parsial Variabel Faktor Pengetahuan berpengaruh terhadap minat masyarakat. Hal tersebut dapat dilihat dari tingkat signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 yakni $0,000 < 0,05$. Pengetahuan memberikan landasan bagi masyarakat untuk membuat keputusan yang lebih baik, sehingga pemahaman yang mendalam tentang perbankan syariah secara signifikan meningkatkan minat masyarakat Kelurahan Senga Kota Belopa untuk menabung di Bank Syariah Indonesia.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Andre Muzakir, 2021) hasil penelitian ini dilakukan pada masyarakat Desa Lajut melalui konstruksi pada kuisioner, menunjukan bahwa tingkat pengetahuan masyarakat Desa Lajut terhadap bank syariah masih terbilang belum terlalu tinggi. Karena kurangnya pendekatan, informasi, dan sosialisasi yang dilakukan oleh bank syariah mengakibatkan masyarakat Desa Lajut belum mengetahui dan memahami secara jelas tentang bank syariah dan pada akhirnya masyarakat akan memilih bank konvensional dari pada bank syariah. Penelitian oleh (Edi dan Aristyanto, 2022) Terdapat pengaruh positif antara pengetahuan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah pada bank syariah. Hal ini ditunjukkan pada nilai uji parsial sebesar 5,812 yang bernilai positif dan signifikan 0,000. Maka hipotesis penelitian telah teruji. Berdasarkan hasil tersebut disimpulkan bahwa secara parsial pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah pada bank syariah.

Penelitian yang dilakukan oleh (Dkk Eka Fariani, 2021) mengetahui bahwa pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat Kota Banda Aceh untuk menabung di Bank Syariah Indonesia.

2. Pengaruh Faktor promosi terhadap minat masyarakat kelurahan senga kota belopa menabung di bank syariah Indonesia

Promosi merupakan salah satu elemen penting dalam bauran pemasaran (marketing mix) yang bertujuan untuk memperkenalkan produk atau layanan kepada masyarakat dan memengaruhi perilaku konsumen. Dalam lembaga keuangan, khususnya Bank Syariah Indonesia (BSI), Promosi memegang peranan strategis dalam meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat terkait produk-produk perbankan syariah. Promosi yang efektif dapat mendorong minat masyarakat untuk menggunakan layanan BSI, termasuk menabung. Di era digital saat ini, strategi promosi yang tepat melalui berbagai saluran, baik media sosial, iklan, hingga program edukasi, mampu meningkatkan daya tarik masyarakat terhadap produk-produk perbankan syariah. Dapat disimpulkan bahwa promosi yang dilakukan secara efektif dan tepat sasaran akan sangat memengaruhi minat masyarakat Kelurahan Senga dalam menabung di Bank Syariah Indonesia.

Hasil dari pengujian hipotesis mengungkapkan bahwa pengaruh variabel promosi terhadap minat masyarakat kelurahan senga kota belopa menabung di bank syariah Indonesia dapat dilihat dari t hitung sebesar $10.603 > t$ tabel yang sebesar 1.966 maka dapat dikatakan bahwa secara parsial Variabel Faktor Promosi berpengaruh terhadap minat masyarakat. Hal tersebut dapat dilihat dari

tingkat signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 yakni $0,000 < 0,05$. Promosi yang informatif dan efektif membantu BSI untuk menarik perhatian dan kepercayaan masyarakat, yang pada akhirnya mempengaruhi minat masyarakat kelurahan senga kota belopa dalam memilih Bank Syariah Indonesia sebagai tempat menabung.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Edi dan Aristyanto, 2022) dimana terdapat pengaruh antara promosi terhadap minat masyarakat menjadi nasabah pada bank syariah. Berdasarkan hasil tersebut disimpulkan bahwa secara parsial promosi berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah pada bank syariah. Sedangkan penelitian yang dilakukan (Dkk Eka Fariani, 2021) bahwa promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat Kota Banda Aceh untuk menabung di Bank Syariah Indonesia. Penelitian oleh (Dkk Harahap, 2022) bahwa variabel promosi tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat Desa Pudun Julu Kec. Padangsidimpuan Batunadua. Setelah itu, variabel Lokasi, Pengetahuan Produk, dan Promosi memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel Minat Masyarakat Desa Pudun Julu.

3. Pengaruh pengetahuan dan promosi terhadap minat masyarakat kelurahan senga kota belopa menabung di bank syariah Indonesia

Pengetahuan merupakan salah satu faktor penting yang memengaruhi perilaku dan keputusan seseorang dalam menggunakan layanan keuangan. Pengetahuan tentang perbankan syariah mencakup pemahaman mengenai prinsip-prinsip dasar syariah seperti akad, larangan riba, bagi hasil, serta

kehalalan produk-produk yang ditawarkan oleh bank syariah. Menurut teori perilaku konsumen, seseorang cenderung memilih produk atau layanan yang lebih mereka pahami karena keyakinan bahwa pilihan tersebut sesuai dengan kebutuhan dan nilai-nilai yang dianut. Di Kelurahan Senga Kota Belopa, tingkat pengetahuan masyarakat tentang perbankan syariah diprediksi memengaruhi minat mereka dalam menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI). Jika masyarakat memiliki pemahaman yang baik tentang prinsip syariah yang diterapkan oleh BSI, seperti transparansi dalam akad dan keuntungan yang halal melalui skema bagi hasil, mereka akan merasa lebih aman dan nyaman untuk menggunakan layanan menabung. Sebaliknya, kurangnya pemahaman tentang perbankan syariah dapat menimbulkan keraguan dan ketidakminatan masyarakat dalam memilih bank syariah sebagai tempat menabung.

Promosi memainkan peran penting dalam memengaruhi minat masyarakat terhadap suatu produk atau layanan. Promosi yang efektif dapat meningkatkan kesadaran, menarik perhatian, serta membangun kepercayaan masyarakat terhadap bank syariah. Di era digital saat ini, promosi tidak hanya dilakukan melalui media tradisional, tetapi juga memanfaatkan media sosial, website, dan aplikasi digital yang lebih mudah diakses oleh masyarakat. Promosi yang baik tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga edukasi kepada masyarakat tentang keunggulan dan manfaat menabung di bank syariah dibandingkan dengan bank konvensional. Melalui berbagai kampanye dan program promosi, seperti penawaran bagi hasil yang kompetitif, layanan digital yang

memudahkan transaksi, serta nilai-nilai syariah yang terjamin kehalalannya membuat minat masyarakat Kelurahan Senga terhadap BSI dapat meningkat.

Berdasarkan nilai sig yang didapatkan dari penelitian ini adalah sebesar 0,00 < 0,05 maka dinyatakan bahwa variable X1 (Pengetahuan) dan variabel X2 (Promosi) secara simultan berpengaruh terhadap variabel Y, maka hipotesis diterima

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Masyarakat Kelurahan Senga Kota Belopa Menabung di Bank Syariah Indonesia maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan analisis hasil penelitian menunjukkan bahwa pada Variabel X1 (Faktor Pengetahuan) dengan t hitung sebesar $2.206 > t$ tabel yang sebesar 1.966 dan nilai signifikan sebesar $0.000 < 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa secara parsial variabel faktor pengetahuan berpengaruh terhadap minat masyarakat Kelurahan Senga Kota Belopa Menabung di Bank Syariah Indonesia.
2. Berdasarkan analisis hasil penelitian menunjukkan bahwa pada Variabel X2 (Faktor Promosi) dengan t hitung sebesar $10.603 > t$ tabel yang sebesar 1.966 dan nilai signifikan sebesar $0.000 < 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa secara parsial variabel faktor promosi berpengaruh terhadap minat masyarakat Kelurahan Senga Kota Belopa Menabung di Bank Syariah Indonesia.
3. Berdasarkan uji f simultan atau pengujian pengaruh dari seluruh variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama dan signifikansi diperoleh hasil dari nilai sig yang didapatkan dari penelitian ini adalah sebesar $0,00 < 0,05$ maka dinyatakan bahwa variable

X1(Pengetahuan) dan variabel X2 (Promosi) secara simultan berpengaruh terhadap variabel Y, Maka hipotesis diterima.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Analisis Faktor-faktor yang Memengaruhi Minat Masyarakat Kelurahan Senga Kota Belopa Menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI), terdapat beberapa saran yang dapat diajukan:

1. Bank Syariah Indonesia (BSI) perlu meningkatkan program edukasi dan literasi keuangan syariah kepada masyarakat, khususnya di Kelurahan Senga. Masyarakat akan lebih memahami perbedaan mendasar antara bank syariah dan konvensional. Pengetahuan yang lebih baik diharapkan dapat meningkatkan minat masyarakat untuk menabung di BSI.
2. Promosi yang dilakukan Bank Syariah Indonesia (BSI) sebaiknya tidak hanya bertujuan untuk menarik minat masyarakat, tetapi juga mengedukasi mereka tentang manfaat menabung di bank syariah. Hal ini akan membantu memperluas jangkauan informasi dan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap layanan BSI.
3. Bank Syariah Indonesia (BSI) perlu lebih memperhatikan kebutuhan dan preferensi masyarakat lokal dalam mengembangkan produk dan layanannya. Penyesuaian produk yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat akan mendorong peningkatan minat mereka untuk menabung di BSI.

Dengan mengimplementasikan saran-saran tersebut, diharapkan Bank Syariah Indonesia (BSI) dapat lebih optimal dalam meningkatkan pengetahuan dan

promosi, serta memperkuat posisinya sebagai pilihan utama bagi masyarakat Kelurahan Senga dalam memilih layanan perbankan syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Ma'ruf. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Aswaja Pressindo. Yogyakarta, 2015.
- Agus Sarwo Edi, Erwan Aristyanto. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah Di Surabaya." *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 7, No. 2 (2022): 920–33. [Http://Journal.Um-Surabaya.Ac.Id/Index.Php/Mas/Index](http://Journal.Um-Surabaya.Ac.Id/Index.Php/Mas/Index).
- Ahmad Syarief Iskandar. *Strategi Pemasaran Konsep, Teori Dan Implementasi*. Pascal Books, 2022.
- Amruddin, Roni Priyanda, Tri Siwi Agustina, dan Nyoman Sri Ariantini. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Sukoharjo, 2022.
- Asrulla, dan M.Syahrani Jailani. "Populasi Dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) Dalam Pendekatan Praktis." *Pendidikan Tambusai* 7 (2023): 26322.
- Assah, Dion Nazaret, And Nurlailah Nurlailah. "Pengaruh Uang Saku Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Menabung (Studi Pada Siswa Sma Bala Keselamatan Kalawara)." *Jurnal Kolaboratif Sains* 5, No. 6 (2022): 333–42. <https://doi.org/10.56338/jks.v5i6.2501>.
- Batjo, Nurdin. "Penerapan Komunikasi Pemasaran Terhadap Perilaku Dan Putusan Pembelian." *Journal Of Islamic Management And Bussines* 1, No. 2 (2018): 33.
- Eka Fariyani, Muhammad Haris Riyaldi, Yani Prihatina Eka Furda. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Indonesia." *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 5, No. 3 (2024): 1564–72. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i3.773>.
- Fikri Wijaya, Addiarrahman Addiarrahman, And M. Taufik Ridho. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Indonesia (Bsi) (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Merlung)." *Al Itmamij Jurnal Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)* 5, No. 1 (2023): 07. <https://doi.org/10.55606/ai.v5i1.284>.
- Ghozali, I. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 23*. 8th Ed. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016.
- Ghozali, Imam. *Processing Data Penelitian Menggunakan Spss. E-Book*. Vol. 1, 2018.
- Hakim, Lukmanul. *Perbankan Syariah*. Pemekasan, 2021.
- Janie, Dyah Nirmala Arum. *Statistik Deskriptif Dan Regresi Linier Berganda Dengan Spss*. Semarang University Press. Semarang, 2012.

- Kotler, P. & Armstrong, G. *Prinsip- Prinsip Pemasaran Edisi 12*, 2012.
- Lupiyoadi, Rambat. *Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi 3*. Jakarta, 2014.
- Mathis, R.L & Jackson. *Human Resource Management: Manajemen Sumber Daya Manusia.*, 2006.
- Milano, Alyssa, Agus Sutardjo, And Rizka Hadya. “‘Florensia’ Kota Sawahlunto Influence Of Product Quality, Price And Promotion On Decision Making Of Batik Clothes In ‘Florensia’ Stores, Sawahlunto City.” *Jm* 3, No. 1 (2021): 16–17.
- Muzakir, Andre. “*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Desa Lajut Kecamatan Praya Tengah)*,” 2021, 5–7. <https://doi.org/10.1016/J.Solener.2019.02.027%0ahttps://Www.Golder.Com/Insights/Block-Caving-A-Viable-Alternative/%0a???>
- Nelly Lestari, Muhammad Iqbal Fasa, And Suharto. “Memahami Riba: Definisi, Tujuan Dan Penyebab.” *Tamaddun Journal Of Islamic Studies* 1, No. 1 (2022): 2–3. <https://doi.org/10.55657/Tajis.V1i1.13>.
- Okviana. “*Persepsi Masyarakat Tentang Keberadaan Bank Syariah Indonesia Cabang Belopa (Studi Kasus Kelurahan Senga Kota Belopa)*,” 2022, Hal 3-4.
- Ramadani, Tri Wulan. “*Pengaruh Faktor Produk Dan Lokasi Terhadap Kurangnya Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia Pinrang (Studi Pada Masyarakat Kcamatan Patampanua)*,” 2023, 12.
- Ramadhanti, Mariska Renita. “*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Perbankan Syariah Menabung Di Bank Syariah*,” 2020, 741.
- Rukman Abdul Rahman Said. “Konsep Al- Qur ’ An Tentang Riba” 15–16 (2020).
- Rusby, Zulkifli. *Manajemen Perbankan Syariah*. Pekanbaru: Pusat Kajian Pendidikan Islam Fai Uir, 2017.
- Sahir, Syafrida Hafni. *Metodologi Penelitian*. Medan: Kbm Indonesia, 2022.
- Sholikhah Dkk. *Manajemen Pemasaran : Saat Ini Dan Masa Depan*. Cirebon, 2021.
- Sidik Priadana, Denok Sunarsi. *Metode Penelitian Kuantitatif*, 2021.
- Sudarsono, Heri. *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*. Yogyakarta, 2004.
- Syarifuddin, . Ibnu Al Saudi. *Metode Riset Praktis Regresi Berganda Dengan Spss*. Palangkaraya, 2022.
- Zainal, Raja, Abidin Harahap, Darwis Harahap, M Fauzan, And Ananda Anugrah Nasution. “*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menggunakan Jasa Perbankan Syariah*” 7, No. 30 (2022): 864–891.

LAMPIRAN 1 KUISIONER PENELITIAN

Penelitian Skripsi dengan Judul

“Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Masyarakat Kelurahan Senga Kota Belopa Menabung Di Bank Syariah Indonesia”

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Bapak/Ibu Yang Terhormat,

Dalam rangka penyusunan tugas akhir/skripsi pada program strata1 (S1) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, saya:

Nama : Syawal Maulana
Nim : 20 0402 0071
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Prodi : Perbankan Syariah

Bermaksud melakukan penelitian dengan judul “Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Masyarakat Kelurahan Senga Kota Belopa Menabung Di Bank Syariah Indonesia”. Sehubungan dengan hal tersebut saya memohon bantuan dari Bapak/Ibu sekalian untuk meluangkan waktunya mengisi kuesioner penelitian ini. Saya sangat mengharapkan agar kuesioner ini diisi dengan lengkap sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Jawaban dari Bapak/Ibu hanya digunakan untuk penelitian, dan kerahasiaannya akan saya jaga dengan hati-hati. Atas kesediaan dan partisipasi dari Bapak/Ibu dalam mengisi kuesioner ini saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Hormat Saya,

Syawal Maulana

Petunjuk Pengisian :

Jawablah Pertanyaan di bawah ini dengan mengisi pada kolom yang telah disediakan. Dalam setiap pertanyaan, dimohonkan untuk tidak mengosongkan jawaban anda !

Nama :

Alamat :

Jenis Kelamin : () L () P

Usia : () 17-25 tahun () 26-35 tahun () 36-50 tahun () > 51 tahun

Pekerjaan : () PNS () Wiraswasta () Pelajar () Petani () Guru

Petunjuk Pengisian :

Jawablah Pertanyaan di bawah ini dengan memberikan tanda centang (✓) pada kotak yang sesuai dengan pilihan Bapak/Ibu sekalian. Dalam setiap pertanyaan, dimohon untuk tidak mengosongkan jawaban.

No	Pernyataan/Pertanyaan (Faktor Pengetahuan)	Keterangan			
		SS	S	TS	STS
1.	Tahu				
	Saya tahu bahwa BSI menawarkan produk tabungan yang berbasis prinsip syariah				
	Saya tahu bahwa produk di BSI tidak melibatkan unsur riba				
2.	Memahami				
	Saya memahami bahwa BSI menggunakan sistem bagi hasil dalam sistem tabungannya				
	Saya memahami perbedaan antara BSI dan bank konvensional				
3.	Analisis				
	Saya dapat menganalisis perbedaan manfaat menabung di BSI dibandingkan dengan bank konvensional				
	Saya dapat menganalisis informasi yang diberikan oleh BSI mengenai produk tabungannya				
4.	Evaluasi				

	Saya mampu mengevaluasi kelebihan dan kekurangan produk tabungan di BSI berdasarkan prinsip prinsip syariah				
	Saya mampu mengevaluasi terkait keamanan yang di tawarkan oleh BSI				

No	Pernyataan/Pertanyaan (Faktor Promosi)	Keterangan			
		SS	S	TS	STS
1.	Periklanan				
	Saya sering melihat iklan BSI di medsos yang menarik minat saya untuk menabung				
	Iklan BSI yang saya lihat memberikan informasi yang jelas mengenai produk tabungan mereka				
2.	Promosi Penjualan				
	Promosi penjualan yang dilakukan oleh BSI menarik minat saya untuk menabung di bank tersebut				
	Promosi penjualan yang dilakukan BSI memberikan informasi yang cukup jelas dan meyakinkan tentang manfaat menabung di bank tersebut				
3.	Public Relations (Hubungan Masyarakat)				
	Saya sering mendapatkan informasi tentang produk tabungan BSI melalui kegiatan hubungan masyarakat seperti seminar atau workshop				
	Apakah kegiatan sosial yang dilakukan oleh BSI melalui hubungan masyarakat membuat anda lebih percaya untuk menabung di BSI.				
4.	Penjualan Langsung (Direct Marketing)				
	Saya sering mendapatkan informasi mengenai tabungan BSI melalui penjualan langsung dari marketing BSI				
	Saya merasa penjualan langsung oleh BSI memberikan pemahaman yang baik terkait apa yang ditawarkan				

No	Pernyataan/Pertanyaan (Faktor Minat Menabung)	Keterangan			
		SS	S	TS	STS
1.	Ketertarikan				
	Saya tertarik menabung di BSI karna pengetahuan saya tentang produk BSI				
	Informasi dari BSI membuat saya tertarik untuk menabung di sana				
2.	Kenginan				
	Saya memiliki keinginan yang kuat untuk membuka rekening tabungan di BSI				

	Saya ingin menabung di BSI karena BSI beroperasi sesuai prinsip syariah				
3.	Keyakinan				
	Saya yakin bahwa BSI adalah pilihan terbaik u untuk menabung karena prinsip syariah yang di terapkan				
	Saya yakin menabung di BSI akan membantu saya mengelola keuangan dengan lebih baik .				

LAMPIRAN 2 HASIL KUISIONER (TABULASI DATA RESPONDEN)

Responden	Butir Pertanyaan																								
	Pengetahuan									Promosi									Minat						
	1	2	3	4	5	6	7	8	Total	1	2	3	4	5	6	7	8	Total	1	2	3	4	5	6	Total
1	3	4	4	3	3	3	4	4	28	2	1	3	2	4	2	3	2	19	3	3	2	3	2	3	16
2	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	2	4	4	3	3	2	2	23	3	3	3	3	4	3	19
3	3	4	4	2	3	2	3	3	24	1	3	2	2	4	2	2	2	18	3	1	2	4	2	1	13
4	4	4	3	3	4	3	3	3	27	2	2	3	2	2	2	2	2	17	1	2	2	1	2	2	10
5	3	4	4	3	3	3	3	3	26	2	3	3	2	2	2	2	2	18	1	2	1	2	2	1	9
6	3	4	3	4	4	2	3	3	26	1	3	2	1	2	2	3	3	17	2	2	2	2	2	1	11
7	4	4	3	3	3	3	3	3	26	3	2	3	2	1	2	3	3	19	2	1	2	2	2	1	10
8	4	4	4	4	3	3	3	3	28	1	2	3	3	2	1	3	2	17	3	2	3	1	2	2	13
9	3	3	3	3	3	3	2	3	23	2	2	1	2	3	2	2	3	17	2	1	2	2	1	2	10
10	3	3	4	3	2	2	3	3	23	3	2	2	3	2	3	2	2	19	3	2	2	2	2	3	14
11	3	3	3	3	3	3	3	3	24	1	2	1	3	1	1	3	3	15	2	2	3	2	3	2	14
12	3	4	3	3	4	3	3	3	26	2	2	3	3	3	2	3	3	21	3	1	2	2	2	2	12
13	4	4	3	4	3	3	3	3	27	2	3	3	2	3	2	3	2	20	2	2	2	1	2	2	11
14	3	3	3	4	4	3	3	3	26	2	3	2	3	2	1	2	3	18	2	2	2	1	2	1	10
15	4	3	3	3	4	3	3	3	26	3	2	3	1	3	2	2	2	18	2	2	1	3	2	2	12
16	3	3	3	3	3	4	3	3	25	2	2	2	1	2	2	2	2	15	2	2	2	2	3	1	12
17	4	3	3	4	4	3	3	3	27	2	2	1	2	2	1	3	3	16	2	2	3	2	2	2	13

18	3	3	3	3	4	3	3	3	25	2	2	2	2	1	1	3	3	16	1	2	2	1	2	1	9
19	4	3	3	4	3	3	3	3	26	1	2	2	2	1	2	3	3	16	2	2	2	2	2	1	11
20	4	4	3	3	4	3	3	3	27	2	1	2	1	2	2	2	3	15	2	2	1	2	2	2	11
21	4	4	3	4	3	3	3	3	27	2	2	2	2	3	2	2	3	18	1	2	2	2	2	1	10
22	3	3	3	4	4	4	3	3	27	2	3	1	2	3	1	3	3	18	3	2	3	1	4	2	15
23	4	4	3	3	3	3	4	3	27	2	2	2	1	2	1	3	2	15	3	1	2	2	2	1	11
24	4	4	4	4	3	3	3	3	28	2	3	2	3	3	2	3	3	21	1	3	1	2	2	1	10
25	3	3	3	3	3	3	3	3	24	2	3	2	1	2	4	3	3	20	1	2	3	4	2	1	13
26	3	3	3	3	3	3	3	3	24	2	3	4	1	2	3	3	3	21	1	2	4	1	2	3	13
27	3	3	4	3	3	4	4	3	27	4	3	1	3	3	4	2	2	22	4	4	4	4	4	4	24
28	4	3	4	3	3	3	3	3	26	3	3	2	3	2	3	3	3	22	3	4	3	4	2	4	20
29	4	4	4	3	3	3	3	3	27	2	2	2	2	2	2	2	3	17	2	2	2	2	2	2	12
30	3	3	3	3	3	3	3	3	24	4	3	3	2	3	3	3	3	24	2	3	4	1	4	3	17
31	3	3	3	3	4	3	4	3	26	2	1	2	2	3	3	3	3	19	2	2	2	2	2	2	12
32	3	3	3	4	3	4	3	3	26	4	1	3	3	1	3	3	3	21	4	1	4	3	4	2	18
33	3	4	3	4	3	3	3	3	26	2	2	2	3	2	2	2	2	17	2	2	2	2	2	2	12
34	3	3	3	3	3	4	4	3	26	4	3	3	3	3	3	2	3	24	1	3	3	4	4	4	19
35	3	3	3	3	4	3	3	3	25	2	2	1	2	2	1	3	3	16	2	1	2	2	2	2	11
36	3	3	3	4	3	3	3	3	25	3	3	3	2	2	2	3	3	21	2	2	2	2	2	2	12
37	3	3	3	2	3	3	3	3	23	3	1	2	1	2	1	2	1	13	2	3	2	2	3	4	16
38	3	3	4	4	4	3	3	3	27	2	3	2	3	3	2	3	3	21	2	3	3	3	2	2	15
39	4	4	3	4	4	3	3	3	28	3	1	3	2	2	1	2	2	16	2	2	2	3	3	2	14
40	3	3	3	3	3	4	3	3	25	2	2	3	2	3	3	3	3	21	3	3	2	3	2	2	15
41	3	3	3	3	4	4	4	3	27	3	1	2	2	3	4	3	3	21	3	3	3	3	3	3	18

42	3	3	3	4	4	4	3	3	27	3	3	3	2	2	2	3	3	21	2	4	3	4	4	2	19
43	2	3	3	3	3	3	3	2	22	2	1	2	3	3	3	3	3	20	2	2	2	4	2	2	14
44	3	3	3	3	3	3	3	3	24	2	2	3	2	3	2	3	2	19	2	2	4	2	2	2	14
45	3	3	4	2	4	3	3	3	25	1	3	4	3	4	1	2	3	21	4	4	1	3	4	4	20
46	4	3	2	4	3	3	3	3	25	3	1	3	1	2	2	3	3	18	2	2	3	2	2	2	13
47	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	2	2	2	1	3	2	2	17	3	2	3	3	2	2	15
48	2	3	2	3	3	3	3	3	22	2	3	2	2	3	2	2	2	18	3	3	4	3	2	2	17
49	3	3	3	2	4	3	3	3	24	3	2	2	3	2	3	2	2	19	2	3	3	3	2	2	15
50	2	3	3	3	3	2	2	3	21	2	3	3	4	2	2	3	3	22	2	3	2	2	2	2	13
51	2	2	3	3	2	2	3	2	19	4	3	4	4	4	4	3	3	29	2	4	4	2	4	4	20
52	2	2	3	3	3	3	2	2	20	1	1	2	3	2	2	2	2	15	2	3	2	2	3	3	15
53	3	3	4	2	3	2	3	3	23	2	2	2	3	3	2	2	3	19	2	2	2	2	2	2	12
54	2	3	4	3	3	3	4	3	25	4	3	2	3	3	4	3	3	25	3	3	3	4	2	4	19
55	2	3	3	3	3	3	3	2	22	2	4	2	2	2	2	2	2	18	2	3	3	2	2	2	14
56	3	2	3	3	3	3	3	2	22	2	3	4	2	2	2	2	2	19	2	2	1	3	2	2	12
57	2	3	3	3	3	4	3	3	24	1	2	3	4	2	4	3	2	21	1	4	3	1	1	4	14
58	4	2	4	2	2	4	3	4	25	4	2	4	2	4	3	2	2	23	4	3	2	2	2	3	16
59	3	4	3	4	3	4	3	4	28	4	3	4	2	2	3	3	3	24	4	2	4	4	3	4	21
60	3	3	3	3	3	3	4	3	25	3	4	3	4	2	4	2	2	24	2	4	2	3	4	4	19
61	4	3	3	4	2	3	3	3	25	1	3	4	3	4	3	3	3	24	4	3	4	3	3	4	21
62	3	4	2	4	3	2	4	3	25	3	4	1	4	4	1	3	3	23	4	3	4	2	4	4	21
63	3	3	3	3	3	3	3	3	24	4	4	3	1	3	4	3	3	25	2	3	3	4	2	4	18
64	3	4	3	3	3	3	4	3	26	4	3	3	3	4	4	3	3	27	3	3	4	4	4	4	22
65	4	3	4	3	4	2	3	4	27	4	3	3	4	4	4	3	3	28	4	3	2	3	4	4	20

66	3	4	4	3	4	3	2	3	26	4	4	4	4	3	3	3	2	27	4	4	3	4	3	4	22
67	4	2	3	4	2	2	4	4	25	4	2	3	4	4	2	4	2	25	4	3	2	3	4	4	20
68	4	3	3	3	4	4	4	4	29	4	3	3	2	4	3	4	3	26	3	3	3	4	3	4	20
69	3	3	3	4	3	3	4	3	26	4	4	3	3	3	3	3	3	26	4	3	4	3	4	4	22
70	4	4	4	3	3	3	3	4	28	4	3	4	3	4	3	2	2	25	4	4	4	4	4	4	24
71	4	4	4	4	4	4	3	3	30	4	4	3	3	3	3	3	2	25	3	3	3	3	3	4	19
72	4	4	4	3	3	4	4	4	30	4	4	3	4	4	4	3	3	29	3	3	3	3	3	3	18
73	4	4	4	3	3	2	3	3	26	3	3	4	3	4	3	4	3	27	3	3	3	3	3	4	19
74	4	4	3	3	4	4	4	4	30	3	4	3	3	3	3	3	2	24	3	3	3	4	4	4	21
75	4	3	4	3	3	4	3	4	28	4	3	3	4	3	4	3	3	27	3	4	3	4	3	4	21
76	4	4	4	3	4	4	4	3	30	3	4	3	3	3	3	2	2	23	3	4	3	3	3	3	19
77	4	3	4	4	4	4	3	4	30	3	3	3	3	4	4	3	3	26	3	4	2	2	4	4	19
78	3	3	3	4	4	3	4	4	28	4	3	3	4	4	4	2	2	26	3	3	4	2	4	4	20
79	4	4	4	3	4	4	3	4	30	3	4	3	4	4	2	4	3	27	3	3	4	4	4	4	22
80	4	3	3	3	3	3	3	3	25	3	3	3	4	4	4	3	3	27	3	3	3	4	4	3	20
81	4	3	4	4	4	4	4	4	31	4	4	3	3	3	3	3	3	26	3	3	3	3	3	4	19
82	4	4	3	3	3	3	3	3	26	3	3	3	4	3	4	4	3	27	3	3	3	3	3	3	18
83	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	3	3	3	4	4	3	3	27	3	3	4	4	3	4	21
84	2	2	2	3	3	3	2	2	19	2	3	2	2	2	2	2	2	17	3	3	3	4	4	4	21
85	3	3	3	2	2	3	2	3	21	3	2	2	2	2	3	3	2	19	3	3	4	3	4	3	20
86	2	3	3	3	3	3	3	3	23	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	4	4	3	20
87	3	2	3	4	4	4	3	3	26	3	3	3	3	4	4	3	3	26	3	3	3	3	4	4	20
88	3	3	3	3	3	4	4	2	25	3	2	1	2	3	3	3	3	20	3	3	4	4	4	3	21
89	3	3	3	4	4	3	4	3	27	4	4	3	3	4	3	2	2	25	3	3	3	3	3	3	18

90	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	4	19
91	3	4	4	3	4	3	3	3	27	4	3	3	3	3	4	3	3	26	3	3	3	4	3	3	19
92	2	3	2	3	2	3	2	3	20	3	3	2	3	3	3	3	2	22	3	3	3	4	4	4	21
93	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	4	4	3	20
94	3	2	2	3	4	2	3	1	20	4	3	3	1	2	3	3	2	21	3	3	3	4	3	4	20
95	4	3	3	3	3	3	3	3	25	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	4	4	4	21
96	2	3	2	3	4	3	4	2	23	3	4	2	3	3	3	3	2	23	3	3	3	4	4	3	20
97	2	3	3	4	3	4	2	3	24	2	4	3	3	2	3	3	2	22	3	3	3	4	3	3	19
98	1	2	2	3	3	4	3	4	22	2	3	4	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	3	18
99	3	3	2	4	3	4	4	4	27	4	3	3	4	2	2	3	2	23	3	3	4	3	4	3	20
100	2	3	3	4	2	3	3	3	23	3	3	2	4	3	3	4	3	25	3	3	3	4	3	4	20

LAMPIRAN 3 IZIN PENELITIAN



PEMERINTAH KABUPATEN LUWU
KECAMATAN BELOPA
KELURAHAN SENG
Jln.H.AndiPangerangTelp.....Kodepos : 91994

SURAT KETERANGAN
Nomor : 140 / 527 / KS / IX/ 2024

Yang bertanda tangan di bawah ini Kepala Kelurahan Senga,

N a m a

: M. KASRAM , SM

Jabatan

: SEKLUR

Nip

: 197808302009021006

dengan ini menerangkan bahwa:

N a m a

: SYAWAL MAULANA

Tempat/tanggal lahir

: Padang, 23 – 01 – 2000

Jenis Kelamin

: laki – laki

Nim

: 2004020071

Fakultas

: EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Judul Penelitian

: Analisis Faktor – faktor yang mempengaruhi minat masyarakat
kelurahan senga kota belopa menabung di bank syariah
indonesia.

Telah melapor melakukan penelitian sesuai judul diatas di kelurahan senga, kecamatan belopa, kabupaten luwu di mulai pada tanggal 26 September 2024 dan berakhir pada tanggal 26 oktober 2024.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat dengan sebenarnya dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Senga, 26 September 2024



An. LURAH SENG
Seklur
M. KASRAM , SM
PKT : Penata Muda III/a
NIP : 197808302009021006

LAMPIRAN 4 DOKUMENTASI



Dokumentasi Bersama Masyarakat Lingkungan Padang Kelurahan Senga Saat Mengisi Kusioner





Dokumentasi Bersama Aparat Kelurahan Senga Saat Mengisi Kusioner

RIWAYAT HIDUP



Syawal Maulana, Lahir di Padang pada tanggal 23 Januari 2000. Penulis merupakan anak kedua dari lima bersaudara dari pasangan ayah yang bernama Muh. Said R dan ibu bernama Imassetiawati. Saat ini, penulis bertempat tinggal di Jl. Salla, Lingkungan Padang, Kelurahan Senga, Kecamatan Belopa, Kabupaten Luwu. Pendidikan dasar penulis diselesaikan pada tahun 2012 di SDN 21 Taddette. Kemudian, di tahun yang sama penulis menempuh pendidikan di MTSN Belopa hingga tahun 2015. Selanjutnya, menempuh pendidikan di SMAN 01 Unggulan Kamanre atau sekarang berubah nama menjadi SMA 12 Luwu dan menyelesaikan pendidikan pada tahun 2018. Setelah tamat SMA penulis mengambil kursus Food and Beverage (F&B) di Duta Samudera Indonesia (DSI) perhotelan kapal pesiar pada tahun 2018-2019. Selanjutnya dengan tekad dan dorongan dari kedua orang tua penulis melanjutkan pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo pada tahun 2020. Penulis memilih program studi di Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pada tahun 2021, penulis menjadi anggota organisasi Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII). Selanjutnya, pada tahun 2023, penulis bergabung sebagai anggota Dewan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (DEMA-FEBI).

Contact person penulis: Email: 42064801217@iainpalopo.ac.id