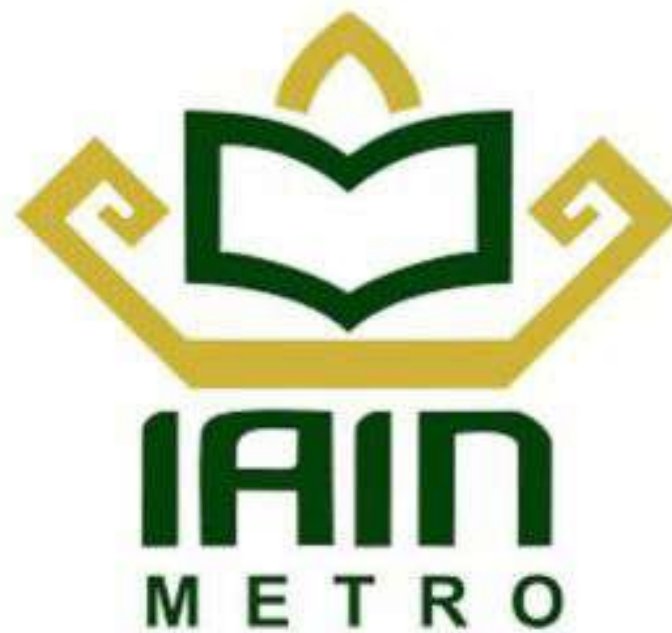


SKRIPSI

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT
DALAM MENABUNG DI BANK SYARIAH
(Studi Kasus Masyarakat Desa Kibang Kecamatan Metro Kibang
Kabupaten Lampung Timur)**

Oleh :

**PUPUT PURWANTI
NPM : 1704100166**



**Jurusan Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1442 H/2022 M**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT
DALAM MENABUNG DI BANK SYARIAH (Studi Kasus Masyarakat Desa
Kibang Kecamatan Metro Kibang Kabupaten Lampung Timur)**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

PUPUT PURWANTI
NPM. 1704100166

Pembimbing : Thoyibatun Nisa, M.Akt

**Jurusan S1 Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
TAHUN AKADEMIK 1442 H/2020**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax. (0725) 47296
Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

NOTA DINAS

Nomor :-
Lampiran : 1 (satu) berkas
Perihal : **Pengajuan Permohonan Untuk Dimunaqosyahkan**

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Metro
Di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah kami adakan pemeriksaan dan bimbingan seperlunya, maka Skripsi yang disusun oleh:

Nama : Puput Purwanti
NPM : 1704100166
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : SI Perbankan Syariah
Judul Skripsi : **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT DALAM MENABUNG DIBANK SYARIAH (Studi Kasus Masyarakat Desa Kibang Kecamatan Metro Kibang Kabupaten Lampung Timur)**

Sudah kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk di Munaqosyahkan. Demikian harapan kami dan atas Perhatiannya, kami ucapkan terima kasih

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Metro, 22 Desember 2021

Dosen Pembimbing

Thoyibatun Nisa, M.Akt
NIP. 19900901 201903 2 009

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Proposal : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
MASYARAKAT DALAM MENABUNG DIBANK
SYARIAH (Studi Kasus Masyarakat Desa Kibang
Kecamatan Metro Kibang Kabupaten Lampung Timur)

Nama : Puput Purwanti

NPM : 1704100166

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : S1-Perbankan Syariah

MENYETUJUI

Sudah dapat kami setuju untuk dimunaqosyahkan dalam sidang
munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro.

Metro, 22 Desember 2021
Pembimbing



Thoyibatun Nisa, M.Akt
NIP. 19900901 201903 2 009



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGÈRI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Inggimulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0726) 41507, Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

No B-1155 /In-18-1 /D / Pp.00-9 /04 / 2022.....

Proposal dengan Judul: FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT DALAM MENABUNG DI BANK SYARIAH (Studi Kasus Masyarakat Desa Kibang Kecamatan Metro Kibang Kabupaten Lampung Timur) disusun Oleh: PUPUT PURWANTI, NPM: 1704100166, Jurusan: S1 Perbankan Syariah, telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas: Ekonomi dan Bisnis Islam pada Hari/Tanggal: Rabu/02 Februari 2022, Kampus II (E8.2.3 Gedung Abu Ubayd Al-Qasim).

TIM PENGUJI:

Ketua/Moderator : Thoyibatun Nisa, M.Akt

Pembahas I : Zumaroh, M.E.Sy

Pembahas II : Era Yudistira, M.Ak

Sekretaris : Dian Oktarina, M.M

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam

Dr. Mat Jalil M. Hum
NIP 196208121998031001

ABSTRAK

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT DALAM MENABUNG DI BANK SYARIAH (Studi Kasus Masyarakat Desa Kibang Kecamatan Metro Kibang Kabupaten Lampung Timur)

Oleh:
PUPUT PURWANTI
NPM. 1704100166

Penelitian ini berjudul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat dalam Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Desa Kibang Kecamatan Metro Kibang Kabupaten Lampung Timur)”. Adapun tujuan penelitian ini untuk mengetahui faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi minat masyarakat yang berada di desa Kibang Kecamatan Metro Kibang Kabupaten Lampung Timur dalam menabung di bank syariah.

Metode dalam penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *Non Probability sampling*. Sampel pada penelitian ini adalah masyarakat yang berada di desa Kibang Kecamatan Metro Kibang Kabupaten Lampung Timur. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden dengan kriteria masyarakat yang sudah memasuki usia menabung. Data diolah menggunakan SPSS, metode analisis pada penelitian ini adalah uji regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel produk dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat dalam menabung di bank syariah dengan nilai signifikansi $1,997 > 1,98552$ dan $2,082 > 1,98552$, sedangkan variabel promosi dan pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat dalam menabung di bank syariah dengan nilai signifikansi $0,244 < 1,98552$ dan $0,961 < 1,98552$.

Kata Kunci: Promosi, Produk, Pelayanan, Lokasi, Minat dan Bank Syariah

ORISINILITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Puput Purwanti

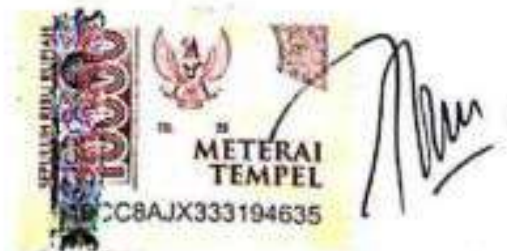
NPM : 1704100166

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : S1-Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, 22 Desember 2021



Puput Purwanti
NPM. 1704100166

MOTTO

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَاْكُلُوْا الرِّبٰۤاَ اَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً ۗ وَاتَّقُوا اللّٰهَ لَعَلَّكُمْ
تُفْلِحُوْنَ

"Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan Riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan." (QS AL-IMRON: 130)

KATA PERSEMBAHAN

Tiada kata yang pantas diucapkan selain bersyukur kepada Allah SWT yang begitu memberikan banyak berkah dalam hidup peneliti, peneliti mempersembahkan skripsi ini untuk ungkapan rasa hormat dan cinta kasih yang tulus kepada:

1. Ayahanda Sarno dan Ibunda Rijem yang selalu membrikan dukungan, serta nasihat-nasihatnya yang luar biasa sehingga peneliti dapat selalu semangat dan mampu menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
2. Ibu Thoyibatun Nisa, M.Akt selaku Dosen Pembimbing. Terimakasih banyak atas bimbingan dan arahan, dan motivasi dan waktunya selama ini sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan IAIN yang telah menyediakan waktu dab fasilitas guna menyelesaikan skripsi ini.
4. Kakak dan adik keponakan tersayang yang selalu tidak lelah memberi suport.
5. Sahabat-sahabat terbaik saya dan teman-teman kelas B S1 Perbankan Syariah Angkatan 2017.
6. Almamater Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT atas taufik hidayah dan inayah-Nya lah, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan proposal ini. Penulisan proposal ini merupakan persyaratan skripsi untuk guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi. Dalam upaya penyelesaian proposal ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag. PIA selaku Rektor IAIN Metro.
2. Dr. Mat Jalil, M.Hum selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Lampung.
3. Muhammad Ryan Fahlevi, M.M selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah
4. Thoyibatun Nisa, M.Akt selaku Dosen Pembimbing. Terimakasih banyak atas bimbingan, arahan, dan waktunya selama ini sehingga saya dapat menyelesaikan proposal ini.
5. Seluruh dosen serta segenap Civitas Akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro.
6. Winarno, S.Ag. selaku Kepala Desa Kibang Kecamatan Metro Kibang Kabupaten Lampung Timur beserta perangkat desa, terimakasih atas bantuan yang diberikan kepada peneliti sehingga memperoleh informasi yang diberikan selama penelitian ini.

Kritik dan saran demi perbaikan proposal ini sangat diharapkan, semoga hasil penelitian yang telah dilakukan kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dalam perbankan.

Metro, 19 Januari 2022

Peneliti



Puput Purwanti
NPM. 1704100166

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN NOTA DINAS	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN ABSTRAK.....	vi
HALAMAN ORISINILITAS	vii
HALAMAN MOTTO.....	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Batasan Masalah.....	7
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
F. Penelitian Relevan.....	9

BAB II LANDASAN TEORI

A. Perbankan Syariah.....	12
1. Pengertian Perbankan Syariah.....	12
2. Jenis-Jenis Perbankan Syariah	12
3. Landasan Hukum Perbankan Syariah	13

B. Minat	15
1. Pengertian Minat	15
2. Ciri Umum Minat	16
3. Indikator-Indikator Minat Menabung	17
4. Faktor yang Mempengaruhi Minat	17
C. Promosi	18
1. Pengertian Promosi	18
2. Bentuk-Bentuk Promosi	19
3. Indikator-Indikator Promosi	19
D. Produk	20
1. Pengertian Produk	20
2. Macam-Macam Produk Bank Syariah	20
3. Indikator-Indikator Produk	21
E. Pelayanan	21
1. Pengertian Pelayanan	21
2. Elemen Kepuasan Nasabah dalam Pelayanan	22
3. Indikator-Indikator Pelayanan	23
F. Lokasi	23
1. Pengertian Lokasi	23
2. Pemilihan dan Penentuan Lokasi	24
3. Indikator-Indikator Lokasi	24
G. Kerangka Pemikiran	24
H. Hipotesis Penelitian	25

BAB III METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian	27
B. Definisi Operasional Variabel	28
C. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	29
D. Teknik Pengumpulan Data	31
E. Instrumen Penelitian	33
F. Teknik Analisis Data	34

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Lokasi Penelitian.....	41
1. Sejarah Singkat Desa Kibang Kecamatan Metro Kibang Kabupaten Lampung Timur.	41
2. Visi dan Misi Desa Kibang Kecamatan Metro Kibang Kabupaten Lampung Timur	42
3. Sarana dan Prasarana Desa Kibang Kecamatan Metro Kibang Kabupaten Lampung Timur.....	43
4. Struktur Organisasi Desa Kibang Kecamatan Metro Kibang Kabupaten Lampung Timur.....	44
B. Deskripsi Data Hasil Penelitian.....	45
1. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
2. Identitas Responden Berdasarkan Usia	45
3. Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	46
4. Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	47
5. Identitas Responden Berdasarkan Bank yang Digunakan.....	48
6. Hasil Distribusi Jawaban Responden	48
C. Analisis Data	55
1. Analisis Data	55
2. Uji Asumsi Klasik	62
3. Uji Regresi Linier Berganda.....	65
4. Uji Hipotesis	67
D. Pembahasan.....	70
1. Pengaruh Promosi Terhadap Minat Masyarakat dalam Menabung di Bank Syariah	70
2. Pengaruh Produk Terhadap Minat Masyarakat dalam Menabung di Bank Syariah	71
3. Pengaruh Pelayanan Terhadap Minat Masyarakat dalam Menabung di Bank Syariah	72
4. Pengaruh Lokasi Terhadap Minat Masyarakat dalam Menabung di Bank Syariah	73

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	75
B. Saran.....	76

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Nasabah Menabung dibank syariah.....	2
Tabel 1.2 Jumlah Penduduk	3
Tabel 1.3 Penelitian Relevan	9
Tabel 3.1 <i>Skala Likert</i>	31
Tabel 3.2 Daftar Jumlah	32
Tabel 4.1 Sarana dan Prasarana	43
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden	45
Tabel 4.3 Usia Responden.....	45
Tabel 4.4 Pendidikan Terakhir Responden	46
Tabel 4.5 Pekerjaan Responden	47
Tabel 4.6 Bank yang Digunakan Responden	48
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Promosi	49
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Promosi	49
Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Produk	50
Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Produk	50
Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Pelayanan	51
Tabel 4.12 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Pelayanan	52
Tabel 4.13 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Lokasi	52
Tabel 4.14 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Lokasi	53
Tabel 4.15 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Minat	54
Tabel 4.16 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Minat	54
Tabel 4.17 Hasil Uji Validitas Variabel X ₁ (Promosi)	55
Tabel 4.18 Hasil Uji Validitas Variabel X ₂ (Produk)	56
Tabel 4.19 Hasil Uji Validitas Variabel X ₃ (Pelayanan)	57
Tabel 4.20 Hasil Uji Validitas Variabel X ₄ (Lokasi)	58
Tabel 4.21 Hasil Uji Validitas Variabel (Y) Minat.....	58
Tabel 4.22 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X ₁ (Promosi)	59
Tabel 4.23 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X ₂ (Produk).....	60
Tabel 4.24 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X ₃ (Pelayanan).....	60

Tabel 4.25 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X ₃ (Pelayanan).....	61
Tabel 4.26 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X ₃ (Pelayanan).....	61
Tabel 4.27 Hasil Uji <i>Kolmogrov-Smirnov</i>	62
Tabel 4.28 Hasil Uji Multikolinearitas.....	63
Tabel 4.28 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	65
Tabel 4.29 Hasil Uji T (Parsial/Individu)	67
Tabel 4.30 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hasil Sebaran Angket pada Masyarakat Desa Kibang	4
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir Penelitian	24
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Desa Kibang	44
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	64

DAFTAR LAMPIRAN

1. Hasil Distribusi Jawaban Responden
2. Hasil Uji Validitas X_1 (Promosi)
3. Hasil Uji Validitas X_2 (Produk)
4. Hasil Uji Validitas X_3 (Pelayanan)
5. Hasil Uji Validitas X_4 (Lokasi)
6. Hasil Uji Validitas Y (Minat)
7. Hasil Uji Reliabilitas
8. Hasil Uji Normalitas
9. Hasil Uji Multikolinearitas
10. Hasil Uji Heteroskedasitas
11. Hasil Uji Regresi Linier Berganda
12. Hasil Uji Hipotesis T (Parsial/Individu)
13. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)
14. R Tabel
15. T Tabel
16. Dokumentasi Penelitian
17. Data Jawaban Responden
18. SK Bimbingan
19. Surat Izin *Pra survei*
20. Surat Balasan *Pra survei*
21. Surat Izin *Research*
22. Surat Tugas
23. Surat Bebas Pustaka
24. Surat Keterangan Plagiasi
25. Form Bimbingan
26. *Outline*
27. Alat Pengumpul Data (APD)
28. Riwayat Hidup Penulis

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan LKS (Lembaga Keuangan Syariah) di Indonesia masih mengalami pertumbuhan dari waktu ke waktu. Hal tersebut dibuktikan dengan semakin banyaknya Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia diantaranya: pasar modal syariah, perbankan syariah, asuransi syariah, pegadaian syariah dan lain sebagainya. Meresapnya nilai sistem dan ekonomi Islam dalam lembaga keuangan syariah menjadi sasaran penting dalam mewujudkan masyarakat yang berkeadilan, sejahtera, dan makmur.¹ Perkembangan lembaga keuangan syariah didukung pemerintah Indonesia dengan dikeluarkannya UU. No. 7 Th. 1992 tentang perbankan. Undang-undang yang dimaksud secara *implisit* membuka peluang kegiatan usaha perbankan yang memiliki dasar-dasar *operasional margin* (bagi hasil), yang secara rinci dijabarkan dalam peraturan pemerintah No. 72 Th. 1992 tentang bank.²

Penerapan perbankan syariah dilihat cukup baik, hal ini terbukti berdasarkan dari data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) di tahun 2017 sampai dengan 2020. Data tersebut menunjukkan bahwa nasabah yang menabung terus meningkat dari tahun ke tahun. Hal ini dapat dilihat dari tabel 1.1

¹ Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2014), h. 3.

² Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan Pasal 1, dalam <https://jdih.kemenku.go.id/fulltext/1998/10Tahun~1998UU.htm>, diakses pada tanggal 12 Februari 2021.

jumlah nasabah yang menabung di bank syariah ditahun 2017 sampai dengan 2020 berikut:

Tabel 1.1
Jumlah nasabah yang menabung di bank syariah

Tahun	2017	2018	2019	2020
Jumlah nasabah	26.213.130	27.201.387	32.171.464	35.896.954

Sumber: diolah dari Otoritas jasa keuangan (OJK)

Berdasarkan tabel 1.1 jumlah nasabah yang menabung di bank syariah diatas menunjukkan bahwa total nasabah pada tahun 2017 sejumlah 26.213.130 jiwa, kemudian mengalami kenaikan pada tahun 2018 sejumlah 27.201.387 jiwa. Selanjutnya mengalami kenaikan signifikan pada tahun 2019 dengan jumlah 32.171.464 jiwa dan pada tahun 2020 mengalami kenaikan sejumlah 35.896.950 jiwa. Berdasarkan data yang diperoleh dari tabel 1.1 diatas membuktikan bahwa perkembangan perbankan syariah secara nasional cukup baik, yang ditunjukkan dengan peningkatan nasabah yang menabung di bank syariah terus meningkat. Namun, hal ini sangat berbeda dengan masyarakat di desa Kibang Kecamatan Metro Kibang Kabupaten Lampung Timur yang mayoritas beragama Islam, tetapi minat dalam menabung di bank syariah terbilang sangat rendah.

Pemilihan lokasi penelitian di desa Kibang karena Wilayah Kibang merupakan salah satu daerah di Metro Kibang yang pertumbuhan ekonominya sangat maju. Hal ini dibuktikan dengan terpenuhinya kebutuhan pokok masyarakat dari hasil pertanian yang tidak membutuhkan suplay dari

daerah lain. Berikut adalah jumlah penduduk desa Kibang Kecamatan Metro Kibang Kabupaten Lampung Timur:

Tabel 1.2
Jumlah Penduduk

Jumlah penduduk laki-laki	1.849 jiwa
Jumlah penduduk perempuan	1.836 jiwa
Total	3.685 jiwa

Sumber : diolah dari Profil desa Kibang

Berdasarkan tabel 1.2 jumlah penduduk diatas menunjukkan bahwa keseluruhan penduduk desa Kibang berjumlah 3.685 jiwa, dengan jumlah penduduk laki-laki 1.849 dan perempuan 1.836 jiwa. Kondisi ini menjadi peluang bagi perbankan untuk mencari strategi terbaik agar dapat menarik minat nasabah baru dan mempertahankan nasabah yang telah ada. Hanya saja kemunculan bank syariah belum dimanfaatkan secara optimal oleh masyarakat di desa Kibang Kecamatan Metro Kibang Kabupaten Lampung Timur.

Hasil survey dari wawancara didesa kibang yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa, masyarakat sekitar belum memahami konsep perbankan yang memiliki prinsip syariah. Sehingga masyarakat desa Kibang ragu untuk menabung dibank syariah. Hal ini diperkuat dengan hasil wawancara kepada Bapak Rhoni Dwi Handoko yang merupakan masyarakat desa Kibang dan juga seorang nasabah bank konvensional. Beliau menuturkan alasan enggan menggunakan bank syariah karena jarak bank syariah lebih jauh dibanding dengan jarak bank konvensional yang ada di

desa Kibang. Selain itu bank konvensional sudah lama berdirinya, sehingga kepercayaan masyarakat pada bank konvensional lebih tinggi dibandingkan dengan bank syariah. Sehingga hal ini mengakibatkan pangsa pemasaran bank syariah kurang baik.

Selain nasabah dari masyarakat desa kibang yang sekaligus merupakan nasabah bank konvensional, peneliti juga melakukan wawancara kepada masyarakat lain yaitu dengan Ibu Sarinem. Ibu Sarinem merupakan seorang petani sekaligus pemilik UMKM Kacang Sangrai. Menurut Ibu Sarinem, beliau kurang memahami tentang produk yang ada di bank syariah. Sehingga Ibu Sarinem enggan menabung di bank syariah. Selain itu jarak tempuh untuk menuju bank syariah tersebut memakan waktu yang agak lumayan lama.

Berdasarkan hasil survey dari wawancara kepada bapak Rhoni Dwi Handoko dan Ibu Sarinem peneliti melakukan sebaran angket untuk memastikan kondisi di desa Kibang terhadap ketertarikan menabung di bank syariah. Hasil sebaran angket yang dilakukan peneliti melalui *google form* kepada masyarakat desa Kibang diperoleh data sebagai berikut :



Sumber : diolah dari sebaran angket melalui *google form*

Gambar 1.1
Hasil sebaran angket pada masyarakat desa Kibang

Berdasarkan gambar 1.1 hasil sebaran angket diatas dari 100 responden diketahui hanya ada 6 orang yang menabung di bank syariah sedangkan 54 orang menabung di bank konvensional dan 40 orang lainnya tidak menabung di bank manapun. Hasil angket yang diperoleh dari *google form* tersebut dan ditampilkan melalui gambar 1.1 menunjukkan bahwa jumlah masyarakat desa Kibang yang menabung di bank syariah sangat rendah. Rendahnya data tersebut meyakinkan peneliti bahwa masyarakat desa Kibang memiliki rasa enggan untuk menabung di bank syariah.

Rasa enggan menabung yang muncul pada masyarakat desa Kibang timbul dari beberapa faktor diantaranya lokasi yang jauh, kurangnya informasi tentang pelayanan, kurangnya pemahaman produk perbankan dan promosi yang belum sampai pada masyarakat desa Kibang. Hal ini sejalan dengan penelitian Dewi Purwanti (2017) bahwa ada empat faktor yang mempengaruhi keengganan masyarakat, faktor yang pertama yaitu Performa yang terdiri dari inovasi, konsep, mekanisme, akad dan informasi. Faktor yang kedua yaitu Produk yang terdiri atas kesiapan produk, kurangnya produk, keuntungan, keterampilan dan respon. Faktor yang ketiga adalah Pelayanan, faktor ini terbentuk dengan satu indikator yaitu pelayanan itu sendiri. Faktor yang keempat yaitu Pemasaran, faktor ini terdiri dari iklan, pusat kota dan akses. Selain itu ada juga penelitian dari Chusnul Chotimah (2014) bahwa ada dua faktor yang berpengaruh dan dua faktor lainnya tidak berpengaruh terhadap keputusan masyarakat memilih bank syariah. Faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat dalam memilih bank syariah yaitu

faktor pelayanan dan faktor lokasi dan faktor yang tidak mempengaruhi keputusan masyarakat dalam memilih bank syariah yaitu faktor produk dan faktor promosi.

Berdasarkan hasil survey serta sebaran angket dan beberapa permasalahan yang telah diuraikan maka fokus penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah faktor promosi, produk, lokasi dan pelayanan berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah. Sehingga dapat diambil judul **“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat dalam Menabung di Bank Syariah (studi kasus Masyarakat Desa Kibang Kecamatan Metro Kibang Kabupaten Lampung Timur)”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka peneliti mengidentifikasi masalah yang akan timbul terkait “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat dalam Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Desa Kibang Kecamatan Metro Kibang Kabupaten Lampung Timur)” antara lain sebagai berikut:

1. Adanya faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung di bank syariah.
2. Banyaknya masyarakat yang belum memahami tentang perbankan syariah.
3. Perkembangan bank yang semakin pesat menjadikan persaingan antar bank konvensional dan bank syariah menjadi semakin ketat dalam persaingan nasabah.

C. Batasan Masalah

Batasan masalah dilakukan agar penelitian ini lebih terfokus dan tidak menyimpang dari pokok penelitian. Oleh karena itu, peneliti memfokuskan pembahasan atas masalah-masalah pokok yang terdiri dari:

1. Penelitian ini hanya meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi minat yaitu promosi, produk, pelayanan, dan lokasi.
2. Penelitian ini untuk mengetahui variabel independen manakah yang paling dominan mempengaruhi variabel dependen.
3. Penelitian ini dilakukan pada masyarakat desa Kibang Kecamatan Metro Kibang Kabupaten Lampung Timur.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas maka peneliti dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

- a. Apakah Promosi berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam menabung dibank syariah?
- b. Apakah Produk berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam menabung dibank syariah?
- c. Apakah Pelayanan berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam menabung dibank syariah?
- d. Apakah Lokasi berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam menabung dibank syariah?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap minat masyarakat dalam menabung dibank syariah
- b. Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap minat masyarakat dalam menabung dibank syariah
- c. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap minat masyarakat dalam menabung dibank syariah
- d. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap minat masyarakat dalam menabung dibank syariah

2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- a. Secara Teoritis

Hasil peneelitan ini diharapkan dapat menambah wawasan keilmuan dan pengetahuan mengenai promosi, produk, pelayanan dan lokasi bagi peneliti serta sebagai sumber informasi juga bahan perbandingan untuk peneliti selanjutnya.

- b. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan atau saran kepada pihak Bank Syariah yang berada di Metro Kibang dalam

meningkatkan kualitasnya untuk mencapai minat yang tinggi kepada nasabah atau para calon nasabah nantinya.

F. Penelitian Relevan

Penelitian ini mencoba menelusuri beberapa penelitian dan studi yang terkait atau serupa dengan penelitian yang akan di kaji oleh peneliti, diantaranya:

Tabel 1.3
Penelitian Relevan

No	Peneliti	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1.	Ipfa Retno Astuti, Endang Masitoh dan Purnama siddi, (2020) ³	Faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung di bank syariah surakarta.	Sama-sama meneliti tentang minat menabung di bank syariah.	Pada penelitian ipfa retno astuti dkk meneliti tiga faktor yaitu faktor religiusitas, bagi hasil dan pelayanan dengan studi kasus di serakarta. Sedangkan penelitian yang diteliti meneliti empat faktor yaitu lokasi, pelayanan, produk dan promosi di desa kibang kecamatan metro kibang kabupaten lampung timur.	Dapat disimpulkan bahwa faktor religiusitas, faktor bagi hasil dan faktor pelayanan berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah surakarta.
2.	Mandataris (2016). ⁴	Faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menabung di bank syariah (studi kasus masyarakat di	Sama-sama meneliti faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam menabung di bank syariah.	Pada penelitian Mandataris hanya terdapat dua faktor yaitu faktor keyakinan dan lokasi. dengan studi kasus di kelurahan sungai salak kecamatan	Terdapat dua faktor yaitu: pertama, faktor keyakinan masyarakat kelurahan sungai salak dikecamatan tempuling terhadap bank syariah masih rendah. Kedua, faktor lokasi yang cukup jauh dari rumah

³ Ipfa Retno Astuti, Endang Masitoh dan Purnama Siddi, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung di Bank Syariah Surakarta," *Business Innovation & Entrepreneurship Journal*, Vol. 2. No. 3 (2020): 167-171.

⁴ Mandataris, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat di Kelurahan Sungai Salak Kecamatan Tempuling)", *Jiaganis Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis STIA Indragini*, Vol. 1. No. 2 Oktober 2016: 107-115.

No	Peneliti	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
		kelurahan sungai salak kecamatan tempuling).		tempuling. Sedangkan penelitian yang diteliti terdapat empat faktor yaitu promosi, lokasi, pelayanan dan produk studi kasus pada desa kibang kecamatan metro kibang kabupaten lampung timur.	juga mempengaruhi minat menabung masyarakat kelurahan sungai salak pada bank syariah.
3.	Fifi Afiyanti Tripusputorini (2019). ⁵	Pengaruh religiusitas terhadap minat mahasiswa politeknik negeri bandung untuk menabung di bank syariah.	Sama-sama meneliti tentang pengaruh untuk menabung di bank syariah.	Pada penelitian relevan lebih memfokuskan faktor religiusitas. Objek penelitian ini mahasiswa politeknik negeri bandung, sedangkan penelitian yang diteliti memiliki empat faktor yaitu: Pemasaran, Produk, Pelayanan dan Lokasi. objek penelitian ini ialah masyarakat desa kibang kecamatan metro kibang.	Religiusitas secara signifikan berpengaruh terhadap minat mahasiswa POLBAN untuk menabung di bank syariah. Adapun secara bersama-sama, religiusitas mempengaruhi minat menabung di bank syariah sebesar 12,3%.
4.	Lukmanul Hakim, Putri Reno Kemala Sari dan Nova Adhitya Ananda (2020). ⁶	Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan karyawan universitas teknologi sumbawa dalam memilih bank syariah.	Sama-sama meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi dalam bank syariah.	Pada penelitian relevan ada delapan variabel yang membentuk faktornya, kemudian pada objek penelitian memfokuskan kepada karyawan universitas teknologi sumbawa, pada penelitian yang	Variabel yang memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih menabung di bank syariah ada 8. Variabel yang memiliki pengaruh paling kecil terhadap faktor yang terbentuk adalah variabel agama dan yang paling besar adalah variabel

⁵ Fifi Afiyanti Tripusputorini, "Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung Untuk Menabung di Bank Syariah", *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah Politeknik Negeri Bandung*, Vol. 4. No. 2 (2019): 54-69.

⁶ Lukmanul Hakim, Putri Reno Kemala Sari dan Nova Adhitya Ananda, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Karyawan Universitas Teknologi Sumbawa dalam Memilih Bank Syariah", *Jurnal Bisnis dan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Sumbawa*, Vol. 14. No. 3 (2020): 163-171

No	Peneliti	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
				diteliti hanya 4 faktor dan objek penelitian yang diteliti adalah masyarakat desa kibang kecamatan metro kibang.	pribadi. Dari 8 variabel tersebut kemudian membentuk satu faktor.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Perbankan Syariah

1. Pengertian Perbankan Syariah

Perbankan syariah merupakan suatu sistem perbankan yang berkembang atas dasar hukum islam. Dalam usaha pembentukannya sistem ini didasarkan oleh larangan dalam syariah untuk meminjam berupa bunga (*riba*) serta investasi dalam suatu usaha yang dikategorikan haram. Contohnya: kegiatan usaha yang memproduksi makanan/minuman haram, usaha media yang tidak dilakukan secara syariah dan lain-lain, hal ini yang tidak dapat dijamin oleh bank konvensional.

Bank syariah ialah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah ini tercantum Pada UU No. 21 Tahun 2008.¹ Maka dapat diasumsikan bahwa bank syariah adalah bank dalam kegiatan usaha penghimpun dana dan sebagai badan penyaluran dana sesuai dengan prinsip Al-Qur'an dan Al-Hadist (syariah).

2. Jenis-Jenis Perbankan Syariah

Adapun menurut jenis-jenisnya bank dibedakan menjadi tiga yaitu: bank usaha syariah (BUS), unit usaha syariah (UUS), dan bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS).

¹ Akhmad Mujahidin, *Hukum Perbankan Syariah*, (Depok : Rajawali Pers, 2017), h. 15

a. Bank Usaha Syariah (BUS)

Bank Umum Syariah atau BUS merupakan suatu lembaga bank syariah yang didalam kegiatan usahanya memberikan jasa melalui lalu lintas pembayaran.² Contoh bank umum syariah adalah bank muamalat indonesia, BRI syariah, BSM, dan BNI syariah.

b. Unit Usaha Syariah (UUS)

Unit Usaha Syariah atau UUS ialah bagian dari unit bank konvensional yang berdiri sebagai kantor dan melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah.³ Berbeda dengan bank umum syariah, unit usaha syariah ini tidak berdiri sendiri akan tetapi menjadi bagian dari induknya.

c. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah atau sering disebut BPRS yaitu Bank yang berprinsip syariah dan dalam kegiatannya tidak memberikan jasa lalu lintas pebayaran.⁴ Bentuk hukum BPRS adalah perseroan terbatas.

3. Landasan Hukum Perbankan Syariah

Landasan hukum perbankan syariah dibedakan atas dua jenis, yaitu hukum normatif dan hukum positif.

² UU No. 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah Pasal 1 ayat 8.

³ UU No. 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah Pasal 1 Ayat 10.

⁴ UU No. 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah Pasal 1 Ayat 9.

- (1) Hukum normatif meliputi sumber hukum islam dari Al-Qur'an, Hadist, Fiqh dan Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (MUI).⁵

➤ Al-Qur'an surat An-Nissa ayat 161 menyatakan :

وَأَخَذِهِمُ الرِّبَا وَقَدْ هُمُ الرِّبَا عَنَّا وَآكَلِهِمْ أَمْوَالَ النَّاسِ بِالْبَاطِلِ
وَأَعْتَدْنَا لِلْكَافِرِينَ مِنْهُمْ عَذَابًا أَلِيمًا ﴿١٦١﴾

Artinya:

“Dan disebabkan mereka memakan riba, Padahal Sesungguhnya mereka telah dilarang daripadanya, dan karena mereka memakan harta benda orang dengan jalan yang batil. Kami telah menyediakan untuk orang-orang yang kafir di antara mereka itu siksa yang pedih.”

➤ Al-Qur'an surat Ar-Rum ayar 39 menyatakan :

وَمَا آتَيْتُمْ مِنْ رَبًّا لِيَرْبُوًّا فِي أَمْوَالِ النَّاسِ فَلَا يَرْبُوًّا عِنْدَ اللَّهِ
وَمَا آتَيْتُمْ مِنْ زَكَاةٍ تُرِيدُونَ وَجْهَ اللَّهِ فَأُولَئِكَ هُمُ الْمُضْعِفُونَ ﴿٣٩﴾

Artinya:

“Dan sesuatu Riba (tambahan) yang kamu berikan agar Dia bertambah pada harta manusia, Maka Riba itu tidak menambah pada sisi Allah. dan apa yang kamu berikan berupa zakat yang kamu maksudkan untuk mencapai keridhaan Allah, Maka (yang berbuat demikian) Itulah orang-orang yang melipat gandakan (pahalanya).”

- (2) Fatwa dewan syariah nasional majelis ulama indonesia DSN-MUI, Fatwa DSN-MUI menjadi salah satu rujukan dalam landasan hukum perbankan syariah. Pada tahun 2017 terkait tentang produk dan jasa perbankan syariah telah diterbitkan 116 fatwa. Dalam perbankan syariah fatwa berperan sebagai komplementer bagi produk dan jasa, hal ini disebabkan karena fatwa adalah tuntutan UU bagi perbankan

⁵ Ahmad Dahlan, *Bank Syariah*, (Yogyakarta : Kalimedia, 2018), h. 86

syariah dalam konteks kepatuhan syariah. fatwa dewan syariah nasional majelis ulama indonesia menjadi sangat operasional dalam menciptakan perbedaan sistem antara syariah dan konvensional.

- a. Hukum positif dalam landasan hukum perbankan ini meliputi:⁶
- (1) UU No. 7 Tahun 1992 tentang perbankan yang tidak komprehensif menjelaskan suatu sistem atau prinsip syariah.
 - (2) UU No. 10 Tahun 1998 tentang perubahan atas UU No. 7 Tahun 1992 tentang perubahan *brand* bank yang dalam kegiatan usahanya dengan prinsip bagi hasil.
 - (3) UU No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah yang merupakan sumber hukum positif berbasis syariah diindonesia.

B. Minat

1. Pengertian Minat

Minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa keinginan pada suatu hal tanpa ada yang menyuruhnya. Minat merupakan suatu kondisi ketertarikan terhadap suatu objek karena hal yang menjadi bidang keahliannya, bidang yang disukai, ataupun bidang yang sedang dibutuhkan.⁷ Menurut Tjiptono dalam jurnal Afdillah Firdaus minat konsumen tumbuh karena suatu motif berdasarkan atribut-atribut sesuai dengan keinginan dan kebutuhan dalam

⁶ *Ibid*,... h.90.

⁷ Wayan Bagia, *Perilaku Organisasi*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2015), h.76

menggunakan suatu produk.⁸ Minat dapat dikatakan sebagai dorongan kuat bagi seseorang untuk melakukan dan mencapai target tertentu.⁹

Menurut peneliti Minat adalah suatu perasaan ketertarikan atau suka terhadap sesuatu atas dasar pertimbangan yang mencakup beberapa aspek yaitu kemudahan, menyukai, dan lebih membutuhkan.

2. Ciri Umum Minat

Minat memiliki ciri umum yaitu:¹⁰

- a. Memiliki perhatian yang besar.
- b. Adanya harapan yang tinggi
- c. Berorientasi pada keberhasilan.
- d. Mempunyai kebanggaan
- e. Kesiediaan untuk berusaha
- f. Mempunyai pertimbangan yang positif.

3. Indikator-Indikator Minat Menabung

Menurut Schiffman & Kanuk dalam sari (2017:185) indikator minat menabung antara lain:¹¹

- a. Tertarik untuk mencari informasi tentang produk.
- b. Mempertimbangkan untuk membeli.

⁸ Afdillah Firdaus, "Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Minat Konsumen Membeli Produk Perumahan Kasus Pada Perumahan Surya Mandiri Teropong PT. EFA Artha Utama", JOM Fisip Vol. 4 No. 1, 2017, h.3

⁹ Sutrisno, *Meningkatkan Minat dan Hasil Belajar TIK Materi Tipologi Jaringan Dengan Media Pembelajaran*, (Malang : Ahlimedia Perss, 2020), h.10.

¹⁰ Muhammad Uyun dan Idi Warsah, *Psikologi Pendidikan*, (Yogyakarta : CV Budi Utama, 2021), h. 161

¹¹ Yulia Putri et all, "Strategi Meningkatkan Minat Menabung di Bank Syariah melalui Penerapan Religiusitas (Universitas Bina Sarana Informatika)". Vol.16, No. 1 Maret 2019. h. 82

- c. Tertarik untuk mencoba.
- d. Tertarik untuk mencoba.
- e. Ingin memiliki produk

4. Faktor yang Mempengaruhi Minat

a. Faktor Internal

Berdasarkan sudut pandang dan penggolongan faktor yang mempengaruhi minat dibagi menjadi tiga bagian meliputi:¹²

1. Dorongan dari dalam diri individu itu sendiri.
2. Motif sosial, kompromi antara pihak individu dan lingkungan sosialnya.
3. Emosional, yang menyertai seseorang dengan objek minatnya.

b. Faktor Eksternal

Selain itu faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam menabung di bank syariah menurut penelitian Ipfa Retno Astuti, Endang Masitoh dan Purnama siddi dalam jurnal *Businnes Innovation & Entrepreneurship* meliputi:¹³

1. Faktor religiusitas
2. Faktor bagi hasil
3. Faktof pelayanan

¹² Hamsiah Dfajar, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingginya Tingkat Minat Mahasiswa Terhadap Jurusan Manajemen Pendidikan di UIN Alaudin Makassar" Vol. V, No. 2 Juli-Desember 2016, 439.

¹³ *Opcit*, Ipfa Retno Astuti, Endang Masitoh dan Purnama Siddi, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung di Bank Syariah Surakarta," .. h. 171

Sedangkan dalam penelitian Nurul Qomariah ada empat faktor meliputi:¹⁴

1. Faktor produk
2. Faktor harga
3. Faktor tempat
4. Faktor promosi

C. Promosi

1. Pengertian Promosi

Promosi merupakan suatu bentuk komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha untuk menyebarkan informasi atas perusahaan atau produknya agar bersedia menerima/membeli produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.¹⁵ Promosi adalah upaya memperkenalkan produk dan jasa agar bisa dikenal dan diterima publik.¹⁶

Jadi dapat disimpulkan bahwa promosi adalah kegiatan pengiklanan untuk memberitahukan atau menawarkan produk dan jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membelinya.

¹⁴ Nurul Qomariah, “ Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Menabung di Bank Syariah (Studi kasus pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jember)” Vol X No. 1 2011, 42.

¹⁵ Agustina Shinta, *Manajemen Pemasaran*, (Malang : UB Press, 2011), h.127.

¹⁶ Anang Firmansyaah, *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*, (Yogyakarta : Deepublish CV Budi Utama, 2018), h.200.

2. Bentuk-Bentuk Promosi

Bentuk-bentuk promosi meliputi:¹⁷

- a. *Personal selling*, yaitu komunikasi langsung antara penjual dan calon pelanggan untuk memperkenalkan suatu produk dan membentuk suatu pemahaman kepada pelanggan terhadap produk, sehingga mereka akan membelinya.
- b. *Periklanan*, yaitu bentuk promosi yang menggunakan media cetak dan elektronik, meliputi semua kegiatan yang terlibat dalam penyajian pesan yang non personal (tidak setuju dengan seseorang tertentu)..
- c. *Publisitas*, yaitu mencangkup usaha untuk mendapatkan ruang editorial yang berbeda dari iklan disemua media yang dibaca, dilihat oleh konsumen dengan tujuan khusus dalam membantu penjualan.
- d. *Promosi penjualan*, yaitu untuk menghasilkan tindakan yang segera dan spesifik.

3. Indikator-Indikator Promosi.

Berikut ini adalah indikator-indikator variabel promosi:¹⁸

- c. Iklan.
- d. Personal selling.
- e. Hubungan masyarakat.
- f. Promosi penjualan.
- g. Publikasi.

¹⁷ *Ibid...*h.122-135

¹⁸ Atwal Arifin dan Husnul Khotimah "Pengaruh Produk, Pelayanan, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Bank Syariah di Surakarta" , ISBN: 978-602-70429-2-6, 25 Juni 2014. h.175.

D. Produk

1. Pengertian produk

Tjiptono (2008:95) dalam buku manajemen pemasaran mengemukakan bahwa, produk ialah sesuatu yang ditawarkan untuk digunakan, diperhatikan, dikonsumsi dan dibeli dari produsen ke konsumen dalam memenuhi kebutuhan atau keinginan.¹⁹

Perbankan syariah melalui program-programnya telah mensosialisasikan produk syariah ke masyarakat umum. Namun masih ada sebagian masyarakat yang belum memahami beberapa produk syariah. Padahal apabila dikaji tentang manfaatnya, semua produk syariah tentunya mempunyai fungsi dan perannya masing-masing dalam kehidupan ekonomi umat.

2. Macam-Macam Produk Bank Syariah

Macam-macam produk bank syariah meliputi:²⁰

- a. Produk penghimpun dana, dalam bank syariah dapat diwujudkan baik dalam bentuk simpanan maupun investasi. Jenis produk penghimpun dana adalah sebagai berikut: *Wadi'ah (Wadi'ah yad dhamanah, Wadi'ah yad amanah)*, *Mudharabah (Mudharabah muthlaqoh, Mudharabah muqayyadah)*.
- b. Produk penyaluran dana, secara umum dibagi ke dalam empat kategori yaitu:

¹⁹ Miguna Astuti dan Nurhafifah Matondang, *Manajemen Pemasaran :UMKM dan Digital Sosial Media*, (Yogyakarta : CV. Budi Utama, 2020), h. 2.

²⁰ Imam Mustofa, *Fiqih Muamalah Kontemporer*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2016), h.21.

- Pembiayaan Murabahah (penjualan disertai kenaikan harga).
 - Pembiayaan Salam (penjualan dan pembayaran di muka).
 - Pembiayaan *Istishna'* (penjualan manufaktur).
 - Pembiayaan dengan prinsip sewa (*Ijarah*).
- c. Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil, jenis-jenis pembiayaan dengan prinsip bagi hasil yaitu: Pembiayaan Musyarakah (*syirkah al-'inan, syirkah mufawadhah, syirkah a'maal, syirkah wujuh*), Pembiayaan Mudharabah.
- d. Pembiayaan dengan akad pelengkap, jenis-jenis pembiayaan dengan akad pelengkap yaitu: *Hiwalah, Rahn, Qard, Wakalah, Kafalah*.

3. Indikator-Indikator Produk

Adapun indikator dari variabel produk adalah:²¹

- a. Bentuk produk tabungan *mudharabah*.
- b. Nama produk tabungan *mudharabah* yang menggunakan istilah islam.
- c. Manfaat produk tabungan *mudharabah*.
- d. Jaminan keamanan produk *mudharabah*.

E. Pelayanan

1. Pengertian Pelayanan

Pelayanan adalah suatu tindakan yang dapat dirasakan. Kualitas pelayanan merupakan dasar dalam menciptakan nilai bagi nasabah dan bank syariah, dengan memberikan pelayanan yang berkualitas. Tujuan dari

²¹ *Op cit*, Atwal Arifin dan Husnul Khotimah "Pengaruh Produk, Pelayanan, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Bank Syariah di Surakarta"... h. 175

pelayanan yang baik pada nasabah adalah tercapainya kepuasan dari nasabah itu sendiri.²²

Dapat disimpulkan bahwa pelayanan ialah upaya dalam memberikan bantuan terhadap orang lain berupa fisik atau non fisik secara langsung agar dapat menyelesaikan masalahnya. Jika dalam suatu perusahaan atau bank syariah dapat memiliki kualitas pelayanan yang baik, maka akan berpengaruh dalam meningkatkan keuntungan jangka panjang.

2. Elemen-Elemen Kepuasan Nasabah dalam Pelayanan

Elemen-elemen kepuasan nasabah dalam pelayanan meliputi:²³

- a. *Reliability* merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam memberikan pelayanan yang diharapkan nasabah yaitu produk bank syariah yang lengkap dan lebih bervariasi agar dapat memikat nasabah baru dan mempertahankan nasabah yang lama.
- b. *Assurance* ialah jaminan dari pelayanan karyawan yang sudah profesional, baik, ramah dan memiliki komunikasi yang baik sehingga menumbuhkan rasa percaya terhadap nasabah.
- c. *Tangible* merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan fasilitas secara fisik. Contohnya: fasilitas, bangunan, dan perlengkapan lainnya yang dapat dirasakan.
- d. *Empathy* adalah suatu pelayanan yang diberikan oleh semua karyawan dari berbagai profesi kepada nasabah dalam proses kegiatan ekonomi dengan memberikan perhatian yang tulus dan sepenuh hati.

²² Ririn Wulandari dan Fikri Aulawi Rusmahafi, *Membidik Nasabah Bank Syariah*, (Makassar : CV Mas Pustaka, 2020), h. 88.

²³ *Ibid*,... h.67.

- e. *Responsiveness* yaitu tanggapan yang cepat disertai penyampaian informasi yang jelas dan mudah dimengerti.

3. Indikator-Indikator Pelayanan

Dibawah ini adalah indikator-indikator dari variabel pelayanan:²⁴

- a. Pengetahuan terhadap produk.
- b. Jasa bank syariah.
- c. Keterampilan.
- d. Kualitas pelayanan.
- e. Penampilan.

F. Lokasi

1. Pengertian Lokasi

Lokasi adalah letak, tempat atau penempatan suatu benda, keadaan pada permukaan bumi. Dalam memilih lokasi usaha harus mempertimbangkan faktor-faktor pemilihan lokasi, karena lokasi usaha akan berdampak pada kesuksesan usaha itu sendiri. Keberhasilan usaha merupakan tujuan utama dari sebuah perusahaan, dimana segala aktifitas yang ada didalamnya ditujukan untuk mencapai suatu keberhasilan.²⁵

Menentukan lokasi merupakan suatu tugas penting bagi pemasar, karena keputusan yang salah dapat mengakibatkan kegagalan. Lokasi kantor mempengaruhi minat nasabah untuk melakukan transaksi.

²⁴ *Opcit*, Atwal Arifin dan Husnul Khotimah "Pengaruh Produk, Pelayanan, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Bank Syariah di Surakarta"... h. 175

²⁵ Choms Gary GT Sibarani at all, *Dasar-Dasar Kewirausahaan*, (Yayasan Kita Menulis, 2019), 42.

2. Pemilihan dan Penentuan Lokasi

Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam memilih dan menentukan lokasi adalah sebagai berikut:²⁶

- a. Dekat dengan kawasan industri atau pabrik.
- b. Dekat dengan perkantoran.
- c. Dekat dengan pasar.
- d. Dekat dengan perumahan atau masyarakat.
- e. Mempertimbangkan jumlah pesaing yang ada disuatu lokasi.

3. Indikator-Indikator Lokasi

Indikator-indikator dari variabel lokasi meliputi:²⁷

- a. Mudah dijangkau.
- b. Pusat keramaian.
- c. Dekat pertokoan.
- d. Saluran (jumlah kantor cabang).

G. Kerangka Pemikiran

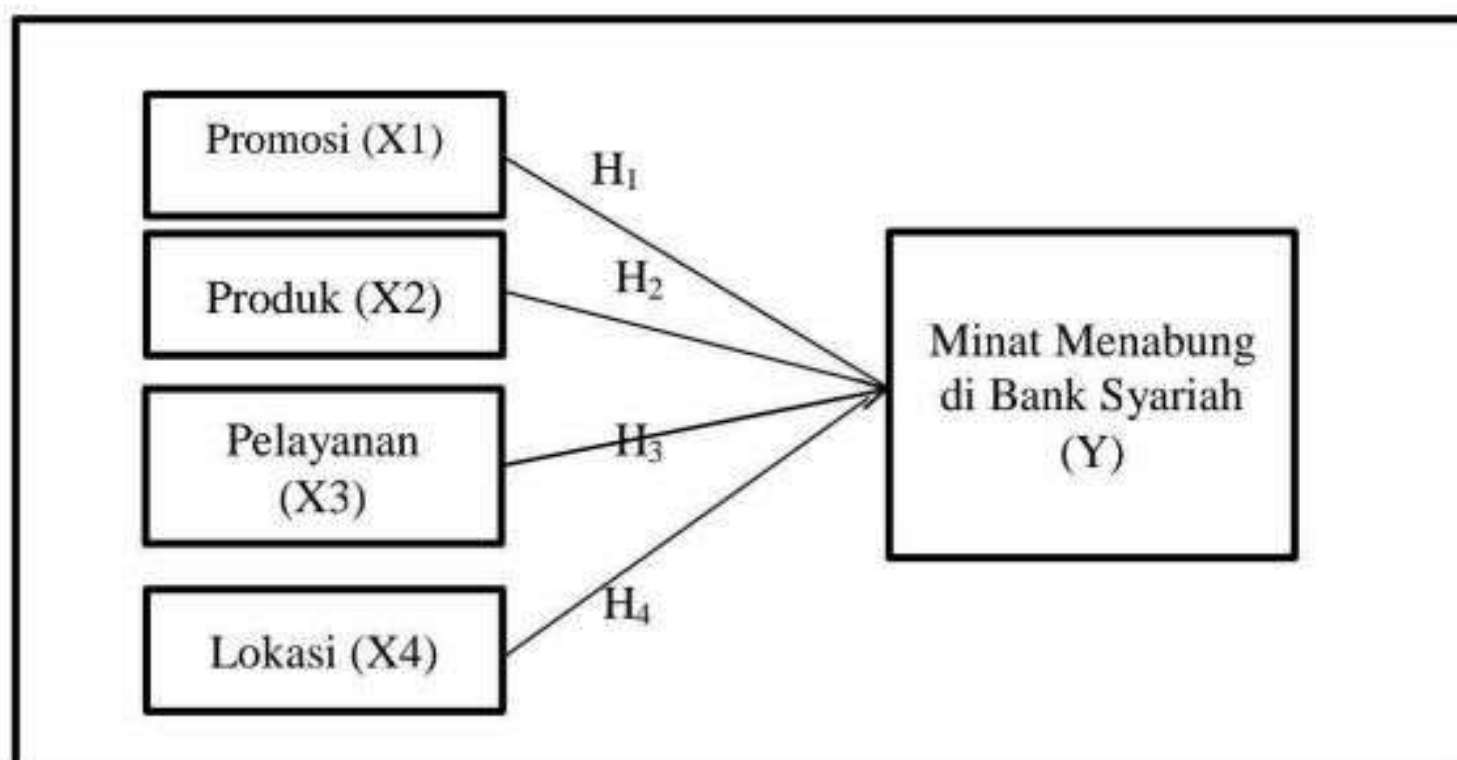
Kerangka pemikiran yaitu konsep berjalannya suatu pemikiran oleh peneliti dalam melakukan penelitian yang masih direncanakan. Dimulai dari mana akan menuju kemana, apa yang wajib dilakukan (dalam menghimpun bahan yang akan diteliti), dari mana dan dengan cara apa untuk mendapatkannya.²⁸ Minat menabung di bank syariah dipengaruhi oleh

²⁶ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta : Kencana, 2018), h.148

²⁷ *Opcit*, Atwal Arifin dan Husnul Khotimah "Pengaruh Produk, Pelayanan, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Bank Syariah di Surakarta"... h. 175

²⁸ Ma'ruf Abdullah, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta : Aswaja Pressindo, 2015), h. 95.

beberapa faktor yaitu promosi, produk, pelayanan dan lokasi. Adapun kerangka pemikiran dapat dilihat sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Berpikir Penelitian

Keterangan: Pengaruh masing-masing variabel

H₁ : Pengaruh X₁ terhadap Y

H₂ : Pengaruh X₂ terhadap Y

H₃ : Pengaruh X₃ terhadap Y

H₄ : Pengaruh X₄ terhadap Y

H. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian ialah jawaban (dugaan) sementara terhadap suatu masalah penelitian yang didapatkan melalui logika, teori suatu ilmu pengetahuan, dan hasil penelitian relevan yang wajib diuji secara empiris kebenarannya.²⁹ Berdasarkan kerangka pikir diatas terdapat kemungkinan instrument promosi, produk, pelayanan dan lokasi menjadi alasan masyarakat di desa Kibang minat dalam menabung di bank syariah.

²⁹ *Ibid*,... h. 95

Hipotesis bukanlah jawaban terakhir akan tetapi hanya dugaan sementara dari peneliti yang harus diuji terlebih dahulu kebenarannya. Melalui hipotesis peneliti memperoleh gambaran sementara mengenai kemungkinan jawaban dari masalah yang sedang atau akan dihadapi. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. H_1 : Terdapat pengaruh antara promosi (X_1) terhadap minat menabung di bank syariah.
 H_{01} : Tidak terdapat pengaruh antara promosi (X_1) terhadap minat menabung di bank syariah.
2. H_2 : Terdapat pengaruh antara produk (X_2) terhadap minat menabung di bank syariah.
 H_{02} : Tidak terdapat pengaruh antara produk (X_2) terhadap minat menabung di bank syariah.
3. H_3 : Terdapat pengaruh antara pelayanan (X_3) terhadap minat menabung di bank syariah.
 H_{03} : Tidak terdapat pengaruh antara pelayanan (X_3) terhadap minat menabung di bank syariah.
4. H_4 : Terdapat pengaruh antara lokasi (X_4) terhadap minat menabung di bank syariah.
 H_{04} : Tidak terdapat pengaruh antara lokasi (X_4) terhadap minat menabung di bank syariah.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan angka-angka yang dijumlahkan sebagai data yang kemudian dianalisis. Metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang dimaksudkan untuk menjelaskan fenomena dengan menggunakan data-data numerik, kemudian dianalisis yang umumnya menggunakan statistik.¹

Jenis penelitian ini merupakan penelitian *survey* dimana penelitian ini menggunakan kuesioner atau angket sebagai instrumen penelitian.² Penelitian *survey* ini menggunakan pertanyaan yang telah disusun oleh peneliti dan dibagikan kepada masyarakat, kemudian jawaban dicatat, diolah dan dianalisis.

Titik permasalahan atau *subjek* penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh antara keempat variabel independen: promosi, pelayanan, lokasi dan produk terhadap variabel dependen yaitu minat. Sedangkan *objek* pada penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang berada didesa kibang. Lokasi penelitian ini terletak di desa Kibang Kecamatan Metro Kibang Kabupaten Lampung Timur.

¹ Uhar Suhar saputra, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Tindakan* (Bandung : Refika Aditama, 2012), h. 49.

² Priyono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Sidoarjo : Zifatama Publishing, 2016), 43.

B. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah definisi yang didasarkan atas sifat-sifat yang diamati. Definisi operasional variabel merupakan sebuah batasan-batasan yang peneliti buat dan nantinya dapat diukur.³ Terdapat dua variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Variabel dependen (terkait)

Variabel dependen adalah atribut atau karakteristik yang bebas atau yang dipengaruhi oleh variabel independen.⁴ Dapat disimpulkan bahwa variabel terkait adalah variabel yang mengukur seberapa besar pengaruh yang diberikan oleh variabel bebas. Adapun variabel dependen (terkait) dalam penelitian ini adalah minat (Y).

2. Variabel independen (bebas)

Variabel independen adalah atribut atau karakteristik yang dapat memberikan pengaruh atau dampak dari variabel independen.⁵ Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel bebas adalah variabel yang dapat menyebabkan terjadinya perubahan terhadap variabel terkait. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan empat variabel independen yaitu promosi (X1), produk (X2), pelayanan (X3) dan lokasi (X4).

³ Zuhaeri et all, *Pedoman Penelitian Skripsi Mahasiswa IAIN Metro*, (IAIN Metro, 2018),h. 62.

⁴ *Opcit.*, Uhar Suhar saputra, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Tindakan*),... h.75.

⁵ *Ibid.*

C. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas *objek* atau *subjek* yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁶ Jadi dapat disimpulkan bahwa populasi adalah jumlah keseluruhan objek yang mempunyai ciri-ciri yang sama dan nantinya akan diteliti.

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat desa kibang kecamatan metro kibang kabupaten lampung timur dimana penduduk keseluruhannya berjumlah 3685 jiwa.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti. Sampel dapat didefinisikan sebagai anggota populasi yang dipilih menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan bisa mewakili populasi.⁷ Dalam menentukan besarnya sampel yang akan diteliti, peneliti menggunakan rumus *Slovin* dengan nilai kesalahan (*error*) 10%.

Berikut rumus *Slovin* yang digunakan:⁸

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

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Cetakan ke-19 (Bandung : Alfabeta. 2013), h.80.

⁷ *Ibid*, h.81.

⁸ *Opcit.*, Uhar Suhar saputra, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Tindakan...*

Keterangan:

n = Sampel

N = Ukuran Populasi

e^2 = Taraf Kesalahan

Maka berdasarkan rumus diatas diketahui bahwa:

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

$$n = \frac{3685}{1+3685(0,1)^2}$$

$$n = 97,36 \text{ dibulatkan } 100$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, maka sampel yang akan digunakan sebanyak 100 responden.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik sampling adalah cara untuk menemukan sampel yang jumlahnya sesuai dengan ukuran sampel yang akan dijadikan sumber data sebenarnya, dengan memperhatikan sifat-sifat dan penyebaran populasi agar diperoleh sampel *representatif*.⁹

Dalam penelitian ini teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah teknik *Non Probability Sampling*. Yang dimaksud dengan teknik *Non Probability Sampling* adalah teknik dimana peneliti tidak memberikan kesempatan sama bagi setiap anggota dalam populasi untuk dapat dipilih menjadi sampel.

⁹ *Opcit.*, Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*,.. h.81.

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Teknik pengumpulan data

a. Kuesioner

Angket adalah daftar pertanyaan atau pernyataan tertulis yang diberikan kepada responden untuk dijawab. Tujuan penyebaran angket adalah untuk mencari informasi yang lengkap mengenai variabel atau masalah yang diteliti. Kuisisioner merupakan lembaran pertanyaan terbuka, atau kuisisioner tertutup dan kombinasi keduanya.¹⁰

Dalam penelitian ini, peneliti menyebarkan angket atau kuesioner sejumlah 100 angket melalui *Google Form* kepada masyarakat yang berada di Desa Kibang. Dengan kriteria masyarakat yang telah memasuki usia menabung, menjadi nasabah di bank konvensional atau bank syariah dan masyarakat yang belum menabung di bank manapun.

b. Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari kata dokumen yang artinya barang-barang tertulis. Dalam melakukan metode dokumentasi peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, dokumen, peraturan undang-undang, majalah, surat kabar dan lainnya.¹¹

Jadi dokumentasi adalah suatu metode yang digunakan dalam mencari informasi berdasarkan sumber tertulis, dengan menggunakan literatur sebelumnya. Peneliti mengumpulkan data dari sumber tertulis

¹⁰ *Ibid*,... h. 142.

¹¹ Syahrudin dan Salim, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Citapustaka Media, 2014), h. 146.

yaitu jurnal, buku, penelitian terdahulu, *google Form* dan dari profil desa Kibang Kecamatan Metro Kibang Kabupaten Lampung Timur.

2. Skala Pengukuran

Skala Likert adalah suatu metode pengukuran yang digunakan untuk mengukur respon atau sikap seseorang terhadap suatu objek.¹² Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pengukuran *Skala Likert* dengan menggunakan program *SPSS* versi 20.

Rumus yang digunakan pada pengukuran *skala likert* menggunakan rumus presentase yang dikemukakan oleh Yusuf

(1997:349), yaitu:
$$P = \frac{f}{N} \times 100$$

Keterangan:

P = Presentase.

f = Frekuensi jawaban.

N = Jumlah keseluruhan Responden

Dalam analisis kuantitatif pada pengukuran *skala likert*, kategori perskoran untuk jawaban dari pernyataan adalah sebagai berikut:¹³

Tabel 3.1
Tabel Skala Likert

No	Pernyataan	Skor
1.	SS (Sangat Setuju)	5
2.	S (Setuju)	4
3.	N (Netral)	3
4.	TS (Tidak Setuju)	2
5.	STS (Sangat Tidak Setuju)	1

Sumber: Zulmiyetri at all (2019).¹⁴

¹² *Ibid*,... h.150.

¹³ *Ibid*.

¹⁴ *Ibid*.

E. Instrumen Penelitian

Menurut Suharsimi Arikunto (2000) instrumen penelitian adalah alat bantu yang digunakan dan dipilih oleh peneliti dalam kegiatan mengumpulkan data agar lebih mudah dan sistematis.¹⁵ Dalam penelitian ini peneliti menggunakan alat pengumpulan data menggunakan angket atau kuisisioner dengan *skala likert* sebagai kriteria penilaiannya. Kuisisioner ini terdiri dari beberapa bagian sebagai berikut:

1. Berisikan tentang identitas responden yaitu: nama, umur, jenis kelamin, pendidikan terakhir, pekerjaan, dan bank yang digunakan.
2. Berisikan pernyataan mengenai: pemasaran, lokasi, produk, pelayanan dan keengganan dalam menabung di bank syariah.

Pernyataan berdasarkan indikator dapat dilihat pada tabel 3.2 dibawah ini:

Tabel 3.2
Jumlah butir pernyataan dari masing-masing indikator

Variabel	Indikator	No. Butir soal	Jumlah	Skala ukur
Promosi bank syariah (X^1)	Informasi dari iklan online	1	2 soal	<i>Likert</i>
	Informasi dari poster	2		
Produk bank syariah (X^2)	Jenis dan variasi produk	3	2 soal	
	Kualitas produk bank syariah	4		
Pelayanan bank syariah (X^3)	Baik, sopan dan ramah dalam pelayanan	5	2 soal	
	Ketepatan dan kecepatan dalam melayani	6		
Lokasi bank syariah (X^4)	Letak strategis lokasi	7	2 soal	
	Kemudahan akses menuju bank syariah	8		
Minat menabung dibank syariah (Y)	Keengganan atas kepercayaan dan keamanan bank syariah	9	2 soal	
	Keengganan atas pengetahuan dan manfaat bank syariah	10		

Sumber: diolah dari sebaran angket melalui google form.

¹⁵ Mamik, *Metode Penelitian Kesehatan*, (Sidoarjo : Zifatama Publisher, 2014), h.41.

Berdasarkan indikator pada tabel 3.2 diatas, maka peneliti mengembangkan instrumen penelitian dalam bentuk pernyataan pada kuisisioner yang akan diberi skor jawaban dari responden. Dalam *skala likert* skor jawaban dari seponden akan diasumsikan benar dan dapat dipercaya. Jumlah item pada instrumen penelitian terdapat 10 pernyataan, dan pada setiap item telah ditunjukkan dengan jawaban dan diberi skor untuk keperluan analisis kuantitatif.

F. Teknik Analisis Data

1. Analisis Data

Analisa data adalah suatu proses dalam pengolahan data dengan tujuan untuk menemukan informasi yang berguna. Pada penelitian ini peneliti menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas, sebagai berikut:

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan *valid* atau tidaknya suatu instrumen penelitian. Suatu instrumen dikatakan *valid* apabila instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Hasil uji validitas tidak berlaku secara *Universal*, artinya instrumen memiliki nilai *valid* hanya pada saat tertentu dan tempat tertentu. Instrumen dinyatakan *valid* apabila $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ pada taraf signifikan 5% (0,05).¹⁶

Langkah-langkah untuk mengetahui validitas instrumen adalah dari penyebaran kuesioner variabel yang diberikan kepada 100

¹⁶ Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta : CV Budi Utama, 2020), h.63.

responden untuk diketahui hasilnya, dengan menggunakan pengujian dua sisi dalam menghitung besarnya t_{hitung} . Kuesioner tersebut berbentuk pilihan ganda dengan 5 alternatif jawaban yang memiliki skor 5, 4, 3, 2, 1.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah ketetapan alat tersebut dalam mengukur apa yang akan diukurnya. Artinya kapan pun alat ukur itu digunakan akan memberikan hasil sama. Pengujian reliabilitas dapat dilakukan secara internal maupun eksternal. Reliabilitas suatu variabel dikatakan reliabel jika memiliki nilai *cronbach alpha* $r_{hitung} > 0,60$.¹⁷

Jadi dapat diasumsikan bahwa uji reliabilitas adalah suatu proses pengukuran suatu konsistensi jawaban responden yang disusun dalam bentuk kuisisioner. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan korelasi *Alpha Croncach* dengan aplikasi *SPSS* versi 20.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah uji yang digunakan untuk menguji kesalahan model regresi dalam penelitian, ini meliputi sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas ialah pengujian tentang kenormalan distribusi data, biasa digunakan untuk data berskala ordinal, interval atau rasio. Jadi dapat disimpulkan bahwa uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang data penelitian berasal dari populasi yang sebenarnya

¹⁷ *Ibid*,... h. 75

normal. Pengujian dalam penelitian ini menggunakan *uji One sample Kolmogorov-Smirov* dengan taraf signifikan 0,05. Maksudnya yaitu sebuah data dinyatakan berdistribusi normal apabila signifikansi lebih besar dari 5% atau 0,05. Dalam pengambilan keputusan sebagai berikut:

18

- Jika nilai sig. > 0,05 maka data berdistribusi normal.
- Jika nilai sig. < 0,05 maka data berdistribusi tidak normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji asumsi multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar-variabel independen. Jika terjadi kolerasi, maka terdapat problem yang dinamakan Multikolinearitas (multiko). Pengujian ini dilakukan dengan mengukur besar korelasi antar-variabel. Jika dua variabel independen terbukti berkolerasi secara kuat, maka dapat dikatakan terdapat multikolinearitas.¹⁹

Untuk menunjukkan sikap variabel independen lainnya maka dapat dilihat dari *Variance Inflation Facto (VIF)* dan *nilai tolerance*. Terjadinya multikolinearitas apabila nilai tolerance > 0,10 atau sama dengan VIF < 10. Apabila nilai VIF tidak ada yang melebihi 10, maka

¹⁸ Nuryadi et all, *Dasar-Dasar Statistik Penelitian*, (Yogyakarta : Sibuku Media, 2017), h.79.

¹⁹ Dyah Nirmala Arum Janic, *Statistik Deskriptif & Regresi Linier Berganda*, (Semarang : University Perss, 2012), h. 19.

dinyatakan multikolinearitas yang terjadi tidak berbahaya (lolos uji multikolinearitas).²⁰

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji asumsi heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas. Jika *Variance* berbeda maka disebut Heteroskedastisitas.²¹

Untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar *scatterplot model* tersebut. Tidak terdapat heteroskedastisitas apabila:

- (1) Penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola.
- (2) Titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau sekitar angka 0;
- (3) Titik-titik data tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja.

3. Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda digunakan untuk menganalisa satu variabel terkait dan dua atau lebih variabel bebas.²² Dalam penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh variabel independen promosi (X_1), produk (X_2), pelayanan (X_3), dan lokasi (X_4) terhadap variabel dependen minat (Y).

²⁰ Nikolaus Duli, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta : CV Budi Utama, 2019), h.120.

²¹ *Ibid*,... h.122.

²² *Opcit*, Dyah Nirmala Arum Janic, *Statistik Deskriptif & Regresi Linier Berganda*, h.11.

Untuk mencari regresi linear berganda dalam penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut :²³

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + b_3.X_3 + b_4.X_4 + e$$

Keterangan :

Y = Variabel dependen.

a = Harga konstanta.

b_{1,2,3,4} = Koefisien regresi pertama, kedua, ketiga dan keempat.

X_{1,2,3,4} = Variabel independen pertama, kedua, ketiga dan keempat.

e = Error.

4. Uji Hipotesis

Dalam penelitian ini uji hipotesis yang digunakan adalah uji statistik T dan Koefisien Determinasi (R^2), yaitu sebagai berikut :

a. Uji T (Uji Parsial/Individu)

Uji t (uji parsial/individu) digunakan untuk mengetahui kebenaran pernyataan atau dugaan yang dihipotesiskan dengan tingkat signifikan 0,05.²⁴ Dalam menentukan t_{tabel} peneliti menggunakan pengujian dua sisi. Uji parsial (T) menunjukkan seberapa jauh variabel X memberikan pengaruh terhadap variabel Y.

(1) Uji parsial t (X_1 terhadap Y)

H_0 : tidak terdapat pengaruh antara promosi (X_1) terhadap minat masyarakat dalam menabung di bank syariah(Y).

H_a : terdapat pengaruh antara promosi (X_1) terhadap minat masyarakat dalam menabung di bank syariah(Y).

²³ *Ibid.*, h.13.

²⁴ *Opcit*, Nuryadi et all, *Dasar-Dasar Statistik Penelitian*,... h. 110

(2) Uji parsial t (X_2 terhadap Y)

H_0 : tidak terdapat pengaruh antara produk (X_2) terhadap minat masyarakat dalam menabung di bank syariah(Y).

H_a : terdapat pengaruh antara produk (X_2) terhadap minat masyarakat dalam menabung di bank syariah(Y).

(3) Uji parsial t (X_3 terhadap Y)

H_0 : tidak terdapat pengaruh antara pelayanan (X_3) terhadap minat masyarakat dalam menabung di bank syariah(Y).

H_a : terdapat pengaruh antara pelayanan (X_3) terhadap minat masyarakat dalam menabung di bank syariah(Y).

(4) Uji parsial t (X_4 terhadap Y)

H_0 : tidak terdapat pengaruh antara lokasi (X_4) terhadap minat masyarakat dalam menabung di bank syariah(Y).

H_a : terdapat pengaruh antara lokasi (X_4) terhadap minat masyarakat dalam menabung di bank syariah(Y).

Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, maksudnya tidak ada pengaruh antara variabel promosi (X_1), produk (X_2), pelayanan (X_3), dan lokasi (X_4) terhadap minat (Y). Tetapi jika sebaliknya $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, maksudnya terdapat pengaruh antara variabel promosi (X_1), produk (X_2), pelayanan (X_3), dan lokasi (X_4) terhadap minat (Y).

b. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi r^2 ialah digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen, nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Jika nilai r mendekati 0 maka pengaruh variabel terkait semakin lemah. Jika nilai r mendekati 1 maka pengaruh tersebut akan semakin kuat. Tetapi apabila r square bernilai minus maka dapat dinyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh X terhadap Y.²⁵

²⁵ *Ibid*,... h.137.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Lokasi Penelitian

1. Sejarah Singkat Desa Kibang Kecamatan Metro Kibang Kabupaten Lampung Timur.

Desa Kibang dibuka pada tahun 1949, dimulai dari Desa Pulau Payung yang sekarang disebut Desa Kibang Dusun Satu. Pada awalnya Desa Kibang dibawah pengawasan Desa Rejomulyo Kecamatan Metro Kabupaten Lampung Tengah yang merupakan cikal bakal Desa Kibang. Pada tahun 1969, Desa Kibang diresmikan menjadi desa definitif berdasarkan Surat Keputusan Gubernur Lampung Nomor: 6/B.I/D/1969 Tanggal 27 Maret 1969 dengan Bapak M. Harun sebagai Kepala Desanya.

Pada tahun 1971, Desa Kibang pertama kalinya mengadakan pemilihan Kepala Desa dan yang terpilih sebagai Kepala Desanya adalah Bapak M. Saumi. Kemudian pada tahun 1979, Desa Kibang kembali melakukan pemilihan Kepala Desa dan Bapak M. Saumi masih terpilih lagi menjadi Kepala Desa Kibang. Pada tahun 1987, Bapak M. Saumi kembali terpilih menjadi Kepala Desa Kibang. Sedangkan pada tahun 1998, Desa Kibang mengadakan pemilihan Kepala Desa dan yang terpilih adalah Bapak Nuraini dengan periode 1998-2007. Akhir tahun 2007 tepat pada bulan Desember Desa Kibang kembali mengadakan pemilihan Kepala Desa dan Bapak Nuraini masih terpilih menjadi Kepala Desa Kibang dengan periode 2007-2013.

Di penghujung masa jabatannya tepat pada bulan juli 2013, Bapak Nuraini mengundurkan diri dari jabatan sebagai Kepala Desa. Hal ini dikarenakan Bapak Nuraini mencalonkan diri sebagai Anggota Legislatif Kabupaten Lampung Timur, jabatan sebagai Kepala Desa Kibang diberikan pada Bapak Sarman sampai bulan Desember 2013. Tidak lama kemudian Desa Kibang kembali lagi mengadakan pemilihan Kepala Desa tepat pada tanggal 11 Desember 2013, dan yang terpilih sebagai Kepala Desa Kibang adalah Bapak Iswonso dengan periode masa jabatan 2014-2019.

Pada tanggal 20 November 2019 Desa Kibang kembali lagi mengadakan pemilihan Kepala Desa dan yang terpilih menjadi Kepala Desa adalah Bapak Winarno, S.AP dengan periode 2020-2025.

2. Visi dan Misi Desa Kibang Kecamatan Metro Kibang Kabupaten Lampung Timur.

a. Visi

Mewujudkan desa mandiri sebagai kawasan ekonomi kreatif terintegrasi kawasan wisata bahari, menuju desa sejahtera, religius, mandiri dan sejahtera.

b. Misi

1) Meningkatkan produktivitas ekonomi masyarakat melalui program peningkatan, pengetahuan dan produktivitas keterampilan masyarakat..

- 2) Mewujudkan sistem usaha mandiri melalui program pengembangan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes).
 - 3) Menanamkan nilai-nilai religius dan kearifan lokal melalui program pengembangan nilai-nilai spiritual dan adat istiadat.
3. Sarana dan Prasarana Desa Kibang Kecamatan Metro Kibang Kabupaten Lampung Timur

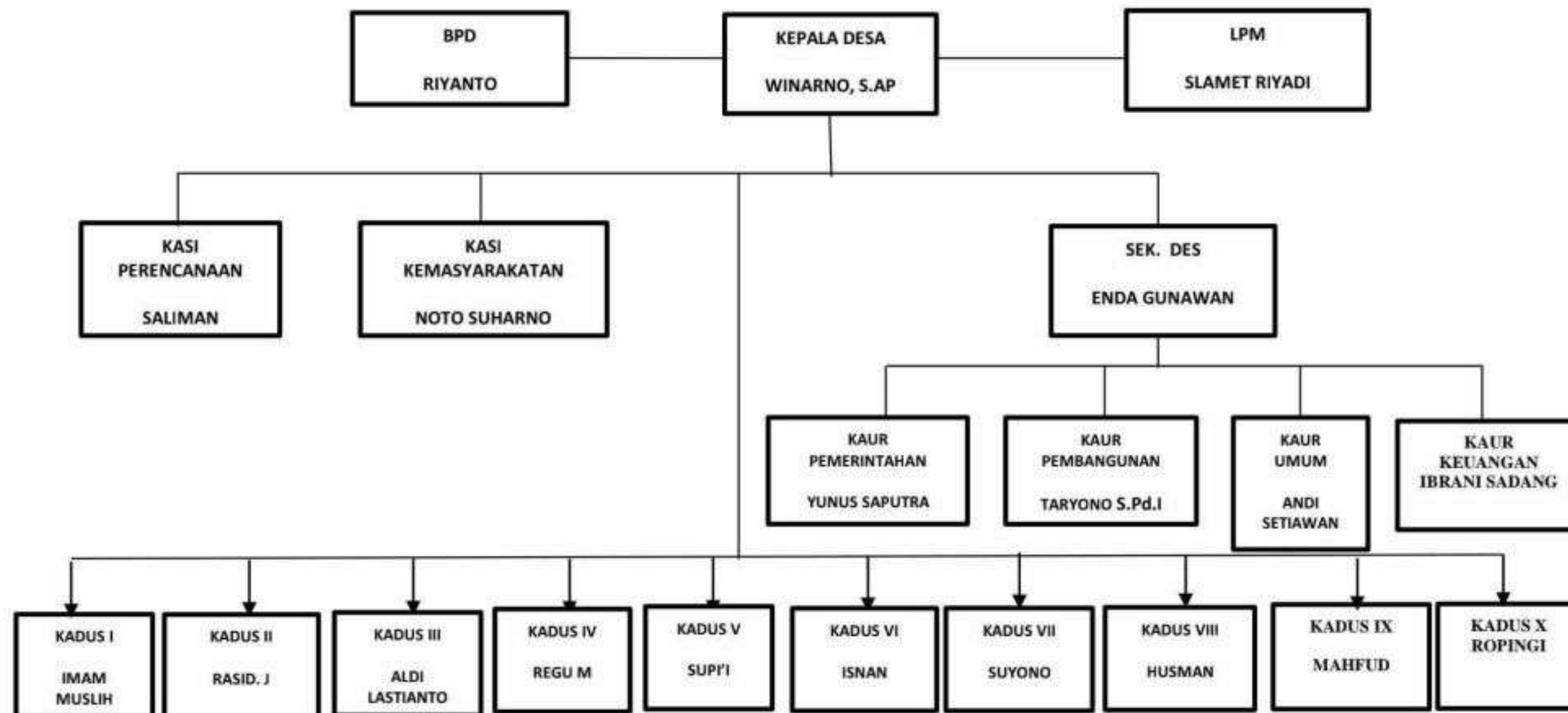
Desa Kibang memiliki sarana dan prasarana dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 4.1
Sarana dan Prasarana

No	Sarana dan Prasarana	Jumlah	Keterangan
1.	Balai Desa	1	Ada/Baik
2.	Kantor Desa	1	Ada/Baik
3.	Kantor BPD	1	Ada/Baik
4.	Kantor LPMD	1	Ada/Baik
5.	WC Kantor	1	Ada/Baik
6.	Meja Tulis	7	Ada/Baik
7.	Kursi Stainless	12	Ada/Baik
8.	Laptop	1	Ada/Baik
9.	Mesin Printer	1	Ada/Baik
10.	LCD Proyektor	1	Ada/Baik
11.	Kipas Angin	1	Ada/Baik
12.	Sound Sistem	2	Ada/Baik
13.	Parkiran	1	Ada/Baik
14.	Meja Rapat	1	Ada/Baik
15.	Lemari	4	Ada/Baik
16.	Gambar Garuda	2	Ada/Baik
17.	Peta Desa	1	Ada/Baik
18.	Peta Kabupaten	1	Ada/Baik
19.	Peta Provinsi	1	Ada/Baik
20.	Motor Dinas	2	Ada/Baik
21.	Kursi Putar	2	Ada/Baik
22.	Mesin Tik	1	Ada/Baik

Sumber: diolah dari Profil Desa Kibang

4. Struktur Organisasi Desa Kibang Kecamatan Metro Kibang Kabupaten Lampung Timur



Gambar 4.1
Struktur Organisasi Desa Kibang

B. Deskripsi Data Hasil Penelitian

1. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.2
Jenis Kelamin Responden

JENIS KELAMIN					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	54	54.0	54.0	54.0
	Perempuan	46	46.0	46.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.2 diatas dapat diketahui tentang jenis kelamin masyarakat desa Kibang Kecamatan Metro Kibang Kabupaten Lampung Timur yang diambil sebagai responden. Jenis kelamin yang paling banyak adalah laki-laki yaitu sebanyak 54 orang atau sebesar 54,0% dan perempuan berjumlah 46 orang atau sebesar 46,0%. Dari keterangan data pada tabel 4.2 diatas menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah laki-laki.

2. Identitas Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.3
Usia Responden

USIA					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-25	26	26.0	26.0	26.0
	25-35	22	22.0	22.0	48.0
	35-45	33	33.0	33.0	81.0
	>45 Tahun	19	19.0	19.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer Diolah, 2021

Berdasarkan data dari tabel 4.3 diatas dapat diketahui bahwa responden yang berusia antara 17-25 tahun berjumlah 26 orang atau sebesar 26,0%, responden yang berusia antara 25-35 tahun berjumlah 22 orang atau 22,0%, responden yang berusia antara 35-45 tahun berjumlah 33 orang atau 33,0% dan responden yang berusia >45 tahun berjumlah 19 orang atau 19,0%. Dari keterangan data pada tabel 4.3 diatas menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang diambil adalah antara usia 35-45 tahun.

3. Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tabel 4.4
Pendidikan Terakhir Responden

PENDIDIKAN TERAKHIR					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SD/MI Sederajat	23	23.0	23.0	23.0
	SMP/MTS Sederajat	31	31.0	31.0	54.0
	SMA/SLTA Sederajat	35	35.0	35.0	89.0
	S1/Diploma Sederajat	11	11.0	11.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan data pada tabel 4.4 diatas dapat diketahui bahwa pendidikan terakhir masyarakat yang diambil menjadi responden mayoritas berpendidikan SD/MI sederajat yang berjumlah 23 orang atau sebesar 23,0%, SMP/MTS sederajat berjumlah 31 orang atau sebesar 31,0%, SMA/SLTA sederajat berjumlah 35 orang atau sebesar 35,0%, dan S1/Diploma Sederajat dengan jumlah 11 atau sebesar 11,0%. Jadi dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden yang diambil adalah berpendidikan terakhir SMA/SLTA sederajat.

4. Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.5
Pekerjaan Responden

PEKERJAAN					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Petani/Peternak	64	64.0	64.0	64.0
	Pegawai Swasta/Wiraswasta	16	16.0	16.0	80.0
	PNS/POLRI/TNI/DOKTER	5	5.0	5.0	85.0
	Mahasiswa/Mahasiswi	5	5.0	5.0	90.0
	Lainnya	10	10.0	10.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan data dari tabel 4.5 diatas dapat diketahui bahwa pekerjaan masyarakat yang diambil menjadi responden mayoritas memiliki pekerjaan sebagai petani/peternak berjumlah 64 orang atau sebesar 64,0%, pekerjaan pegawai swasta/wiraswasta berjumlah 16 orang atau sebesar 16,0%, pekerjaan PNS/POLRI/TNI DOKTER berjumlah 5 orang atau sebesar 5,0%, mahasiswa/mahasiswi berjumlah 5 orang atau sebesar 5,0% dan lainnya berjumlah 10 orang atau sebesar 10,0%. Jadi dapat disimpulkan bahwa responden dengan pekerjaan petani/peternak sangat mendominasi dibandingkan dengan pegawai swasta/wiraswasta, PNS/POLRI/TNI/DOKTER, Mahasiswa/Mahasiswi dan lainnya.

5. Identitas Responden Berdasarkan Bank yang Digunakan

Tabel 4.6
Bank yang Digunakan Responden

Bank yang digunakan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bank Konvensional	54	54.0	54.0	54.0
	Bank Syariah	6	6.0	6.0	60.0
	Tidak Menggunakan Bank Apapun	40	40.0	40.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan data dari tabel 4.6 diatas dapat diketahui bahwa bank yang digunakan oleh masyarakat yang diambil menjadi responden sebagian besar menggunakan bank konvensional dengan jumlah 54 orang atau sebesar 54,0%, yang menggunakan bank syariah berjumlah 6 orang atau sebesar 6,0% dan yang tidak menggunakan bank apapun berjumlah 40 orang atau sebesar 40,0%. Jadi dapat disimpulkan bahwa responden lebih banyak menggunakan bank konvensional dibandingkan dengan bank syariah dan tidak menggunakan bank apapun.

6. Hasil Distribusi Jawaban Responden

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam menabung di bank syariah dapat dilihat dari masing-masing variabel dibawah ini. Menggunakan pengukuran *skala likert* dengan kategori perskoran untuk jawaban dari pernyataan yang mana (SS) sangat setuju, (S) setuju, (N) netral, (TS) tidak setuju dan (STS) sangat tidak setuju. Berikut hasil jawaban responden yang berjumlah 100 orang berdasarkan kuesioner melalui *google form* sebagai berikut:

a. Variabel X_1 Promosi

Tabel 4.7
Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Promosi

		X_1 Pernyataan 1			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS (1)	2	2,0	2,0	2,0
	TS (2)	3	3,0	3,0	5,0
	N (3)	15	15,0	15,0	20,0
	S (4)	20	20,0	20,0	40,0
	SS (5)	60	60,0	60,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data Primer diolah, 2021

Pada tabel 4.7 distribusi jawaban responden berdasarkan variabel promosi pernyataan 1 diatas menunjukkan bahwa hasil jawaban terbanyak pada pernyataan 1 yaitu pada skor SS sejumlah 60 responden atau sebanyak 60%. Jadi dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju dengan pernyataan 1 variabel produk pada minat masyarakat desa Kibang Kecamatan Metro Kibang Kabupaten Lampung Timur dalam menabung dibank syariah.

Tabel 4.8
Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Promosi

		X_1 Pernyataan 2			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS (1)	2	2,0	2,0	2,0
	TS (2)	2	2,0	2,0	4,0
	N (3)	21	21,0	21,0	25,0
	S (4)	24	24,0	24,0	49,0
	SS (5)	51	51,0	51,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data Primer diolah, 2021

Pada tabel 4.7 distribusi jawaban responden berdasarkan variabel promosi pernyataan 2 diatas menunjukkan bahwa hasil jawaban terbanyak pada pernyataan 1 yaitu pada skor SS sejumlah 51 responden atau sebanyak 51%. Jadi dapat disimpulkan bahwa sebagian

besar responden sangat setuju dengan pernyataan 2 variabel promosi pada minat masyarakat desa Kibang Kecamatan Metro Kibang Kabupaten Lampung Timur dalam menabung dibank syariah.

b. Variabel X₂ Produk

Tabel 4.9
Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Produk

		X ₂ Pernyataan 1			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS (1)	1	1,0	1,0	1,0
	TS (2)	1	1,0	1,0	2,0
	N (3)	23	23,0	23,0	25,0
	S (4)	26	26,0	26,0	51,0
	SS (5)	49	49,0	49,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data Primer diolah, 2021

Pada tabel 4.9 distribusi jawaban responden berdasarkan variabel produk pernyataan 1 diatas menunjukkan bahwa hasil jawaban terbanyak pada pernyataan 1 yaitu pada skor SS sejumlah 49 responden atau sebanyak 49%. Jadi dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju dengan pernyataan 1 variabel produk pada minat masyarakat desa Kibang Kecamatan Metro Kibang Kabupaten Lampung Timur dalam menabung dibank syariah.

Tabel 4.10
Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Produk

		X ₂ Pernyataan 2			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS (1)	2	2,0	2,0	2,0
	TS (2)	8	8,0	8,0	10,0
	N (3)	28	28,0	28,0	38,0
	S (4)	40	40,0	40,0	78,0
	SS (5)	22	22,0	22,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data Primer diolah, 2021

Pada tabel 4.10 distribusi jawaban responden berdasarkan variabel produk pernyataan 2 diatas menunjukkan bahwa hasil jawaban terbanyak pada pernyataan 2 yaitu pada skor S sejumlah 40 responden atau sebanyak 40%. Jadi dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden setuju dengan pernyataan 2 variabel produk pada minat masyarakat desa Kibang Kecamatan Metro Kibang Kabupaten Lampung Timur dalam menabung dibank syariah.

c. Variabel X_3 Pelayanan

Tabel 4.11
Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Pelayanan

		X_3 Pernyataan 1			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS (1)	0	0	0	0
	TS (2)	0	0	0	0
	N (3)	2	2,0	2,0	2,0
	S (4)	49	49,0	49,0	51,0
	SS (5)	49	49,0	49,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data Primer diolah, 2021

Pada tabel 4.11 distribusi jawaban responden berdasarkan variabel pelayanan pernyataan 1 diatas menunjukkan bahwa hasil jawaban terbanyak pada pernyataan 1 yaitu pada skor SS dan S sejumlah 49 responden atau sebanyak 49%. Jadi dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju dan setuju dengan pernyataan 1 variabel pelayanan pada minat masyarakat desa Kibang Kecamatan Metro Kibang Kabupaten Lampung Timur dalam menabung dibank syariah.

Tabel 4.12
Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Pelayanan

		X ₃ Pernyataan 2			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS (1)	0	0	0	0
	TS (2)	0	0	0	0
	N (3)	7	7,0	7,0	7,0
	S (4)	45	45,0	45,0	52,0
	SS (5)	48	48,0	48,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data Primer diolah, 2021

Pada tabel 4.12 distribusi jawaban responden berdasarkan variabel pelayanan pernyataan 2 diatas menunjukkan bahwa hasil jawaban terbanyak pada pernyataan 2 yaitu pada skor SS sejumlah 48 responden atau sebanyak 48%. Jadi dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju dengan pernyataan 2 variabel pelayanan pada minat masyarakat desa Kibang Kecamatan Metro Kibang Kabupaten Lampung Timur dalam menabung dibank syariah.

d. Variabel X₄ Lokasi

Tabel 4.13
Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Lokasi

		X ₄ Pernyataan 1			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS (1)	1	1,0	1,0	1,0
	TS (2)	2	2,0	2,0	3,0
	N (3)	10	10,0	10,0	13,0
	S (4)	60	60,0	60,0	73,0
	SS (5)	27	27,0	27,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data Primer diolah, 2021

Pada tabel 4.13 distribusi jawaban responden berdasarkan variabel lokasi pernyataan 1 diatas menunjukkan bahwa hasil jawaban terbanyak pada pernyataan 1 yaitu pada skor S sejumlah 60 responden atau sebanyak 60%. Jadi dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden setuju dengan pernyataan 1 variabel lokasi pada minat masyarakat desa Kibang Kecamatan Metro Kibang Kabupaten Lampung Timur dalam menabung dibank syariah.

Tabel 4.14
Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Lokasi

X ₄ Pernyataan 2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS (1)	3	3,0	3,0	3,0
	TS (2)	2	2,0	2,0	5,0
	N (3)	11	11,0	11,0	16,0
	S (4)	54	54,0	54,0	70,0
	SS (5)	30	30,0	30,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data Primer diolah, 2021

Pada tabel 4.14 distribusi jawaban responden berdasarkan variabel lokasi pernyataan 2 diatas menunjukkan bahwa hasil jawaban terbanyak pada pernyataan 2 yaitu pada skor S sejumlah 54 responden atau sebanyak 54%. Jadi dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden setuju dengan pernyataan 2 variabel lokasi pada minat masyarakat desa Kibang Kecamatan Metro Kibang Kabupaten Lampung Timur dalam menabung dibank syariah.

e. Variabel Y Minat

Tabel 4.15
Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Minat

		Y Pernyataan 1			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS (1)	3	3,0	3,0	3,0
	TS (2)	9	9,0	9,0	12,0
	N (3)	35	35,0	35,0	47,0
	S (4)	40	40,0	40,0	87,0
	SS (5)	13	13,0	13,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data Primer diolah, 2021

Pada tabel 4.15 distribusi jawaban responden berdasarkan variabel minat pernyataan 1 diatas menunjukkan bahwa hasil jawaban terbanyak pada pernyataan 1 yaitu pada skor S sejumlah 40 responden atau sebanyak 40%. Jadi dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden setuju dengan pernyataan 1 variabel minat pada masyarakat desa Kibang Kecamatan Metro Kibang Kabupaten Lampung Timur dalam menabung dibank syariah.

Tabel 4.16
Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Minat

		Y Pernyataan 2			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS (1)	1	1,0	1,0	1,0
	TS (2)	8	8,0	8,0	9,0
	N (3)	31	31,0	31,0	40,0
	S (4)	44	44,0	44,0	84,0
	SS (5)	16	16,0	16,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data Primer diolah, 2021

Pada tabel 4.16 distribusi jawaban responden berdasarkan variabel minat pernyataan 2 diatas menunjukkan bahwa hasil jawaban terbanyak pada pernyataan 2 yaitu pada skor S sejumlah 44 responden

atau sebanyak 44%. Jadi dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden setuju dengan pernyataan 2 variabel minat pada masyarakat desa Kibang Kecamatan Metro Kibang Kabupaten Lampung Timur dalam menabung dibank syariah.

C. TEKNIK ANALISIS DATA

1. Analisis Data

a. Uji Validitas

Untuk menentukan suatu item valid atau tidak, maka yang harus dilakukan yaitu dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} . Dimana taraf signifikan yang digunakan adalah 5% atau 0,05 dengan jumlah responden atau $n=100$, sehingga r_{tabel} dalam penelitian ini dapat ditentukan dengan menghitung $df = (100 - 2 = 98)$. Dari pengujian dua sisi tersebut maka nilai r_{tabel} dari angka 98 adalah 0,1966. Adapun output SPSS perhitungan uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut:

1) Uji Validitas Variabel X_1 (Promosi)

Tabel 4.17
Hasil Uji Validitas Variabel X_1 (Promosi)

Correlations				
		X1.1	X1.2	TOTAL
Pernyataan 1 (X1.1)	Pearson Correlation	1	,685**	,918**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	100	100	100
Pernyataan 2 (X1.2)	Pearson Correlation	,685**	1	,918**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	,918**	,918**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	100	100	100

Sumber : Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.17 diatas menunjukkan bahwa pada pernyataan 1 dan pernyataan 2 r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} yaitu dengan nilai yang sama sebesar $0,918 > 0,1966$. Jadi dapat disimpulkan bahwa pada tabel 4.17 hasil uji validitas variabel promosi (X_1) pada pernyataan 1 dan 2 dinyatakan *Valid* hal ini karena r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} atau $> 0,1966$.

2) Uji Validitas Variabel X_2 (Produk)

Tabel 4.18
Hasil Uji Validitas Variabel X_2 (Produk)

Correlations				
		X2.1	X2.2	TOTAL
Pernyataan 1 (X2.1)	Pearson Correlation	1	,451**	,841**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	100	100	100
Pernyataan 2 (X2.2)	Pearson Correlation	,451**	1	,862**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	,841**	,862**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	100	100	100

Sumber : Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.18 diatas menunjukkan bahwa pada pernyataan 1 r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dengan nilai sebesar $0,841 > 0,1966$ sedangkan pada pernyataan 2 r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dengan nilai sebesar $0,862 > 0,1966$. Dapat disimpulkan bahwa pada tabel 4.18 hasil uji validitas variabel produk (X_2) pada pernyataan 1 dan pernyataan 2 dapat dinyatakan *Valid* hal ini karena r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} atau $> 0,1966$.

3) Uji Validitas Variabel X_3 (Pelayanan)

Tabel 4.19
Hasil Uji Validitas Variabel X_3 (Pelayanan)

Correlations				
		X3.1	X3.2	TOTAL
Pernyataan 1 (X3.1)	Pearson Correlation	1	-,249 [*]	,540 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		,013	,000
	N	100	100	100
Pernyataan 2 (X3.2)	Pearson Correlation	,249 [*]	1	,681 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,013		,000
	N	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	,540 ^{**}	,681 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	100	100	100

Sumber : Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.19 diatas menunjukkan bahwa pada pernyataan 1 r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dengan nilai sebesar $0,540 > 0,1966$ sedangkan pada pernyataan 2 r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dengan nilai sebesar $0,681 > 0,1966$. Jadi dapat disimpulkan bahwa pada tabel 4.19 hasil uji validitas variabel pelayanan (X_3) pada pernyataan 1 dan pernyataan 2 dapat dinyatakan *Valid* hal ini karena r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} atau $> 0,1966$.

4) Uji Validitas Variabel X_4 (Lokasi)

Tabel 4.20
Hasil Uji Validitas Variabel X_4 (Lokasi)

Correlations				
		X4.1	X4.2	TOTAL
Pernyataan 1 (X4.1)	Pearson Correlation	1	,449**	,821**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	100	100	100
Pernyataan 2 (X4.2)	Pearson Correlation	,449**	1	,878**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	,821**	,878**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	100	100	100

Sumber : Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.20 diatas menunjukkan bahwa pada pernyataan 1 r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dengan nilai sebesar $0,821 > 0,1966$ sedangkan pada pernyataan 2 r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dengan nilai sebesar $0,878 > 0,1966$. Jadi dapat disimpulkan bahwa pada tabel 4.20 hasil uji validitas variabel Lokasi (X_4) pada pernyataan 1 dan pernyataan 2 dapat dinyatakan *Valid* hal ini karena r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} atau $> 0,1966$.

5) Uji Validitas Variabel Y (Minat)

Tabel 4.21
Hasil Uji Validitas Variabel (Y) Minat

Correlations				
		Y1.1	Y1.2	TOTAL
Pernyataan 1 (Y1.1)	Pearson Correlation	1	,642**	,912**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	100	100	100
Pernyataan 2 (Y1.2)	Pearson Correlation	,642**	1	,900**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	,912**	,900**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	100	100	100

Sumber : Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.21 diatas menunjukkan bahwa pada pernyataan 1 r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dengan nilai sebesar $0,912 > 0,1966$ sedangkan pada pernyataan 2 r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dengan nilai sebesar $0,900 > 0,1966$. Jadi dapat disimpulkan bahwa pada tabel 4.21 hasil uji validitas variabel minat (Y) pada pernyataan 1 dan pernyataan 2 dapat dinyatakan *Valid* hal ini karena r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} atau $> 0,1966$.

b. Uji Reliabilitas

Pada penelitian ini peneliti menggunakan statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu variabel dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach Alpha* $r_{hitung} > r_{tabel}$. Adapun hasil output perhitungan SPSS dapat dilihat pada tabel berikut:

1) Hasil Uji Reliabilitas Variabel X_1 (Promosi)

Tabel 4.22

Hasil Uji Reliabilitas Variabel X_1 (Promosi)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,813	2

Sumber: Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.22 diatas menunjukkan bahwa pada 2 pernyataan memiliki nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60 dengan nilai sebesar $0,813 > 0,60$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada tabel 4.22 hasil instrumen penelitian uji reliabilitas variabel X_1 (promosi) dinyatakan reliabel. Hal ini karena nilai *Cronbach Alpha* pada variabel promosi sebesar 0,813 atau $> 0,60$.

2) Hasil Uji Reliabilitas Variabel X₂ (Produk)

Tabel 4.23
Hasil Uji Reliabilitas Variabel X₂ (Produk)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.621	2

Sumber: Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.23 diatas menunjukkan bahwa pada 2 pernyataan memiliki nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60 dengan nilai sebesar $0,621 > 0,60$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada tabel 4.23 hasil instrumen penelitian uji reliabilitas variabel X₂ (produk) dinyatakan reliabel. Hal ini karena nilai *Cronbach Alpha* pada variabel produk sebesar 0,621 atau $> 0,60$.

3) Hasil Uji Reliabilitas Variabel X₃ (Pelayanan)

Tabel 4.24
Hasil Uji Reliabilitas Variabel X₃ (Pelayanan)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha ^a	N of Items
.654	2

Sumber: Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.24 diatas menunjukkan bahwa pada 2 pernyataan memiliki nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60 dengan nilai sebesar $0,654 > 0,60$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada tabel 4.24 hasil instrumen penelitian uji reliabilitas variabel X₃ (pelayanan) dinyatakan reliabel. Hal ini karena nilai *Cronbach Alpha* pada variabel pelayanan sebesar 0,654 atau $> 0,60$.

4) Hasil Uji Reliabilitas Variabel X₄ (Lokasi)

Tabel 4.25
Hasil Uji Reliabilitas Variabel X₃ (Pelayanan)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.613	2

Sumber: Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.25 diatas menunjukkan bahwa pada 2 pernyataan memiliki nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60 dengan nilai sebesar $0,613 > 0,60$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada tabel 4.25 hasil instrumen penelitian uji reliabilitas variabel X₄ (lokasi) dinyatakan reliabel. Hal ini karena nilai *Cronbach Alpha* pada variabel pelayanan sebesar 0,613 atau $> 0,60$.

5) Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y (Minat)

Tabel 4.26
Hasil Uji Reliabilitas Variabel X₃ (Pelayanan)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.781	2

Sumber: Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.26 diatas menunjukkan bahwa pada 2 pernyataan memiliki nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60 dengan nilai sebesar $0,781 > 0,60$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada tabel 4.26 hasil instrumen penelitian uji reliabilitas variabel Y (minat) dinyatakan reliabel. Hal ini karena nilai *Cronbach Alpha* pada variabel pelayanan sebesar 0,781 atau $> 0,60$.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Pada penelitian ini peneliti menggunakan uji normalitas *Kolmogrov-Smirnov* satu arah. Yang bertujuan untuk menentukan apakah data yang diuji berdistribusi normal atau tidak adalah dengan menentukan nilai signifikannya. Jika signifikansi $> 0,05$ maka data tersebut berdistribusi normal tetapi jika signifikansi $< 0,05$ maka data tersebut dinyatakan tidak berdistribusi normal. Berikut adalah tabel hasil uji *Kolmogrov-Smirnov*:

Tabel 4.27
Hasil Uji *Kolmogrov-Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1,55580119
Most Extreme Differences	Absolute	,089
	Positive	,047
	Negative	-,089
Kolmogorov-Smirnov Z		,888
Asymp. Sig. (2-tailed)		,410

Sumber: Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan dari hasil uji *Kolmogrov-Smirnov* yang terdapat pada tabel 4.27 diatas yang merupakan bagian dari uji asumsi klasik dapat diketahui bahwa nilai signifikansi adalah $0,410 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada tabel 4.22 hasil uji *Kolmogrov-Smirnov* data dinyatakan berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas terjadi apabila nilai *tolerance* > 0,10 atau sama dengan $VIF < 10$. Jika nilai VIF (Variance Inflation Factor) tidak ada yang melebihi 10, maka dapat dikatakan bahwa multikolinearitas yang terjadi tidak berbahaya (lolos uji multikolinearitas). Berikut adalah tabel hasil uji multikolinearitas:

Tabel 4.28
Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5,286	2,322		2,277	,025		
	Promosi	-,030	,121	-,032	-,244	,808	,544	1,837
	Produk	,267	,134	,258	1,997	,049	,563	1,776
	Pelayanan	-,222	,231	-,096	-,961	,339	,933	1,072
	Lokasi	,244	,117	,203	2,082	,040	,990	1,010

Sumber: Data Primer diolah, 2021

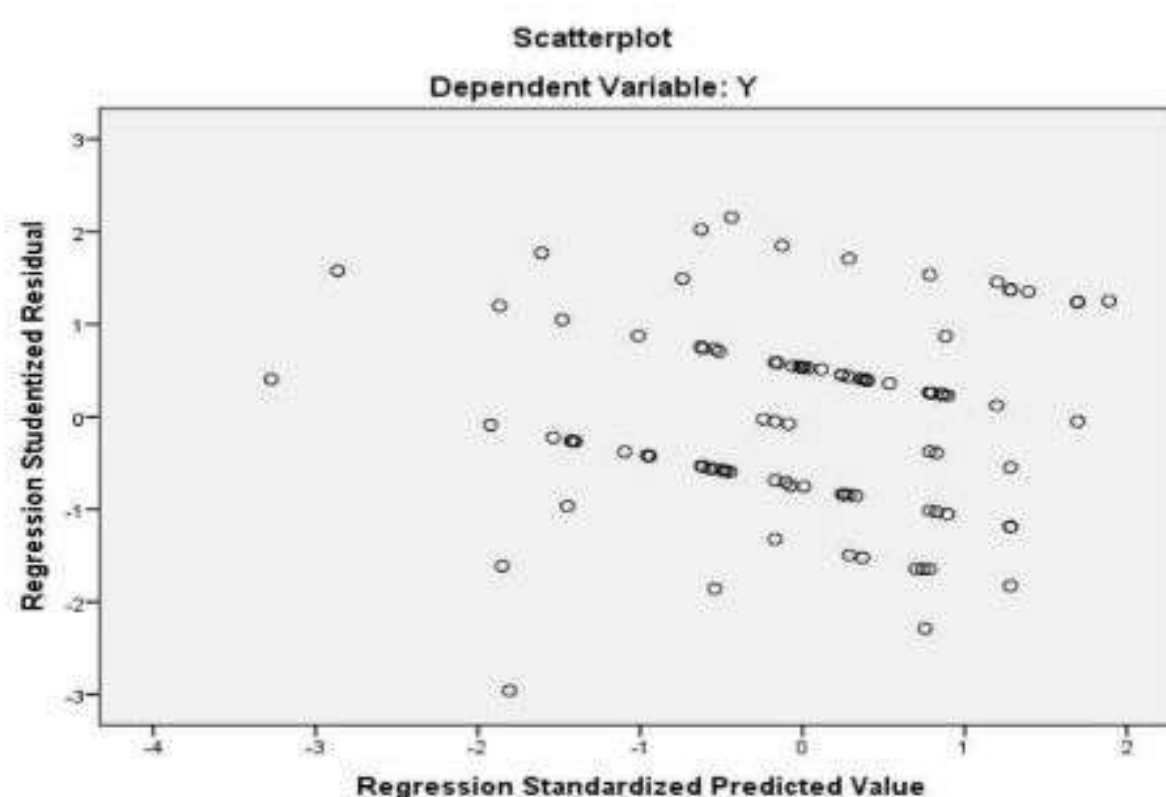
Dari keterangan tabel 4.28 diatas dapat diketahui bahwa keempat variabel mempunyai nilai *tolerance* > 0,10 dan $VIF < 10$. Hal ini dapat disimpulkan bahwa pada variabel promosi, produk, pelayanan dan lokasi tidak terjadi multikolinearitas atau tidak ada gejala multikoliniearitas yang serius antar variabel bebas (independen). Sehingga dalam model regresi ini tidak terjadi multikolerasi.

c. Uji Heteroskedasitas

Pengujian heteroskedasitas dapat dilakukan dengan melihat *Scatterplot* antara nilai dependent variabel ZPRED dengan nilai residual SRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedasitas dapat

dilakukan dengan melihat kriteria apabila dalam *scatterplot* terlihat adanya titik-titik yang membentuk suatu pola tertentu (menyatu).

Maka hal ini mengidentifikasi telah terjadi heteroskedasitas, sedangkan apabila dalam *scatterplot* tidak terlihat adanya titik-titik yang membentuk suatu pola tertentu (menyebar). Maka hal ini mengidentifikasi bahwa tidak terjadi heteroskedaitas atau dengan kata lain variasi bersifat *homogeny*. Berikut adalah gambar hasil uji heteroskedasitas:



Sumber: Data Primer diolah, 2021

Gambar 4.2
Hasil Uji Heteroskedasitas

Dari gambar 4.2 diatas dapat dilihat bahwa *scatterplot* tidak membentuk suatu pola tertentu dan titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Maka hal ini mengidentifikasi bahwa tidak terjadi heteroskedasitas atau dengan kata lain bersifat *homogeny*.

3. Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel independen yaitu promosi, produk, pelayanan dan lokasi terhadap variabel dependen yaitu minat masyarakat dalam menabung dibank syariah. Setelah data penelitian berupa jawaban responden atas kuesioner melalui *google form* yang dibagikan terkumpulkan, selanjutnya dilakukan analisis regresi berganda sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y : Minat masyarakat menabung dibank syariah

a : Bilangan kostanta

b_1 b_2 b_3 b_4 : Koefisien variabel

X_1 X_2 X_3 X_4 : Promosi, Produk, Pelayanan dan Lokasi

e : error

Tabel 4.28
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a			
Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	5,286	2,322
	Promosi	,030	,121
	Produk	,267	,134
	Pelayanan	,222	,231
	Lokasi	,244	,117

Sumber: Data Primer diolah, 2021

Dari tabel 4.28 diatas dapat diketahui bahwa hasil persamaan uji regresi linier berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e \text{ dimana } Y = 5,286 + 0,030 + 0,267 + 0,222 + 0,244 + e$$

Dapat diketahui bahwa minat masyarakat menabung dibank syariah (Y) = 5,286 + promosi (X1) = 0,030 + produk (X2) = 0,267 + pelayanan (X3) = 0,222 + lokasi (X4) = 0,244 + e. Maka dari pernyataan hasil uji regresi linier berganda tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Kostanta sebesar 5,286 mengandung arti bahwa nilai konsisten variabel minat masyarakat menabung dibank syariah adalah sebesar 5,286.
- b. Koefisien regresi variabel promosi (X1) sebesar 0,030 artinya setiap peningkatan promosi sebesar 1% maka minat dalam menabung dibank syariah mengalami kenaikan sebesar 0,030.
- c. Koefisien regresi variabel produk (X2) sebesar 0,267 artinya setiap peningkatan produk sebesar 1% maka minat dalam menabung dibank syariah mengalami kenaikan sebesar 0,267.
- d. Koefisien regresi variabel pelayanan (X3) sebesar 0,222 artinya setiap peningkatan pelayanan sebesar 1% maka minat dalam menabung dibank syariah mengalami kenaikan sebesar 0,222.
- e. Koefisien regresi variabel lokasi (X4) sebesar 0,244 artinya setiap peningkatan lokasi sebesar 1% maka minat dalam menabung dibank syariah mengalami kenaikan sebesar 0,244.

4. Uji Hipotesis

a. Uji T (Parsial/Individu)

Uji t (parsial/individu) digunakan untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel independen yaitu promosi, produk, pelayanan dan lokasi secara sendiri-sendiri terhadap variabel dependen yaitu minat masyarakat menabung dibank syariah. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan tingkat signifikansi kesalahan (*alpha*) 5% atau 0,05. Berikut ini adalah tabel hasil uji t (parsial/individu):

Tabel 4.29
Hasil Uji T (Parsial/Individu)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,286	2,322		2,277	,025
	Promosi	,030	,121	,032	,244	,808
	Produk	,267	,134	,258	1,997	,049
	Pelayanan	,222	,231	,096	,961	,339
	Lokasi	,244	,117	,203	2,082	,040

Sumber: Data Primer diolah, 2021

Sebelum menyimpulkan hipotesis yang diterima atau ditolak terlebih dahulu dengan menentukan t tabel dengan tingkat signifikansi 5% : 2 = 2,5% (uji 2 sisi) dan derajat kebebasan (df) $n-k-1$ atau $100-5-1 = 94$. Dengan pengujian dua sisi tersebut maka dapat diperoleh hasil dari t tabel sebesar 1,98552. Kriterianya adalah sebagai berikut:

- 1) Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya tidak ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

- 2) Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Hasil perhitungannya sebagai berikut:

- 1) H_1 = Tidak ada pengaruh promosi terhadap minat masyarakat dalam menabung dibank syariah. Hasil perhitungan $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $0,244 < 1,98552$. Artinya dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak atau promosi tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam menabung dibank syariah dengan nilai signifikansi $0,808 > 0,05$.
- 2) H_2 = Ada pengaruh produk terhadap minat masyarakat dalam menabung dibank syariah. Hasil perhitungan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $1,997 > 1,98552$. Artinya dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima atau produk berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam menabung dibank syariah dengan nilai signifikansi $0,045 < 0,05$.
- 3) H_3 = Tidak ada pengaruh pelayanan terhadap minat masyarakat dalam menabung dibank syariah. Hasil perhitungan $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $0,961 < 1,98552$. Artinya dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak atau pelayanan tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam menabung dibank syariah dengan nilai signifikansi $0,339 > 0,05$.
- 4) H_4 = Ada pengaruh lokasi terhadap minat masyarakat dalam menabung dibank syariah. Hasil perhitungan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu

2,082 > 1,98552. Artinya dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima atau lokasi berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam menabung di bank syariah dengan nilai signifikansi $0,040 < 0,05$.

b. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi sangat mudah dihitung karena merupakan koefisien korelasi yang dikuadratkan atau bisa disebut *R square*. *R square* ini juga dapat digunakan untuk melihat apakah persamaan regresi dari peneliti yang dilakukan mampu memprediksi variabel terikatnya (Y). Berikut adalah tabel hasil uji koefisien determinasi (R^2):

Tabel 4.30
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,326 ^a	,106	,069	1,588

Sumber: Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan hasil uji determinasi (R^2) pada tabel 4.26 diatas menunjukkan bahwa koefisien determinasi (R^2) adalah 0,106. Hal ini berarti bahwa 10,6% pengaruh variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen). Sedangkan sisanya ($100\% - 10,6\% = 89,4\%$) disebabkan oleh hal-hal lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

D. Pembahasan

1. Pengaruh Promosi Terhadap Minat Masyarakat dalam Menabung di Bank Syariah.

Promosi merupakan suatu kegiatan yang sudah sangat umum dilakukan oleh para marketer untuk bisa memberikan informasi terkait suatu produk dan juga mendorong calon konsumen agar mau melakukan pembelian barang ataupun jasa yang ditawarkan perusahaan. Berdasarkan dari hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi terhadap minat masyarakat dalam menabung di bank syariah tidak memiliki pengaruh. Hal ini dapat dilihat dari hasil analisis regresi linier berganda. Pada pengujian hipotesis uji t (parsial/individu) dapat diuraikan bahwa $H_1 =$ Tidak ada pengaruh promosi terhadap minat masyarakat dalam menabung di bank syariah. Berdasarkan hasil perhitungan maka nilai t_{hitung} lebih kecil dibandingkan dengan t_{tabel} yaitu $0,244 < 1,98552$. Artinya dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak atau promosi tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam menabung di bank syariah dengan nilai signifikansi $0,808 > 0,05$.

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Nurul Qomariah (2011) "Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen menabung di bank syariah (studi kasus pada bank syariah mandiri cabang jember)" yang menemukan bahwa faktor promosi tidak berpengaruh positif dan signifikan. Namun peranan promosi disini sudah cukup baik dalam

penyampiannya dan dapat ditingkatkan kembali agar minat masyarakat dalam menabung di bank syariah semakin besar dan semakin meningkat.

2. Pengaruh Produk Terhadap Minat Masyarakat dalam Menabung di Bank Syariah.

Produk merupakan suatu barang atau jasa yang dapat diperjual belikan. Dalam marketing produk adalah apapun yang bisa ditawarkan kepada pasar dan bisa memuaskan sebuah keinginan atau kebutuhan. Dari hasil pengujian hipotesis uji t (parsial/individu) dapat diuraikan bahwa $H_2 =$ Ada pengaruh produk terhadap minat masyarakat dalam menabung di bank syariah. Berdasarkan hasil dari perhitungan maka t_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan t_{tabel} yaitu $1,997 > 1,98552$. Artinya dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima atau produk berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam menabung di bank syariah dengan nilai signifikansi $0,045 < 0,05$.

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Nurul Qomariah (2011) “faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen menjadi nasabah di bank syariah (studi pada bank syariah mandiri cabang jember)” yang menemukan bahwa faktor produk berpengaruh positif dan signifikan. Apabila semakin menarik produk yang ditawarkan maka akan semakin tinggi minat masyarakat dalam menabung di bank syariah. Begitu juga sebaliknya apabila semakin tidak menarik produk yang ditawarkan maka akan semakin menurun minat masyarakat dalam menabung di bank syariah.

3. Pengaruh Pelayanan Terhadap Minat Masyarakat dalam Menabung di Bank Syariah.

Pelayanan merupakan proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung dengan kata lain pelayanan merupakan kegiatan dalam membantu menyediakan segala sesuatu yang dibutuhkan orang lain. Dari pengujian hipotesis uji t (parsial/individu) dapat diuraikan bahwa $H_3 =$ Tidak ada pengaruh pelayanan terhadap minat masyarakat dalam menabung di bank syariah. Berdasarkan hasil dari perhitungan maka nilai t_{hitung} lebih kecil dibandingkan dengan t_{tabel} yaitu $0,961 < 1,98552$. Artinya dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak atau pelayanan tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam menabung di bank syariah dengan nilai signifikansi $0,339 > 0,05$.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Ipfa Retno Astuti, Endang Masitoh dan Purnama Siddi (2020) “faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung di bank syariah surakarta” yang menunjukkan bahwa ada beberapa variabel dalam minat masyarakat dalam menabung di bank syariah yang tidak dijelaskan oleh peneliti salah satunya adalah pelayanan. Namun dalam kegiatan pelayanan pada karyawan bank syariah disini sudah cukup baik, kembali lagi pada penilaian setiap masyarakat yang berbeda-beda. Apabila dalam pelayanan sudah baik dan dapat membuat masyarakat merasa nyaman maka minat masyarakat dalam menabung di bank syariah akan semakin meningkat.

4. Pengaruh Lokasi Terhadap Minat Masyarakat dalam Menabung di Bank Syariah.

Lokasi merupakan letak atau tempat suatu usaha dan aktivitas perusahaan beroperasi dan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang atau jasa. Lokasi usaha adalah hal yang paling utama dipertimbangkan, karena lokasi yang strategis menjadi salah satu faktor penting dan sangat menentukan keberhasilan suatu usaha. Dari pengujian hipotesis uji t (parsial/individu) dapat diuraikan bahwa $H_4 =$ Ada pengaruh lokasi terhadap minat masyarakat dalam menabung di bank syariah. Hasil perhitungan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,082 > 1,98552$. Artinya dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima atau lokasi berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam menabung di bank syariah dengan nilai signifikansi $0,040 < 0,05$.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Mandataris (2016) “faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menabung di bank syariah (studi kasus masyarakat dikelurahan sungai salak kecamatan tempuling)” yang menyatakan bahwa faktor lokasi yang cukup jauh dari rumah juga mempengaruhi minat menabung masyarakat pada bank syariah. Apabila dalam penentuan memilih lokasi tepat dan strategis, maka akan semakin banyak masyarakat yang minat dalam memilih dan menabung di bank syariah.

Selanjutnya berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R^2) dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (R^2) adalah 0,106. Hal tersebut

berarti bahwa 10,6% pengaruh variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen). Sedangkan sisanya 89,4% disebabkan oleh hal-hal lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini. Sehingga dapat disimpulkan bahwa bank syariah harus memperhatikan faktor-faktor yang dapat berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam menabung. Selain faktor promosi, produk, pelayanan dan lokasi faktor lainnya juga dapat mempengaruhi minat masyarakat dalam menabung di bank syariah.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil pengolahan dan analisis data, pengujian hipotesis dan pembahasan hasil penelitian mengenai “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat dalam Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Desa Kibang Kecamatan Metro Kibang Kabupaten Lampung Timur)” maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel promosi tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat dalam menabung di bank syariah. Dapat diketahui bahwa r_{hitung} lebih kecil dibandingkan dengan r_{tabel} yaitu pada variabel promosi nilai signifikansinya $0,244 < 1,98552$.
2. Variabel produk terdapat pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat dalam menabung di bank syariah. Dapat diketahui bahwa r_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan r_{tabel} yaitu pada variabel produk nilai signifikansinya $1,997 > 1,98552$.
3. Variabel pelayanan tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat dalam menabung di bank syariah. Dapat diketahui bahwa r_{hitung} lebih kecil dibandingkan dengan r_{tabel} yaitu pada variabel pelayanan nilai signifikansinya $0,961 < 1,98552$.
4. Variabel lokasi terdapat pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat dalam menabung di bank syariah. Dapat diketahui bahwa r_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan r_{tabel} yaitu pada variabel pelayanan nilai signifikansinya $2,082 > 1,98552$.

B. Saran

Berdasarkan uraian teori, pengolahan data dan pembahasan pada bab sebelumnya serta kesimpulan diatas, maka dapat diberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi bank syariah berdasarkan analisis yang telah peneliti lakukan diharapkan untuk meningkatkan inovasi produk dan penentuan lokasi yang strategis pada perbankan syariah. Tidak kalah penting juga untuk informasi yang diharapkan dapat tersebar keseluruh elemen masyarakat di Desa Kibang Kecamatan Metro Kibang Kabupaten Lampung Timur khususnya. Selain untuk menambah pengetahuan masyarakat tentang Bank Syariah, dapat juga sebagai peluang untuk mendapatkan nasabah yang dapat dimanfaatkan oleh pihak Bank Syariah.
2. Bagi masyarakat peneliti berharap penelitian ini dapat menambah wawasan mengenai perbankan syariah, serta diharapkan masyarakat khususnya di dapat mencari informasi tentang perbankan syariah baik berupa produk, akad, dan lain sebagainya sehingga masyarakat dapat menentukan untuk menyimpan hartanya ditempat yang aman dan sesuai ajaran agama Islam.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan penelitian ini dapat dikembangkan kembali dengan memperluas wilayah, dan menambah baik itu indikator atau variabel. Sehingga dapat menghasilkan penemuan yang lebih tajam dan mendalam demi kesempurnaan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Ma'ruf. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta : Aswaja Pressindo, 2015.
- Afiyanti Triuspitorini, Fifi. "Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung Untuk Menabung di Bank Syariah". *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah Politeknik Negeri Bandung*. Vol. 4. No. 2, 2019.
- Atwal Arifin dan Husnul Khotimah. "Pengaruh Produk, Pelayanan, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Bank Syariah di Surakarta" , ISBN: 978-602-70429-2-6, 25 Juni 2014.
- Bagia, Wayan. *Perilaku Organisasi*. Yogyakarta : Graha Ilmu, 2015.
- Choms Gary GT Sibarani at all. *Dasar-Dasar Kewirausahaan*. Yayasan Kita Menulis, 2019.
- Dahlan, Ahmad. *Bank Syariah*. Yogyakarta : Kalimedia, 2018.
- Dfajar, Hamsiah. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingginya Tingkat Minat Mahasiswa Terhadap Jurusan Manajemen Pendidikan di UIN Alaudin Makassar" Vol. V, No. 2 Juli-Desember 2016.
- Duli, Nikolaus. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta : CV Budi Utama, 2019.
- Firdaus, Afdillah. "Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Minat Konsumen Membeli Produk Perumahan Kasus Pada Perumahan Surya Mandiri Teropong PT. EFA Artha Utama", JOM Fisip Vol. 4 No. 1, 2017.
- Firmansyah, Anang. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta : Deepublish CV Budi Utama, 2018.
- Ipfa Retno Astuti, Endang Masitoh dan Purnama Siddi. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung di Bank Syariah Surakarta." *Business Innovation & Entrepreneurship journal*, Vol. 2. No. 3 2020.
- Kasmir. *Pemasaran Bank*. Jakarta : Kencana, 2018.
- Lukmanul Hakim, Putri Reno Kemala Sari dan Nova Adhitya Ananda. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Karyawan Universitas Teknologi Sumbawa dalam Memilih Bank Syariah". *Jurnal Bisnis dan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Sumbawa*. Vol. 14. No. 3, 2020.

- Mamik. *Metode Penelitian Kesehatan*. Sidoarjo : Zifatama Publisher, 2014.
- Mandataris, “ Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat di Kelurahan Sungai Salak Kecamatan Tempuling)”. *Jiaganis Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis STIA Indragini*, Vol. 1. No. 2 Oktober 2016.
- Miguna Astuti dan Nurhafifah Matondang. *Manajemen Pemasaran :UMKM dan Digital Sosial Media*. Yogyakarta : CV. Budi Utama, 2020.
- Muhammad Uyun dan Idi Warsah. *Psikologi Pendidikan*. Yogyakarta : CV Budi Utama, 2021.
- Mujahidin, Akhmad. *Hukum Perbankan Syariah*. Depok : Rajawali Pers, 2017.
- Mustofa, Imam . *Fiqih Muamalah Kontemporer*. Jakarta : Rajawali Pers, 2016.
- Nirmala Arum Janie, Dyah. *Statistik Deskriptif & Regresi Linier Berganda*. Semarang : University Perss, 2012.
- Nuryadi et all. *Dasar-Dasar Statistik Penelitian*. Yogyakarta : Sibuku Media, 2017.
- Priyono. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Sidoarjo : Zifatama Publishing, 2016.
- Qomariah, Nurul. “ Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Menabung di Bank Syariah (Studi kasus pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jember)” Vol X No. 1, 2011.
- Ririn Wulandari dan Fikri Aulawi Rusmahafi. *Membidik Nasabah Bank Syariah*. Makassar : CV Mas Pustaka, 2020.
- Shinta, Agustina. *Manajemen Pemasaran*. Malang : UB Press, 2011.
- Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta : CV Budi Utama, 2020.
- Soemitra, Andri. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2014.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif ,Kualitatif dan R&D*. Cetakan ke-19. Bandung : Alfabeta. 2013.
- Suhar saputra, Uhar. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Tindakan*. Bandung : Refika Aditama, 2012.

Sutrisno. *Meningkatkan Minat dan Hasil Belajar TIK Materi Tipologi Jaringan Dengan Media Pembelajaran*. Malang : Ahlimedia Perss, 2020.

Syahrum dan Salim. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Citapustaka Media, 2014.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan Pasal 1, dalam <https://jdih.kemenku.go.id/fulltext/1998/10Tahun~1998UU.htm>, diakses pada tanggal 12 Februari 2021.

UU No. 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah.

Yulia Putri et all. "Strategi Meningkatkan Minat Menabung di Bank Syariah melalui Penerapan Religiusitas (Universitas Bina Sarana Informatika)". Vol.16, No. 1 Maret 2019.

Zuhaeri et all, *Pedoman Penelitian Skripsi Mahasiswa IAIN Metro*. IAIN Metro, 2018.

LAMPIRAN

1. Hasil Distribusi Jawaban Responden

2. x1.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	2,0	2,0	2,0
2	3	3,0	3,0	5,0
3	15	15,0	15,0	20,0
4	20	20,0	20,0	40,0
5	60	60,0	60,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

x1.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	2,0	2,0	2,0
2	2	2,0	2,0	4,0
3	21	21,0	21,0	25,0
4	24	24,0	24,0	49,0
5	51	51,0	51,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

x2.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1,0	1,0	1,0
2	1	1,0	1,0	2,0
3	23	23,0	23,0	25,0
4	26	26,0	26,0	51,0
5	49	49,0	49,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

x2.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	2,0	2,0	2,0
2	8	8,0	8,0	10,0
3	28	28,0	28,0	38,0
4	40	40,0	40,0	78,0
5	22	22,0	22,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

x3.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	2	2,0	2,0	2,0
4	49	49,0	49,0	51,0
5	49	49,0	49,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

x3.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	7	7,0	7,0	7,0
4	45	45,0	45,0	52,0
5	48	48,0	48,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

x4.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1,0	1,0	1,0
2	2	2,0	2,0	3,0
3	10	10,0	10,0	13,0
4	60	60,0	60,0	73,0
5	27	27,0	27,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

x4.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	3	3,0	3,0	3,0
2	2	2,0	2,0	5,0
3	11	11,0	11,0	16,0
4	54	54,0	54,0	70,0
5	30	30,0	30,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

y1.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	3	3,0	3,0	3,0
2	9	9,0	9,0	12,0
3	35	35,0	35,0	47,0
4	40	40,0	40,0	87,0
5	13	13,0	13,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

y1.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1,0	1,0	1,0
2	8	8,0	8,0	9,0
3	31	31,0	31,0	40,0
4	44	44,0	44,0	84,0
5	16	16,0	16,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

2. Hasil Uji Validitas X1 (Promosi)
Correlations

		X1.1	X1.2	TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	,685**	,918**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	,685**	1	,918**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	,918**	,918**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	100	100	100

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

3. Hasil Uji Validitas X2 (Produk)

Correlations

		X2.1	X2.2	TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	,451**	,841**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	,451**	1	,862**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	,841**	,862**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	100	100	100

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

4. Hasil Uji Validitas X3 (Pelayanan)

Correlations

		X3.1	X3.2	TOTAL
X3.1	Pearson Correlation	1	-,249	,540
	Sig. (2-tailed)		,013	,000
	N	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	-,249	1	,681**
	Sig. (2-tailed)	,013		,000
	N	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	,540**	,681**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	100	100	100

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

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

5. Hasil Uji Validitas X4 (Lokasi)

Correlations

		X4.1	X4.2	TOTAL
X4.1	Pearson Correlation	1	,449**	,821**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	100	100	100
X4.2	Pearson Correlation	,449**	1	,878**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	,821**	,878**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	100	100	100

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

6. Hasil Uji Validitas Y (Minat)

Correlations

		Y1.1	Y1.2	TOTAL
Y1.1	Pearson Correlation	1	,642**	,912**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	100	100	100
Y1.2	Pearson Correlation	,642**	1	,900**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	,912**	,900**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	100	100	100

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

7. Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics X1

Cronbach's Alpha	N of Items
,813	2

Reliability Statistics X2

Cronbach's Alpha	N of Items
,621	2

Reliability Statistics X3

Cronbach's Alpha ^a	N of Items
-,654	2

Reliability Statistics X4

Cronbach's Alpha	N of Items
,613	2

a. The value is negative due to a negative average covariance among items. This violates reliability model assumptions. You may want to check item codings.

Reliability Statistics Y

Cronbach's Alpha	N of Items
,781	2

8. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1,55580119
Most Extreme Differences	Absolute	,089
	Positive	,047
	Negative	-,089
Kolmogorov-Smirnov Z		,888
Asymp. Sig. (2-tailed)		,410

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

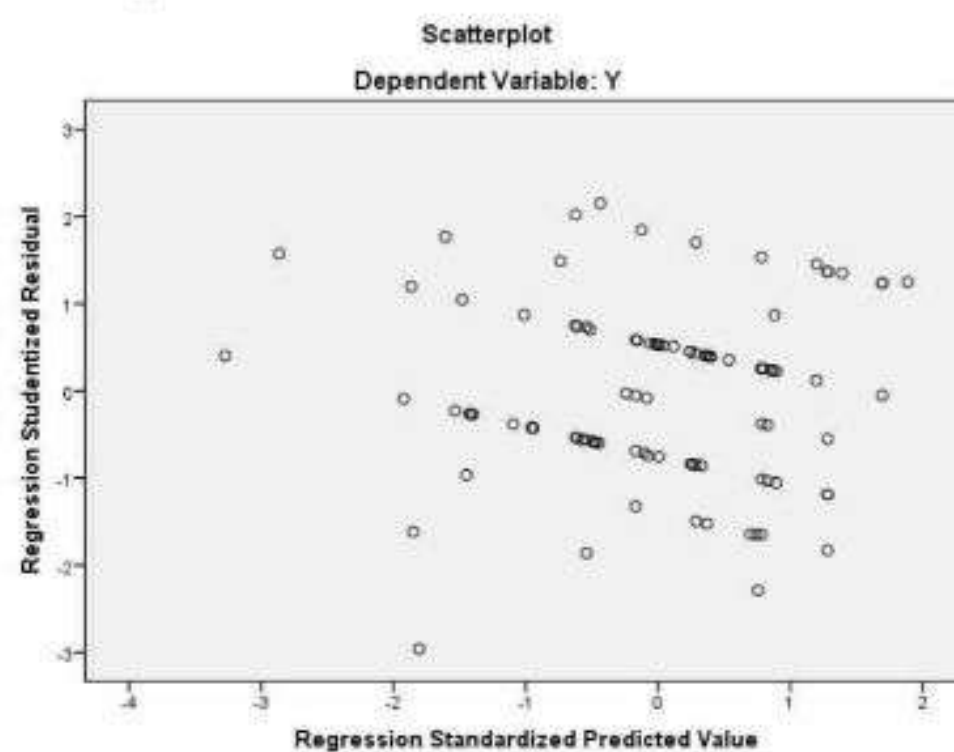
9. Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	5,286	2,322		2,277	,025		
1 X1	-,030	,121	-,032	-,244	,808	,544	1,837
x2	,267	,134	,258	1,997	,049	,563	1,776
x3	-,222	,231	-,096	-,961	,339	,933	1,072
x4	,244	,117	,203	2,082	,040	,990	1,010

a. Dependent Variable: Y

10. Hasil Uji Heteroskedasitas



11. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	5,286	2,322
1 X1	-,030	,121
x2	,267	,134
x3	-,222	,231
x4	,244	,117

12. Hasil Uji Hipotesis T (Parsial/Individu)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5,286	2,322		2,277	,025
X1	-,030	,121	-,032	-,244	,808
x2	,267	,134	,258	1,997	,049
x3	-,222	,231	-,096	-,961	,339
x4	,244	,117	,203	2,082	,040

a. Dependent Variable: Y

13. Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,326 ^a	,106	,069	1,588

a. Predictors: (Constant), x4, x2, x3, X1

b. Dependent Variable: Y

14. R tabel

Tabel r untuk df = 51 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Diproduksi oleh: Junaidi (<http://junaidichaniaga.wordpress.com>), 2010

15. T tabel

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29015	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98328	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28915	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28895	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Catatan: Probabilitas yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Diproduksi oleh: Junaidi (<http://junaidichaniago.wordpress.com>), 2010

16. Dokumentasi Penelitian



Pengisian Kuisisioner melalui *Google Form*



Peneliti Sedang Mengajukan Surat Izin *Research*

17. Data Jawaban Responden

No	Umur	Jenis Kelain	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Bank yang digunakan
1	25-35	Perempuan	SMA/SLTA Sederajat	Pegawai swasta / wiraswasta	Bank Konvensional
2	25-35	Perempuan	S1/Diploma Sederajat	PNS/POLRI/TNI/DOKTER	Bank Konvensional
3	17-25	Laki-Laki	SMA/SLTA Sederajat	Lainnya	Tidak Menggunakan Bank Apapun
4	17-25	Perempuan	SMA/SLTA Sederajat	Mahasiswa/mahasiswi	Bank Syariah
5	25-35	Perempuan	SMA/SLTA Sederajat	Petani/peternak	Bank Syariah
6	25-35	Laki-Laki	SMA/SLTA Sederajat	Pegawai swasta / wiraswasta	Tidak Menggunakan Bank Apapun
7	17-25	Perempuan	SMA/SLTA Sederajat	Lainnya	Bank Konvensional
8	17-25	Perempuan	SMP/MTS sederajat	Lainnya	Tidak Menggunakan Bank Apapun
9	17-25	Laki-Laki	SMP/MTS sederajat	Petani/peternak	Bank Konvensional
10	25-35	Laki-Laki	SMA/SLTA Sederajat	Petani/peternak	Tidak Menggunakan Bank Apapun
11	25-35	Laki-Laki	SMA/SLTA Sederajat	Pegawai swasta / wiraswasta	Tidak Menggunakan Bank Apapun
12	25-35	Laki-Laki	SMA/SLTA Sederajat	Pegawai swasta / wiraswasta	Bank Konvensional
13	25-35	Laki-Laki	SMA/SLTA Sederajat	Pegawai swasta / wiraswasta	Bank Konvensional
14	17-25	Laki-Laki	SMA/SLTA Sederajat	Lainnya	Tidak Menggunakan Bank Apapun
15	17-25	Perempuan	SMA/SLTA Sederajat	Lainnya	Tidak Menggunakan Bank Apapun
16	17-25	Perempuan	SMA/SLTA Sederajat	Mahasiswa/mahasiswi Lainnya	Bank Syariah
17	25-35	Perempuan	S1/Diploma Sederajat	Pegawai swasta / wiraswasta	Bank Konvensional
18	17-25	Perempuan	SMA/SLTA Sederajat	Pegawai swasta / wiraswasta	Tidak Menggunakan Bank Apapun
19	25-35	Perempuan	SMA/SLTA Sederajat	Lainnya	Bank Konvensional
20	25-35	Laki-Laki	SMA/SLTA Sederajat	Pegawai swasta / wiraswasta	Tidak Menggunakan Bank Apapun
21	17-25	Laki-Laki	SMA/SLTA Sederajat	Pegawai swasta / wiraswasta	Bank Konvensional
22	>45	Perempuan	SD/MI Sederajat	Petani/peternak	Tidak Menggunakan Bank Apapun
23	25-35	Laki-Laki	SMA/SLTA Sederajat	Petani/peternak	Bank Konvensional
24	17-25	Perempuan	SMA/SLTA Sederajat	Mahasiswa/mahasiswi	Bank Konvensional
25	35-45	Laki-Laki	SMA/SLTA Sederajat	Petani/peternak	Tidak Menggunakan Bank Apapun
26	35-45	Perempuan	SMP/MTS sederajat	Petani/peternak	Tidak Menggunakan Bank Apapun
27	17-25	Laki-Laki	SMP/MTS sederajat	Petani/peternak	Tidak Menggunakan Bank Apapun
28	17-25	Laki-Laki	SMA/SLTA Sederajat	Pegawai swasta / wiraswasta	Bank Syariah
29	17-25	Perempuan	S1/Diploma Sederajat	Mahasiswa/mahasiswi	Bank Konvensional
30	17-25	Laki-Laki	SMA/SLTA Sederajat	Petani/peternak	Bank Syariah

31	35-45	Laki-Laki	SMA/SLTA Sederajat	Petani/peternak	Tidak Menggunakan Bank Apapun
32	35-45	Perempuan	SMP/MTS sederajat	Petani/peternak	Bank Konvensional
33	35-45	Laki-Laki	SMP/MTS sederajat	Petani/peternak	Tidak Menggunakan Bank Apapun
34	35-45	Perempuan	SMP/MTS sederajat	Petani/peternak	Bank Konvensional
35	35-45	Laki-Laki	SMP/MTS sederajat	Petani/peternak	Tidak Menggunakan Bank Apapun
36	25-35	Perempuan	S1/Diploma Sederajat	Lainnya	Bank Konvensional
37	35-45	Perempuan	SMA/SLTA Sederajat	Petani/peternak	Tidak Menggunakan Bank Apapun
38	17-25	Perempuan	S1/Diploma Sederajat	Lainnya	Tidak Menggunakan Bank Apapun
39	35-45	Laki-Laki	SMA/SLTA Sederajat	Petani/peternak	Tidak Menggunakan Bank Apapun
40	25-35	Perempuan	SMP/MTS sederajat	Petani/peternak	Tidak Menggunakan Bank Apapun
41	>45	Laki-Laki	SD/MI Sederajat	Petani/peternak	Tidak Menggunakan Bank Apapun
42	>45	Perempuan	SD/MI Sederajat	Petani/peternak	Tidak Menggunakan Bank Apapun
43	>45	Laki-Laki	SD/MI Sederajat	Petani/peternak	Tidak Menggunakan Bank Apapun
44	>45	Perempuan	SD/MI Sederajat	Petani/peternak	Tidak Menggunakan Bank Apapun
45	35-45	Laki-Laki	SD/MI Sederajat	Petani/peternak	Tidak Menggunakan Bank Apapun
46	35-45	Perempuan	SD/MI Sederajat	Petani/peternak	Bank Konvensional
47	25-35	Laki-Laki	SMP/MTS sederajat	Petani/peternak	Tidak Menggunakan Bank Apapun
48	17-25	Perempuan	SMA/SLTA Sederajat	Petani/peternak	Bank Konvensional
49	>45	Laki-Laki	SD/MI Sederajat	Petani/peternak	Tidak Menggunakan Bank Apapun
50	>45	Perempuan	SD/MI Sederajat	Petani/peternak	Bank Konvensional
51	>45	Laki-Laki	SD/MI Sederajat	Petani/peternak	Bank Konvensional
52	>45	Laki-Laki	SD/MI Sederajat	Petani/peternak	Tidak Menggunakan Bank Apapun
53	>45	Laki-Laki	SD/MI Sederajat	Petani/peternak	Tidak Menggunakan Bank Apapun
54	>45	Laki-Laki	SMP/MTS sederajat	Petani/peternak	Tidak Menggunakan Bank Apapun
55	35-45	Perempuan	SMP/MTS sederajat	Petani/peternak	Bank Konvensional
56	35-45	Perempuan	SD/MI Sederajat	Petani/peternak	Bank Konvensional
57	35-45	Laki-Laki	SD/MI Sederajat	Petani/peternak	Bank Konvensional
58	35-45	Laki-Laki	SMP/MTS sederajat	Petani/peternak	Tidak Menggunakan Bank Apapun
59	25-35	Perempuan	SMP/MTS sederajat	Petani/peternak	Bank Konvensional
60	>45	Laki-Laki	SD/MI Sederajat	Petani/peternak	Tidak Menggunakan Bank Apapun
61	>45	Perempuan	SD/MI Sederajat	Petani/peternak	Bank Konvensional
62	35-45	Laki-Laki	S1/Diploma Sederajat	Pegawai swasta / wiraswasta	Bank Konvensional
63	17-25	Laki-Laki	SMA/SLTA Sederajat	Lainnya	Tidak Menggunakan Bank Apapun

64	17-25	Laki-Laki	S1/Diploma Sederajat	Mahasiswa/mahasiswi	Bank Syariah
65	35-45	Laki-Laki	SMA/SLTA Sederajat	Petani/peternak	Tidak Menggunakan Bank Apapun
66	17-25	Laki-Laki	SMA/SLTA Sederajat	Pegawai swasta / wiraswasta	Bank Konvensional
67	35-45	Perempuan	SMP/MTS sederajat	Petani/peternak	Bank Konvensional
68	>45	Perempuan	S1/Diploma Sederajat	PNS/POLRI/TNI/DOKTER	Bank Konvensional
69	>45	Laki-Laki	S1/Diploma Sederajat	PNS/POLRI/TNI/DOKTER	Bank Konvensional
70	35-45	Laki-Laki	S1/Diploma Sederajat	PNS/POLRI/TNI/DOKTER	Bank Konvensional
71	35-45	Perempuan	S1/Diploma Sederajat	PNS/POLRI/TNI/DOKTER	Bank Konvensional
72	35-45	Laki-Laki	SMP/MTS sederajat	Petani/peternak	Bank Konvensional
73	17-25	Laki-Laki	SMA/SLTA Sederajat	Petani/peternak	Bank Konvensional
74	17-25	Laki-Laki	SMA/SLTA Sederajat	Pegawai swasta / wiraswasta	Tidak Menggunakan Bank Apapun
75	25-35	Laki-Laki	SMP/MTS sederajat	Pegawai swasta / wiraswasta	Bank Konvensional
76	25-35	Perempuan	SMA/SLTA Sederajat	Pegawai swasta / wiraswasta	Bank Konvensional
77	35-45	Laki-Laki	SMA/SLTA Sederajat	Petani/peternak	Bank Konvensional
78	17-25	Perempuan	SMP/MTS sederajat	Petani/peternak	Tidak Menggunakan Bank Apapun
79	35-45	Perempuan	SD/MI Sederajat	Petani/peternak	Bank Konvensional
80	17-25	Perempuan	SMA/SLTA Sederajat	Mahasiswa/mahasiswi	Tidak Menggunakan Bank Apapun
81	35-45	Perempuan	SMP/MTS sederajat	Petani/peternak	Bank Konvensional
82	35-45	Laki-Laki	SMP/MTS sederajat	Petani/peternak	Bank Konvensional
83	>45	Laki-Laki	SMP/MTS sederajat	Petani/peternak	Bank Konvensional
84	35-45	Perempuan	SD/MI Sederajat	Petani/peternak	Tidak Menggunakan Bank Apapun
85	35-45	Laki-Laki	SD/MI Sederajat	Petani/peternak	Tidak Menggunakan Bank Apapun
86	25-35	Perempuan	SMP/MTS sederajat	Petani/peternak	Tidak Menggunakan Bank Apapun
87	35-45	Laki-Laki	SMP/MTS sederajat	Petani/peternak	Bank Konvensional
88	25-35	Perempuan	SD/MI Sederajat	Petani/peternak	Bank Konvensional
89	>45	Laki-Laki	SMP/MTS sederajat	Pegawai swasta / wiraswasta	Bank Konvensional
90	35-45	Perempuan	SMP/MTS sederajat	Petani/peternak	Bank Konvensional
91	35-45	Laki-Laki	SMA/SLTA Sederajat	Petani/peternak	Bank Konvensional
92	35-45	Perempuan	SD/MI Sederajat	Petani/peternak	Bank Konvensional
93	>45	Laki-Laki	SMP/MTS sederajat	Petani/peternak	Bank Konvensional
94	25-35	Laki-Laki	SMP/MTS sederajat	Petani/peternak	Bank Konvensional
95	>45	Laki-Laki	SD/MI Sederajat	Petani/peternak	Bank Konvensional
96	35-45	Perempuan	SD/MI Sederajat	Petani/peternak	Bank Konvensional
97	17-25	Perempuan	SMP/MTS sederajat	Petani/peternak	Bank Konvensional
98	17-25	Perempuan	SMP/MTS sederajat	Petani/peternak	Bank Konvensional
99	25-35	Laki-Laki	SMP/MTS sederajat	Petani/peternak	Bank Konvensional
100	35-45	Laki-Laki	SMP/MTS sederajat	Petani/peternak	Bank Konvensional

No	X1		X2		X3		X4		Y	
	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2
1	3	4	4	4	4	2	2	4	4	4
2	4	3	3	3	3	2	2	3	3	3
3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4
4	5	3	4	5	5	3	3	3	3	3
5	4	4	3	4	4	2	2	4	4	4
6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
7	5	3	3	3	4	3	3	3	3	3
8	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4
9	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
10	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
11	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3
12	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
14	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3
15	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3
16	5	3	3	4	3	3	3	3	3	3
17	5	5	4	5	5	2	2	4	4	4
18	4	4	5	5	5	3	3	4	4	4
19	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4
20	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4
21	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3
22	5	4	4	3	2	3	3	4	4	4
23	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
24	4	3	4	5	5	2	1	4	4	4
25	5	3	5	4	3	2	2	4	4	4
26	3	3	3	4	4	2	2	4	4	4
27	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3
28	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
29	3	5	3	3	3	1	1	3	3	3
30	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4
31	4	5	5	5	5	2	2	4	4	5
32	5	5	5	5	5	2	1	3	4	4
33	5	5	5	4	4	4	2	4	4	4
34	5	5	5	4	4	1	1	4	5	5
35	5	5	5	5	4	1	1	5	5	5
36	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
37	5	5	5	4	4	3	3	4	4	4
38	3	5	5	5	5	2	2	5	5	5
39	5	5	5	4	4	2	2	4	4	4

40	5	5	5	4	4	4	4	4	2	2
41	5	5	5	4	4	1	1	3	3	2
42	5	5	5	4	4	1	1	2	3	3
43	5	5	5	4	4	2	2	4	4	4
44	5	5	5	4	4	2	1	3	3	4
45	5	5	5	3	3	2	2	3	3	4
46	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
47	5	5	5	4	4	3	3	1	1	4
48	5	5	5	2	2	3	3	3	4	4
49	5	5	5	4	4	1	1	3	4	2
50	5	5	5	5	5	1	1	3	3	4
51	5	5	5	4	4	3	2	1	3	2
52	5	5	5	4	4	1	1	1	2	3
53	5	5	5	2	2	3	3	3	4	4
54	5	5	5	3	3	2	2	2	4	4
55	5	5	5	3	3	2	2	3	3	3
56	5	5	5	2	2	3	3	2	4	2
57	5	5	4	4	1	1	2	2	2	3
58	5	5	5	3	2	1	1	3	3	3
59	5	5	5	2	2	4	4	1	4	4
60	4	4	4	3	3	3	3	2	2	4
61	2	2	3	4	4	3	3	3	4	4
62	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4
63	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4
64	2	5	3	1	2	3	3	4	4	4
65	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4
66	4	5	3	4	4	2	3	3	4	4
67	5	4	4	4	4	3	2	3	4	4
68	5	5	5	3	4	4	4	4	3	3
69	5	4	3	3	2	3	2	3	3	4
70	5	4	4	3	4	4	4	3	3	3
71	5	4	4	3	3	3	4	4	4	4
72	5	5	5	3	4	2	2	2	2	3
73	5	5	5	5	5	4	4	4	3	4
74	5	5	5	4	4	3	3	3	5	5
75	5	5	5	3	3	2	2	4	4	4
76	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
77	5	5	5	3	3	3	2	5	5	5
78	5	5	5	3	4	3	3	3	5	5
79	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3
80	5	4	3	2	1	2	2	3	4	5

81	5	4	3	2	1	2	3	4	5	4
82	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
83	5	5	5	3	3	4	3	3	3	3
84	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
85	5	5	5	5	5	4	4	4	3	3
86	5	5	5	5	4	4	3	3	3	2
87	5	4	4	3	3	2	2	1	1	5
88	1	1	2	2	3	3	4	4	5	5
89	5	4	4	4	3	3	3	3	2	2
90	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
91	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
92	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
93	2	3	4	5	1	2	3	4	5	5
94	3	3	4	4	5	5	1	1	2	2
95	5	5	5	5	5	1	1	3	3	3
96	5	5	5	5	5	1	1	4	4	4
97	5	5	5	4	4	3	3	2	2	5
98	5	2	5	4	2	5	1	3	4	4
99	5	5	5	5	5	5	2	2	2	3
100	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : 3820/In.28.1/J/TL.00/11/2021
Lampiran : -
Perihal : **SURAT BIMBINGAN SKRIPSI**

Kepada Yth.,
Thoyibatun Nisa (Pembimbing 1)
(Pembimbing 2)
di-
Tempat
Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penyelesaian Studi, mohon kiranya Bapak/Ibu bersedia untuk membimbing mahasiswa :

Nama : **PUPUT PURWANTI**
NPM : 1704100166
Semester : 9 (Sembilan)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul : **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT
DALAM MENABUNG DI BANK SYARIAH (Studi Kasus Masyarakat
Desa Kibang Kecamatan Metro Kibang Kabupaten Lampung Timur)**

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Dosen Pembimbing membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal s/d penulisan skripsi dengan ketentuan sebagai berikut :
 - a. Dosen Pembimbing 1 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV setelah diperiksa oleh pembimbing 2;
 - b. Dosen Pembimbing 2 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV sebelum diperiksa oleh pembimbing 1;
2. Waktu menyelesaikan skripsi maksimal 2 (semester) semester sejak ditetapkan pembimbing skripsi dengan Keputusan Dekan Fakultas;
3. Mahasiswa wajib menggunakan pedoman penulisan karya ilmiah edisi revisi yang telah ditetapkan dengan Keputusan Dekan Fakultas;

Demikian surat ini disampaikan, atas kesediaan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 24 November 2021
Ketua Jurusan,



Muhammad Ryan Fahlevi M.M
NIP 19920829 201903 1 007

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik. Untuk memastikan keasliannya, silahkan scan QRCode.



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : 0812/In.28/J/TL.01/02/2021
Lampiran :-
Perihal : **IZIN PRASURVEY**

Kepada Yth.,
KEPALA DESA KIBANG KECAMATAN
METRO KIBANG KABUPATEN
LAMPU
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penyelesaian Tugas Akhir/Skripsi, mohon kiranya Saudara berkenan memberikan izin kepada mahasiswa kami, atas nama :

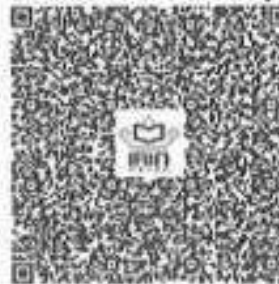
Nama : **PUPUT PURWANTI**
NPM : 1704100166
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul : **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEENGGANAN MASYARAKAT DALAM MENABUNG DI BANK SYARIAH (STUDI KASUS MASYARAKAT DESA KIBANG KECAMATAN METRO KIBANG KABUPATEN LAMPUNG TIMUR)**

untuk melakukan prasurvey di DESA KIBANG KECAMATAN METRO KIBANG KABUPATEN LAMPU, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi.

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya prasurvey tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 23 Februari 2021
Ketua Jurusan,



Reonika Puspita Sari M.E.Sy
NIP 199202212018012001



PEMERINTAHAN KABUPATEN LAMPUNG TIMUR
KECAMATAN METRO KIBANG
DESA KIBANG

Nomor : -
Lampiran : -
Perihal : Surat Balasan

Kibang, 25 Februari 2021

Kepada Yth,
Ketua Jurusan Perbankan Syariah
IAIN Metro
di-
METRO

Menanggapi surat permohonan izin Prasurey Nomor:
0812/In.28/J/TL.01/02.2021. Dengan ini kami memberikan izin Prasurey kepada
saudari :

Nama : PUPUT PURWANTI
NPM : 1704100166
Jurusan : S1 PERBANKAN SYARIAH
Judul : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEENGGANAN MASYARAKAT DALAM MENABUNG
DIBANK SYARIAH (STUDI KASUS MASYARAKAT DESA
KIBANG KECAMATAN METRO KIBANG KABUPATEN
LAMPUNG TIMUR)

Untuk melakukan Prasurey di Desa Kibang Kecamatan Metro Kibang Kabupaten
Lampung Timur. Demikian surat balasan ini kami sampaikan, semoga bermanfaat
bagi peneliti.





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-3919/In.28/D.1/TL.00/11/2021
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
Kepala Desa Kibang Kec. Metro
Kibang Kab. Lampung Timur
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-3920/In.28/D.1/TL.01/11/2021,
tanggal 30 November 2021 atas nama saudara:

Nama : **PUPUT PURWANTI**
NPM : 1704100166
Semester : 9 (Sembilan)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di Desa Kibang Kec. Metro Kibang Kab. Lampung Timur, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT DALAM MENABUNG DI BANK SYARIAH (Studi Kasus Masyarakat Desa Kibang Kecamatan Metro Kibang Kabupaten Lampung Timur)".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 30 November 2021
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Siti Zulaikha S.Ag, MH
NIP 19720611 199803 2 001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: B-3920/In.28/D.1/TL.01/11/2021

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : PUPUT PURWANTI
NPM : 1704100166
Semester : 9 (Sembilan)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di Desa Kibang Kec. Metro Kibang Kab. Lampung Timur, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT DALAM MENABUNG DI BANK SYARIAH (Studi Kasus Masyarakat Desa Kibang Kecamatan Metro Kibang Kabupaten Lampung Timur)".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 30 November 2021

Mengetabhi
Pejabat Setempat

Siti Zulaikha S. Ag, MH

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan,



Siti Zulaikha S. Ag, MH
NIP 19720611 199803 2 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN**

**IAIN
METRO**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-1456/In.28/S/U.1/OT.01/12/2021**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : Puput Purwanti
NPM : 1704100166
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2021 / 2022 dengan nomor anggota 1704100166

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 22 Desember 2021
Kepala Perpustakaan

Dr. As'ad, S. Ag., S. Hum., M.H.
NIP.19750505 200112 1 002 *de*



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung, 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : Puput Purwanti
NPM : 1704100166
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dalam Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Desa Kibang Kecamatan Metro Kibang Kabupaten Lampung Timur)** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi Turnitin dengan **Score 24%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 28 Desember 2021
Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah



Muhammad Ryan Fahlevi
NIP.199208292019031007



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) JURAI SIWO METRO

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : stainjusi@stainmetro.ac.id Website : www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Puput Purwanti Jurusan/Prodi : FEBI (Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam)/Perbankan Syariah
NPM : 1704100166 Semester/TA : VIII/2021

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1.	28 / 2021 /03	1. Pengarahan tentang latar Belakang masalah yang seperti ▽ 2. Teknik Penulisan yang baik & Benar.	
2.	7 / 2021 /04	1. Revisi LEM & Teknik penulisan 2. Menambahkan Referensi dari buku dan jurnal.	
3.	20 / 2021 /04	1. Revisi Bab I dan III 2. Bab II menambahkan Referensi 3. Penempatan Variabel pada Bab II	
4.	26 / 2021 /07	1. Perbaiki Teknik Penulisan sesuai panduan. Pedoman Skripsi. 2. Teknik Penulisan pada tabel & gambar. 2. Perbaiki kata pengantar.	
5.	18 / 2021 /08	1. Revisi Bab I ... II, III	
6.	02 / 2021 /09	1. Revisi Bab II dan III (Pendahuluan dan Kesimpulan)	
7.	15 / 2021 /09	Acc bab 1, 2, & 3 dan diseminarkan	

Dosen Pembimbing,

Thoyibatun Nisa, M.A.kt
NIP. 19900901 201903 2 009

Mahasiswa ybs,

Puput Purwanti
NPM. 1704100166



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) JURAI SIWO METRO

Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : stajunsi@stainmetro.ac.id Website : www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Puput Purwanti Jurusan/Prodi : FEBI (Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam)/Perbankan Syariah
NPM : 1704100166 Semester/TA : IX/2021

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1	Kamis 28/10/2021	•> Tambahkan teori	
2	Jumat 29/10/2021	•> Acc revisi bab 1 & 3 (Pendahuluan) •> Acc APD & outline	

Dosen Pembimbing,

Thoyibatun Nisa, M.A.kt
NIP. 19900901 201903 2 009

Mahasiswa ybs,

Puput Purwanti
NPM. 1704100166



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) JURAI SIWO METRO

Kl. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : stajust@stainmetro.ac.id Website : www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Puput Purwanti , Jurusan/Prodi : FEBI (Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam)/Perbankan Syariah
NPM : 1704100166 Semester/TA : IX/2021

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1	11-15/2021 " "	1. Revisi Bab 4 & 5 2. Penambahan Penjelasan pada uji validitas dan uji Reliabilitas	
2	15-17/2021 " "	1. Perbaiki Teknik Penulisan 2. Penambahan narasi pada Bab 4	
3	2/2021 " "	1. Cek bag Validitas sesuaikan dg teknik analisis metopend 2. hasil distribusi jawaban responden Cek dg melampirkan kesesuaian tabel & tambahkan narasi tabel 3. R hitung dicek lagi sesuaikan dg tingkat taraf signifikansi 5% 4. pastikan menggunakan metode 1 atau 2 arah . 5. harus jelas kutipan yg digunakan 6. baha hasil uji statistiknya.	
3	16/2021 " "	1. Perbaiki tabel Distribusi Jawaban Res Ponden 2. Perbaiki Abstrak	

Dosen Pembimbing,

Thovibatun Nisa, M.A.kt
NIP. 19900901 201903 2 009

Mahasiswa ybs,

Puput Purwanti
NPM. 1704100166



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) JURAI SIWO METRO

Ka. Hajar Dewantara Kangkon 15 A Iringsulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email: stainmetro.ac.id Website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Puput Purwanti Jurusan/Prodi : FEBI (Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam)/Perbankan Syariah
NPM : 1704100166 Semester/TA : IX/2021

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1	16/12/2021	1. Perbaiki Abstrak 2. konsistenkan tabel Hasil Distribusi Responden	
2	21/12/2021	· Abstrak perbaiki · Kriteria penentuan sampel ditampilkan · sistematika penulisan revisi · Referensi gunakan terbaru	
3	22/12/2021	Acc untuk dimuna@osahkan	

Dosen Pembimbing,

Thoyibatun Nisa, M.A.kt
NIP. 19900901 201903 2 009

Mahasiswa ybs,

Puput Purwanti
NPM. 1704100166



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id; email: iainmetro@metrouniv.ac.id

SURAT KETERANGAN

NOMOR: 2343/ln.28.3/D.1/PP.00.9/8/2021

Yang bertanda tangan di bawah ini Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa:

Nama : Puput Purwanti
NPM : 1704100166
Jurusan : S1-Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini dinyatakan "Lulus" pada Ujian Komprehensif dengan rincian sebagai berikut:

No	Jenis Ujian	Nilai
1	Keagamaan	79,00
2	Kefakultasan	78,67
3	Keprodian	77,50
Nilai Akhir		78,39

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 16 Agustus 2021
Wakil Dekan Bidang Akademik,
dan Kelembagaan FEBI

Siti Zulaikha, S.Ag, MH
NIP. 19720611199803 2 001



text@Puput Purwanti?/..Febi**1uYDIp82tZ7admin7KuweN63An7Hbsu4/SPB16 Agustus 2021

OUTLINE

HALAMAN SAMPUL
HALAMAN JUDUL
HALAMAN NOTA DINAS
HALAMAN PERSETUJUAN
HALAMAN PENGESAHAN
HALAMAN ABSTRAK
HALAMAN ORISINALITAS
HALAMAN MOTTO
HALAMAN PERSEMBAHAN
KATA PENGANTAR
DAFTAR ISI
DAFTAR TABEL
DAFTAR GAMBAR
DAFTAR LAMPIRAN
BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Identifikasi Masalah
- C. Batasan Masalah
- D. Rumusan Masalah
- E. Tujuan dan Manfaat Penelitian
- F. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Perbankan Syariah
 - 1. Pengertian Perbankan Syariah
 - 2. Jenis-Jenis Perbankan Syariah
 - 3. Landasan Hukum Perbankan Syariah
- B. Minat
 - 1. Pengertian Minat
 - 2. Ciri Umum Minat
 - 3. Indikator-Indikator Minat Menabung
 - 4. Faktor yang Mempengaruhi Minat
- C. Promosi
 - 1. Pengertian Promosi
 - 2. Bentuk-Bentuk Promosi
 - 3. Indikator-Indikator Promosi
- D. Produk
 - 1. Pengertian Produk
 - 2. Macam-Macam Produk Bank Syariah

- 3. Indikator-Indikator Promosi
- E. Pelayanan
 - 1. Pengertian Pelayanan
 - 2. Elemen Kepuasan Nasabah dalam Pelayanan
 - 3. Indikator-Indikator Pelayanan
- F. Lokasi
 - 1. Pengertian Lokasi
 - 2. Pemilihan dan Penentuan Lokasi
 - 3. Indikator-Indikator Lokasi
- G. Kerangka Pemikiran
- H. Hipotesis Penelitian

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

- A. Rancangan Penelitian
- B. Definisi Operasional Variabel
- C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel
- D. Teknik Pengumpulan Data
- E. Instrumen Penelitian
- F. Teknik Analisis Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Deskripsi Lokasi Penelitian
 - 1. Sejarah Singkat Desa Kibang Kecamatan Metro Kibang Kabupaten Lampung Timur
 - 2. Visi dan Misi Desa Kibang Kecamatan Metro Kibang Kabupaten Lampung Timur
 - 3. Sarana dan Prasarana Desa Kibang Kecamatan Metro Kibang Kabupaten Lampung Timur
 - 4. Struktur Organisasi Desa Kibang Kecamatan Metro Kibang Kabupaten Lampung Timur
- B. Deskripsi Data Hasil Penelitian
 - 1. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
 - 2. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Usia
 - 3. Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir
 - 4. Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan
 - 5. Identitas Responden Berdasarkan Bank yang Digunakan
 - 6. Hasil Distribusi Jawaban Responden
- C. Analisis Data
 - 1. Analisis Data
 - 2. Uji Asumsi Klasik
 - 3. Uji Regresi Linier Berganda

4. Uji Hipotesis

D. Pembahasan

1. Pengaruh Promosi Terhadap Minat Masyarakat dalam Menabung di Bank Syariah
2. Pengaruh Produk Terhadap Minat Masyarakat dalam Menabung di Bank Syariah
3. Pengaruh Pelayanan Terhadap Minat Masyarakat dalam Menabung di Bank Syariah
4. Pengaruh Lokasi Terhadap Minat Masyarakat dalam Menabung di Bank Syariah

BAB V PENUTUP

- A. Kesimpulan
- B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Menyetujui
Dosen Pembimbing



Thovibatun Nisa, M.Akt
NIP. 19900901 201903 2 009

Metro, 19 Oktober 2021
Peneliti



Puput Purwanti
NPM. 1704100166

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT
DALAM MENABUNG DIBANK SYARIAH
(Studi Kasus Masyarakat Desa Kibang Kecamatan Metro Kibang
Kabupaten Lampung Timur)**

SURAT PERMOHONAN PENGISIAN KUESIONER

Perihal : Permohonan Pengisian Kuesioner
Kepada Yth. Bapak/Ibu/Saudara/i Responden
Di Tempat

Assalamualaikum Wr. Wb.

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Puput Purwanti
NPM : 1704100166
JURUSAN : Perbankan Syariah

Sehubungan dengan penyusunan skripsi dengan judul yang telah disebutkan diatas, maka dengan hormat saya memohon ketersediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuesioner (daftar pertanyaan) yang saya ajukan ini dengan jujur dan terbuka. Daftar pernyataan ini saya ajukan semata-mata untuk keperluan penelitian sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan jenjang Sastra Satu (S1). Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Metro.

Sehubungan dengan hal tersebut, maka kebenaran dan kelengkapan jawaban Bapak/Ibu/Saudara/i berikan akan sangat membantu bagi peneliti, dan selanjutnya akan menjadi masukan yang bermanfaat bagi hasil penelitian yang peneliti lakukan. Atas partisipasinya Bapak/Ibu/Saudara/i dalam mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Hormat Saya



Puput Purwanti

NPM: 1704100166

Keterangan Cara Pengisian:

Berilah tanda [√] untuk setiap pernyataan dengan jawaban yang paling sesuai menurut anda dengan berpedoman jawaban berikut:

SS	S	N	TS	STS
Sangat Setuju	Setuju	Netral	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju

- 1. Nama** :
- 2. Jenis Kelamin** :
 Laki-Laki Perempuan
- 3. Umur** :
 17-25 35-45
 25-35 >45 tahun
- 4. Pendidikan Terakhir:**
 SD/MI Sederajat
 SMP/MTS Sederajat
 SMA/SLTA Sederajat
 S1/Diploma Sederajat
- 5. Pekerjaan** :
 Petani/Peternak
 PNS
 Karyawan Swasta
 Mahasiswa/Mahasiswi
 Lainnya....
- 6. Bank yang Digunakan:**
 Bank Syariah
 Bank Konvensional
 Tidak Menggunakan Bank Apapun

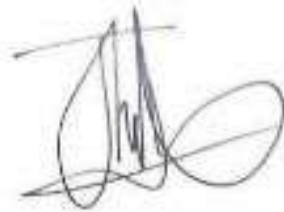
7. Daftar Pernyataan

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
A	Promosi					
1	Saya tertarik menggunakan bank syariah karena mendapatkan informasi dari iklan online.					
2	Saya ingin menabung dibank syariah karena mendapatkan informasi dari poster-poster dijalan.					
B	Produk					
1	Menurut saya jenis produk yang ada dibank syariah sangatlah banyak dan bervariasi sesuai dengan kebutuhan masyarakat.					
2	Menurut saya kualitas produk bank syariah sangata bagus dan ssangat bermanfaat bagi nasabah dan calon nasabah.					
C	Pelayanan					
1	Menurut saya dalam melayani nasabah yang dilakukan oleh pegawai bank syariah sangat baik, sopan santun dan ramah.					
2	Menurut saya kecepatan dan ketepatan dalam melayani nasabah saangatlah bagus.					
D	Lokasi					
1	Dalam pemilihan lokasi bank syariah letaknya sangatlah strategis tepat dipinggir jalan raya.					
2	Menurut saya akses menuju bank syariah sangatlah mudah dijangkau.					

E	Minat					
1	Saya minat menabung dibank syariah dikarenakan prinsip pada bank syariah yang meyakinkan.					
2	Saya minat dan tertarik menabung dibank syariah dikarenakan keuntungan yang ditawarkan.					

Menyetujui

Dosen Pembimbing



Thoyibatun Nisa, M.Akt

NIP. 19900901 201903 2 009

Metro, 20 Oktober 2021

Peneliti



Puput Purwanti

NPM. 1704100166

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama lengkap peneliti adalah Puput Purwanti, anak tunggal dari kedua pasangan Ayahanda Sarno dan Ibunda Rijem. Dilahirkan pada tanggal 29 April 1998 di Desa Kibang Kecamatan Metro Kibang Kabupaten Lampung Timur.

Adapun riwayat pendidikan peneliti ialah sebagai berikut : pada tahun 2004-2012 menempuh pendidikan di SD N 3 Kibang Kecamatan Metro Kibang Kabupaten Lampung Timur. Kemudian melanjutkan pendidikan pada tingkat SMP N 2 Natar yang bertempat di Desa Bandarejo Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan dan lulus pada tahun 2015. Kemudian memasuki jenjang MA Al-Ishlah di Desa Sukadamai Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan yang lulus pada tahun 2016 dengan jurusan IPS. Peneliti tidak langsung melanjutkan pendidikan pada tahun 2016, akan tetapi fokus bekerja untuk mencari biaya dalam menempuh pendidikan selanjutnya. Kemudian pada tahun selanjutnya yaitu tahun 2017 peneliti baru melanjutkan pendidikan ke jenjang S1 pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung dengan program studi S1 Perbankan Syariah dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Pada tugas akhir yang ditempuh peneliti mempersembahkan Skripsi yang berjudul : *“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat dalam Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Desa Kibang Kecamatan Metro Kibang Kabupaten Lampung Timur)”*