

**SKRIPSI**

**FAKTOR-FAKTOR DETERMINAN MINAT MASYARAKAT  
MENJADI NASABAH DI LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH**

**OLEH:**

**RIFDA YANTI NAIMAH  
NPM. 2003011086**



**JURUSAN S1 EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO  
TAHUN 1445 H/ 2024 M**

# **FAKTOR-FAKTOR DETERMINAN MINAT MASYARAKAT MENJADI NASABAH DI LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Sebagai Syarat Memperoleh  
Gelar S1 Ekonomi Syariah (S.E.)

Oleh:

Rifda Yanti Naimah  
NPM. 2003011086

Dosen Pembimbing: Yudhistira Ardana, M.E.K.

**JURUSAN S1 EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO  
TAHUN 1445 H/ 2024 M**

**NOTA DINAS**

Nomor : -  
Lampiran : 1 (Satu) Berkas  
Perihal : **Pengajuan untuk di Munaqosyakan**

Kepada Yth,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
IAIN Metro

Di\_  
Tempat

***Assalamu'alaikum, Wr.Wb***

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

Nama : RIFDA YANTI NAIMAH  
NPM : 2003011086  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Judul : FAKTOR-FAKTOR DETERMINAN MINAT MASYARAKAT  
MENJADI NASABAH DI LEMBAGA KEUANGAN  
SYARIAH

Sudah kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk di Munaqosyahkan.

Demikian harapan kami dan atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

***Wassalamu'alaikum, Wr.Wb***

Metro, 30 Mei 2024  
Pembimbing,

  
**Yudhisira Ardana, M.E.K**  
NIP. 19890602 202012 1 001

## HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : FAKTOR-FAKTOR DETERMINAN MINAT MASYARAKAT  
MENJADI NASABAH DI LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH  
Nama : RIFDA YANTI NAIMAH  
NPM : 2003011086  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Syariah

## MENYETUJUI

Untuk di Munaqosyahkan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi  
dan Bisnis Islam IAIN Metro.

Metro, 30 Mei 2024  
Pembimbing,



Yudhistira Ardana, M.E.K  
NIP. 19890602 202012 1 001



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

Jalan Ki.Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: [www.metrouniv.ac.id](http://www.metrouniv.ac.id)  
E-mail: [iaimetro@gmail.com](mailto:iaimetro@gmail.com)

**PENGESAHAN SKRIPSI**

No.B. 2046/111-2B-3/D/PP.00-9/07/2024

Skripsi dengan judul : FAKTOR-FAKTOR DETERMINAN MINAT MASYARAKAT MENJADI NASABAH DI LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH, Disusun Oleh : RIFDA YANTI NAIMAH, NPM. 2003011086, Jurusan Ekonomi Syariah (ESy) yang telah di Ujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/ tanggal : Kamis/ 13 Juni 2024.

**TIM PENGUJI**

Ketua/ Moderator	: Yudhistira Ardana, M.E.K	(.....)
Penguji I	: Yuyun Yunarti, M.Si	(.....)
Penguji II	: Iva Faizah, M.E	(.....)
Sekretaris	: Agus Alimuddin, M.E	(.....)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



**Dr. Mat Jalil, M.Hum**  
NIP. 19620812 199803 1 001

## **ABSTRAK**

### **FAKTOR-FAKTOR DETERMINAN MINAT MASYARAKAT MENJADI NASABAH DI LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH**

**Oleh:**

**RIFDA YANTI NAIMAH  
NPM. 2003011086**

Minat merupakan perasaan suka atau ketertarikan seseorang terhadap sesuatu yang muncul dari dalam diri maupun luar diri seseorang tanpa adanya paksaan dari orang lain. Dalam penelitian ini diketahui bahwa masyarakat di desa Negeri Ratu cenderung kurang berminat menjadi nasabah di LKS, dengan alasan lokasinya jauh serta masih kurangnya pengetahuan mengenai sistem operasional di LKS. Adapun faktor-faktor determinan minat masyarakat menjadi nasabah di LKS yaitu faktor eksternal meliputi promosi, lokasi, fasilitas pelayanan, dan pengetahuan produk, serta faktor internal meliputi pekerjaan, gaya hidup serta sikap dan keyakinan.

Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan faktor-faktor determinan minat masyarakat menjadi nasabah di LKS. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif melalui pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat desa Negeri Ratu sejumlah 1.705 jiwa. Sampel dalam penelitian ini adalah 66 masyarakat yang berada di desa Negeri Ratu yang ditentukan dengan menggunakan rumus dari *Isaac dan Micheal* dengan tarif kesalahan 10%. Adapun teknik pengumpulan data berupa angket/kuesioner dengan menggunakan *skala likert* yang kemudian dianalisis menggunakan software SPSS versi 26.

Hasil penelitian diketahui bahwa: faktor eksternal minat masyarakat menjadi nasabah di LKS yaitu 1) promosi dengan persentase sebesar 50%, 2) lokasi dengan persentase sebesar 70%, 3) fasilitas pelayanan dengan persentase sebesar 64%, 4) pengetahuan produk dengan persentase sebesar 48%, dan faktor internal minat masyarakat menjadi nasabah di LKS yaitu 1) pekerjaan dengan persentase sebesar 50%, 2) gaya hidup dengan persentase sebesar 65%, sikap dan keyakinan dengan persentase sebesar 67%. Di lihat dari persentase tertinggi minat masyarakat menjadi nasabah di LKS yaitu faktor eksternal pada indikator lokasi. Hal ini disebabkan lokasi LKS yang cukup jauh dan bisa di bilang LKS masih sedikit sehingga membuat masyarakat desa Negeri Ratu kurang berminat menjadi nasabah di LKS. Konsumen atau nasabah pasti menginginkan lokasi bank yang strategis dan mudah di jangkau.

**Kata Kunci: Minat, Faktor Eksternal, dan Faktor Internal**

## ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : RIFDA YANTI NAIMAH

NPM : 2003011086

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

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

Metro, 10 Juni 2024  
Yang Menyatakan,



**RIFDA YANTI NAIMAH**  
NPM. 2003011086

## MOTTO

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

Artinya: *“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan”* (Q.S. Ali Imran/3: 130).<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> QS. Ali Imran (3): 130.

## **PERSEMBAHAN**

Tiada kata yang pantas diucapkan selain bersyukur kepada Allah SWT yang telah memberikan begitu banyak berkah dalam hidup peneliti. Peneliti persembahkan skripsi ini sebagai ungkapan rasa hormat dan cinta kasih yang tulus kepada:

1. Orang tua tercinta bapak Giyono dan ibu Tin Fitriyati atas kasih sayang yang tulus dan yang selau mendoakan peneliti, terima kasih atas jasa, pengorbanan, perhatian yang tiada henti dan membesarkan peneliti dengan penuh rasa sayang serta senantiasa memotivasi, mendukung dan menyemangati peneliti sehingga dapat menyelesaikan pendidikan sampai dengan sarjana.
2. Kakak kandung, kakak ipar dan seluruh kerabat yang senantiasa memberikan semangat, senyum dan doa untuk keberhasilan skripsi ini.
3. Pembimbing skripsi bapak Yudhistira Ardana, M.E.K. yang telah membimbing, mengarahkan serta memberikan motivasi kepada peneliti dalam penulisan skripsi ini dengan penuh rasa sabar.
4. Teman-teman S1 Ekonomi Syariah kelas B angkatan 2020 tersayang yang sudah menjadi teman sekaligus keluarga bagi peneliti saat berjuang untuk menjadi Sarjana, teman-teman yang selalu memberikan motivasi, semangat dan dukungannya.

Kepada mereka semua, hanya ungkapan terima kasih dan doa yang tulus dapat peneliti persembahkan, semoga segala yang telah mereka berikan kepada peneliti tercatat dengan tinta emas dalam lembaran catatan Raqip sebagai sebuah ibadah yang tiada ternilai. Aamiin.

Akhirnya dengan segala keterbatasan dan kekurangan, peneliti mempersembahkan karya tulis ini kepada siapapun yang membutuhkan. Kritik dan saran dari semua pihak sangatlah peneliti harapkan. Terima kasih.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan ke-Hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, ridho, dan *inayah*-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Faktor-Faktor Determinan Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Lembaga Keuangan Syariah”.

Dalam proses penyelesaian skripsi ini, peneliti telah memperoleh bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Hingga pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terimakasih banyak kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag., PIA. selaku Rektor IAIN Metro.
2. Bapak Dr. Mat Jalil, M.Hum. selaku Dekan FEBI IAIN Metro.
3. Bapak Yudhistira Ardana, M.E.K. selaku Ketua Jurusan S1 Ekonomi Syariah.
4. Bapak Yudhistira Ardana, M.E.K. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberi arahan, masukan serta motivasi kepada peneliti.
5. Ibu Liana Dewi Susanti, M.E.Sy. selaku Dosen Pembimbing Akademik.
6. Bapak dan Ibu dosen dan seluruh jajarannya.
7. Masyarakat desa Negeri Ratu yang sudah bersedia menjadi responden penelitian.

Kritik dan saran demi perbaikan skripsi ini sangat diharapkan dan akan di terima dengan lapang dada. Dan akhirnya semoga skripsi ini kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu Ekonomi Syariah.

Metro, 10 Juni 2024  
Peneliti,



**Rifda Yanti Naimah**  
**NPM.2003011086**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>NOTA DINAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ORISINALITAS PENELITIAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>viii</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	12
C. Batasan Masalah .....	12
D. Rumusan Penelitian .....	13
E. Tujuan Penelitian .....	13
F. Manfaat Penelitian .....	13
G. Penelitian Relevan.....	14
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Minat .....	19
1. Pengertian Minat .....	19
2. Macam-Macam Minat .....	20

3. Tahapan-Tahapan Minat .....	21
4. Faktor-Faktor Determinan Timbulnya Minat.....	22
B. Lembaga Keuangan .....	26
1. Lembaga Keuangan Bank .....	27
2. Lembaga Keuangan Non-Bank .....	27
3. Lembaga Keuangan Syariah .....	28
4. Lembaga Keuangan Konvensional .....	29
C. Kerangka Berpikir .....	31

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Rancangan Penelitian .....	34
B. Definisi Operasional Variabel.....	34
C. Populasi dan Sampel .....	37
D. Metode Pengambilan Data .....	40
1. Sumber Data Penelitian.....	40
2. Metode Pengumpulan Data.....	42
E. Instrumen Penelitian.....	43
F. Teknik Keabsahan Data .....	45
1. Uji Validitas .....	45
2. Uji Reliabilitas .....	47
G. Teknik Analisis Data.....	49
1. Analisis Statistik Deskriptif .....	49

### **BAB VI HASIL PENELITIAN**

A. Deskripsi Lokasi Penelitian .....	53
1. Profil Desa Negeri Ratu .....	53
2. Sejarah Desa Negeri Ratu .....	53
3. Struktur Organisasi Desa Negeri Ratu .....	55
B. Hasil Penelitian .....	57
1. Faktor Eksternal .....	57
2. Faktor Internal .....	70
C. Pembahasan .....	80

1. Faktor-Faktor Eksternal Yang Mempengaruhi Minat	
Masyarakat Menjadi Nasabah Di Lemabaga Keuangan Syariah	81
2. Faktor-Faktor Internal Yang Mempengaruhi Minat	
Masyarakat Menjadi Nasabah Di Lemabaga Keuangan Syariah	83

## **BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN**

A. Kesimpulan .....	86
B. Implikasi .....	87
C. Saran .....	88

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## **RIWAYAT HIDUP**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Identitas Informan .....	5
Tabel 3.1	Skala Penilaian <i>Likert</i> .....	44
Tabel 3.2	Kisi-Kisi Instrumen Penelitian Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Timbulnya Minat Masyarakat Menjadi Nasabah di Lembaga Keuangan Syariah .....	45
Tabel 3.3	Data Hasil Uji Validitas .....	47
Tabel 3.4	Hasil Uji Reliabilitas .....	48
Tabel 4.1	Distribusi Frekuensi Faktor Eksternal .....	58
Tabel 4.2	Interval Faktor Eksternal .....	58
Tabel 4.3	Distribusi Frekuensi Faktor Promosi .....	59
Tabel 4.4	Interval Faktor Promosi .....	59
Tabel 4.5	Distribusi Kategorisasi Faktor Promosi .....	60
Tabel 4.6	Distribusi Frekuensi Faktor Lokasi .....	61
Tabel 4.7	Interval Lokasi .....	62
Tabel 4.8	Distribusi Kategorisasi Variabel Faktor Lokasi .....	63
Tabel 4.9	Distribusi Frekuensi Faktor Fasilitas Dan Pelayanan .....	64
Tabel 4.10	Interval Faktor Fasilitas Dan Pelayanan .....	65
Tabel 4.11	Distribusi Kategorisasi Variabel Faktor Fasilitas Dan Pelayanan ..	66
Tabel 4.12	Distribusi Frekuensi Faktor Pengetahuan Produk .....	67
Tabel 4.13	Interval Faktor Pengetahuan Produk .....	68
Tabel 4.14	Distribusi Kategorisasi Variabel Faktor Pengetahuan Produk .....	69
Tabel 4.15	Distribusi Frekuensi Faktor Internal .....	71
Tabel 4.16	Interval Faktor Internal .....	71
Tabel 4.17	Distribusi Frekuensi Faktor Pekerjaan .....	72
Tabel 4.18	Interval Faktor Pekerjaan .....	72
Tabel 4.19	Distribusi Kategorisasi Variabel Faktor Pekerjaan .....	73
Tabel 4.20	Distribusi Frekuensi Faktor Gaya Hidup .....	75
Tabel 4.21	Interval Faktor Gaya Hidup .....	75

Tabel 4.22 Distribusi Kategorisasi Variabel Faktor Gaya Hidup .....	76
Tabel 4.23 Distribusi Frekuensi Faktor Sikap Dan Keyakinan.....	77
Tabel 4.24 Interval Faktor Sikap Dan Keyakinan .....	78
Tabel 4.25 Distribusi Kategorisasi Variabel Faktor Sikap Dan Keyakinan.....	79
Tabel 4.26 Hasil Persentase Faktor Eksternal Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Di Lembaga Keuangan Syariah.....	81
Tabel 4.27 Hasil Persentase Faktor Internal Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Di Lembaga Keuangan Syariah.....	83

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Persentase Minat Masyarakat Menjadi Nasabah di Bank Syariah	5
Gambar 2.1	Kerangka Berpikir .....	33
Gambar 4.1	Peta Wilayah Desa Negeri Ratu .....	53
Gambar 4.2	Struktur Organisasi Desa Negeri Ratu .....	56
Gambar 4.3	Histogram Faktor Promosi .....	61
Gambar 4.4	Histogram Faktor Lokasi.....	64
Gambar 4.5	Histogram Faktor Fasilitas Dan Pelayanan .....	67
Gambar 4.6	Histogram Faktor Pengetahuan Produk.....	70
Gambar 4.7	Histogram Faktor Pekerjaan .....	74
Gambar 4.8	Histogram Faktor Gaya Hidup .....	77
Gambar 4.9	Histogram Faktor Sikap Dan Keyakinan.....	80

## **DAFTAR LAMPIRAN**

1. SK Pembimbing
2. Outline
3. Persentase Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah
4. Kuesioner Penelitian
5. Tabulasi Data Hasil Penyebaran Kuesioner Penelitian
6. Surat Keterangan Bebas Pustaka
7. Surat Keterangan Bebas Plagiasi
8. Lembar Bimbingan Skripsi

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Negara yang maju akan terus memperlihatkan perubahan dan perkembangan karena berlomba-lomba untuk menjadi negara yang bagus dan baik dari sistem keuangan maupun sistem perekonomian. Sama halnya dengan negara Indonesia, kemajuan dan perkembangan bisa dilihat baik dari segi pembangunan, industri maupun teknologi. Contohnya di dunia industri bisnis, bisnis antar produsen berlomba-lomba bersaing hanya demi untuk memenuhi kebutuhan yang diinginkan oleh konsumen dan pelayanan yang terbaik untuk konsumen agar konsumen tertarik dan mau berlangganan menggunakan produk dan jasa tersebut, begitu juga dengan lembaga perbankan yang selalu memperlihatkan kepada masyarakat dan nasabah tentang perkembangan dan kemajuan.

Indeks keyakinan konsumen (IKK) adalah indeks yang mencerminkan keyakinan konsumen Indonesia mengenai kondisi ekonomi saat ini dan ekspektasi konsumen dalam periode yang akan datang. Bank Indonesia mengidentifikasi keyakinan konsumen terhadap kondisi ekonomi di bulan Desember 2023 meningkat dibandingkan dengan capaian pada bulan sebelumnya. Hal ini tercermin dari Indeks Keyakinan Konsumen (IKK) Desember 2023 sebesar 123,8 lebih tinggi dibandingkan 123,6 pada bulan sebelumnya. Meningkatnya keyakinan konsumen pada Desember 2023 didorong oleh menguatnya Indeks Kondisi Ekonomi (IKE) saat ini. IKE tercatat

meningkat terutama pada indeks pembelian tahan lama. Sementara itu, Indeks Ekspektasi Konsumen (IEK) terhadap kondisi ekonomi 6 bulan kedepan tetap kuat di topang oleh Indeks Ekspetasi Penghasilan.<sup>1</sup>

Lembaga perbankan adalah segala sesuatu yang menyangkut dengan bank, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.<sup>2</sup> Lembaga keuangan adalah badan usaha yang mempunyai kekayaan dalam bentuk aset keuangan. Lembaga keuangan dalam dunia keuangan bertindak selaku lembaga yang menyediakan jasa keuangan bagi nasabahnya, dimana pada umumnya lembaga diatur oleh regulasi keuangan dari pemerintah.

Menurut Muljono lembaga keuangan adalah setiap perusahaan yang bergerak dibidang keuangan, dengan menghimpun dana, menyalurkan dana, atau kedua-duanya.<sup>3</sup> Sedangkan lembaga keuangan syariah secara esensial berbeda dengan lembaga keuangan konvensional, baik dalam tujuan, mekanisme, kekuatan, ruang lingkup, serta tanggung jawabnya. Setiap institusi dalam lembaga keuangan syariah menjadi bagian integral dari sistem syariah.

Bentuk lembaga keuangan terdiri dari lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan non-bank. Lembaga keuangan bank adalah lembaga keuangan yang kegiatan utamanya menyalurkan jasa dalam pembayaran dan peredaran uang serta pemberian kredit, seperti Bank Sentral, Bank Umum Dan

---

<sup>1</sup> BI.go.id

<sup>2</sup> Hery,S.E M. SI.CRP, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Gramedia Widiasarana Indonesia, 2021).

<sup>3</sup> Maya Djoko Muljono, *Buku Pintar Akuntansi Perbankan dan Lembaga Keuangan Syariah* (Yogyakarta: Andi, 2015).

Bank Perkreditan Rakyat. Lembaga keuangan non-bank adalah lembaga keuangan yang menghimpun dana dengan cara mengeluarkan surat-surat berharga dan pembiayaan investasi kemudian menyalurkannya kepada perusahaan yang membutuhkan ataupun masyarakat yang membutuhkan, seperti perusahaan Asuransi, Dana Pensiun, Koperasi Simpan Pinjam, Bursa Efek/Pasar Modal, Anjak Piutang, Modal Ventura, Pegadaian Dan Sewa Guna.

Lembaga keuangan syariah merupakan suatu badan usaha yang menjalankan sistem berdasarkan prinsip-prinsip yang ditetapkan dalam hukum Islam seperti Bank Umum Syariah, Bank Pembiayaan Rakyat Syariah, Koperasi Syariah, Asuransi Syariah, Pasar Modal Syariah, Reksadana Syariah, Pegadaian Syariah, Pasar Uang Syariah, Dana Pensiun Syariah, Leasing Syariah, Modal Ventura Syariah, Dan Anjak Piutang Syariah. Dengan hadirnya lembaga keuangan syariah seperti bank syariah maka dapat membantu masyarakat dalam hal keuangan yang sesuai dengan kebutuhannya.

Perbankan syariah merupakan salah satu sektor yang memiliki peranan penting di dalam pelaksanaan pembangunan terutama dalam mendukung dunia usaha. Dunia perbankan memiliki porsi yang cukup besar dalam penghimpunan dana masyarakat baik berupa tabungan, deposito, giro serta penyedia dana dalam bentuk penyaluran berbagai jenis kredit dan menjadi pendukung di dalam transaksi lalu lintas pembayaran dan keuangan, yang merupakan sektor penting dalam perbankan konvensional maupun perbankan syariah.

Untuk menarik minat masyarakat, maka suatu lembaga keuangan syariah harus mengetahui apa keinginan dan kebutuhan terhadap produk dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Sebagai lembaga keuangan syariah perlu memperkenalkan produk dan jasanya agar dapat diketahui dan dipahami oleh masyarakat luas. Hal tersebut bertujuan untuk menarik minat masyarakat untuk menggunakan produk dan jasa tersebut.

Zusnani mengemukakan bahwa minat adalah suatu perhatian dengan perasaan senang yang kuat dan mendalam terhadap sesuatu yang dapat mengarahkan seseorang untuk mendapatkan sesuatu dengan kemauannya sendiri.<sup>4</sup> Minat adalah keadaan ketika seseorang tertarik atau mempunyai perhatian lebih terhadap sesuatu serta ingin mempelajari dan mengetahui lebih lanjut. Minat merupakan bagian dari unsur kepribadian seseorang dan berperan penting dalam pengambilan keputusan dimasa depan, membimbing setiap orang menuju suatu objek berdasarkan kebahagiaan atau ketidakbahagiaan.

Minat diartikan sebagai suatu pemusatan perhatian yang tidak disengaja yang terlahir dengan penuh kemauannya yang tergantung dari bakat dan lingkungannya.<sup>5</sup> Minat konsumen jasa keuangan merupakan rasa ketertarikan seseorang untuk menggunakan jasa keuangan yang dapat memenuhi kebutuhannya dalam hal transaksi dibidang keuangan.

Berdasarkan hasil pra survey yang dilakukan oleh peneliti, di desa Negeri Ratu yang berada di Kecamatan Muara Sungkai Kabupaten Lampung

---

<sup>4</sup> Zusnani Ida, *Pendidikan Kepribadian Siswa SD-SMA* (Jakarta Selatan: Tugu Publisher, 2013), 79.

<sup>5</sup> Agus Sujanto, *Psikologi Umum* (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), 92.

Utara jumlah penduduknya sebanyak 1.705 jiwa. Dari 1.705 penduduk di desa Negeri Ratu sebagian besar penduduknya beragama Islam, dan ada 7 penduduk yang tidak beragama Islam (non muslim). Di desa Negeri Ratu mayoritas pekerjaan penduduknya yaitu petani dan pekebun. Di desa Negeri Ratu peneliti melakukan wawancara kepada masyarakat sebanyak 10 informan. Sebagaimana dapat di lihat pada tabel di bawah ini.

**Tabel 1.1**  
**Identitas Informan**

No.	Nama	Jenis Kelamin	Pekerjaan	Umur
1.	Amin Mustofa	Laki-laki	Petani	27
2.	Inti Masruroh	Perempuan	Ibu rumah tangga	25
3.	Erwin	Laki-laki	Karyawan pabrik	23
4.	Puspita Sari	Perempuan	Art	21
5.	Aan Romadhoni	Laki-laki	Supir	20
6.	Tri Wahyudi	Laki-laki	Wirausaha	25
7.	Sarifudin	Laki-laki	Petani	23
8.	Isti Malihah	Perempuan	Ibu rumah tangga	28
9.	Tria	Perempuan	Petani	27
10.	Kamilatussa'adah	Perempuan	Guru	25

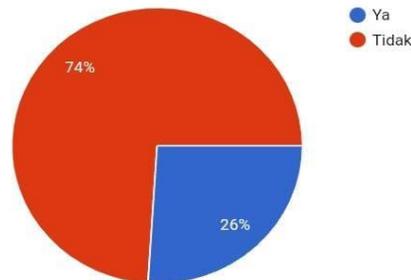
Sumber: Data yang di olah bulan desember 2023.

Dari hasil wawancara yang peneliti lakukan di desa Negeri Ratu dengan 10 informan, 6 informan yang berada di desa Negeri Ratu sudah mengetahui tentang bank syariah namun sudah menjadi nasabah di bank konvensional. Dan 4 informan di desa Negeri Ratu yang peneliti wawancarai sudah menjadi nasabah di bank syariah. Serta peneliti juga menyebarkan kuesioner kepada masyarakat yang berada di desa Negeri Ratu sebanyak 50 responden. Data hasil penyebaran kuesioner dengan 50 responden dapat di lihat pada lampiran google form berikut ini:

Apakah anda menggunakan bank syariah untuk melakukan transaksi



50 jawaban



Gambar 1.1  
Persentase Minat Masyarakat Menjadi Nasabah di Bank Syariah

Dari hasil penyebaran kuesioner tersebut 26% masyarakat desa Negeri Ratu sudah menjadi nasabah di bank syariah. Dan 74% masyarakat desa Negeri Ratu sudah menjadi nasabah di bank konvensional. Dari hasil wawancara dan penyebaran kuesioner yang dilakukan oleh peneliti kepada beberapa masyarakat yang berada di desa Negeri Ratu yang seluruh masyarakat yang menjadi informan dan responden tersebut beragama Islam dan sebagian besar sudah mengetahui tentang lembaga keuangan syariah, namun ada yang sudah menjadi nasabah di bank konvensional. Sedikit dari masyarakat di desa Negeri Ratu yang memilih bank syariah untuk melakukan transaksi. Masyarakat lebih memilih bank konvensional dengan keterangan sebagian besar dari penduduknya memiliki pekerjaan sebagai petani dan pekebun. Mereka memilih bank konvensional sebagai tempat bertransaksi seperti pembiayaan untuk dijadikan modal dalam mengelola usahanya dengan

alasan saat mengajukan pembiayaan tidak membutuhkan waktu yang lama dalam poses pencairannya.<sup>6</sup>

Ada beberapa faktor yang dijadikan alasan masyarakat desa Negeri Ratu kurang berminat menjadi nasabah di bank syariah dan lebih memilih menjadi nasabah di bank konvensional, yaitu di bank syariah saat melakukan pembiayaan proses untuk pencairannya lama disebabkan masih harus di seleksi layak atau tidak menerima pembiayaan dari bank syariah tersebut, karena dalam bank syariah semuanya harus jelas, jelas dalam kegunaan dana tersebut untuk apa/agunan yang dijadikan untuk jaminan tersebut atas hak milik pihak pembiayaan tersebut atau bukan, tidak diperbolehkan adanya unsur penipuan/kebohongan, macam produk yang disediakan oleh bank syariah tidak sebanyak bank konvensional, ATM bank syariah yang masih minim, tuntutan pekerjaan, serta kurangnya pemahaman mengenai sistem operasional perbankan syariah.<sup>7</sup>

Timbulnya minat dari dalam diri seseorang dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor-faktor determinan minat masyarakat menjadi nasabah di lembaga keuangan syariah, yaitu:

1. Faktor Eksternal, faktor yang berasal dari luar atau dari karakteristik lingkungan dan objek-objek yang terlibat didalamnya, yaitu:
  - a. Promosi, merupakan suatu ungkapan dari arti luas tentang kegiatan-kegiatan yang secara aktif dilakukan oleh perusahaan (penjual) untuk

---

<sup>6</sup> Hasil wawancara kepada masyarakat desa Negeri Ratu, desember 2023.

<sup>7</sup> Hasil wawancara kepada masyarakat desa Negeri Ratu, desember 2023.

mendorong konsumen membeli produk yang ditawarkan.<sup>8</sup> Dalam promosi ini merupakan tahapan penting untuk menarik minat konsumen atau nasabah agar tertarik terhadap produk yang ditawarkan.

- b. Lokasi, merupakan suatu tempat dimana dapat digunakan sebagai tempat produksi atau tempat melayani konsumen. Konsumen atau nasabah pasti menginginkan lokasi bank yang strategis dan mudah dijangkau.<sup>9</sup> Sehingga lokasi yang akan digunakan sebuah bank harus benar-benar strategis agar mempermudah para nasabah melakukan transaksi investasi maupun pembiayaan.
- c. Fasilitas pelayanan, telah kita ketahui bahwa dalam memberikan pelayanan seorang pegawai bank dengan nasabah diperlukan etika yang baik, sehingga kedua belah pihak baik calon nasabah maupun pegawai bank saling menghargai. Nasabah yang hendak melakukan investasi atau pembiayaan harus mendapatkan pelayanan yang baik agar nasabah merasa puas atas pelayanan yang ada pada bank tersebut dan dapat melanjutkan kerjasama yang sudah ada. Hasil yang diperoleh bank atas pelayanan jasa bank syariah yaitu fee atau komisi.<sup>10</sup> Apabila fasilitas pelayanan yang diberikan pada nasabah sangat baik dan mampu menarik banyaknya nasabah untuk berinvestasi pada bank syariah, maka bank syariah tersebut akan berkembang dan akan memikat calon nasabah lainnya. Karyawan pun

---

<sup>8</sup> Panji Anoraga, *Manajemen Bisnis* (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), 222.

<sup>9</sup> Kasmir, *Kewirausahaan* (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2014), 340.

<sup>10</sup> Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2005), 53.

akan mendapatkan tambahan pendapatan dari hasil pelayanan yang cukup memuaskan bagi nasabah.

- d. Pengetahuan produk, merupakan pengetahuan yang dimiliki oleh seorang konsumen, yang bilamana semakin luas pengetahuan maka akan semakin memberikan kepastian serta jaminan yang akan mereka dapatkan dari keputusan pembelian produk tersebut.<sup>11</sup> Pengetahuan produk merupakan salah satu faktor penting bagi seseorang atau masyarakat dalam menentukan suatu pilihan, hal ini termasuk dalam menentukan pilihan dimana mereka akan menitipkan dananya.
2. Faktor Internal, faktor yang berasal dari dalam diri individu itu sendiri, yaitu:
    - a. Pekerjaan, merupakan gambaran/pencerminan tugas-tugas, kewajiban-kewajiban dan tanggung jawab nyata dari setiap anggota karyawan terhadap pekerjaannya.<sup>12</sup> Semakin tinggi tingkat pekerjaan semakin tinggi juga tingkat konsumsi atau semakin tinggi tingkat kebutuhan akan bank sebagai investasi.
    - b. Gaya hidup, adalah pola hidup di dunia yang di ekspresikan dalam aktivitas, minat dan opininya. Gaya hidup menggambarkan “keseluruhan dari seseorang” yang berinteraksi dalam lingkungan.<sup>13</sup> Konsep gaya hidup dapat membantu pemasar memahami nilai

---

<sup>11</sup> Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), 186.

<sup>12</sup> Veithzal Rivai, *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), 106.

<sup>13</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Analisa, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol* Jilid 1 (Jakarta: Prenhallindo, 2016), 162.

konsumen yang berubah-ubah dan bagaimana gaya hidup mempengaruhi pada konsumen dalam perilaku pembelian.

- c. Sikap dan keyakinan, Sikap dapat menggambarkan penilaian kognitif yang baik maupun tidak baik, perasaan emosional dan kecenderungan berbuat selama waktu tertentu terhadap beberapa objek dan gagasan. Sedangkan keyakinan merupakan gagasan deskriptif yang dianut oleh seseorang tentang sesuatu.<sup>14</sup>

Menarik bagi peneliti untuk mengetahui lebih besar mana antara faktor eksternal dan faktor internal yang membuat masyarakat kurang berminat menjadi nasabah di lembaga keuangan syariah. Berdasarkan data observasi yang peneliti lakukan di desa Negeri Ratu kesadaran masyarakat untuk menggunakan bank syariah dalam bertransaksi masih dirasa kurang. Tidak sedikit masyarakatnya yang menjadi nasabah di bank syariah di banding bank konvensional, yang mestinya bank syariah menjadi bank yang dianjurkan untuk masyarakat yang beragama Islam pada umumnya. Dalam bank konvensional terdapat kegiatan-kegiatan yang dilarang syariah Islam seperti menerima dan membayar bunga (riba). Oleh karena itu, dasar pemikiran berdirinya bank syariah bersumber atas pelarangan riba yang hal ini seperti di jelaskan di dalam Q.S. Al-Baqarah ayat 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ  
 ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ  
 مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ  
 النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ 275

<sup>14</sup> Abdul Haris dan Nurhayati, *Psikologi dalam Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2010), 93.

Artinya: “Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya”.<sup>15</sup>

Dari ayat-ayat di atas telah dijelaskan bahwa Allah SWT telah melarang riba dalam melakukan transaksi perdagangan. Allah SWT memperbolehkan jual beli dan melarang riba agar mendapat keberuntungan.

Adanya beberapa indikator yang menyebabkan kurangnya minat masyarakat menjadi nasabah bank syariah ialah pengetahuan.<sup>16</sup> Banyak nasabah yang belum paham dengan bank syariah dan mereka beranggapan bahwa perbankan syariah hanya untuk beribadah bukan untuk menabung dan berinvestasi. Nasabah berfikir bahwa tidak ada perbedaan antara perbankan syariah dan perbankan konvensional, oleh sebab itu tidak heran bahwa mereka masih enggan menjadi nasabah pada bank syariah.<sup>17</sup>

Salah satu penyebab kurangnya pengetahuan masyarakat dikarenakan masih rendahnya pemahaman tentang produk dan jasa yang ditawarkan bank syariah. Kurangnya minat masyarakat menjadi nasabah di lembaga keuangan

---

<sup>15</sup> QS. al-Baqarah (2): 275.

<sup>16</sup> Auvi Halnira dan Susianto, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Masyarakat Kecamatan Medan Belawan Menabung Di Bank Syariah,” *Jurnal FEBI* 1, no.1 (2020), 511-522.

<sup>17</sup> Saputra A. D. And Ghani, “Analisis Pengaruh Pendidikan Dan Faktor Sosial Terhadap Pengetahuan Masyarakat Tentang Bank Syariah (Studi Kasus Di Dusun Pandean Pundung),” (2016).

syariah, tentunya terdapat beberapa faktor yang mendasari. Meliputi faktor pengetahuan, lokasi, faktor bagi hasil, faktor pelayanan.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk membahas mengenai “Faktor-Faktor Determinan Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Di Lembaga Keuangan Syariah ”

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan penjelasan yang tertuang dalam latar belakang di atas dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yang timbul, permasalahan tersebut antara lain sebagai berikut:

1. Kurangnya pemahaman masyarakat desa Negeri Ratu mengenai sistem oprasional perbankan syariah.
2. Masyarakat yang berada di desa Negeri Ratu lebih memilih bank konvensional daripada bank syariah karena tuntutan pekerjaan.
3. Masyarakat yang berada di desa Negeri Ratu lebih memilih bank konvensional daripada bank syariah karena atm bank syariah yang terlalu minim daripada bank konvensional.

## **C. Batasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah tersebut, terdapat beberapa masalah yang timbul. Mengingat adanya keterbatasan peneliti, baik dari segi waktu dan biaya sehingga perlu adanya pembatasan masalah. Pada penelitian ini batasan masalah yang dibahas lebih ditekankan pada “Faktor-Faktor Determinan Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Di Lembaga Keuangan Syariah”, antara lain:

1. Faktor-faktor internal yang mempengaruhi minat masyarakat menjadi nasabah di lembaga keuangan syariah.
2. Faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi minat masyarakat menjadi nasabah di lembaga keuangan syariah.

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka peneliti dapat mengambil suatu rumusan masalah yaitu faktor apa yang mempengaruhi minat masyarakat untuk menjadi nasabah di lembaga keuangan syariah?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui dan menganalisis faktor yang mempengaruhi minat masyarakat untuk menjadi nasabah di lembaga keuangan syariah.

#### **F. Manfaat Penelitian**

##### **1. Secara Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah ilmu pengetahuan dan dapat digunakan sebagai rujukan penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan faktor-faktor determinan minat masyarakat menjadi nasabah di lembaga keuangan syariah.

##### **2. Secara Praktis**

Bagi masyarakat, diharapkan penelitian ini bermanfaat dan menciptakan kesadaran tentang lembaga keuangan syariah serta dapat meningkatkan minat masyarakat untuk menjadi nasabah di lembaga keuangan syariah.

## G. Penelitian Relevan

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan peneliti dalam melakukan penelitian sehingga peneliti dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Dari teori terdahulu peneliti tidak menemukan penelitian yang judulnya sama seperti judul penelitian yang peneliti susun. Namun peneliti mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian pada penelitian peneliti.

Berikut merupakan tabel penelitian terdahulu berupa beberapa jurnal dan skripsi terkait dengan penelitian yang dilakukan peneliti.

No.	Nama Penerbit	Judul Penelitian	Perbedaan dan Persamaan
1.	Irnawati Indi (2019). <sup>18</sup>	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Dikecamatan Rappocini Kota Makassar).	Perbedaan: 1. Perbedaan pada penelitian tersebut faktor-faktor yang mempengaruhi kurangnya minat yaitu pengetahuan, pelayanan dan lokasi, sedangkan dalam penelitian yang peneliti susun faktor-faktor yang mempengaruhi minat yaitu faktor internal (pekerjaan, gaya hidup, serta sikap dan keyakinan), dan faktor eksternal (promosi, lokasi, fasilitas pelayanan dan pengetahuan produk). 2. Pada penelitian tersebut sumber data primer menggunakan teknik ( <i>quota sampling</i> ), sedangkan pada penelitian yang peneliti susun menggunakan sampling dengan karakter tertentu ( <i>purposive</i> )

<sup>18</sup> Irnawati, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Dikecamatan Rappocini Kota Makassar)," *Skripsi*, Universitas Negeri Makassar (2019).

No.	Nama Penerbit	Judul Penelitian	Perbedaan dan Persamaan
			<p><i>sampling</i>).</p> <p>3. Pada penelitian tersebut teknik analisis statistik data menggunakan uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji hipotesis. Sedangkan pada penelitian yang peneliti susun teknik analisis data menggunakan analisis statistik deskriptif.</p>
			<p>Persamaan:</p> <p>Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang peneliti susun yaitu sama-sama membahas mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menggunakan lembaga keuangan syariah.</p>
2.	Linda Safitri (2021). <sup>19</sup>	Analisis Minat Aparatur Sipil Negara Menjadi Nasabah Di Lembaga Keuangan Syariah (Studi Kasus Di MTs Negeri 1 Lampung Timur.	<p>Perbedaan:</p> <p>1. Perbedaan pada penelitian tersebut dengan penelitian yang peneliti susun yaitu penelitian tersebut merupakan penelitian lapangan (<i>field research</i>) dengan pendekatan deskriptif kualitatif sedangkan penelitian yang peneliti susun merupakan penelitian dengan menggunakan metode deskriptif melalui pendekatan kuantitatif.</p> <p>2. Pada penelitian tersebut pengumpulan data menggunakan wawancara dan dokumentasi, sedangkan dalam penelitian yang peneliti susun pengumpulan data menggunakan kuesioner dan dokumentasi.</p> <p>3. Pada penelitian tersebut sumber data primer menggunakan teknik <i>sampling</i> acak (<i>simple</i></p>

<sup>19</sup> Linda Safitri, "Analisis Minat Aparatur Sipil Negara Menjadi Nasabah Di Lembaga Keuangan Syariah (Studi Kasus Di MTs Negeri 1 Lampung Timur)," *Skripsi*, Institut Agama Islam Negeri Metro (2021).

No.	Nama Penerbit	Judul Penelitian	Perbedaan dan Persamaan
			<p><i>random sampling</i>), sedangkan pada penelitian yang peneliti susun menggunakan sampling dengan karakter tertentu (<i>purposive sampling</i>).</p> <p>4. Pada penelitian tersebut faktor-faktor yang</p>
			<p>mempengaruhi minat yaitu faktor internal (agama, kepribadian, motivasi dan persepsi), dan faktor eksternal (pelayanan, promosi, dan sosial), sedangkan dalam penelitian yang peneliti susun faktor-faktor yang mempengaruhi minat yaitu faktor internal (pekerjaan, gaya hidup, serta sikap dan keyakinan), dan faktor eksternal (promosi, lokasi, fasilitas pelayanan dan pengetahuan produk).</p> <p>Persamaan:            Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang peneliti susun yaitu sama-sama membahas mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menggunakan lembaga keuangan syariah.</p>
3.	Ahmad Dahlan Malik (2017). <sup>20</sup>	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Berinvestasi Di Pasar Modal Syariah Melalui Bursa Galeri Investasi UISI.	<p>Perbedaan:</p> <p>1. Perbedaan pada penelitian tersebut pengumpulan data hanya menggunakan kuesioner, sedangkan dalam penelitian yang peneliti susun pengumpulan data menggunakan kuesioner dan dokumentasi.</p> <p>2. Pada penelitian tersebut teknik pengambilan sampel menggunakan <i>Random Sampling</i>, sedangkan pada penelitian yang</p>

<sup>20</sup> Ahmad Dahlan Malik, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Berinvestasi Di Pasar Modal Syariah Melalui Bursa Galeri Investasi UISI," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 3, no.1 (2017).

No.	Nama Penerbit	Judul Penelitian	Perbedaan dan Persamaan
			peneliti susun teknik pengambilan sampel menggunakan <i>Purposive</i>
			<p><i>Sampling.</i></p> <p>Persamaan:            Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang peneliti susun yaitu sama-sama membahas mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat.</p>
4.	Mislah Hayati Nasution dan Sutisna (2015). <sup>21</sup>	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Internet Banking.	<p>Perbedaan :</p> <p>1. Perbedaan pada penelitian tersebut faktor-faktor yang mempengaruhi minat yaitu faktor kemudahan, kenyamanan, keamanan, praktis dan efisien. Sedangkan dalam penelitian yang peneliti susun faktor-faktor yang mempengaruhi minat yaitu faktor internal (pekerjaan, gaya hidup, serta sikap dan keyakinan), dan faktor eksternal (promosi, lokasi, fasilitas pelayanan dan pengetahuan produk).</p> <p>2. Pada penelitian tersebut teknik pengambilan sampel menggunakan <i>Random Sampling</i>, sedangkan pada penelitian yang peneliti susun teknik pengambilan sampel menggunakan <i>Purposive Sampling.</i></p> <p>Persamaan:            Pada penelitian tersebut dengan penelitian yang peneliti susun sama-sama menggunakan teknik analisis data statistik deskriptif, dan sama-sama membahas mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat.</p>

<sup>21</sup> Mislah Hayati Nasution dan Sutisna, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Internet Banking," *Jurnal Nisbah* 1, no.1 (2015).

No.	Nama Penerbit	Judul Penelitian	Perbedaan dan Persamaan
5.	Sinta Armalita (2016). <sup>22</sup>	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Untuk Melanjutkan Studi Ke Perguruan Tinggi Siswa Kelas XII Jurusan Tata Boga Di SMK Negeri 4 Dan SMK Negeri 6 Yogyakarta.	<p>Perbedaan:</p> <p>1. Perbedaan pada penelitian tersebut faktor-faktor yang mempengaruhi minat yaitu faktor internal (pengertian, keingintahuan, motivasi dan kebutuhan), serta faktor eksternal (orang tua, guru, teman, fasilitas dan lingkungan). Sedangkan dalam penelitian yang peneliti susun faktor-faktor yang mempengaruhi minat yaitu faktor internal (pekerjaan, gaya hidup, serta sikap dan keyakinan), dan faktor eksternal (promosi, lokasi, fasilitas pelayanan dan pengetahuan produk).</p> <p>Persamaan:</p> <p>Pada peneliat tersebut dengan penelitian yang peneliti susun sama-sama menggunakan metode penelitian deskriptif melalui pendekatan kuantitatif, dan sama-sama membahas mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat.</p>

---

<sup>22</sup> Sinta Armalita, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Untuk Melanjutkan Studi Ke Perguruan Tinggi Siswa Kelas XII Jurusan Tata Boga Di SMK Negeri 4 Dan SMK Negeri 6 Yogyakarta," *Skripsi*, Universitas Negeri Yogyakarta (2016).

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Minat**

##### **1. Pengertian Minat**

Minat adalah keadaan ketika seseorang tertarik atau mempunyai perhatian lebih terhadap sesuatu serta ingin mempelajari dan mengetahui lebih lanjut. Minat merupakan bagian dari unsur kepribadian seseorang dan berperan penting dalam pengambilan keputusan dimasa depan, membimbing setiap orang menuju suatu objek berdasarkan kebahagiaan atau ketidak bahagiaan. Minat diartikan sebagai suatu pemusatan perhatian yang tidak disengaja yang terlahir dengan penuh kemauannya yang tergantung dari bakat dan lingkungannya.<sup>1</sup>

Minat dapat diartikan suatu kesukaan, kegemaran atau kesenangan akan sesuatu. Minat merupakan dorongan dalam diri seseorang atau faktor yang menimbulkan ketertarikan atau perhatian secara efektif, yang menyebabkan dipilihnya suatu objek atau kegiatan yang menguntungkan, menyenangkan dan lama kelamaan akan mendapatkan kepuasan dalam dirinya.<sup>2</sup>

Minat merupakan suatu rangsangan yang ada pada konsumen untuk mencari informasi mengenai inovasi tersebut.<sup>3</sup> Abdul Rahman dan Muhibb Abdul berpendapat bahwa minat adalah suatu kecenderungan

---

<sup>1</sup> Agus Sujanto, *Psikologi Umum.*, 92.

<sup>2</sup> Ahmad Susanto, *Teori Belajar Dan Pembelajaran Di Sekolah Dasar* (Jakarta: Prenada Media Grup, 2016), 58.

<sup>3</sup> Philip Kotler Dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT. Macan Jaya Cemerlang, 2008), 20.

untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang.<sup>4</sup> Oleh sebab itu minat seseorang dapat dipelajari dari pernyataan senang atau tidak senangnya seseorang terhadap sesuatu.

Dari penjelasan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa minat merupakan rasa ketertarikan atau keinginan seseorang terhadap suatu objek yang kemudian akan timbul rasa senang dan kemudian memilikinya.

## 2. Macam-Macam Minat

Minat dapat digolongkan menjadi beberapa macam, ini sangat tergantung pada sudut pandang dan cara penggolongan, misalnya berdasarkan timbulnya minat, berdasarkan arahnya minat dan berdasarkan cara mendapatkan atau mengungkapkan minat.<sup>5</sup>

- a. Berdasarkan timbulnya minat, dapat dibedakan menjadi minat *primitif* dan *kultural*. Minat *primitif* adalah minat yang timbul karena kebutuhan biologis. Sedangkan minat *kultural* atau minat sosial adalah minat yang timbul karena proses belajar, tidak secara langsung berhubungan dengan diri kita.
- b. Berdasarkan arahnya, dapat dibedakan menjadi minat *intrinstik* dan *ekstrinstk*. Minat *intrinstik* adalah minat yang langsung berhubungan dengan aktivitas itu sendiri, ini merupakan minat yang lebih mendasar/minat asli. Sedangkan minat *ekstrinstik* minat yang

---

<sup>4</sup> Abdul Rahman Shaleh dan Muhibb Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengatur dalam Perspektif Islam* (Jakarta: Kencana, 2004), 263.

<sup>5</sup> *Ibid.* 265.

berhubungan dengan tujuan akhir dari kegiatan tersebut, ketika tujuan sudah tercapai ada kemungkinan minat tersebut hilang.

c. Berdasarkan cara mendapatkan, dibedakan menjadi *expressed interest*, *manifest interest*, *tested interest*, *inventoried interest*.<sup>6</sup>

1) *Expressed interest*, minat yang diungkapkan dengan cara meminta kepada subjek untuk menyatakan suatu kegiatan/tugas baik yang disenangi maupun yang tidak disenangi.

2) *Manifest interest*, minat yang diungkapkan dengan cara mengobservasi terhadap aktivitas yang dilakukan oleh subjek.

3) *Tested interest*, minat yang diungkapkan berdasarkan hasil jawaban sesuai tes yang diberikan.

4) *Inventoried interest*, minat yang diungkapkan menggunakan alat-alat yang sudah distandarisasikan, yang biasanya berisi pertanyaan yang ditujukan kepada subjek apakah dia senang atau tidak.

### 3. Tahapan-Tahapan Minat

Donni Juni Priansa menyebutkan bahwa tahapan minat terdapat dua model, yaitu model AIDACS (*Attention, Interest, Desire, Action, Conviction, Satisfaction*) dan mengalami penurunan model menjadi CAB (*Cognitive, Affect, Behaviour*).<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> *Ibid.*, 266.

<sup>7</sup> Donni Juni Priansa, *Prilaku Konsumen* (Bandung: Alfabeta, 2017), 164.

a. Model CAB

- 1) *Cognitive*, merupakan kepercayaan nasabah terhadap produk atau merek.
- 2) *Affect*, merupakan pernyataan nasabah terhadap produk atau merek.
- 3) *Behaviour*, merupakan kecenderungan nasabah untuk melakukan tindakan tertentu yang berkaitan terhadap produk atau merek.<sup>8</sup>

#### 4. Faktor-Faktor Determinan Timbulnya Minat

Faktor-faktor determinan timbulnya minat masyarakat menjadi nasabah di lembaga keuangan syariah ada 2 yaitu faktor eksternal dan internal.

a. Faktor Eksternal

Faktor eksternal yang dapat mempengaruhi minat merupakan faktor yang berasal dari karakteristik lingkungan dan objek-objek yang terlibat didalamnya.

1) Promosi

Merupakan suatu ungkapan dari arti luas tentang kegiatan-kegiatan yang secara aktif dilakukan oleh perusahaan (penjual) untuk mendorong konsumen membeli produk yang ditawarkan.<sup>9</sup> Dalam promosi ini merupakan tahapan penting untuk menarik minat konsumen atau nasabah agar tertarik terhadap produk yang ditawarkan.

---

<sup>8</sup> *Ibid.*, 166.

<sup>9</sup> Panji Anoraga, *Manajemen Bisnis.*, 222.

## 2) Lokasi

Merupakan suatu tempat dimana dapat digunakan sebagai tempat produksi atau tempat melayani konsumen. Konsumen atau nasabah pasti menginginkan lokasi bank yang strategis dan mudah dijangkau.<sup>10</sup> Sehingga lokasi yang akan digunakan sebuah bank harus benar-benar strategis agar mempermudah para nasabah melakukan transaksi investasi maupun pembiayaan

Lokasi yang tepat dalam mendirikan suatu usaha adalah salah satu hal yang sangat menentukan keuntungan bagi suatu pengusaha. Pengusaha akan selalu mencari lokasi yang strategis yang mudah dilihat dan dijangkau oleh nasabah. Lokasi yang tepat adalah ditempat dengan potensi pasar yang besar. Fenomena global mengharuskan perbankan untuk melakukan pembaharuan strategi salah satunya yaitu dengan strategi penentuan lokasi usaha yang tepat, sebab keberhasilan dalam penentuan suatu usaha yang tepat akan meningkatkan operasional bisnis.

## 3) Fasilitas Pelayanan

Telah kita ketahui bahwa dalam memberikan pelayanan seorang pegawai bank dengan nasabah diperlukan etika yang baik, sehingga kedua belah pihak baik calon nasabah maupun pegawai bank saling menghargai. Nasabah yang hendak melakukan investasi atau pembiayaan harus mendapatkan pelayanan yang baik

---

<sup>10</sup> Kasmir, *Kewirausahaan.*, 340.

agar nasabah merasa puas atas pelayanan yang ada pada bank tersebut dan dapat melanjutkan kerjasama yang sudah ada. Hasil yang diperoleh bank atas pelayanan jasa bank syariah yaitu fee atau komisi.<sup>11</sup> Apabila fasilitas pelayanan yang diberikan pada nasabah sangat baik dan mampu menarik banyaknya nasabah untuk berinvestasi pada bank syariah sehingga bank syariah tersebut akan berkembang dan akan memikat calon nasabah lainnya. Karyawan pun akan mendapatkan tambahan pendapatan dari hasil pelayanan yang cukup memuaskan bagi nasabah.

#### 4) Pengetahuan Produk

Merupakan pengetahuan yang dimiliki oleh seorang konsumen, yang bilamana semakin luas pengetahuan maka akan semakin memberikan kepastian serta jaminan yang akan mereka dapatkan dari keputusan pembelian produk tersebut.<sup>12</sup> Pengetahuan produk merupakan salah satu faktor penting bagi seseorang atau masyarakat dalam menentukan suatu pilihan, hal ini termasuk dalam menentukan pilihan dimana mereka akan menitipkan dananya.

#### b. Faktor Internal

Faktor internal merupakan faktor yang berasal dari dalam diri individu itu sendiri:

---

<sup>11</sup> Ismail, *Perbankan Syariah.*, 53.

<sup>12</sup> Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran.*, 186.

### 1) Pekerjaan

Merupakan gambaran/pencerminan tugas-tugas, kewajiban-kewajiban dan tanggung jawab nyata dari setiap anggota karyawan terhadap pekerjaannya.<sup>13</sup> Semakin tinggi tingkat pekerjaan semakin tinggi juga tingkat konsumsi atau semakin tinggi tingkat kebutuhan akan bank sebagai investasi.

### 2) Gaya Hidup

Gaya hidup adalah pola hidup di dunia yang di ekspresikan dalam aktivitas, minat dan opininya. Gaya hidup menggambarkan “keseluruhan dari seseorang” yang berinteraksi dalam lingkungan.<sup>14</sup> Konsep gaya hidup dapat membantu pemasar memahami nilai konsumen yang berubah-ubah dan bagaimana gaya hidup mempengaruhi pada konsumen dalam perilaku pembelian.

### 3) Sikap dan Keyakinan

Sikap dapat menggambarkan penilaian kognitif yang baik maupun tidak baik, perasaan emosional dan kecenderungan berbuat selama waktu tertentu terhadap beberapa objek dan gagasan. Sedangkan keyakinan merupakan gagasan deskriptif yang dianut oleh seseorang tentang sesuatu.<sup>15</sup>

---

<sup>13</sup> Veithzal Rivai, *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan.*, 106.

<sup>14</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Analisa, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol.*, 162.

<sup>15</sup> Abdul Haris dan Nurhayati, *Psikologi dalam Pendidikan.*, 93.

## B. Lembaga Keuangan

Pendirian sebuah lembaga keuangan harus mengikuti prosedur menurut undang-undang yang berlaku. Otoritas jasa keuangan dan lembaga lainnya perlu ikut memberikan pengawasan terhadap kegiatan di berbagai lembaga keuangan. Pengawasan dan regulasi yang ketat diperlukan untuk menciptakan bisnis jasa keuangan yang sehat untuk masyarakat. Lembaga keuangan merupakan badan usaha atau institusi di bidang jasa keuangan yang bergerak dengan cara memberikan fasilitas jasa layanan keuangan, menghimpun dana dari masyarakat, dan menyalurkannya kembali untuk pendanaan ke berbagai kegiatan keuangan yang mempengaruhi jalannya perekonomian.

Menurut Undang-Undang nomor 14 tahun 1967 tentang pokok-pokok perbankan menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan lembaga keuangan adalah semua badan yang melalui kegiatan-kegiatan di bidang keuangan menarik dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali ke masyarakat. Selain itu, lembaga keuangan juga menawarkan jasa keuangan lain seperti asuransi, transfer dana, dan penyimpanan barang-barang berharga.<sup>16</sup>

Menurut Muljono lembaga keuangan adalah setiap perusahaan yang bergerak dibidang keuangan, dengan menghimpun dana, menyalurkan dana, atau kedua-duanya.<sup>17</sup> Lembaga keuangan mempunyai berbagai fungsi yang berkaitan erat dengan keseharian masyarakat. Kehadirannya memberi dampak

---

<sup>16</sup> Bustari Muchtar, Rose Rahmidani, Menik Kurnia Siwi, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*, 23-24.

<sup>17</sup> Maya Djoko Muljono, *Buku Pintar Akuntansi Perbankan dan Lembaga Keuangan Syariah* (Yogyakarta: Andi, 2015).

baik bagi kehidupan masyarakat, sehingga jadi lebih berkualitas. Namun, fungsi lembaga keuangan sendiri cukup berbeda-beda, tergantung dari jenis lembaganya. Lembaga keuangan terbagi menjadi:<sup>18</sup>

### **1. Lembaga Keuangan Bank**

Lembaga keuangan bank adalah lembaga keuangan yang kegiatan utamanya menyalurkan jasa dalam pembayaran dan peredaran uang serta pemberian kredit, seperti Bank Sentral, Bank Umum Dan Bank Perkreditan Rakyat. Lembaga keuangan bank adalah lembaga yang menyalurkan atau memberi pinjaman, menghimpun dana dari masyarakat, serta menyediakan jasa keuangan lainnya. Lembaga keuangan bank/badan usaha yang bergerak dalam bidang jasa keuangan bagi seluruh masyarakat. Karena bank merupakan perantara diantara masyarakat yang membutuhkan dana dengan masyarakat yang kelebihan dana, disamping itu juga menyediakan jasa-jasa keuangan lainnya. Karena bank berfungsi sebagai perantara keuangan maka dalam hal ini faktor “kepercayaan” dari masyarakat merupakan faktor utama dalam menjalankan bisnis perbankan.

### **2. Lembaga Keuangan Non-Bank/Lembaga Keuangan Bukan Bank**

Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB) merupakan entitas keuangan yang beroperasi di luar sektor perbankan konvensional. Secara umum, LKBB adalah institusi yang menyediakan beragam layanan keuangan, namun tidak memiliki izin sebagai bank komersial. Dalam lingkungannya, LKBB mencakup berbagai institusi seperti perusahaan

---

<sup>18</sup> Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), 30.

pembiayaan, perusahaan asuransi, perusahaan modal ventura, lembaga pegadaian, dan entitas keuangan lainnya.

LKBB adalah suatu lembaga yang kegiatan pokoknya memberi jasa-jasa keuangan dan menarik dana dari masyarakat secara tidak langsung. LKBB berfungsi sebagai pengumpul dana dan penyalur dana kemasyarakat, maksudnya adalah untuk menunjang pengembangan pasar uang dan modal serta membantu pemodal perusahaan-perusahaan. Sejak tahun 1972 Pemerintah memberikan izin bagi pendirian LKBB, sebagaimana diketahui LKBB terdiri dari jenis pembiayaan pembangunan, jenis investasi, dan jenis lainnya.<sup>19</sup>

Lembaga keuangan non-bank/LKBB adalah lembaga keuangan yang menghimpun dana dengan cara mengeluarkan surat-surat berharga dan pembiayaan investasi kemudian menyalurkannya kepada perusahaan yang membutuhkan ataupun masyarakat yang membutuhkan, seperti perusahaan Asuransi, Dana Pensiun, Koperasi Simpan Pinjam, Bursa Efek/Pasar Modal, Anjak Piutang, Modal Ventura, Pegadaian Dan Sewa Guna.

### **3. Lembaga Keuangan Syariah**

Lembaga keuangan syariah adalah suatu lembaga yang kegiatannya menghimpun dana masyarakat dan menyalurkan kembali kepada masyarakat dengan prinsip-prinsip syariah. Lembaga keuangan syariah secara esensial berbeda dengan lembaga keuangan konvensional, baik

---

<sup>19</sup> Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan* (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2010), 53.

dalam tujuan, mekanisme, kekuatan, ruang lingkup, serta tanggung jawabnya. Setiap institusi dalam lembaga keuangan syariah menjadi bagian integral dari sistem syariah.

Lembaga keuangan syariah sebagai bagian dari sistem ekonomi syariah, dalam menjalankan bisnis dan usahanya tidak terlepas dari saringan syariah. Oleh karena itu, lembaga keuangan syariah tidak akan mungkin membiayai usaha-usaha yang didalamnya terkandung hal-hal yang diharamkan, proyek yang menimbulkan kemudharatan bagi masyarakat luas.<sup>20</sup>

Bank Syariah atau dapat juga disebut bank Islam adalah lembaga yang berfungsi sebagai intermediasi yaitu mengerahkan dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana-dana tersebut kepada masyarakat yang membutuhkan dalam bentuk pembiayaan tanpa berdasarkan prinsip bunga, melainkan berdasarkan prinsip syariah.<sup>21</sup> Prinsip dasar perbankan syariah berdasarkan Al-Quran dan sunnah. Secara lebih detail, perbankan syariah telah merumuskan prinsip-prinsip yang menjadi landasan pengaturan kelembagaan dan kegiatan operasional seperti keadilan, kebersamaan, dan kehalalan.<sup>22</sup>

---

<sup>20</sup> Zulkifli Rusby, *Lembaga Keuangan Syariah* (Pekanbaru: Pusat Kajian Pendidikan Islam FAI UIR, 2015), 2.

<sup>21</sup> Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Islam*, cet. ke-3 (Jakarta: PT Pustaka Utama Grafiti, 2007), 1.

<sup>22</sup> Jundiani, *Pengaturan Hukum Perbankan Syariah di Indonesia* (Malang: UIN Malang Press, 2009), 64.

Bank syariah pada dasarnya mempunyai tiga fungsi utama yaitu sebagai berikut :<sup>23</sup>

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

Perbankan di Indonesia mempunyai tujuan untuk menunjang pelaksanaan pembangunan nasional guna meningkatkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat. Sedangkan penyaluran dana oleh perbankan syariah mempunyai tujuan untuk menunjang pelaksanaan pembangunan, meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan meratakan kesejahteraan rakyat.<sup>24</sup>

Secara umum tujuan bank syariah adalah untuk mendorong dan mempercepat kemajuan ekonomi masyarakat dengan melakukan kegiatan perbankan, finansial, komersial, dan investasi yang sesuai dengan kaidah syariah. Hal ini berbeda dengan tujuan bank konvensional dimana tujuan utamanya adalah mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya.<sup>25</sup>

#### **4. Lembaga Keuangan Konvensional**

Lemabaga keuangan konvensional adalah badan usaha yang kekayaannya terutama dalam bentuk aset keuangan atau tagihan (*claims*) dibandingkan aset *non financial* atau aset riil. Lembaga keuangan

---

<sup>23</sup> Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Prenamedia Group, 2011), 30.

<sup>24</sup> Wangsawidjaja, *Pembiayaan Bank Syariah* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2012), 32.

<sup>25</sup> Abdul Ghofur Ansori, *Perbankan Syariah di Indonesia* (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2018), 34.

konvensional memberikan kredit kepada nasabah dan menanamkan dananya dalam surat-surat berharga (obligasi). Lembaga keuangan konvensional juga menawarkan beberapa skema tabungan, proteksi asuransi, program pensiun, penyediaan sistem pembayaran, dan mekanisme transfer dana. Lembaga keuangan konvensional merupakan bagian dari sistem ekonomi modern yang fungsinya melayani masyarakat pemakai jasa-jasa keuangan secara digitalisasi.<sup>26</sup>

Bank konvensional yaitu bank yang dalam aktivitasnya, baik penghimpunan dana maupun dalam rangka penyaluran dananya, memberikan dan mengenakan imbalan berupa bunga atau sejumlah imbalan dalam persentase tertentu dari dana untuk suatu periode tertentu.<sup>27</sup>

Dalam mencari keuntungan dan menentukan harga kepada para nasabahnya, bank konvensional menggunakan dua metode yang berdasarkan prinsip konvensional, yaitu:

- a. Menetapkan bunga sebagai harga untuk produk simpanan seperti giro, tabungan atau deposito. Demikian pula dengan harga untuk produk pinjaman ditentukan berdasarkan tingkat suku bunga tertentu. Penentuan harga dikenal dengan istilah *spread based*.
- b. Untuk jasa-jasa bank dan lainnya pihak perbankan konvensional menggunakan atau menerapkan berbagai biaya-biaya dalam nominal

---

<sup>26</sup> Rizal Nurjaman, *Lembaga Keuangan Syariah dan Konvensional* (tp.:tnp., 2014).

<sup>27</sup> Sigit Triandaru dan Totok Budisantoso, *Bank dan Lembaga Keuangan Lain* (Jakarta: Salemba Empat, 2006), 153.

atau persentase tertentu. Sistem pengenaan biaya dikenal dengan istilah *fee based*.<sup>28</sup>

### C. Kerangka Berpikir

Minat dapat diartikan suatu kesukaan, kegemaran atau kesenangan akan sesuatu. Minat merupakan dorongan dalam diri seseorang atau faktor yang menimbulkan ketertarikan atau perhatian secara efektif, yang menyebabkan dipilihnya suatu objek atau kegiatan yang menguntungkan, menyenangkan dan lama kelamaan akan mendapatkan kepuasan dalam dirinya.<sup>29</sup>

Abdul Rahman dan Muhib Abdul berpendapat bahwa minat adalah suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang.<sup>30</sup> Oleh sebab itu minat seseorang dapat dipelajari dari pernyataan senang atau tidak senangnya seseorang terhadap sesuatu.

Minat merupakan suatu kecenderungan seseorang untuk mengetahui sesuatu lebih mendalam. Apabila seseorang menaruh minat pada sesuatu, maka minatnya berfungsi sebagai pendorong yang kuat dari dalam dirinya untuk terlibat secara aktif pada objek yang menarik baginya.

Adapun faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menjadi nasabah di lembaga keuangan syariah ada dua macam, yaitu faktor eksternal dan faktor internal. Faktor eksternal meliputi: promosi, lokasi, fasilitas pelayanan, dan pengetahuan produk. Sedangkan faktor internal, meliputi: faktor pekerjaan,

---

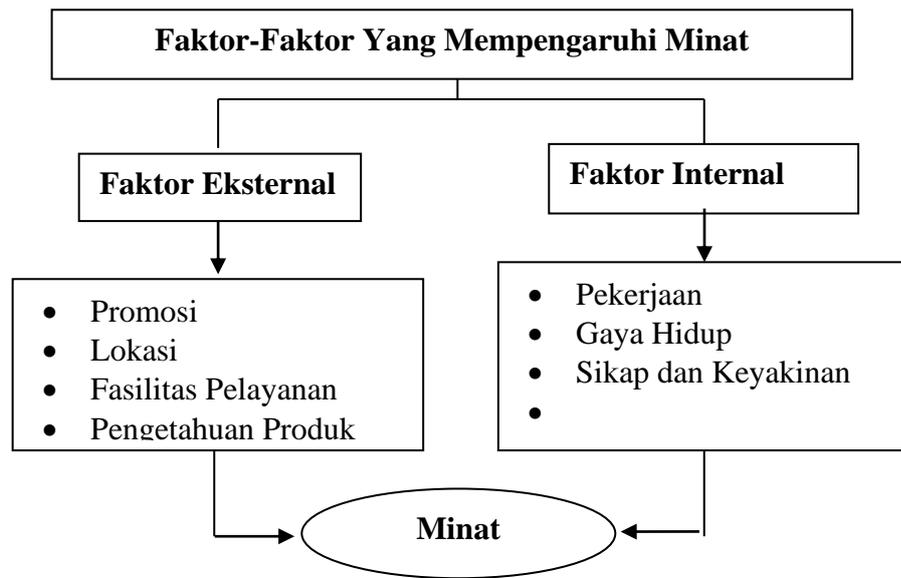
<sup>28</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Prenada Media Group, 2008), 20.

<sup>29</sup> Ahmad Susanto, *Teori Belajar Dan Pembelajaran Di Sekolah Dasar.*, 58.

<sup>30</sup> Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengatur dalam Perspektif Islam.*, 263.

gaya hidup dan sikap dan keyakinan. Berikut kerangka berpikir dalam penelitian ini:

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Berpikir**



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Rancangan Penelitian**

Rancangan penelitian menjelaskan tentang bentuk, jenis dan sifat penelitian. Rancangan penelitian diartikan sebagai strategi mengatur latar penelitian agar peneliti memperoleh data yang valid sesuai dengan karakteristik variabel dan tujuan penelitian.<sup>1</sup>

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode penelitian deskriptif melalui pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono metode penelitian deskriptif kuantitatif bertujuan untuk mendeskripsikan fenomena, peristiwa, gejala dan kejadian yang terjadi secara *factual*, sistematis serta akurat.<sup>2</sup> Fenomena dapat berupa bentuk, aktivitas, hubungan, karakteristik serta persamaan maupun perbedaan antar fenomena. Sasaran penelitian ini adalah masyarakat di desa Negeri Ratu. Fokus pembahasan penelitian ini adalah terkait faktor-faktor determinan minat masyarakat menjadi nasabah di lembaga keuangan syariah pada masyarakat desa Negeri Ratu.

#### **B. Definisi Operasional Variabel**

Definisi operasional variabel merupakan kumpulan yang lengkap tentang apa yang harus diamati dan mengukur suatu variabel atau konsep

---

<sup>1</sup> Ahmad Fauzi and dkk, *Metode Penelitian* (Banyumas: CV. Pena Persad, 2022), 71.

<sup>2</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017).

untuk mengukur kesempurnaan. Definisi operasional variabel ditemukan item-item yang dituangkan dalam instrumen penelitian.

Untuk menghindari kesalahan dalam penelitian tentang penafsiran variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini, maka peneliti membatasi pengertian dan variabel tersebut. Dalam penelitian ini variabel yang digunakan adalah variabel tunggal, variabel yang hanya mengungkapkan variabel untuk dideskripsikan unsur atau faktor-faktor didalam setiap gejala yang termasuk variabel tersebut.

Minat untuk menjadi nasabah di lembaga keuangan syariah di lihat dari faktor-faktor yang telah ditetapkan dalam penelitian ini. Jadi yang menjadi variabel dalam penelitian ini yaitu faktor-faktor determinan timbulnya minat masyarakat menjadi nasabah di lembaga keuangan syariah, yaitu sebagai berikut:

### **1. Faktor Eksternal**

Faktor eksternal yang dapat mempengaruhi minat merupakan faktor yang berasal dari karakteristik lingkungan dan objek-objek yang terlibat didalamnya, sebagai berikut:

- a. Promosi, merupakan suatu ungkapan dari arti luas tentang kegiatan-kegiatan yang secara aktif dilakukan oleh perusahaan (penjual) untuk mendorong konsumen membeli produk yang ditawarkan.<sup>3</sup>
- b. Lokasi, merupakan suatu tempat dimana dapat digunakan sebagai tempat produksi atau tempat melayani konsumen. Konsumen atau

---

<sup>3</sup> Panji Anoraga, *Manajemen Bisnis.*, 222.

nasabah pasti menginginkan lokasi bank yang strategis dan mudah dijangkau.<sup>4</sup>

- c. Fasilitas pelayanan, ketika nasabah yang hendak melakukan investasi atau pembiayaan harus mendapatkan pelayanan yang baik agar nasabah merasa puas atas pelayanan yang ada pada bank tersebut dan dapat melanjutkan kerjasama yang sudah ada. Hasil yang diperoleh bank atas pelayanan jasa bank syariah yaitu fee atau komisi.<sup>5</sup>
- d. Pengetahuan produk, merupakan pengetahuan yang dimiliki oleh seorang konsumen, yang bilamana semakin luas pengetahuan maka akan semakin memberikan kepastian serta jaminan yang akan mereka dapatkan dari keputusan pembelian produk tersebut.<sup>6</sup>

## 2. Faktor Internal

Faktor internal merupakan faktor yang berasal dari dalam diri individu itu sendiri, sebagai berikut:

- a. Pekerjaan, merupakan gambaran/pencerminan tugas-tugas, kewajiban-kewajiban dan tanggung jawab nyata dari setiap anggota karyawan terhadap pekerjaannya.<sup>7</sup>
- b. Gaya hidup, adalah pola hidup di dunia yang di ekspresikan dalam aktivitas, minat dan opininya. Gaya hidup menggambarkan “keseluruhan dari seseorang” yang berinteraksi dalam lingkungan.<sup>8</sup>

---

<sup>4</sup> Kasmir, *Kewirausahaan.*, 340.

<sup>5</sup> Ismail, *Perbankan Syariah.*, 53.

<sup>6</sup> Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran.*, 186.

<sup>7</sup> Veithzal Rivai, *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan.*, 106.

<sup>8</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Analisi, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol.*,

- c. Sikap dan keyakinan, sikap dapat menggambarkan penilaian kognitif yang baik maupun tidak baik, perasaan emosional dan kecenderungan berbuat selama waktu tertentu terhadap beberapa objek dan gagasan. Sedangkan keyakinan merupakan gagasan deskriptif yang dianut oleh seseorang tentang sesuatu.<sup>9</sup>

## C. Populasi dan Sampel Penelitian

### 1. Populasi

Kegiatan pengumpulan data merupakan langkah paling penting untuk mengetahui karakteristik dari populasi yang merupakan elemen dalam objek penelitian. Menurut Sugiyono populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek dan subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>10</sup>

Menurut Endang Mulyatiningsih populasi adalah sekumpulan orang, hewan, tumbuhan atau benda yang mempunyai karakteristik tertentu yang akan diteliti.<sup>11</sup> Pendapat lain mengemukakan bahwa populasi atau *universe* ialah jumlah keseluruhan dari unit analisa yang ciri-cirinya akan di duga.<sup>12</sup>

Berdasarkan beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa populasi yaitu keseluruhan objek penelitian dengan karakteristik tertentu

---

<sup>9</sup> Abdul Haris dan Nurhayati, *Psikologi dalam Pendidikan.*, 93.

<sup>10</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2019), 126.

<sup>11</sup> Endang Mulyatiningsih, *Riset Terapan* (Yogyakarta: UNY Press, 2011), 10.

<sup>12</sup> Masri Singarimbun & Sofian Effendi, *Metode Penelitian Survei* (Jakarta: LP3ES, 2008), 152.

yang akan diteliti dan kemudian digunakan untuk menarik kesimpulan. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang berada di desa Negeri Ratu yang jumlah penduduknya sebanyak 1.705 jiwa.

## 2. Sampel dan Teknik Sampling

Sampel adalah bagian dari populasi yang menjadi sumber data dalam penelitian, dimana sampel merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi.<sup>13</sup> Menurut Suharsimi Arikunto sampel adalah bagian atau wakil populasi yang diteliti, dinamakan sampel apabila bermaksud untuk menggeneralisasikan hasil penelitian sampel.<sup>14</sup>

Sedangkan pendapat lain mengemukakan bahwa sampel adalah cuplikan atau sebagian dari populasi.<sup>15</sup> Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa sampel yaitu sebagian dari populasi yang akan diteliti.

Teknik pengambilan sampel yang diambil dalam penelitian ini yaitu *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* adalah pengambilan sampel dengan menggunakan beberapa pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti.<sup>16</sup> Kriteria yang peneliti ambil saat melakukan penelitian yaitu pada masyarakat yang membutuhkan perbankan dalam kebutuhan

---

<sup>13</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D.*, 81.

<sup>14</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta, Rineka Cipta, 2010), 174.

<sup>15</sup> Endang Mulyatiningsih, *Riset Terapan.*, 10.

<sup>16</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2018), 138

kehidupannya, masyarakat yang berusia di bawah 35 tahun, dan masyarakat yang tertarik menggunakan perbankan karena pekerjaannya.

Dari data di atas diketahui populasi penelitian ini sebanyak 1.705 jiwa. Dalam menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini peneliti menggunakan bantuan penentuan jumlah sampel dari populasi yang dikembangkan oleh *Isaac dan Micheal*. Dengan rumus sebagai berikut:

$$S = \frac{\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2(N - 1) + \lambda^2 \cdot P \cdot Q}$$

$\lambda^2$  dengan dk = 1%, 5%, 10%

P = Q = 0,5. d = 0,05. s = jumlah sampel

Keterangan:

S = Jumlah sampel

$\lambda^2$  = Chi kuadrat yang harganya tergantung derajat kebebasan dan tingkat kesalahan (10% = 2,706)

N = Jumlah populasi

P = Peluang benar

Q = Peluang salah

d = Perbedaan antara rata-rata sampel dengan rata-rata populasi.<sup>17</sup>

$$S = \frac{\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2(N - 1) + \lambda^2 \cdot P \cdot Q}$$

$$S = \frac{2,706^2 \times 1.705 \times 0,5 \times 0,5}{0,01^2 \times (1.705 - 1) + 2,706^2 \times 0,5 \times 0,5}$$

---

<sup>17</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 87.

$$S = \frac{1.153,43}{17,71}$$

$$S = 65,10 = 66$$

Hasilnya adalah 65,10 kemudian dibulatkan menjadi 66. Jadi, dari populasi sebanyak 1.705 peneliti mengambil sebanyak 66 orang sebagai responden dalam penelitian ini.

## **D. Metode Pengambilan Data**

### **1. Sumber Data Penelitian**

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

Sumber data primer merupakan data yang berasal dari sumber pertama. Data primer yang diperoleh melalui observasi dan pengisian kuesioner yang dibagikan kepada responden. Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat yang bertempat tinggal di desa Negeri Ratu. Sugiyono berpendapat bahwa wawancara merupakan teknik pengumpulan data untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti.<sup>18</sup>

Sedangkan kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang diajukan kepada responden untuk memperoleh informasi.<sup>19</sup> Suatu kuesioner dikatakan sah atau valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Sedangkan untuk jenis skala pengukuran yang digunakan

---

<sup>18</sup> *Ibid.*, 317.

<sup>19</sup> Kina, A., "Persepsi Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah (HES) Terhadap Mata Kuliah Ekonomi Konvensional," *Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Ekonomi* 12, no.2 (2019): 58.

adalah *skala Likert*. Menurut Sugiyono *skala Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.<sup>20</sup> Skala yang digunakan dalam penelitian ini berisi empat tingkat profensi jawaban, Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Kurang Setuju (KS), dan Tidak Setuju (TS).

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.<sup>21</sup> Menurut Arikunto sumber data sekunder adalah data yang diperoleh dari dokumen-dokumen grafis (tabel, catatan, notulen rapat, SMS, dan lain-lain), foto-foto, film, rekaman video, benda-benda dan lain-lain yang dapat memperkaya data primer dapat memperkaya data primer.<sup>22</sup>

Dari beberapa pengertian di atas sumber data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, data yang diperoleh bisa dari dokumen-dokumen atau lewat orang lain, seperti catatan, foto atau benda lainnya yang dapat memperkaya sumber data primer. Sumber data sekunder yang digunakan oleh peneliti diperoleh dari masyarakat, web, buku, artikel, jurnal dan skripsi terdahulu.

---

<sup>20</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D.*, 146.

<sup>21</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D.*, 456.

<sup>22</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2013).

## 2. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

### a. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawab.<sup>23</sup> Menurut Suharsimi Arikunto kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang probadinya atau hal-hal yang diketahui.<sup>24</sup>

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan angket tertutup karena telah disediakan jawabannya oleh peneliti sehingga responden hanya memilih mana yang sesuai dengan dirinya. Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan yaitu angket (kuesioner), dengan menggunakan angket (kuesioner) peneliti bisa mendapatkan data yang dibutuhkan yaitu data mengenai faktor determinan kurangnya minat masyarakat menjadi nasabah di lembaga keuangan syariah.

### b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari dan mengumpulkan data mengenai hal-hal yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar,

---

<sup>23</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D.*, 142.

<sup>24</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik.*, 194.

majalah, notulen, rapat agenda dan sebagainya.<sup>25</sup> Sedangkan Sudaryono berpendapat bahwa dokumentasi adalah ditujukan untuk memperoleh data langsung dari tempat peneliti, buku-buku, film dokumenter, dan data penelitian yang relevan.<sup>26</sup>

Dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini untuk mencari data penelitian yang berupa faktor-faktor determinan minat masyarakat menjadi nasabah di lembaga keuangan syariah. Dokumentasi dalam penelitian ini yaitu dengan catatan serta foto saat melakukan wawancara pada masyarakat desa Negeri Ratu dan mengumpulkan data-data melalui jurnal/artikel serta buku yang berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menjadi nasabah di lembaga keuangan syariah.

#### **E. Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam atau sosial yang diamati.<sup>27</sup> Dari data yang diperoleh, kemudian data tersebut di ubah menjadi angka-angka. Untuk mengubah kedalam angka, dibutuhkan skala untuk mengukurnya. Pada penelitian ini, instrumen penelitian yang digunakan pada angket adalah *skala Likert*. Diperjelas oleh Sugiyono, dengan *skala Likert* maka variabel yang akan diukur dijabarkan

---

<sup>25</sup> Zahara Yusra, "Pengelolaan Lkp Pada Masa Pandemi Covid 19," *Jurnal of Learning* 4, no.1 (2021): 15-22.

<sup>26</sup> Sudaryono, *Metodologi Penelitian* (Depok: PT. Raja Grafindo Persada, 2018), 216.

<sup>27</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D.*, 156.

menjadi indikator variabel.<sup>28</sup> Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan.

Dalam penelitian ini hanya terdapat satu jenis instrumen yaitu instrumen untuk mengungkapkan data tentang faktor-faktor determinan minat masyarakat menjadi nasabah di lembaga keuangan syariah. Angket yang berisi butir-butir pernyataan yang berhubungan erat dengan masalah penelitian untuk diberikan tanggapan oleh subjek penelitian. Berikut tabel skor alternatif jawaban dalam penelitian ini yang menggunakan *skala likert*:

**Tabel 3.1**  
**Skala Penilaian Likert**

Simbol	Alternatif Jawaban	Nilai	
		Positif (+)	Negatif (-)
SS	Sangat Setuju	4	1
S	Setuju	3	2
KS	Kurang Setuju	2	3
TS	Tidak Setuju	1	4

Sumber: Sugiyono (2019).

Adapun kisi-kisi instrumen dalam penelitian adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.2**  
**Kisi-Kisi Instrumen Penelitian Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Timbulnya Minat Masyarakat Menjadi Nasabah di Lembaga Keuangan Syariah**

No	Variabel	Indikator	Sub Indikator	Butiran Pernyataan	Jumlah
1.	Faktor-faktor yang mempengaruhi minat	Faktor Eksterna 1	1. Promosi	1,2	2
			2. Lokasi	3,4	2
			3. Fasilitas Pelayanan	5,6	2
			4. Pengetahuan dan Produk	7,8	2
		Faktor Internal	1. Pekerjaan	9,10	2
			2. Gaya Hidup	11,12	2

<sup>28</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2012), 134.

			3. Sikap dan Keyakinan	13,14	2
--	--	--	------------------------	-------	---

Sumber: diolah oleh peneliti, 2024.

## F. Teknik Keabsahan Data

### 1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti.<sup>29</sup> Uji validitas ini dilakukan untuk mengukur apakah data yang telah di dapat setelah penelitian merupakan data yang valid atau tidak, dengan menggunakan alat ukur angket (kuesioner). Uji validitas yaitu uji yang digunakan untuk mengukur instrumen dalam kuisisioner tersebut.

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pernyataan dalam mendefinisikan suatu variabel.<sup>30</sup> Pengujian validitas tiap butir digunakan analisis item yaitu mengkorelasikan skor tiap butir skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir, dengan dasar pengambilan keputusan apabila nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka item soal angket tersebut dinyatakan valid, dan sebaliknya jika nilai  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel, maka item soal angket tersebut dinyatakan tidak valid dengan taraf signifikan 5%. Rumus uji validitas sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

<sup>29</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D.*, 125.

<sup>30</sup> Sujarweni dan Endrayanto. *.Statistika untuk Penelitian* (Yogyakarta: Graha. Ilmu, 2012), 177.

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi antara skor butir soal dan skor butir total.

$n$  = Banyaknya sampel/responden.

$\sum x$  = Jumlah skor butir soal.

$\sum y$  = Jumlah skor total soal.

$\sum x^2$  = Jumlah skor kuadrat butir soal.

$\sum y^2$  = Jumlah skor kuadrat total butir soal.

Uji validitas dilakukan dengan melihat korelasi antar skor masing-masing item pernyataan dengan skor total. Pelaksanaan analisis butir pernyataan menggunakan program komputer *software SPSS* versi 26. Dari validitas instrumen dalam penelitian ini diperoleh hasil seluruh item pernyataan terhadap  $r$  hitung bahwa seluruh item memiliki  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel. Data hasil uji validitas menggunakan program komputer *software SPSS* versi 26 sebagai berikut:

**Tabel 3.3**  
**Data Hasil Uji Validitas**

No.	Indikator	Item	$R_{hitung}$	$R_{tabel}$	keterangan
1.	Promosi	1	0,583	0,378	Valid
2.		2	0,744	0,378	Valid
3.	Lokasi	1	0,731	0,378	Valid
4.		2	0,535	0,378	Valid
5.	Fasilitas & Pelayanan	1	0,542	0,378	Valid
6.		2	0,890	0,378	Valid
7.	Pengetahuan Produk	1	0,707	0,378	Valid
8.		2	0,735	0,378	Valid
9.	Pekerjaan	1	0,550	0,378	Valid
10.		2	0,707	0,378	Valid
11.	Gaya Hidup	1	0,553	0,378	Valid
12.		2	0,642	0,378	Valid
13.	Sikap & Keyakinan	1	0,739	0,378	Valid
14.		2	0,609	0,378	Valid

Sumber: Data primer yang di olah bulan mei 2024.

Berdasarkan hasil uji validitas di atas dapat disimpulkan bahwa dari data yang di olah seluruhnya dinyatakan valid, dengan jumlah responden sebanyak 20. Dan dengan pernyataan nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,378).

## 2. Uji Reliabilitas

Selain harus valid, instrumen penelitian juga harus reliabel (konsisten). Reliabilitas (keandalan) merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner.<sup>31</sup> Sugiyono menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.<sup>32</sup>

Uji reliabilitas ini dilakukan dengan menggunakan pernyataan yang telah dinyatakan valid dalam uji validitas dan akan ditentukan reliabilitasnya. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir atau item pertanyaan dalam angket (kuesioner) penelitian.<sup>33</sup> Adapun dasar pengambilan keputusan apabila nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60 maka kuesioner atau angket dinyatakan reliabel atau konsisten dan sebaliknya jika nilai *Cronbach's Alpha* < 0,60 maka kuesioner atau angket dinyatakan tidak reliabel atau konsisten. Rumus uji reliabilitas sebagai berikut:

---

<sup>31</sup> *Ibid.*, 186.

<sup>32</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D.*, 130.

<sup>33</sup> Wiratna Sujarweni, *SPSS Untuk Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014), 193.

$$r_{tt} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \left( \frac{\sum \delta_b^2}{\sum \delta_t^2} \right) \right)$$

Keterangan:

$r_{tt}$  = Koefisien reliabilitas instrumen (total tes).

$k$  = Banyaknya butiran pernyataan.

$\sum \delta_b^2$  = Jumlah varian butir.

$\sum \delta_t^2$  = Varian skor total.

Data hasil uji reliabilitas dengan menggunakan bantuan dari program komputer *software SPSS* versi 26 sebagai berikut:

**Tabel 3.4**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
14 pernyataan	0.901	Reliabel

Sumber: Data primer yang di olah bulan mei 2024.

Hasil reliabilitas instrumen diperoleh hasil bahwa nilai koefisien *Alpha* adalah 0,901. Sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen pada penelitian ini dianggap reliabel karena  $0,901 > 0,60$ .

## G. Teknik Analisis Data

Tujuan analisis data adalah menyederhanakan data kedalam bentuk yang lebih mudah dibawa dan diinterpretasikan. Teknis analisis yang dipakai dalam penelitian ini adalah teknis analisis kuantitatif. Data diperoleh melalui angket untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menjadi nasabah di lembaga keuangan syariah. Angket menggunakan *skala*

*Likert* dengan rentang skor 1-4. Data yang didapat kemudian dianalisis menggunakan metode statistik deskriptif:

### 1. Analisis Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono, statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum dan generalisasi.<sup>34</sup> Sedangkan menurut Arikunto, statistik deskriptif adalah statistik yang bertugas mendeskripsikan atau memaparkan gejala hasil penelitian.<sup>35</sup>

Analisis statistik deskriptif yang dimaksud meliputi perhitungan *mean*/rata-rata (M) digunakan untuk mengukur pusat distribusi data, *median* (Me) digunakan untuk mengukur nilai tengah dari distribusi data, *modus* (Mo) digunakan untuk mengidentifikasi nilai yang sering muncul, dan *standar deviasi* (SD) digunakan untuk mengetahui sejauh mana data tersebar dari rata-rata. *Mean* atau nilai rata-rata adalah jumlah total dibagi jumlah individu. *Median* adalah suatu nilai yang membatasi 50% dari frekuensi distribusi. Sedangkan *modus* adalah nilai variabel yang mempunyai frekuensi terbanyak dalam distribusi. Penentuan *mean*, *median*, *modus*, dan *standar deviasi* dilakukan dengan menggunakan bantuan program komputer *software SPSS* versi 26.

---

<sup>34</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D.*, 147.

<sup>35</sup> Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian.*, 227.

Tujuan yang ingin dicapai dengan analisis data ini adalah untuk menyederhanakan data ke dalam bentuk yang dapat dimengerti dan ditafsirkan, sehingga hubungan-hubungan yang ada dalam variabel dapat di pelajari dan di uji. Secara garis besar teknik analisis data yang digunakan untuk mengetahui tinggi rendahnya faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menjadi nasabah di lembaga keuangan syariah adalah statistik deskriptif dengan persentase.

Untuk mencari persentasenya dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Persentase (\%)} = \frac{\text{Skor yang diobservasi}}{\text{Skor total}} \times 100 \%$$

- a. Menentukan kelas interval, dengan menggunakan rumus *struges* seperti berikut:

$$K = 1 + 3,3 \log n$$

Keterangan : k = jumlah kelas interval

n = jumlah data

log = logaritma.

- b. Menghitung rentang data, dengan menggunakan rumus seperti berikut:

$$\text{Rentang} = \text{skor tertinggi} - \text{skor terendah.}$$

- c. Menentukan panjang kelas, dengan menggunakan rumus seperti berikut:

$$\text{Panjang kelas} = \text{rentang/jumlah kelas.}$$

- d. Histogram

Histogram di buat berdasarkan data frekuensi yang telah ditampilkan dalam tabel distribusi frekuensi.

e. Tabel kecenderungan variabel

Deskripsi berikutnya adalah dengan melakukan pengkatagorian skor masing-masing indikator. Dengan skor tersebut kemudian dikelompokan ke dalam empat katagori. Pengkatagorian dilakukan berdasarkan *mean* dan *standar deviasi* pada variabel tersebut. Untuk mengetahui identitas kecenderungan tinggi rendahnya skor masyarakat dalam faktor-faktor determinan minat masyarakat menjadi nasabah di lembaga keuangan syariah maka ditetapkan empat katagori sebagai berikut:<sup>36</sup>

Katagori Sangat Setuju/Positif =  $X \geq (M + 0,5 SD)$

Kategori Setuju/Positif =  $M \leq (M + 0,5 SD)$

Kategori Kurang Setuju/Negatif =  $(M - 1,5 SD) \leq X < M$

Kategori Tidak Setuju/Negatif =  $X \geq (M - 1,5 SD)$

Dari pengkatagorian di atas dapat dijelaskan bahwa untuk katagori sangat setuju/positif diartikan sebagai katagori sangat sulit, katagori setuju/positif diartikan sebagai katagori sulit, katagori kurang setuju/negarif diartikan sebagai katagori tidak sulit, dan katagori tidak setuju/sangat negatif diartikan sebagai katagori sangat tidak sulit.

---

<sup>36</sup> Djemari Mardapi, *Teknik Penyusunan Instrumen Tes dan Non Tes* (Yogyakarta : Mitra Cendikia Offset, 2008), 123.

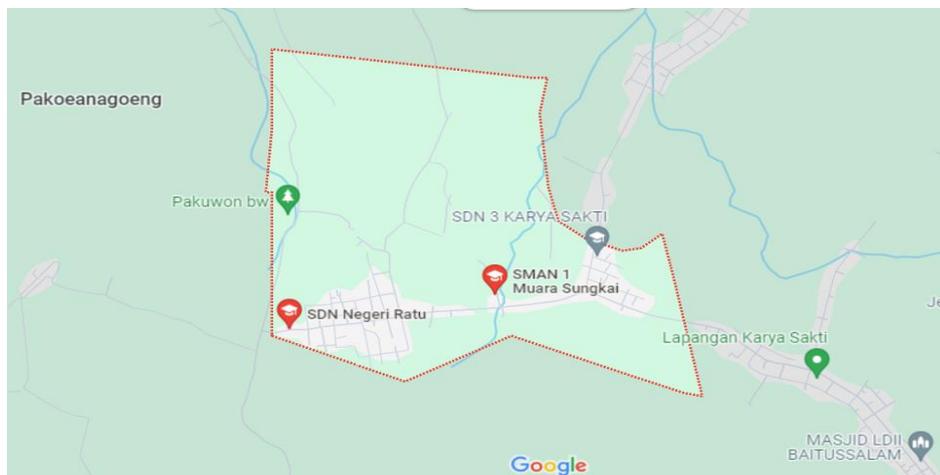
## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Deskripsi Lokasi Penelitian

##### 1. Profil Desa Negeri Ratu

Nama Desa	: Desa Negeri Ratu
Kecamatan	: Muara Sungkai
Kabupaten	: Lampung Utara
Provinsi	: Lampung
Kepala Desa	: Bapak Rolib Helmi
Sekretaris Desa	: Ibu Karlina
Luas Wilayah	: 1.000,00 Ha



**Gambar 4.1**  
**Peta Wilayah Desa Negeri Ratu**

##### 2. Sejarah Desa Negeri Ratu

Pada tahun 1974 datanglah transmigrasi dari Jawa Tengah yang ditranmigrasikan ke kampung Pakuan Agung yang disebut KBA Pakuan Agung. Singkatan dari KBA adalah korban bencana alam dari Jawa

Tengah. Korban bencana alam akibat meletusnya Gunung Merapi dan akhirnya terjadilah tran KBA Pakuan Agung. Setelah transmigrasi menetap di KBA Pakuan Agung pada saat itu mulai bergabungnya antara penduduk pendatang (Jawa) dengan penduduk pribumi Lampung.

Pada tahun 1984 dibangunlah jaringan irigasi kabupaten Lampung Utara yang mengairi seluruh pertanian dan persawahan wilayah kabupaten Lampung Utara, salah satunya desa KBA Pakuan Agung kecamatan Sungkai Selatan, semenjak itulah perekonomian masyarakat KBA Pakuan Agung mulai sejahtera. Seiring dengan perkembangan zaman terbentuklah sebuah rencana untuk menjadikan desa persiapan untuk menuju desa definitif.

Pada tahun 1974 s/d 1987 kepala kampung pada saat itu adalah Binarong Ratu, Sarman Tohir, Rozali . Pada saat dijabat oleh Bapak Rozali selaku kepala kampung Pakuan Agung maka desa KBA Pakuan Agung menjadi desa persiapan pada tahun 1988 s/d 1989. Pada saat tahun 1989 maka desa KBA Pakuan Agung menjadi desa dipersiapkan menjadi desa dipinitif yang diberi nama desa Negeri Ratu.

Setelah SK dipinitif keluar pada tahun 1989 maka diadakan pemilihan kepala desa. Kepala desa Negeri Ratu yang dimenangkan oleh bapak Wiranto, dan menjabat selama 10 tahun, setelah menjabat 8 tahun bapak Wiranto menyerahkan jabatannya sementara kepada bapak Raden Basiun sampai diadakan pemilihan kembali pada tahun 1999 dan pada

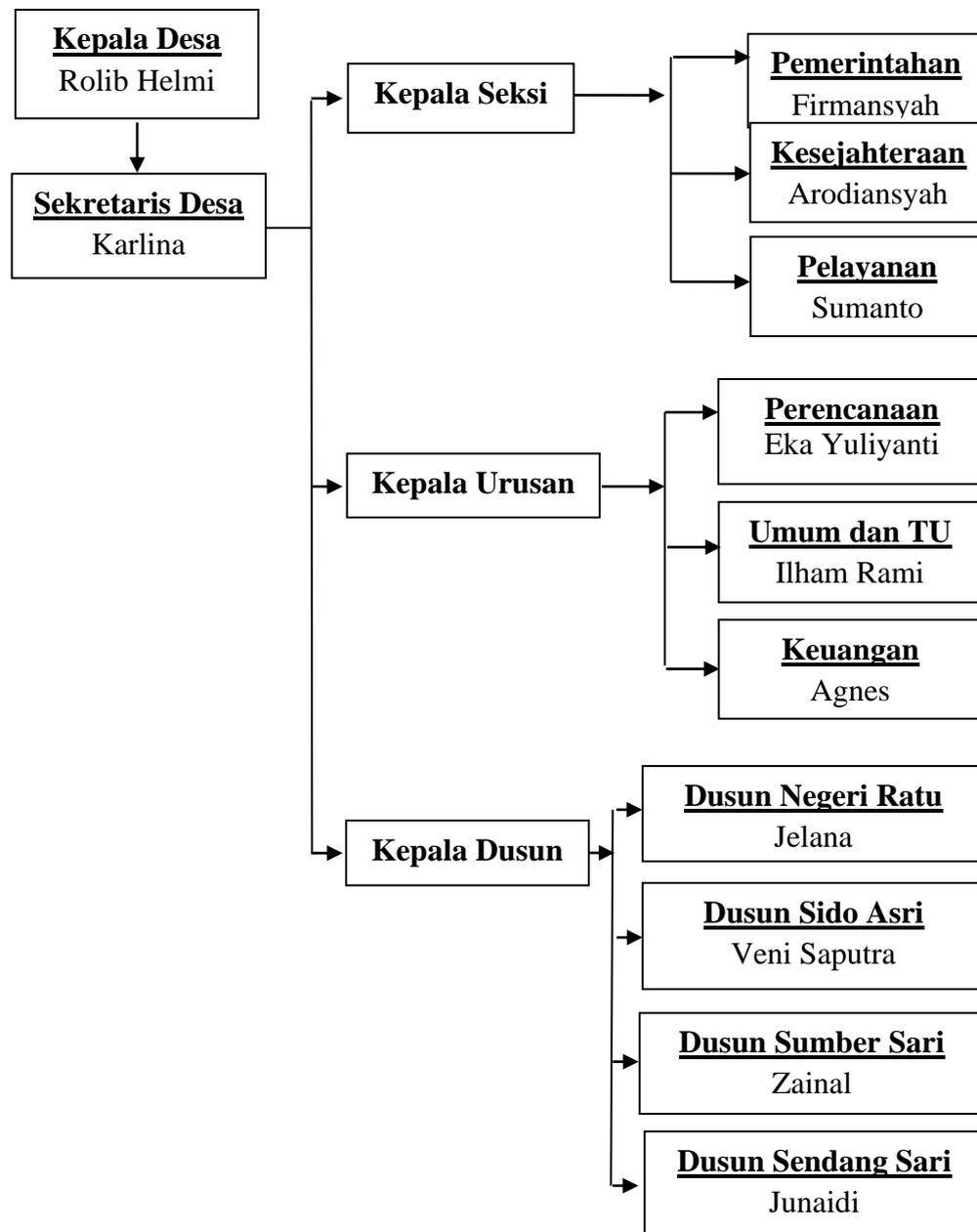
tahun tersebut bapak Raden Basiun terpilih menjadi kepala desa Negeri Ratu dari tahun 1999 – 2006.

Kemudian pada tahun 2006 diadakan pemilihan kepala desa kembali yang dimenangkan oleh bapak Abinasir yang menjabat kepala desa dari tahun 2007 sampai tahun 2014. Pada Tahun 2015 jabatan diserahkan kepada bapak Akhmad Rusli selama 10 bulan.

Kemudian diadakan kembali pemilihan kepala desa serentak pada tanggal 9 bulan September tahun 2015 dengan calon sebanyak 4 orang antara lain Abi Nasir, Junaidi, Rolib Helmi, Iwan Toni. Setelah melakukan pemilihan tersebut, terpilihlah secara mutlak bapak Rolib Helmi menjadi kepala desa Negeri Ratu yang pelantikannya dilaksanakan pada tanggal 3 desember 2015 oleh bapak Bupati Lampung Utara bapak Agung Ilmu Mangkunegara, S.STP.M.H.

### **3. Struktur Organisasi Desa Negeri Ratu**

Untuk mempermudah tercapainya suatu tujuan dalam organisasi atau lembaga harus adanya susunan organisasi tata kerja. Susunan organisasi tata kerja yang menempatkan individu-individu yang sesuai dengan potensi dan kompetensi yang di miliki. Susunan organisasi tata kerja desa Negeri Ratu yaitu, sebagai berikut:



**Gambar 4.2**  
**Struktur Organisasi Desa Negeri Ratu**

## B. Hasil Penelitian

Data hasil penelitian terdiri dari variabel tunggal yaitu faktor-faktor determinan minat masyarakat menjadi nasabah di lembaga keuangan syariah. Pada bagian ini dideskripsikan data yang telah di olah, di lihat dari nilai rata-rata (*mean*), *median*, *modus*, dan *standar deviasi*. Selain itu juga disajikan dalam bentuk tabel distribusi frekuensi dan tabel distribusi kategorisasi serta histogram. Pengolahan data yang telah dilakukan di bantu dengan *software SPSS* versi 26.

Faktor-faktor determinan minat masyarakat menjadi nasabah di lembaga keuangan syariah di tinjau dari dua faktor, yaitu faktor eksternal dan faktor internal. Faktor eksternal yaitu promosi, lokasi, fasilitas dan pelayanan, serta pengetahuan produk. Sedangkan faktor internal yaitu pekerjaan, gaya hidup, serta sikap dan keyakinan.

Dari hasil penyebaran kuesioner dapat dideskripsikan data demografis responden sebagai berikut:

- Jenis kelamin 39 laki-laki dan 27 perempuan.
- Umur 20-31 tahun.
- Pekerjaan: petani (20), ART (2), baby sister (1), belum bekerja (11), bidan(1), guru (2), ibu rumah tangga (8), karyawan (8), PLN (1), pedagang (2), pegawai (3), penjahit (1), polisi (1), supir (2), TNI (1).

Deskripsi data didasarkan pada pedoman penilaian *skala Likert* dengan jumlah responden sebanyak 66. Berikut ini rincian hasil pengolahan data yang

telah dilakukan dengan menggunakan bantuan *software SPSS* versi 26, sebagai berikut:

### 1. Faktor Eksternal

Faktor eksternal yaitu faktor dari luar individu yang mempengaruhi minat terhadap lembaga keuangan syariah, seperti promosi, lokasi, fasilitas dan pelayanan serta pengetahuan produk.

**Tabel 4.1**  
**Distribusi Frekuensi Faktor Eksternal**

Skor Minimal	Skor Maksimal	Mean	Median	Modus	Standar Deviasi
20	30	26,68	27	26	1,923

Sumber: Data primer yang di olah bulan mei 2024.

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa pada faktor eksternal dengan jumlah 8 pernyataan, skor terendah yang di capai yaitu 20 dan skor tertinggi yaitu 30. Dari data tersebut diperoleh *mean* sebesar 26,68, *median* sebesar 27, *modus* sebesar 26, dan *standar deviasi* sebesar 1, 923. Guna menentukan jumlah kelas interval digunakan rumus  $1 + 3,3 \text{ Log } n$ , dimana  $n$  adalah jumlah subjek penelitian. Dari perhitungan diketahui bahwa  $n = 66$  sehingga diperoleh banyak kelas 7. Rentang data sebesar  $30 - 20 = 10$ . Dengan diketahui rentang data maka dapat diperoleh panjang kelas interval masing-masing kelompok yaitu  $10:7=1,42$  dan dibulatkan menjadi 1. Adapun distribusi frekuensi faktor eksternal dapat di lihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.2**  
**Interval Faktor Eksternal**

No.	Interval	Frekuensi	%
1.	19 – 20	1	8%

2.	21 – 22	1	1,5%
3.	23 – 24	2	4,5%
4.	25 – 26	27	28%
5.	27 – 28	26	13,6%
6.	29 – 30	9	1,5%
7.	31 – 32	0	0%
<b>Jumlah</b>		<b>66</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data primer yang di olah bulan mei 2024.

Berdasarkan tabel di atas mayoritas frekuensi variabel faktor eksternal terletak pada interval 25 – 26 sebanyak 27 responden dan paling sedikit terletak pada interval 19 – 20 dan 21 – 22 sebanyak 1 responden.

a. Promosi

**Tabel 4.3**  
**Distribusi Frekuensi Faktor Promosi**

Skor Minimal	Skor Maksimal	Mean	Median	Modus	Standar Deviasi
5	8	6,48	6	6	769

Sumber: Data primer yang di olah bulan mei 2024.

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa pada faktor promosi dengan jumlah 2 pernyataan, skor terendah yang di capai yaitu 5 dan skor tertinggi yaitu 8. Dari data tersebut diperoleh *mean* sebesar 6,48, *median* sebesar 6, *modus* sebesar 6, dan *standar deviasi* sebesar 769. Guna menentukan jumlah kelas interval digunakan rumus  $1 + 3,3 \log n$ , dimana  $n$  adalah jumlah subjek penelitian. Dari perhitungan diketahui bahwa  $n = 66$  sehingga diperoleh banyak kelas 7. Rentang data sebesar  $8 - 5 = 3$ . Dengan diketahui rentang data maka dapat diperoleh panjang kelas interval masing-masing kelompok yaitu  $3:7=0,42$ . Adapun distribusi frekuensi faktor promosi dapat di lihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.4**  
**Interval Faktor Promosi**

No.	Interval	Frekuensi	%
1.	5 – 6	37	56,1%
2.	7 – 8	29	43,9%
3.	9 – 10	0	0%
4.	11 – 12	0	0%
5.	13 – 14	0	0%
6.	15 – 16	0	0%
7.	17 – 18	0	0%
<b>Jumlah</b>		<b>66</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data primer yang di olah bulan mei 2024.

Berdasarkan tabel di atas mayoritas frekuensi variabel faktor promosi terletak pada interval 5 – 6 sebanyak 37 responden dan paling sedikit terletak pada interval 7 – 8 sebanyak 29 responden.

Faktor promosi dikategorikan menjadi empat kategori, yaitu: sangat setuju, setuju, kurang setuju dan tidak setuju. Adapun ketentuan rumusnya, sebagai berikut:

$$\text{Kategori Sangat Setuju/Positif} = X \geq (M + 0,5 \text{ SD})$$

$$\text{Kategori Setuju/Positif} = M \leq (M + 0,5 \text{ SD})$$

$$\text{Kategori Kurang Setuju/Negatif} = (M - 1,5 \text{ SD}) \leq X < M$$

$$\text{Kategori Tidak Setuju/Negatif} = X \geq (M - 1,5 \text{ SD})$$

Keterangan:

X : Jumlah skor jawaban responden

M : *Mean*

SD : *Standar Deviasi*

Berdasarkan rumus kategori yang telah ditentukan, hasil analisis dari faktor promosi dapat di buat tabel distribusi kecenderungan, sebagai berikut:

**Tabel 4.5**

**Distribusi Kategorisasi Faktor Promosi**

No.	Skor	Kategori	F	%
1.	$X \geq 6,33$	Sangat Setuju	29	44%
2.	$6 \leq X < 6,33$	Setuju	33	50%
3.	$5 \leq X < 6$	Kurang Setuju	4	6%
4.	$X \leq X 5$	Tidak Setuju	0	0%
<b>Total</b>			<b>66</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data primer yang di olah bulan mei 2024.

Berdasarkan tabel 4.8 tentang pengkategorian skor faktor promosi yang mempengaruhi minat masyarakat menjadi nasabah di lembaga keuangan syariah maka dapat digambarkan dalam histogram pada gambar 4.3 di bawah ini.

**Gambar 4.3**  
**Histogram Faktor Promosi**



Sumber: Data primer yang di olah bulan mei 2024.

Berdasarkan histogram di atas diketahui bahwa frekuensi faktor eksternal, ditinjau dari faktor promosi berada pada kategori sangat setuju sebanyak 29 responden (44%), pada kategori setuju sebanyak 33 responden (50%), pada kategori kurang setuju sebanyak 4 responden (6%), dan tidak ada yang berada di kategori tidak setuju sebanyak 0 responden (0%). Jadi, dapat disimpulkan bahwa mayoritas faktor eksternal ditinjau dari faktor promosi berada pada kategori setuju sebesar 50%.

## b. Lokasi

**Tabel 4.6**  
**Distribusi Frekuensi Faktor Lokasi**

Skor Minimal	Skor Maksimal	Mean	Median	Modus	Standar Deviasi
5	8	6,86	7	7	721

Sumber: Data primer yang di olah bulan mei 2024.

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa pada faktor lokasi dengan jumlah 2 pernyataan, skor terendah yang di capai yaitu 5 dan skor tertinggi yaitu 8. Dari data tersebut diperoleh *mean* sebesar 6,86, *median* sebesar 7, *modus* sebesar 7, dan *standar deviasi* sebesar 721. Guna menentukan jumlah kelas interval digunakan rumus  $1 + 3,3 \text{ Log } n$ , dimana  $n$  adalah jumlah subjek penelitian. Dari perhitungan diketahui bahwa  $n = 66$  sehingga diperoleh banyak kelas 7. Rentang data sebesar  $8 - 5 = 3$ . Dengan diketahui rentang data maka dapat diperoleh panjang kelas interval masing-masing kelompok yaitu  $3:7=0,42$ . Adapun distribusi frekuensi faktor lokasi dapat di lihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.7**  
**Interval Lokasi**

No.	Interval	Frekuensi	%
1.	5 – 6	20	30,3%
2.	7 – 8	46	69,7%
3.	9 – 10	0	0%
4.	11 – 12	0	0%
5.	13 – 14	0	0%
6.	15 – 16	0	0%
7.	17 – 18	0	0%
<b>Jumlah</b>		<b>66</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data primer yang di olah bulan mei 2024.

Berdasarkan tabel di atas mayoritas frekuensi variabel faktor lokasi terletak pada interval 7 – 8 sebanyak 49 responden dan paling sedikit terletak pada interval 5 – 6 sebanyak 17 responden.

Faktor lokasi dikategorikan menjadi empat kategori, yaitu: sangat setuju, setuju, kurang setuju dan tidak setuju. Adapun ketentuan rumusnya, sebagai berikut:

$$\text{Kategori Sangat Setuju/Positif} = X \geq (M + 0,5 \text{ SD})$$

$$\text{Kategori Setuju/Positif} = M \leq (M + 0,5 \text{ SD})$$

$$\text{Kategori Kurang Setuju/Negatif} = (M - 1,5 \text{ SD}) \leq X < M$$

$$\text{Kategori Tidak Setuju/Negatif} = X \geq (M - 1,5 \text{ SD})$$

Keterangan:

X : Jumlah skor jawaban responden

M : *Mean*

SD : *Standar Deviasi*

Berdasarkan rumus kategori yang telah ditentukan, hasil analisis dari faktor lokasi dapat di buat tabel distribusi kecenderungan, sebagai berikut:

**Tabel 4.8**  
**Distribusi Kategorisasi Variabel Faktor Lokasi**

No.	Skor	Kategori	F	%
1.	$X \geq 6,33$	Sangat Setuju	46	70%
2.	$6 \leq X < 6,33$	Setuju	19	28,5%
3.	$5 \leq X < 6$	Kurang Setuju	1	1,5%
4.	$X \leq 5$	Tidak Setuju	0	0%
<b>Total</b>			<b>66</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data primer yang di olah bulan mei 2024.

Berdasarkan tabel 4.11 tentang pengkategorian skor faktor lokasi yang mempengaruhi minat masyarakat menjadi nasabah di lembaga keuangan syariah maka dapat digambarkan dalam histogram pada gambar 4.4 di bawah ini.



Sumber: Data Primer yang di Olah Bulan Mei 2024.

Berdasarkan histogram di atas diketahui bahwa frekuensi faktor eksternal, ditinjau dari faktor lokasi berada pada kategori sangat setuju sebanyak 46 responden (70%), pada kategori setuju sebanyak 19 responden (28,5%), pada kategori kurang setuju sebanyak 1 responden (1,5%), dan tidak ada yang berada di kategori tidak setuju sebanyak 0 responden (0%). Jadi, dapat disimpulkan bahwa mayoritas faktor eksternal ditinjau dari faktor lokasi berada pada kategori sangat setuju sebesar 70%.

c. Fasilitas Dan Pelayanan

**Tabel 4.9**  
**Distribusi Frekuensi Faktor Fasilitas Dan Pelayanan**

Skor Minimal	Skor Maksimal	Mean	Median	Modus	Standar Deviasi
4	8	6,79	7	7	832

Sumber: Data Primer yang di Olah Bulan Mei 2024.

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa pada faktor fasilitas dan pelayanan dengan jumlah 2 pernyataan, skor terendah yang di capai yaitu 5 dan skor tertinggi yaitu 8. Dari data tersebut diperoleh *mean* sebesar 6,79, *median* sebesar 7, *modus* sebesar 7, dan *standar deviasi* sebesar 832. Guna menentukan jumlah kelas interval digunakan rumus  $1 + 3,3 \text{ Log } n$ , dimana  $n$  adalah jumlah subjek penelitian. Dari perhitungan diketahui bahwa  $n = 66$  sehingga diperoleh banyak kelas 7. Rentang data sebesar  $8 - 4 = 4$ . Dengan diketahui rentang data maka dapat diperoleh panjang kelas interval masing-masing kelompok yaitu  $4:7=0,57$ . Adapun distribusi frekuensi faktor fasilitas dan pelayanan dapat di lihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.10**  
**Interval Faktor Fasilitas Dan Pelayanan**

No.	Interval	Frekuensi	%
1.	4 – 5	2	3%
2.	6 – 7	51	77,3%
3.	8 – 9	13	19,7%
4.	10 – 11	0	0%
5.	12 – 13	0	0%
6.	14 – 15	0	0%
7.	16 – 17	0	0%
<b>Jumlah</b>		<b>66</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Primer yang di Olah Bulan Mei 2024.

Berdasarkan tabel di atas mayoritas frekuensi variabel faktor fasilitas dan pelayanan terletak pada interval 6 – 7 sebanyak 51

responden dan paling sedikit terletak pada interval 4 – 5 sebanyak 2 responden.

Faktor fasilitas dan pelayanan dikategorikan menjadi empat kategori, yaitu: sangat setuju, setuju, kurang setuju dan tidak setuju.

Adapun ketentuan rumusnya, sebagai berikut:

$$\text{Kategori Sangat Setuju/Positif} = X \geq (M+0,5SD)$$

$$\text{Kategori Setuju/Positif} = M \leq (M+0,5SD)$$

$$\text{Kategori Kurang Setuju/Negatif} = (M-1,5SD) \leq X < M$$

$$\text{Kategori Tidak Setuju/Negatif} = X \geq (M-1,5SD)$$

Keterangan:

X : Jumlah skor jawaban responden

M : *Mean*

SD : *Standar Deviasi*

Berdasarkan rumus kategori yang telah ditentukan, hasil analisis dari faktor fasilitas dan pelayanan dapat di buat tabel distribusi kecenderungan, sebagai berikut:

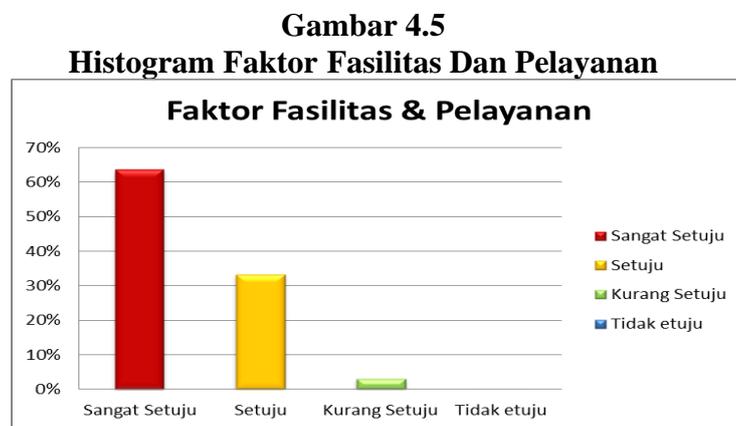
**Tabel 4.11**  
**Distribusi Kategorisasi Variabel Faktor Fasilitas Dan Pelayanan**

No.	Skor	Kategori	F	%
1.	$X \geq 6,33$	Sangat Setuju	42	64%
2.	$6 \leq X < 6,33$	Setuju	22	33%
3.	$5 \leq X < 6$	Kurang Setuju	2	3%
4.	$X \leq X 5$	Tidak Setuju	0	0%
<b>Total</b>			<b>66</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Primer yang di olah bulan mei 2024.

Berdasarkan tabel 4.14 tentang pengkategorian skor faktor fasilitas dan pelayanan yang mempengaruhi minat masyarakat menjadi

nasabah di lembaga keuangan syariah maka dapat digambarkan dalam histogram pada gambar 4.5 di bawah ini.



Sumber: Data primer yang di olah bulan mei 2024.

Berdasarkan histogram di atas diketahui bahwa frekuensi faktor eksternal, ditinjau dari faktor fasilitas dan pelayanan berada pada kategori sangat setuju sebanyak 42 responden (62%), pada kategori setuju sebanyak 22 responden (33%), pada kategori kurang setuju sebanyak 2 responden (3%), dan tidak ada yang berada di kategori tidak setuju sebanyak 0 responden (0%). Jadi, dapat disimpulkan bahwa mayoritas faktor eksternal ditinjau dari faktor fasilitas dan pelayanan berada pada kategori sangat setuju sebesar 62%.

d. Pengetahuan Produk

**Tabel 4.12**

**Distribusi Frekuensi Faktor Pengetahuan Produk**

Skor Minimal	Skor Maksimal	Mean	Median	Modus	Standar Deviasi
4	8	6,55	6	6	845

Sumber: Data primer yang di olah bulan mei 2024.

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa pada faktor pengetahuan produk dengan jumlah 2 pernyataan, skor terendah yang di capai yaitu 4 dan skor tertinggi yaitu 8. Dari data tersebut diperoleh *mean* sebesar 6,55, *median* sebesar 6, *modus* sebesar 6, dan *standar deviasi* sebesar 845. Guna menentukan jumlah kelas interval digunakan rumus  $1 + 3,3 \text{ Log } n$ , dimana  $n$  adalah jumlah subjek penelitian. Dari perhitungan diketahui bahwa  $n = 66$  sehingga diperoleh banyak kelas 7. Rentang data sebesar  $8 - 5 = 3$ . Dengan diketahui rentang data maka dapat diperoleh panjang kelas interval masing-masing kelompok yaitu  $4:7=0,57$ . Adapun distribusi frekuensi faktor pengetahuan produk dapat di lihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.13**  
**Interval Faktor Pengetahuan Produk**

No.	Interval	Frekuensi	%
1.	4 – 5	4	6,1 %
2.	6 – 7	53	80,3 %
3.	8 – 9	9	13,6 %
4.	10 – 11	0	0%
5.	12 – 13	0	0%
6.	14 – 15	0	0%
7.	16 – 17	0	0%
<b>Jumlah</b>		<b>66</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data primer yang di olah bulan mei 2024.

Berdasarkan tabel di atas mayoritas frekuensi variabel faktor pengetahuan produk terletak pada interval 6 – 7 sebanyak 53

responden dan paling sedikit terletak pada interval 4 – 5 sebanyak 4 responden.

Faktor pengetahuan produk dikategorikan menjadi empat kategori, yaitu: sangat setuju, setuju, kurang setuju dan tidak setuju.

Adapun ketentuan rumusnya, sebagai berikut:

$$\text{Kategori Sangat Setuju/Positif} = X \geq (M+0,5SD)$$

$$\text{Kategori Setuju/Positif} = M \leq (M+0,5SD)$$

$$\text{Kategori Kurang Setuju/Negatif} = (M-1,5SD) \leq X < M$$

$$\text{Kategori Tidak Setuju/Negatif} = X \geq (M-1,5SD)$$

Keterangan:

X : Jumlah skor jawaban responden

M : *Mean*

SD : *Standar Deviasi*

Berdasarkan rumus kategori yang telah ditentukan, hasil analisis dari faktor pengetahuan produk dapat di buat tabel distribusi kecenderungan, sebagai berikut:

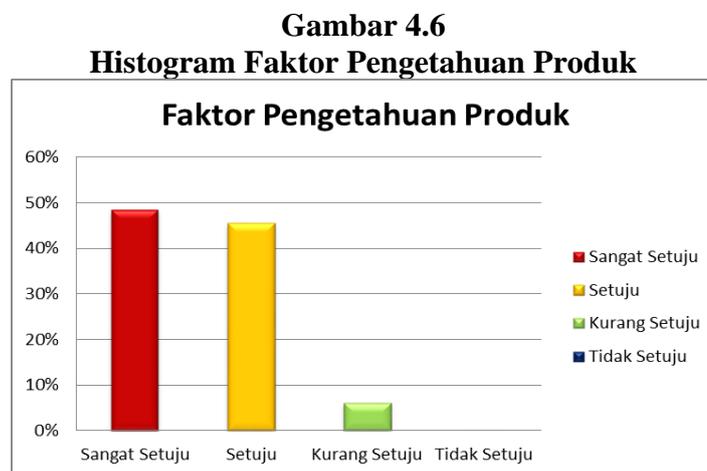
**Tabel 4.14**  
**Distribusi Kategorisasi Variabel Faktor Pengetahuan Produk**

No.	Skor	Kategori	F	%
1.	$X \geq 6,33$	Sangat Setuju	32	48,3%
2.	$6 \leq X < 6,33$	Setuju	30	45,5%
3.	$5 \leq X < 6$	Kurang Setuju	4	6,1%
4.	$X \leq X 5$	Tidak Setuju	0	0%
<b>Total</b>			<b>66</b>	<b>100%</b>

\Sumber: Data Primer yang di olah bulan mei 2024.

Berdasarkan tabel 4.17 tentang pengkategorian skor faktor pengetahuan produk yang mempengaruhi minat masyarakat menjadi

nasabah di lembaga keuangan syariah maka dapat digambarkan dalam histogram pada gambar 4.6 di bawah ini.



Sumber: Data primer yang di olah bulan mei 2024.

Berdasarkan histogram di atas diketahui bahwa frekuensi faktor eksternal, ditinjau dari faktor pengetahuan produk berada pada kategori sangat setuju sebanyak 32 responden (48,3%), pada kategori setuju sebanyak 30 responden (45,5%), pada kategori kurang setuju sebanyak 4 responden (6,1%), dan tidak ada yang berada di kategori tidak setuju sebanyak 0 responden (0%). Jadi, dapat disimpulkan bahwa mayoritas faktor eksternal ditinjau dari faktor pengetahuan produk berada pada kategori sangat setuju sebesar 48,3%.

## 2. Faktor Internal

Faktor internal yaitu faktor yang berasal dari dalam diri individu itu sendiri yang mempengaruhi minat menjadi nasabah di lembaga keuangan syariah, seperti pekerjaan, gaya hidup serta sikap dan keyakinan.

**Tabel 4.15**  
**Distribusi Frekuensi Faktor Internal**

Skor Minimal	Skor Maksimal	Mean	Median	Modus	Standar Deviasi
11	22	19,77	20	21	1,967

Sumber: Data primer yang di olah bulan mei 2024.

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa pada faktor internal dengan jumlah 6 pernyataan, skor terendah yang di capai yaitu 11 dan skor tertinggi yaitu 22. Dari data tersebut diperoleh *mean* sebesar 19,77, *median* sebesar 20, *modus* sebesar 21, dan *standar deviasi* sebesar 1,967. Guna menentukan jumlah kelas interval digunakan rumus  $1 + 3,3 \text{ Log } n$ , dimana  $n$  adalah jumlah subjek penelitian. Dari perhitungan diketahui bahwa  $n = 66$  sehingga diperoleh banyak kelas 7. Rentang data sebesar  $22 - 11 = 11$ . Dengan diketahui rentang data maka dapat diperoleh panjang kelas interval masing-masing kelompok yaitu  $11:7=1,57$ . Adapun distribusi frekuensi faktor internal dapat di lihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.16**  
**Interval Faktor Internal**

No.	Interval	Frekuensi	%
1.	11 – 12	1	1,5%
2.	13 – 14	0	0%
3.	15 – 16	5	7,6%
4.	17 – 18	4	6,1%
5.	19 – 20	28	42,4%
6.	21 – 22	28	42,4%
7.	23 – 24	0	0%
<b>Jumlah</b>		<b>66</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data primer yang di olah bulan mei 2024.

Berdasarkan tabel di atas mayoritas frekuensi variabel faktor internal terletak pada interval 19 – 20 dan 21 – 22 sebanyak 28 responden dan paling sedikit terletak pada interval 11 – 12 sebanyak 1 responden.

a. Pekerjaan

**Tabel 4.17**  
**Distribusi Frekuensi Faktor Pekerjaan**

Skor Minimal	Skor Maksimal	Mean	Median	Modus	Standar Deviasi
3	8	6,21	6	6	1,015

Sumber: Data primer yang di olah bulan mei 2024.

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa pada faktor pekerjaan dengan jumlah 2 pernyataan, skor terendah yang di capai yaitu 3 dan skor tertinggi yaitu 8. Dari data tersebut diperoleh *mean* sebesar 6,21, *median* sebesar 6, *modus* sebesar 6, dan *standar deviasi* sebesar 1,015. Guna menentukan jumlah kelas interval digunakan rumus  $1 + 3,3 \log n$ , dimana  $n$  adalah jumlah subjek penelitian. Dari perhitungan diketahui bahwa  $n = 66$  sehingga diperoleh banyak kelas 7. Rentang data sebesar  $8 - 3 = 5$ . Dengan diketahui rentang data maka dapat diperoleh panjang kelas interval masing-masing

kelompok yaitu  $5:7 = 0,71$ . Adapun distribusi frekuensi faktor pekerjaan dapat di lihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.18**  
**Interval Faktor Pekerjaan**

No.	Interval	Frekuensi	%
1.	2 – 3	2	3%
2.	4 – 5	5	7,6%
3.	6 – 7	56	84,8%
4.	8 – 9	3	4,5%
5.	10 – 11	0	0%
6.	12 – 13	0	0%
7.	14 – 15	0	0%
<b>Jumlah</b>		<b>66</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data primer yang di olah bulan mei 2024.

Berdasarkan tabel di atas mayoritas frekuensi variabel faktor pekerjaan terletak pada interval 6 – 7 sebanyak 56 responden dan paling sedikit terletak pada interval 2 – 3 sebanyak 2 responden.

Faktor pekerjaan dikategorikan menjadi empat katagori, yaitu: sangat setuju, setuju, kurang setuju dan tidak setuju. Adapun ketentuan rumusnya, sebagai berikut:

$$\text{Katagori Sangat Setuju/Positif} = X \geq (M+0,5SD)$$

$$\text{Kategori Setuju/Positif} = M \leq (M+0,5SD)$$

$$\text{Kategori Kurang Setuju/Negatif} = (M-1,5SD) \leq X < M$$

$$\text{Kategori Tidak Setuju/Negatif} = X \geq (M-1,5SD)$$

Keterangan:

X : Jumlah skor jawaban responden

M : *Mean*

SD : *Standar Deviasi*

Berdasarkan rumus kategori yang telah ditentukan, hasil analisis dari faktor pekerjaan dapat di buat tabel distribusi kecenderungan, sebagai berikut:

**Tabel 4.19**  
**Distribusi Kategorisasi Variabel Faktor Pekerjaan**

No.	Skor	Kategori	F	%
1.	$X \geq 6,33$	Sangat Setuju	26	39%
2.	$6 \leq X < 6,33$	Setuju	33	50%
3.	$5 \leq X < 6$	Kurang Setuju	7	11%
4.	$X \leq X 5$	Tidak Setuju	0	0%
<b>Total</b>			<b>66</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data primer yang di olah bulan mei 2024.

Berdasarkan tabel 4.22 tentang pengkategorian skor faktor pekerjaan yang mempengaruhi minat masyarakat menjadi nasabah di lembaga keuangan syariah maka dapat digambarkan dalam histogram pada gambar 4.7 di bawah ini.

**Gambar 4.7**  
**Histogram Faktor Pekerjaan**



Sumber: Data Primer yang di olah bulan mei 2024.

Berdasarkan histogram di atas diketahui bahwa frekuensi faktor internal, ditinjau dari faktor pekerjaan berada pada kategori sangat setuju sebanyak 26 responden (39%), pada kategori setuju sebanyak 33 responden (50%), pada kategori kurang setuju sebanyak

7 responden (11%), dan tidak ada yang berada di kategori tidak setuju sebanyak 0 responden (0%). Jadi, dapat disimpulkan bahwa mayoritas faktor internal ditinjau dari faktor pekerjaan berada pada kategori setuju sebesar 50%.

b. Gaya Hidup

**Tabel 4.20**  
**Distribusi Frekuensi Faktor Gaya Hidup**

Skor Minimal	Skor Maksimal	Mean	Median	Modus	Standar Deviasi
3	8	6,68	7	7	897

Sumber: Data primer yang di olah bulan mei 2024.

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa pada faktor gaya hidup dengan jumlah 2 pernyataan, skor terendah yang di capai yaitu 3 dan skor tertinggi yaitu 8. Dari data tersebut diperoleh *mean* sebesar 6,68, *median* sebesar 7, *modus* sebesar 7, dan *standar deviasi* sebesar 897. Guna menentukan jumlah kelas interval digunakan rumus  $1 + 3,3 \text{ Log } n$ , dimana  $n$  adalah jumlah subjek penelitian. Dari perhitungan diketahui bahwa  $n = 66$  sehingga diperoleh banyak kelas 7. Rentang data sebesar  $8 - 3 = 5$ . Dengan diketahui rentang data maka dapat diperoleh panjang kelas interval masing-masing kelompok yaitu  $5:7=0,71$ . Adapun distribusi frekuensi faktor gaya hidup dapat di lihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.21**  
**Interval Faktor Gaya Hidup**

No.	Interval	Frekuensi	%
1.	2 – 3	1	1,5%

2.	4 – 5	4	6,1%
3.	6 – 7	52	78,8%
4.	8 – 9	9	13,6%
5.	10 – 11	0	0%
6.	12 – 13	0	0%
7.	14 – 15	0	0%
<b>Jumlah</b>		<b>66</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data primer yang di olah bulan mei 2024.

Berdasarkan tabel di atas mayoritas frekuensi variabel faktor gaya hidup terletak pada interval 6 – 7 sebanyak 52 responden dan paling sedikit terletak pada interval 2 – 3 sebanyak 1 responden.

Faktor gaya hidup dikategorikan menjadi empat kategori, yaitu: sangat setuju, setuju, kurang setuju dan tidak setuju. Adapun ketentuan rumusnya, sebagai berikut:

$$\text{Kategori Sangat Setuju/Positif} = X \geq (M+0,5SD)$$

$$\text{Kategori Setuju/Positif} = M \leq (M+0,5SD)$$

$$\text{Kategori Kurang Setuju/Negatif} = (M-1,5SD) \leq X < M$$

$$\text{Kategori Tidak Setuju/Negatif} = X \geq (M-1,5SD)$$

Keterangan:

X : Jumlah skor jawaban responden

M : *Mean*

SD : *Standar Deviasi*

Berdasarkan rumus kategori yang telah ditentukan, hasil analisis dari faktor gaya hidup dapat di buat tabel distribusi kecenderungan, sebagai berikut:

**Tabel 4.22**  
**Distribusi Kategorisasi Variabel Faktor Gaya Hidup**

No.	Skor	Kategori	F	%
1.	$X \geq 6,33$	Sangat Setuju	43	65%
2.	$6 \leq X < 6,33$	Setuju	17	26%
3.	$5 \leq X < 6$	Kurang Setuju	6	9%
4.	$X \leq X 5$	Tidak Setuju	0	0%
<b>Total</b>			<b>66</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data primer yang di olah bulan mei 2024.

Berdasarkan tabel 4.25 tentang pengkategorian skor faktor gaya hidup yang mempengaruhi minat masyarakat menjadi nasabah di lembaga keuangan syariah maka dapat digambarkan dalam histogram pada gambar 4.8 di bawah ini.

**Gambar 4.8**  
**Histogram Faktor Gaya Hidup**



Sumber: Data Primer yang di olah bulan mei 2024.

Berdasarkan histogram di atas diketahui bahwa frekuensi faktor internal, ditinjau dari faktor gaya hidup berada pada kategori sangat setuju sebanyak 43 responden (65%), pada kategori setuju sebanyak 17 responden (26%), pada kategori kurang setuju sebanyak 6 responden (9%), dan tidak ada yang berada di kategori tidak setuju sebanyak 0 responden (0%). Jadi, dapat disimpulkan bahwa mayoritas faktor internal ditinjau dari faktor gaya hidup berada pada kategori sangat setuju sebesar 65%.

## c. Sikap Dan Keyakinan

**Tabel 4.23**  
**Distribusi Frekuensi Faktor Sikap Dan Keyakinan**

Skor Minimal	Skor Maksimal	Mean	Median	Modus	Standar Deviasi
5	8	6,88	7	7	814

Sumber: Data primer yang di olah bulan mei 2024.

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa pada faktor gaya hidup dengan jumlah 2 pernyataan, skor terendah yang di capai yaitu 5 dan skor tertinggi yaitu 8. Dari data tersebut diperoleh *mean* sebesar 6,88, *median* sebesar 7, *modus* sebesar 7, dan *standar deviasi* sebesar 814. Guna menentukan jumlah kelas interval digunakan rumus  $1 + 3,3 \text{ Log } n$ , dimana  $n$  adalah jumlah subjek penelitian. Dari perhitungan diketahui bahwa  $n = 66$  sehingga diperoleh banyak kelas 7. Rentang data sebesar  $8 - 5 = 3$ . Dengan diketahui rentang data maka dapat diperoleh panjang kelas interval masing-masing kelompok yaitu  $3:7=0,42$ . Adapun distribusi frekuensi faktor sikap dan keyakinan dapat di lihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.24**  
**Interval Faktor Sikap Dan Keyakinan**

No.	Interval	Frekuensi	%
1.	5 – 6	22	33,3%
2.	7 – 8	44	66,7%
3.	9 – 10	0	0%
4.	11 – 12	0	0%
5.	13 – 14	0	0%
6.	15 – 16	0	0%
7.	17 – 18	0	0%
<b>Jumlah</b>		<b>66</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data primer yang di olah bulan mei 2024.

Berdasarkan tabel di atas mayoritas frekuensi variabel faktor sikap dan keyakinan terletak pada interval 7 – 8 sebanyak 44 responden dan paling sedikit terletak pada interval 5 – 6 sebanyak 22 responden.

Faktor sikap dan keyakinan dikategorikan menjadi empat kategori, yaitu: sangat setuju, setuju, kurang setuju dan tidak setuju. Adapun ketentuan rumusnya, sebagai berikut:

$$\text{Kategori Sangat Setuju/Positif} = X \geq (M+0,5SD)$$

$$\text{Kategori Setuju/Positif} = M \leq (M+0,5SD)$$

$$\text{Kategori Kurang Setuju/Negatif} = (M-1,5SD) \leq X < M$$

$$\text{Kategori Tidak Setuju/Negatif} = X \geq (M-1,5SD)$$

Keterangan:

X : Jumlah skor jawaban responden

M : *Mean*

SD : *Standar Deviasi*

Berdasarkan rumus kategori yang telah ditentukan, hasil analisis dari faktor sikap dan keyakinan dapat di buat tabel distribusi kecenderungan, sebagai berikut:

**Tabel 4.25**  
**Distribusi Kategorisasi Variabel**  
**Faktor Sikap Dan Keyakinan**

No.	Skor	Kategori	F	%
1.	$X \geq 6,33$	Sangat Setuju	44	67%
2.	$6 \leq X < 6,33$	Setuju	19	28,5%
3.	$5 \leq X < 6$	Kurang Setuju	2	3
4.	$X \leq 5$	Tidak Setuju	1	1,5%
<b>Total</b>			<b>66</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data primer yang di olah bulan mei 2024.  
Berdasarkan tabel 4.28 tentang pengkategorian skor faktor sikap dan keyakinan yang mempengaruhi minat masyarakat menjadi nasabah di lembaga keuangan syariah maka dapat digambarkan dalam histogram pada gambar 4.9 di bawah ini.

**Gambar 4.9**  
**Histogram Faktor Sikap Dan Keyakinan**



Sumber: Data primer yang di olah bulan mei 2024.

Berdasarkan histogram di atas diketahui bahwa frekuensi faktor internal, ditinjau dari faktor sikap dan keyakinan berada pada kategori sangat setuju sebanyak 44 responden (67%), pada kategori setuju sebanyak 19 responden (28,5%), pada kategori kurang setuju sebanyak 2 responden (3%), dan pada kategori tidak setuju sebanyak 1 responden (1,5%). Jadi, dapat disimpulkan bahwa mayoritas faktor internal ditinjau dari faktor sikap dan keyakinan berada pada kategori sangat setuju sebesar 67%.

### C. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan faktor-faktor determinan minat masyarakat menjadi nasabah di lembaga keuangan syariah. Berdasarkan data deskriptif statistik penelitian diatas dan yang sudah

dianalisis maka dilakukan pembahasan tentang hasil penelitian sebagai berikut:

### 1. Faktor-Faktor Eksternal Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Di Lembaga Keuangan Syariah

Pada faktor eksternal terdapat empat indikator yaitu diantaranya: promosi, lokasi, fasilitas pelayanan, dan pengetahuan produk. Dari empat indikator tersebut didapatkan hasil persentase sebagai berikut:

**Tabel 4.26**  
**Hasil Persentase Faktor Eksternal Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Di Lembaga Keuangan Syariah**

No.	Indikator	Persentase
1.	Promosi	50%
2.	Lokasi	70%
3.	Fasilitas Pelayanan	64%
4.	Pengetahuan Produk	48%

Sumber: Data primer yang di olah bulan mei 2024.

Dari hasil di atas dapat disimpulkan bahwa indikator dengan persentase tertinggi dan paling mempengaruhi minat masyarakat desa Negeri Ratu untuk menjadi nasabah di lembaga keuangan syariah pada faktor eksternal adalah lokasi yaitu sebesar 70% dengan 47 responden. Faktor lokasi merupakan faktor eksternal yang sangat berpengaruh terhadap kurangnya minat masyarakat desa Negeri Ratu menjadi nasabah di lembaga keuangan syariah karena lokasi lembaga keuangan syariah yang cukup jauh dan bisa di bilang lembaga keuangan syariah masih sedikit daripada lembaga keuangan konvensional. Oleh sebab itu,

membuat masyarakat desa Negeri Ratu lebih banyak yang memilih menjadi nasabah di lembaga keuangan konvensional dan yang kurang berminat menjadi nasabah di lembaga keuangan syariah.

Lokasi merupakan suatu tempat dimana dapat digunakan sebagai tempat produksi atau tempat melayani konsumen. Menurut teori dari Kasmir, menyatakan bahwa konsumen atau nasabah pasti menginginkan lokasi bank yang strategis dan mudah dijangkau.<sup>1</sup> Menurut teori Amin, menyatakan bahwa jarak atau kedekatan fisik antara masyarakat dan lembaga keuangan syariah dapat memengaruhi minat mereka, semakin dekat lokasi lembaga keuangan syariah dengan tempat tinggal atau tempat kerja masyarakat semakin besar kemungkinan masyarakat untuk menjadi nasabah di lembaga keuangan syariah.<sup>2</sup> dan menurut teori dari Suhardjo dan Putra, menekankan pentingnya hubungan sosial dan jaringan dalam memengaruhi perilaku individu, lokasi lembaga keuangan syariah yang berada di lingkungan dengan komunitas yang mendukung atau memiliki minat terhadap prinsip-prinsip syariah dapat meningkatkan minat masyarakat untuk menjadi nasabah.<sup>3</sup>

Oleh sebab itu, lokasi yang digunakan sebuah lembaga keuangan harus benar-benar strategis agar memudahkan nasabah melakukan transaksi investasi maupun pembiayaan lainnya. Fenomena global juga

---

<sup>1</sup> Kasmir, *Kewirausahaan.*, 340.

<sup>2</sup> H Amin, "The Influence Of Location On The Performance of Islamic Banks," *International Journal Of Economics, Commerce And Management* 2, no.1 (2014):1-13.

<sup>3</sup>H Suhardjo & A H Putra, "The Influence Of Social Capital On The Decision To Become A Customer Of Islamic Banking," *Internasional Journal Of Scientific & Technology Research* ,7,no. 3 (2018):96-100.

mengharuskan lembaga keuangan untuk melakukan pembaharuan strategi yaitu salah satunya penentuan lokasi yang tepat, sebab keberhasilan dalam penentuan suatu usaha yang tepat akan meningkatkan operasional bisnis.

## 2. Faktor-Faktor Internal Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Di Lembaga Keuangan Syariah

Pada faktor internal terdapat tiga indikator yaitu diantaranya: pekerjaan, gaya hidup, serta sikap dan keyakinan. Dari tiga indikator tersebut didapatkan hasil persentase sebagai berikut:

**Tabel 4.27**  
**Hasil Persentase Faktor Internal Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Di Lembaga Keuangan Syariah**

No.	Indikator	Persentase
1.	Pekerjaan	50%
2.	Gaya Hidup	65%
3.	Sikap dan Keyakinan	67%

Sumber: Data primer yang di olah bulan mei 2024.

Dari hasil di atas dapat disimpulkan bahwa indikator dengan persentase tertinggi dan paling mempengaruhi minat masyarakat desa Negeri Ratu untuk menjadi nasabah di lembaga keuangan syariah pada faktor internal yaitu sikap dan keyakinan dengan hasil persentase sebesar 67% dengan 44 responden. Faktor sikap dan keyakinan merupakan faktor internal yang sangat berpengaruh terhadap minat masyarakat desa Negeri Ratu menjadi nasabah di lembaga keuangan syariah, karena sikap dan keyakinan yang ada dalam diri itulah yang akan membuat masyarakat cenderung memilih tempat yang tepat untuk mereka percayai dalam melakukan transaksi investasi maupun pembiayaan lainnya.

Menurut teori dari Abdul Haris dan Nurhayati, menyatakan bahwa sikap dapat menggambarkan penilaian kognitif yang baik maupun tidak baik, perasaan emosional dan kecenderungan berbuat selama waktu tertentu terhadap beberapa objek dan gagasan. Sedangkan keyakinan merupakan gagasan deskriptif yang di anut oleh seseorang tentang sesuatu.<sup>4</sup> Menurut teori dari Ajzen, menyatakan bahwa perilaku seseorang dipengaruhi oleh sikap individu terhadap perilaku tersebut, norma subjektif, dan persepsi kendali perilaku. Dalam konteks menjadi nasabah di lembaga keuangan syariah, sikap positif terhadap prinsip-prinsip syariah, norma sosial yang mendukung menggunakan lembaga keuangan syariah, dan persepsi kendali dan kemudahan akses menjadi faktor penting.<sup>5</sup> Dan menurut teori dari Rogers, menjelaskan bagaimana inovasi atau ide baru menyebar dalam masyarakat. Dalam hal ini, penerimaan lembaga keuangan syariah dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kejelasan manfaat, kegunaan, kompleksitas, kompatibilitas dengan nilai-nilai yang di anut, dan tingkat observabilitas.<sup>6</sup>

Oleh sebab itu, sikap positif dan keyakinan terhadap lembaga keuangan syariah dapat mendorong minat masyarakat untuk menjadi nasabah di lembaga keuangan syariah. Jika masyarakat merasa yakin terhadap suatu lembaga keuangan secara tidak langsung mereka akan

---

<sup>4</sup> Abdul Haris dan Nurhayati, *Psikologi dalam Pendidikan.*, 93.

<sup>5</sup> I Ajzen, *The Theory Of Planned Behavior, Organizational Behavior Human Decision Processes* (1991), 179-211.

<sup>6</sup> M Rogers E, *Diffusion Of Innovations* (New York: Free Press, 2003)

berminat menjadi nasabah pada suatu lembaga keuangan tersebut dan mau melakukan transaksi investasi maupun pembiayaan lainnya.

Sikap dan keyakinan juga dipengaruhi oleh tingkat edukasi dan kesadaran pada masyarakat dengan prinsip-prinsip keuangan syariah. Semakin banyak informasi yang mereka miliki tentang lembaga keuangan syariah, semakin besar kemungkinan mereka untuk menjadi nasabah di lembaga keuangan syariah.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN**

#### **A. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan secara keseluruhan sebagaimana diuraikan pada bab IV dalam faktor-faktor determinan minat masyarakat menjadi nasabah di lembaga keuangan syariah yang terdiri dari faktor eksternal diantaranya promosi, lokasi, fasilitas pelayanan, pengetahuan produk, dan faktor internal diantaranya pekerjaan, gaya hidup, serta sikap dan keyakinan dengan jumlah 66 responden.

Diketahui bahwa tingkat faktor determinan minat masyarakat desa Negeri Ratu menjadi nasabah di lembaga keuangan syariah berdasarkan persentase yang tertinggi yang terletak pada faktor eksternal yaitu pada faktor lokasi yang berada pada kategori sangat setuju dengan persentase sebesar 70%. Dan diketahui bahwa tingkat faktor determinan minat masyarakat desa Negeri Ratu menjadi nasabah di lembaga keuangan syariah berdasarkan persentase yang tertinggi yang terletak pada faktor internal yaitu faktor sikap dan keyakinan yang berada pada kategori sangat setuju dengan persentase sebesar 67%.

Dapat disimpulkan bahwa faktor determinan minat masyarakat menjadi nasabah di lembaga keuangan syariah yang di lihat dari persentase tertinggi antara faktor eksternal dan internal yaitu faktor eksternal yang berada pada indikator lokasi dengan jumlah persentase sebesar 70%. Hal ini disebabkan karena lokasi lembaga keuangan syariah yang cukup jauh dan bisa di bilang lembaga keuangan syariah masih sedikit sehingga membuat masyarakat desa Negeri Ratu kurang berminat menjadi nasabah di lembaga keuangan syariah. Lokasi yang digunakan sebuah lembaga keuangan harus benar-benar strategis agar memudahkan nasabah melakukan transaksi investasi maupun pembiayaan lainnya. Lokasi merupakan suatu tempat dimana dapat digunakan sebagai tempat produksi atau tempat melayani konsumen. Konsumen atau nasabah pasti menginginkan lokasi bank yang strategis dan mudah dijangkau. Oleh sebab itu, lokasi yang digunakan sebuah lembaga keuangan harus benar-benar strategis agar memudahkan nasabah melakukan transaksi investasi maupun pembiayaan lainnya.

## **B. IMPLIKASI**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan dapat dikemukakan implikasi penelitian sebagai berikut:

Bagi pihak lembaga keuangan syariah untuk meningkatkan wawasan kepa masyarakat sertameningkatkan pelayanan yang lebih baik lagi. Untuk mencapai tujuan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menjadi nasabah di lembaga keuangan syariah seperti: faktor

promosi, lokasi, fasilitas dan pelayanan, pengetahuan produk, pekerjaan, gaya hidup, serta sikap dan keyakinan.

Sedangkan masyarakat hendaknya lebih mempertimbangkan kembali untuk memilih suatu lembaga keuangan untuk melakukan pembiayaan, sehingga tidak terjebak dalam pembiayaan yang tidak sesuai dengan syariat islam.

### **C. SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan dapat dikemukakan beberapa saran, antara lain:

#### **1. Saran Teoritis**

Disarankan kepada peneliti selanjutnya agar dapat melakukan penelitian lebih mendalam terhadap faktor-faktor determinan minat masyarakat menjadi nasabah di lembaga keuangan syariah, dan bagi peneliti selanjutnya juga dapat menjadikan penelitian ini sebagai bahan referensi dalam penelitian yang sejenis.

#### **2. Saran Praktis**

Diharapkan kepada lembaga keuangan dapat meningkatkan kualitas SDM agar memberikan pelayanan yang baik sehingga nasabah merasa puas dan diharapkan terus menggunakan jasa lembaga keuangan syariah. Dan bagi masyarakat diharapkan suatu saat untuk menggunakan produk atau jasa di lembaga keuangan syariah dalam segala urusan finansialnya.



## DAFTAR PUSTAKA

- Anoraga, Panji. *Manajemen Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta, 2009.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2010.
- . *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta, 2013.
- Armalita, Sinta. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Untuk Melanjutkan Studi Ke Perguruan Tinggi Siswa Kelas XII Jurusan Tata Boga Di SMK Negeri 4 Dan SMK Negeri 6 Yogyakarta.” *Skripsi*. Universitas Negeri Yogyakarta 2016.
- Darmadi. *Pengembangan Model dan Metode Pembelajaran Dalam Dinamika Belajar Siswa*. Yogyakarta: Deepublish, 2017.
- Devito, Joseph A. *The Interpersonal Communication Book*. 13th Edition. *Library Of Congress Cataloging-In-Publication*, 2013.
- Endrayanto, dan Sujarweni. *Statistika untuk Penelitian*. Yogyakarta: Graha. Ilmu, 2012.
- Fauzi, Ahmad, and dkk. *Metode Penelitian*. Banyumas: CV. Pena Persad, 2022.
- Fernando, Andrew Pakpahan, Dkk. *Metodologi Penelitian Ilmiah*. Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Ghofur, Abdul Anshori. *Perbankan Syariah di Indonesia*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2018.
- Halnira, Auvi Dan Susianto. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Masyarakat Kecamatan Medan Belawan Menabung di Bank Syariah.” *Jurnal FEBI* 1, no.1 (2020).
- Haris, Abdul dan Nurhayati. *Psikologi dalam Pendidikan*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- Hayati, Mislah Nasution dan Sutisna. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Internet Banking.” *Jurnal Nisbah* 1, no.1 (2015).
- Herawati, Titin. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah di Bank Syariah (Studi Kasus Bank Dinar BPRS Dinar Ashri).” *Skripsi*. Diss. Universitas Muhammadiyah Mataram (2021).

- Ismail. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2005.
- . *Perbankan Syariah*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2011.
- Jundiani. *Pengaturan Hukum Perbankan Syariah di Indonesia*. Malang: UIN Malang Press, 2009.
- Juni, Donni Priansa. *Prilaku Konsumen*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Kasmir. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Prenada Media Group, 2008.
- . *Bank dan Lembaga Keuangan*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2010.
- . *Kewirausahaan*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2014.
- Kina, A. "Persepsi Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah (HES) Terhadap Mata Kuliah Ekonomi Konvensional." *Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Ekonomi* 12, no.2 (2019).
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Macan Jaya Cemerlang, 2008.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. 1 Jilid. Jakarta: Prenhallindo, 2016.
- Malik, Ahmad Dahlan. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Berinvestasi Di Pasar Modal Syariah Melalui Bursa Galeri Investasi UISI". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 3, no.1 (2017).
- Mardapi, Djemari. *Teknik Penyusunan Instrumen Tes dan Non Tes*. Yogyakarta : Mitra Cendikia Offset, 2008.
- Muchtar, Bustari, Rose Rahmidani, dan Menik Kurnia Siwi. *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Penerbit Kencana: 2016.
- Muljono, Maya Djoko. *Buku Pintar Akuntansi Perbankan dan Lembaga Keuangan Syariah*. Yogyakarta: Andi, 2015.
- Mulyatiningsih, Endan. *Riset Terapan*. Yogyakarta: UNY Press, 2011.
- Nurjaman, Rizal. *Lembaga Keuangan Syariah dan Konvensional*. ttp.:tnp., 2014.
- Rahman, Abdul Shaleh dan Muhib Abdul Wahab. *Psikologi Suatu Pengatur dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Kencana, 2004.

- Rahmawati, Ulfah dan Santoso. "Produk Kegiatan Usaha Perbankan Syariah Dalam Mengembangkan UMKM di Era Masyarakat Ekonomi Asean". *Jurnal Penelitian* 10, no.2 (2016).  
<http://dx.doi.org/10.21043/jupe.v10i2.1818>
- Remy, Sutan Sjahdeini. *Perbankan Islam*. Cet. ke-3. Jakarta: PT Pustaka Utama Grafiti, 2007.
- Rivai, Veithzal. *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004.
- Rusby, Zulkifli. *Lembaga Keuangan Syariah*. Pekanbaru: Pusat Kajian Pendidikan Islam FAI UIR, 2015.
- Safitri, Linda. "Analisis Minat Aparatur Sipil Negara Menjadi Nasabah Di Lembaga Keuangan Syariah (Studi Kasus Di MTs Negeri 1 Lampung Timur)." *Skripsi*. Institut Agama Islam Negeri Metro (2021).
- Saladin, Soulthan Batubara, Delyana Rahmawany Pulungan dan Musfa Yenty. "Analisis Determinan Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Lembaga Keuangan Syariah." *Jurnal Riset Akutansi dan Bisnis* 20, no.1 (2020).
- Sari. Retno Ayu. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Masyarakat Muslim Menabung di Bank syariah." *Skripsi*. UIN Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (2016).
- Shaleh, Abdul Rahman, dan Muhib Abdul Wahab. *Psikologi Suatu Pengatur dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Kencana, 2004.
- Singarimbun, Masri, dan Sofian Effendi. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES, 2008.
- Soemitra, Andri. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2015.
- Sudaryono. *Metodologi Penelitian*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada, 2018.
- Sujanto, Agus. *Psikologi Umum*. Jakarta: Bumi Aksara, 2009.
- Sujarweni, Wiratna. *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif. Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2012.

- . *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2019.
- Sumarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.
- Suprpto, Rifqi, dan M. Zaky Wahyuddin Azizi. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama. Ponorogo: Myria Publisher, 2020.
- Susanto, Ahmad. *Teori Belajar Dan Pembelajaran Di Sekolah Dasar*. Jakarta: Prenada Media Grup, 2016.
- Susila, Jaka. "Fiduciary dalam Produk-Produk Perbankan Syariah". *Jurnal Ilmu Syariah dan Hukum* 1, no.2 (2016).
- Triandaru, Sigit, dan Totok Budisantoso. *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*. Jakarta: Salemba Empat, 2006.
- Uniyanti. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung di Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar)," *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar (2018).
- Usmara, A. *Motivasi Kerja: Proses, Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Amara Books, 2006.
- Vebryl, Eka Maretha, Fitri Nur Latifah, dan Masruchin. "Analisis Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Sidoarjo Menjadi Nasabah Bank Syariah." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8, no.1 (2022).
- Wangawidjaja. *Pembiayaan Bank Syariah*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2012.
- Yulianti, Rahmah. "Pengaruh Minat Masyarakat Aceh Terhadap Keputusan Memilih Produk Perbankan Syariah di Kota Banda Aceh." *Jurnal Dinamika Akuntansi Dan Bisnis* 2, no.1 (2015).

Yusra, Zahara. "Pengelolaan Lkp Pada Masa Pandemi Covid 19". *Jurnal of Learning* 4, no.1 (2021): 15.

Zusnani, Ida. *Pendidikan Kepribadian Siswa SD-SMA*. Jakarta Selatan: Tugu Publisher, 2013

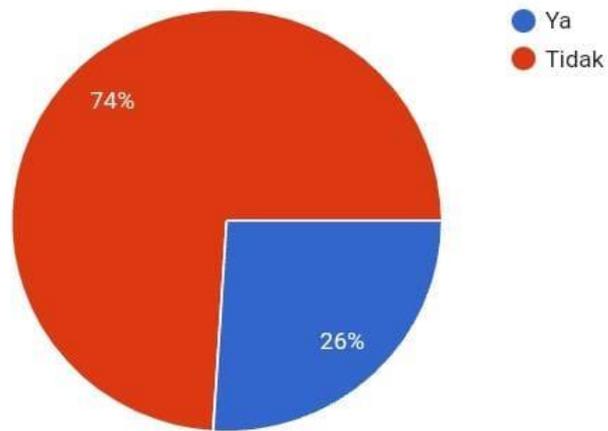
# **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

Lampiran 1: Persentase Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah

Apakah anda menggunakan bank syariah untuk melakukan transaksi

 Salin

50 jawaban



## Lampiran 2: Kuesioner Penelitian

Dalam rangka untuk melaksanakan penelitian skripsi, saya memerlukan informasi pendukung penelitian saya yang berjudul “FAKTOR-FAKTOR DETERMINAN MINAT MASYARAKAT MENJADI NASABAH DI LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH”. Maka saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i guna meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner atau pernyataan yang dilampirkan.

Langkah pengisian kuesioner yaitu dengan cara memilih salah satu jawaban yang sudah disediakan. Skala yang digunakan adalah dengan empat alternatif jawaban, yaitu:

No.	Simbol	Alternatif Jawaban	Nilai	
			Positif (+)	Negatif (-)
1.	SS	Sangat Setuju	4	1
2.	S	Setuju	3	2
3.	KS	Kurang Setuju	2	3
4.	TS	Tidak Setuju	1	4

## Tabel Pernyataan

VARIABEL	INDIKATOR	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS
Faktor Eksternal	1. Promosi	1. Apakah karena adanya promisi anda menjadi tertarik menjadi nasabah di lembaga keuangan syariah.				
		2. Apakah anda setuju jika masyarakat yang menggunakan produk bank syariah hanya karena adanya promosi yang dilakukan oleh lembaga keuangan syariah.				
	2. Lokasi	3. Apakah lokasi yang tidak strategis menjadi salah satu faktor penghalang masyarakat menjadi nasabah di lembaga keuangan syariah.				
		4. Apakah anda setuju dengan jarak lokasi yang jauh membuat masyarakat berminat menjadi nasabah di lembaga keuangan syariah.				
	3. Fasilitas dan Pelayanan	5. Apakah anda setuju bahwa masyarakat yang mau menggunakan produk lembaga keuangan syariah berdasarkan fasilitas dan pelayanannya yang baik.				
		6. Apakah anda setuju jika fasilitas dan pelayanan yang kurang baik bisa menjadi faktor pendorong masyarakat menggunakan produk lembaga keuangan syariah syariah				

	4. Pengetahuan produk	7. Apakah anda setuju jika masyarakat yang mau menggunakan produk di bank syariah berdasarkan pengetahuan yang mereka miliki.				
		8. Apakah anda setuju jika masyarakat tidak mengetahui tentang bank syariah namun tetap memilih bank syariah dalam melakukan transaksi.				
Faktor Internal	1. Pekerjaan	9. Apakah anda setuju bahwa masyarakat menjadi nasabah di Bank Syariah karena tuntutan pekerjaan.				
		10. Apakah seluruh masyarakat yang bertransaksi di lembaga keuangan syariah hanya karena tuntutan pekerjaan.				
	2. Gaya Hidup	11. Apakah dengan gaya hidup yang konsumtif membuat masyarakat memintam uang di lembaga keuangan syariah.				
		12. Apakah anda setuju bahwa masyarakat meminjam uang di lembaga keuangan syariah hanya untuk memenuhi gaya hidup yang konsumtif.				
	3. Sikap dan Keyakinan	13. Apakah dengan adanya sikap dan keyakinan mengenai produk yang ada di bank syariah membuat masyarakat mau melakukan transaksi di bank syariah.				
		14. Apakah anda setuju bahwa masyarakat yang menggunakan produk bank syariah tidak berdasarkan sikap dan keyakinannya terhadap bank syariah.				

Mengetahui  
Dosen Pembimbing

Metro, 4 Maret 2024  
Mahasiswi Ybs.

**Yudhistira Ardana, M.E.K.**  
NIP.19890602 202012 1 011

**Rifda Yanti Naimah**  
NPM. 2003011086

Lampiran 3: Tabulasi Data Hasil Penyebaran Kuesioner Penelitian Faktor-Faktor Determinan Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Di Lembaga Keuangan Syariah

VARIABEL FAKTOR EKSTERNAL

NO.	NAMA	PERNYATAAN								JUMLAH
		1	2	3	4	5	6	7	8	
1	Andi	3	3	3	4	4	4	4	3	28
2	Amin Mustofa	4	4	4	4	4	4	3	3	30
3	Inti Masrurroh	4	4	4	3	3	4	4	4	30
4	Lisa	3	4	4	3	4	4	4	4	30
5	Erwin	3	2	3	3	3	3	3	3	23
6	Puspita	3	3	3	3	3	2	3	2	22
7	Hofifah Maharani	4	3	4	4	4	4	4	3	30
8	Rian	3	2	3	3	3	2	3	2	21
9	Aan Romadhoni	3	3	3	3	3	3	3	3	24
10	Tri Wahyudi	2	3	3	3	3	3	3	3	23
11	Saripudin	3	2	3	2	3	2	3	2	20
12	Isti Malihah	3	3	3	3	3	3	3	3	24
13	Endi	3	3	4	3	4	3	3	3	26
14	Tria Maratussolehah	3	3	2	3	3	3	3	3	23
15	Sarjono	3	3	3	3	3	3	3	3	24
16	Risa Wati	3	3	3	3	3	3	3	3	24
17	Ulfa Baroroh	3	4	4	3	3	3	3	4	27
18	Dwi Prasetyo	3	3	4	4	3	4	4	4	29
19	Riski	3	3	4	2	3	3	3	4	25
20	Aji	3	3	3	4	3	3	3	3	25
21	Nanda Rifki	3	3	4	4	4	4	3	3	28
22	Eva Erviana	3	3	3	4	4	4	4	3	28
23	Eka Fitriani	3	3	4	3	4	3	3	3	26
24	Abdul Rosid	4	3	3	4	3	3	4	3	27
25	Ifan Nur Kholis	3	3	3	3	4	4	3	3	26
26	Eko	3	4	4	3	3	3	3	3	26
27	Yudi	3	3	4	3	3	4	3	3	26
28	Nita Yuliana	3	3	3	3	3	3	4	3	25
29	Miranti	3	3	3	4	4	3	3	3	26
30	Eka Widya	3	3	3	3	3	3	3	3	24
31	Ahmad Mansyur	3	3	4	4	3	3	3	4	27
32	Ahmad Royhan	4	4	3	3	3	3	4	3	27
33	Irsyad	4	3	3	3	4	3	4	4	28
34	Naily Zubaidah	3	3	4	3	3	3	3	3	25
35	Ekwan Kurnianto	4	3	3	3	4	3	3	3	26
36	Darma	4	3	3	4	3	3	3	4	27

37	Syaqila	4	3	3	3	3	3	3	3	25
38	Febrian	3	3	4	3	4	4	4	3	28
39	Rio Setyawan	3	3	4	4	3	3	3	3	26
40	Ahmad Azka Pradipta	4	3	3	3	3	3	3	4	26
41	Ahmad Azhari	4	3	3	4	3	3	3	3	26
42	Ahmad Jilani	3	3	3	4	4	3	3	4	27
43	Mahmud	3	3	4	3	4	3	3	3	26
44	Yulianto	4	3	3	4	4	3	3	4	28
45	Ferdiansyah	3	3	4	4	4	3	3	3	27
46	Amelia	3	3	4	3	4	4	3	3	27
47	Roni Kumiawan	4	3	3	3	4	4	3	4	28
48	Muhammad Alan	4	4	4	4	4	3	3	3	29
49	Mersa	3	3	4	3	3	4	3	3	26
50	Sinta Oktavia	3	3	4	3	4	3	3	3	26
51	Khoirun Nisa	3	3	4	3	4	4	3	3	27
52	Sindi	3	3	4	3	4	3	4	4	28
53	Ridho Kian Santang	3	4	4	4	4	3	4	4	30
54	Ahmad Dani	3	4	4	3	3	3	3	3	26
55	Ihsan	3	4	4	3	4	3	3	4	28
56	Arinda	4	4	3	3	4	3	4	3	28
57	Bagus	3	3	3	3	4	4	3	3	26
58	Kamillatussa'adah	4	3	4	4	4	3	4	4	30
59	Bagas	3	4	3	3	3	3	4	4	27
60	Tin Fitriyati	4	3	3	4	3	3	3	4	27
61	Umi Kulsum	4	4	3	4	4	4	3	3	29
62	Rendy	3	3	3	3	4	4	4	4	28
63	Aldi Doni Saputra	3	3	4	4	4	3	3	4	28
64	Alda Dona Saputri	4	3	3	4	3	4	3	3	27
65	Zulfa Nadia	4	4	3	4	4	3	3	4	29
66	Giyono	3	3	4	4	4	3	4	4	29
<b>Total</b>		217	211	231	222	232	216	214	218	1761

**VARIABEL FAKTOR INTERNAL**

NO.	NAMA	PERNYATAAN						JUMLAH
		1	2	3	4	5	6	
1	Andi	4	3	3	3	3	3	19
2	Amin Mustofa	3	4	3	3	4	4	21
3	Inti Masruroh	4	4	3	4	4	4	23
4	Lisa	3	3	4	4	3	4	21
5	Erwin	3	3	3	3	2	3	17
6	Puspita	2	2	2	3	2	3	14

7	Hofifah Maharani	3	3	3	3	4	3	19
8	Rian	3	3	3	3	3	3	18
9	Aan Romadhoni	3	3	3	3	3	3	18
10	Tri Wahyudi	3	3	2	3	3	3	17
11	Saripudin	3	2	3	3	3	3	17
12	Isti Malihah	3	3	3	3	3	3	18
13	Endi	3	3	4	3	3	3	19
14	Tria Maratussolehah	3	3	3	3	3	3	18
15	Sarjono	3	3	3	3	3	2	17
16	Risa Wati	2	3	3	2	3	3	16
17	Ulfa Baroroh	4	3	4	4	3	3	21
18	Dwi Prasetyo	3	3	4	4	4	3	21
19	Riski	3	3	3	3	3	3	18
20	Aji	4	3	4	3	3	3	20
21	Nanda Rifki	3	3	4	4	3	3	20
22	Eva Erviana	3	3	4	3	4	4	21
23	Eka Fitriani	4	3	3	4	4	4	22
24	Abdul Rosid	3	3	4	3	4	4	21
25	Ifan Nur Kholis	3	3	3	3	3	3	18
26	Eko	3	3	3	4	3	3	19
27	Yudi	3	4	4	3	3	4	21
28	Nita Yuliana	3	3	3	3	3	4	19
29	Miranti	3	3	3	3	4	3	19
30	Eka Widya	3	3	3	3	3	3	18
31	Ahmad Mansyur	3	3	3	4	4	4	21
32	Ahmad Royhan	3	4	3	3	4	4	21
33	Irsyad	3	4	3	4	3	3	20
34	Naily Zubaidah	3	3	4	3	3	3	19
35	Ekwan Kurnianto	4	3	3	4	3	3	20
36	Darma	3	3	4	3	3	4	20
37	Syaqila	3	3	4	3	4	3	20
38	Febrian	3	3	3	3	4	4	20
39	Rio Setyawan	4	3	3	4	3	4	21
40	Ahmad Azka Pradipta	3	4	3	3	4	3	20
41	Ahmad Azhari	4	4	4	3	4	3	22
42	Ahmad Jilani	3	3	4	3	3	3	19
43	Mahmud	3	4	3	3	4	4	21
44	Yulianto	3	3	4	3	4	4	21
45	Ferdiansyah	4	4	4	3	3	3	21
46	Amelia	4	3	4	3	3	4	21
47	Roni Kurniawan	4	3	3	3	4	4	21

48	Muhammad Alan	3	3	4	4	4	3	21
49	Mersa	4	3	3	3	3	4	20
50	Sinta Oktavia	4	3	3	4	4	4	22
51	Khoirun Nisa	3	3	4	4	4	3	21
52	Sindi	2	1	3	3	3	4	16
53	Ridho Kian Santang	3	3	4	4	3	4	21
54	Ahmad Dani	4	4	3	4	4	3	22
55	Ihsan	4	3	3	4	3	3	20
56	Arinda	4	3	3	4	3	3	20
57	Bagus	3	3	4	3	3	4	20
58	Kamillatussa'adah	4	3	4	3	4	4	22
59	Bagas	3	3	3	4	4	3	20
60	Tin Fitriyati	3	4	4	4	4	3	22
61	Umi Kulsum	3	3	3	4	4	4	21
62	Rendy	3	3	4	4	3	3	20
63	Aldi Doni Saputra	4	3	4	3	4	4	22
64	Alda Dona Saputri	3	4	3	3	4	4	21
65	Zulfa Nadia	3	3	4	3	4	4	21
66	Giyono	4	3	3	3	4	3	20
<b>Total</b>		208	202	220	221	229	225	1305



**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  
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id, e-mail: [iaim@metrouniv.ac.id](mailto:iaim@metrouniv.ac.id)

Nomor : B-3277/In.28.3/D.1/TL.00/11/2023 Metro, 09 November 2023  
Lampiran : -  
Perihal : **PEMBIMBING SKRIPSI**

Kepada Yth,  
Yudhistira Ardana (Dosen Pembimbing Skripsi)  
Di-  
Tempat

*Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Dalam rangka menyelesaikan studinya, maka kami mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk membimbing mahasiswa dibawah ini:

Nama : Rifda Yanti Naimah  
NPM : 2003011086  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Judul : Faktor-Faktor Determinan Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Lembaga Keuangan Syariah

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Dosen Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal sampai dengan penulisan skripsi, dengan tugas untuk mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi skripsi Bab I s.d Bab IV
2. Waktu menyelesaikan skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK Pembimbing Skripsi ditetapkan oleh Fakultas
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah/skripsi yang ditetapkan oleh IAIN Metro
4. Banyaknya halaman skripsi antara 60 s.d 120 halaman dengan ketentuan sebagai berikut:
  - a. Pendahuluan  $\pm$  1/6 bagian
  - b. Isi  $\pm$  2/3 bagian
  - c. Penutup  $\pm$  1/6 bagian

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

*Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Wakil Dekan Bidang Akademik dan  
Kelembagaan FEBI

Putri Swastika

## **OUTLINE**

### **FAKTOR-FAKTOR DETERMINAN MINAT MASYARAKAT MENJADI NASABAH LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH**

**HALAMAN SAMPUL**  
**HALAMAN JUDUL**  
**HALAMAN PERSETUJUAN**  
**HALAMAN PENGESAHAN**  
**ABSTRAK**  
**HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN**  
**HALAMAN MOTTO**  
**HALAMAN PERSEMBAHAN**  
**KATA PENGANTAR**  
**DAFTAR ISI**

#### **BAB I PENDAHULUAN**

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

#### **BAB II LANDASAN TEORI**

- A. Minat
  1. Pengertian Minat
  2. Macam-Macam Minat
  3. Tahapan-Tahapan Minat
  4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Timbulnya Minat
  5. Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Di Lembaga Keuangan Syariah
- B. Lembaga Keuangan
  1. Lembaga Keuangan Bank
  2. Lembaga Keuangan Non-Bank
  3. Lembaga Keuangan Syariah
  4. Lembaga Keuangan Konvensional
- C. Kerangka Berpikir

#### **BAB III METODE PENELITIAN**

- A. Rancangan Penelitian
- B. Definisi Operasional Variabel
- C. Populasi dan Sampel
- D. Metode Pengambilan Data
  1. Sumber Data Penelitian

- 2. Metode Pengumpulan Data
- E. Instrumen Penelitian
- F. Teknik Keabsahan Data
  - 1. Uji Validitas
  - 2. Uji Reliabilitas
- G. Teknik Analisis Data
  - 1. Analisis Statistik Deskriptif

#### **BAB VI HASIL PENELITIAN**

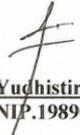
- A. Deskripsi Lokasi Penelitian
  - 1. Profil Desa Negeri Ratu
  - 2. Sejarah Desa Negeri Ratu
  - 3. Struktur Organisasi Desa Negeri Ratu
- B. Hasil Penelitian
  - 1. Faktor Eksternal
  - 2. Faktor Internal
- C. Pembahasan
  - 1. Faktor-Faktor Eksternal Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Di Lemabaga Keuangan Syariah
  - 2. Faktor-faktor Internal Yang mempengaruhi minat masyarakat menjadi nasabah di lemabaga keuangan syariah

#### **BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN**

- A. Kesimpulan
- B. Implikasi
- C. Saran

#### **DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN-LAMPIRAN RIWAYAT HIDUP**

Mengetahui  
Dosen Pembimbing

  
**Yuchistira Ardana, M.E.K.**  
NIP.19890602 202012 1 011

Metro, 4 Maret 2024  
Mahasiswi Ybs.

  
**Rifda Yanti Naimah**  
NPM. 2003011086

### KUESIONER PENELITIAN

Dalam rangka untuk melaksanakan penelitian skripsi, saya memerlukan informasi pendukung penelitian saya yang berjudul "FAKTOR-FAKTOR DETERMINAN MINAT MASYARAKAT MENJADI NASABAH DI LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH". Maka saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i guna meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner atau pernyataan yang dilampirkan.

Langkah pengisian kuesioner yaitu dengan cara memilih salah satu jawaban yang sudah disediakan. Skala yang digunakan adalah dengan empat alternatif jawaban, yaitu:

No.	Simbol	Alternatif Jawaban	Nilai	
			Positif (+)	Negatif (-)
1.	SS	Sangat Setuju	4	1
2.	S	Setuju	3	2
3.	KS	Kurang Setuju	2	3
4.	TS	Tidak Setuju	1	4

**Tabel Pernyataan**

VARIABEL	INDIKATOR	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS
Faktor Eksternal	1. Promosi	1. Apakah karena adanya promisi anda menjadi tertarik menjadi nasabah di lembaga keuangan syariah.				
		2. Apakah anda setuju jika masyarakat yang menggunakan produk bank syariah hanya karena adanya promosi yang dilakukan oleh lembaga keuangan syariah.				
	2. Lokasi	3. Apakah lokasi yang tidak strategis menjadi salah satu faktor pengahalang masyarakat menjadi nasabah di lembaga keuangan syariah.				
		4. Apakah anda setuju dengan jarak lokasi yang jauh membuat masyarakat berminat				

		menjadi nasabah di lembaga keuangan syariah.				
	3. Fasilitas dan Pelayanan	5. Apakah anda setuju bahwa masyarakat yang mau menggunakan produk lembaga keuangan syariah berdasarkan fasilitas dan pelayanannya yang baik.				
		6. Apakah anda setuju jika fasilitas dan pelayanan yang kurang baik bisa menjadi faktor pendorong masyarakat menggunakan produk lembaga keuangan syariah syariah				
	4. Pengetahuan produk	7. Apakah anda setuju jika masyarakat yang mau menggunakan produk di bank syariah berdasarkan pengetahuan yang mereka miliki.				
		8. Apakah anda setuju jika masyarakat tidak mengetahui tentang bank syariah namun tetap memilih bank syariah dalam melakukan transaksi.				
Faktor Internal	1. Pekerjaan	9. Apakah anda setuju bahwa masyarakat menjadi nasabah di Bank Syariah karena tuntutan pekerjaan.				
		10. Apakah seluruh masyarakat yang bertransaksi di lembaga keuangan syariah hanya karena tuntutan pekerjaan.				
	2. Gaya Hidup	11. Apakah dengan gaya hidup yang konsumtif membuat masyarakat memintam uang di				

		lembaga keuangan syariah.				
		12. Apakah anda setuju bahwa masyarakat meminjam uang di lembaga keuangan syariah hanya untuk memenuhi gaya hidup yang konsumtif.				
	3. Sikap dan Keyakinan	13. Apakah dengan adanya sikap dan keyakinan mengenai produk yang ada di bank syariah membuat masyarakat mau melakukan transaksi di bank syariah.				
		14. Apakah anda setuju bahwa masyarakat yang menggunakan produk bank syariah tidak berdasarkan sikap dan keyakinannya terhadap bank syariah.				

Mengetahui  
Dosen Pembimbing

**Yudhistira Ardana, M.E.K.**  
NIP. 19890602 202012 1 011

Metro, 4 Maret 2024  
Mahasiswi Ybs.

**Rifda Yanti Naimah**  
NPM. 2003011086



**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-0833/In.28/D.1/TL.00/03/2024  
Lampiran : -  
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,  
KEPALA DESA DESA NEGERI RATU  
di-  
Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-0832/In.28/D.1/TL.01/03/2024,  
tanggal 18 Maret 2024 atas nama saudara:

Nama : RIFDA YANTI NAIMAH  
NPM : 2003011086  
Semester : 8 (Delapan)  
Jurusan : Ekonomi Syari'ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada KEPALA DESA DESA NEGERI RATU bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di DESA NEGERI RATU, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "FAKTOR-FAKTOR DETERMINAN MINAT MASYARAKAT MENJADI NASABAH LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH".

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

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Metro, 18 Maret 2024  
Wakil Dekan Akademik dan  
Kelembagaan,



Putri Swastika SE, M.IF  
NIP 19861030 201801 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-0832/In.28/D.1/TL.01/03/2024

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

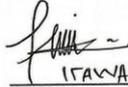
Nama : RIFDA YANTI NAIMAH  
NPM : 2003011086  
Semester : 8 (Delapan)  
Jurusan : Ekonomi Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di DESA NEGERI RATU, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "FAKTOR-FAKTOR DETERMINAN MINAT MASYARAKAT MENJADI NASABAH LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH".
  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 : 18 Maret 2024

Mengetahui,  
Pejabat Setempat

  
IRAWAN

Wakil Dekan Akademik dan  
Kelembagaan,



Putri Swastika SE, M.IF  
NIP 19861030 201801 2 001



**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 : Rifda Yanti Naimah  
NPM : 2003011086  
Jurusan : Ekonomi Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **Faktor-Faktor Determinan Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Di Lembaga Keuangan Syariah** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi Turnitin dengan **Score 19%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 04 Juni 2024  
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



**Yudhistira Ardana, M.E.K.**  
NIP.198906022020121011



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

**NPP: 1807062F0000001**

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-435/In.28/S/U.1/OT.01/05/2024**

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

Nama : RIFDA YANTI NAIMAH  
NPM : 2003011086  
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2023/2024 dengan nomor anggota 2003011086

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, 29 Mei 2024  
Kepala Perpustakaan



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



KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Mahasiswa : Rifda Yanti Naimah

Fakultas/Jurusan : FEBI/ESy

NPM : 2003011086

Semester/TA : VII (Tujuh)/2023

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1	Jumat 1/12/2023	- perbaiki data dan narasi pada CBM	
2	Senin 4/12/2023	- perbaiki footnote pada kutipan teori di BAB II - Hilangkan Uji Asumsi klasik, uji regresi, dll... - pada sub-bab instrumen penelitian di beri teori tentang skala likert plus skorng skalanya - Definisi operasional variabel isunya : definisi minat + tabel indikator kitem pernyataan	

Dosen Pembimbing,

Yudhistira Ardana, M.E.K  
NIP. 198906022020121011

Mahasiswa Ybs,

Rifda Yanti Naimah  
NPM. 2003011086



KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Mahasiswa : Rifda Yanti Naimah

Fakultas/Jurusan : FEBI/ESy

NPM : 2003011086

Semester/TA : VII (Tujuh)/2023

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1	Jumat 8/12/2023	- tambahkan uji validitas dan reliabilitas & BAB III - buat angket / kuesioner	

Dosen Pembimbing,

Yudhistira Ardana, M.E.K  
NIP. 198906022020121011

Mahasiswa Ybs,

Rifda Yanti Naimah  
NPM. 2003011086



KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Mahasiswa : Rifda Yanti Naimah

Fakultas/Jurusan : FEBI/ESy

NPM : 2003011086

Semester/TA : VII (Tujuh)/2023

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1	11/12/2023	<ul style="list-style-type: none"><li>- tambahkan narasi tentang "minat menjadi nasabah di LKS"</li><li>- footnote di lengkapi oleh judul buku.</li></ul>	

Dosen Pembimbing,

Yudhistra Ardana, M.E.K  
NIP. 198006022020121011

Mahasiswa Ybs,

Rifda Yanti Naimah  
NPM. 2003011086



KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Mahasiswa : Rifda Yanti Naimah Fakultas/Jurusan : FEBI/ESy  
NPM : 2003011086 Semester/TA : VII (Tujuh)/2023

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
i	28/12/2023 Kamis	- BAB III - Saran penentuan jumlah populasi dan sampel - tambahkan nilai (-) pada skala Likert	

Dosen Pembimbing,

Yudhisetra Ardana, M.E.K  
NIP. 196906022020121011

Mahasiswa Ybs,

Rifda Yanti Naimah  
NPM. 2003011086



KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Mahasiswa : Rifda Yanti Naimah

Fakultas/Jurusan : FEBI/ESy

NPM : 2003011086

Semester/TA : VII (Tujuh)/2023

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1	Selasa 2 / 1 / 2024	- tambahkan kerangka pikir - tambahkan kriteria tinggi penelaahan skor jawaban responden	

Dosen Pembimbing,

Mahasiswa Ybs,

Yudhistra Ardana, M.E.K  
NIP. 198906022020121011

Rifda Yanti Naimah  
NPM. 2003011086



KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Mahasiswa : Rifda Yanti Naimah

Fakultas/Jurusan : FEBI/ESy

NPM : 2003011086

Semester/TA : VII (Tujuh)/2023

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1	Kamis 4/1/2024	Acc Seminar Proposal	

Dosen Pembimbing,

Yudhistra Ardana, M.E.K  
NIP. 198906022020121011

Mahasiswa Ybs,

Rifda Yanti Naimah  
NPM. 2003011086



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Inggmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0726) 41507, Faksimili (0725) 47296,  
Website: www.metroainv.ac.id E-mail: iainmetro@metroainv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Rifda Yanti Naimah  
NPM : 2003011086

Fakultas/Jurusan : FEBI/ ESy  
Semester/TA : VIII/ 2024

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1	Senin 04/05/2024		Acc APD + Outline	

Dosen Pembimbing,

Yudhistira Ardana, M.E.K.  
NIP.19890602 202012 1 011

Mahasiswa Ybs,

Rifda Yanti Naimah  
NPM. 2003011086





## RIWAYAT HIDUP



### **Identitas Diri**

Nama : Rifda Yanti Naimah  
NPM : 2003011086  
TTL : Negeri Ratu, 22 April 2001  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Alamat : Desa Negeri Ratu, Kec. Muara Sungkai Kab. Lampung  
Utara  
Email : [rifdayantinaimah@gmail.com](mailto:rifdayantinaimah@gmail.com)

### **Orang Tua**

Ayah : Giyono  
Pekerjaan Ayah : Petani  
Ibu : Tin Fitriyati  
Pekerjaan Ibu : Ibu Rumah Tangga  
Alamat : Desa Negeri Ratu, Kec. Muara Sungkai Kab. Lampung  
Utara

### **Riwayat Pendidikan**

1. 2008-2014 : SD N 03 Karya Sakti.
2. 2014-2017 : MTS Al-Muhajirin Bandar Sakti.
3. 2017-2020 : SMK Muhammadiyah Tumijajar.
4. 2020-2024 : Institut Agama Islam Negeri Metro (IAIN Metro).