

SKRIPSI

**PENGARUH PROMOSI, PENGETAHUAN, DAN LOKASI
TERHADAP MINAT MENJADI NASABAH
BANK UMUM SYARIAH
(Desa Margo Bhakti Kecamatan Mesuji Kabupaten
Ogan Komering Ilir)**

Oleh :

**DIDI PRANATA
NPM 1804101027**



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

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1443 H/ 2022 M**

**PENGARUH PROMOSI, PENGETAHUAN, DAN LOKASI
TERHADAP MINAT MENJADI NASABAH
BANK UMUM SYARIAH
(Desa Margo Bhakti Kecamatan Mesuji Kabupaten
Ogan Komering Ilir)**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Dan Melengkapi Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Oleh :

DIDI PRANATA
NPM 1804101027

Pembimbing :

Selvia Nuriasari, M.E.I

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

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1443 H/ 2022 M**

NOTA DINAS

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

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam Institut Agama Islam
Negeri Metro
di-
Tempat

Assalamu'alaikumWr.Wb

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

Nama : **DIDI PRANATA**
NPM : 1804101027
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah
Judul : **Pengaruh Promosi, Pengetahuan, Dan Lokasi Terhadap**
Proposal **Minat Menjadi Nasabah Bank Umum Syariah (Desa**
Margo Bhakti Kecamatan Mesuji Kabupaten Ogan
Komering Ilir)

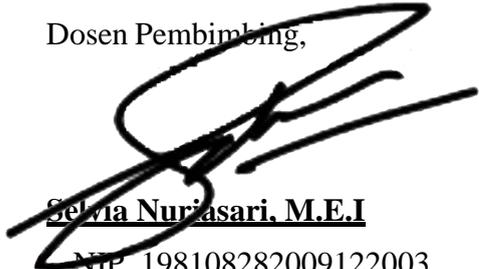
Sudah kami setuju dan dapat diajukan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk dimunaqosyahkan.

Demikian harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikumWr.W

Metro, 22 Juni 2022

Dosen Pembimbing,


Selvia Nuriasari, M.E.I

NIP. 198108282009122003

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : **Pengaruh Promosi, Pengetahuan, Dan Lokasi**
Proposal Terhadap **Minat Menjadi Nasabah Bank Umum**
Syariah (Desa Margo Bhakti Kecamatan Mesuji
Kabupaten Ogan Komering Ilir)

Nama : **DIDI PRANATA**

NPM : 1804101027

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Perbankan Syariah

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dalam ujian munaqosyah Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro.

Metro, 22 Juni 2022

Dosen Pembimbing



Selvia Nuriasari, M.E.I
NIP. 198108282009122003



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 Alingmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47298 Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

No: B-2657/In.28.3/D/PP-00.9/07/2022

Skripsi dengan Judul: PENGARUH PROMOSI, PENGETAHUAN, DAN LOKASI TERHADAP MINAT MENJADI NASABAH BANK UMUM SYARIAH, disusun oleh: Didi Pranata, NPM: 1804101027, Jurusan: S1 Perbankan Syariah, telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal: Senin/11 Juli 2022.

TIM PENGUJI:

| | | |
|-----------------|-------------------------------|---------|
| Ketua/Moderator | : Selvia Nuriasari, M.E.I | (.....) |
| Penguji I | : Zumaroh, M.E.Sy | (.....) |
| Penguji II | : Era Yudistira, M.Ak | (.....) |
| Sekretaris | : Witantri Dwi Swandini, M.Ak | (.....) |

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


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

ABSTRAK

PENGARUH PROMOSI, PENGETAHUAN, DAN LOKASI TERHADAP MINAT MENJADI NASABAH BANK UMUM SYARIAH (Desa Margo Bhakti Kecamatan Mesuji Kabupaten Ogan Komering Ilir)

Oleh :

Didi Pranata
NPM. 1804101027

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan perbankan syariah pada tahun 2021, yang merupakan upaya pemerintah untuk membangun industri berbasis Syariah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa Pengaruh Promosi, Pengetahuan, dan Lokasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Umum Syariah (BUS).

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan statistik deskriptif dan sumber data primer penyebaran kuesioner menggunakan skala *Likert*, kemudian masyarakat di Desa Margo Bhakti Kecamatan Mesuji Kabupaten Ogan Komering Ilir sebagai populasi. Teknik pengambilan sampel dengan teknik *Simple Random Sampling*, yaitu mengambil sampel secara acak pada masyarakat desa untuk dijadikan responden. Penelitian menggunakan rumus *Slovin* yaitu mengambil jumlah sampel dan didapatkan sampel sebanyak 100 responden kemudian data yang telah didapatkan diolah menggunakan aplikasi *IBM SPSS 25 for Windows*. penelitian ini dianalisis melalui uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, analisis regresi berganda, uji parsial (uji t), uji simultan (uji f), dan koefisien determinasi (R^2).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa masing-masing variabel Promosi (X_1) = 2,368, Pengetahuan (X_2) = 2,509, Lokasi (X_3) = 2,564 memiliki nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ 1,987. Nilai tersebut membuktikan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, Kemudian diperoleh hasil koefisien determinasi (R^2) sebesar 12,9%. Angka tersebut menunjukkan bahwa 12,9% variabel Minat (Y) dipengaruhi oleh Promosi, Pengetahuan, dan Lokasi. Sedangkan sisanya 87,1% minat menjadi nasabah bank umum syariah (BUS) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk pada penelitian ini.

Kata Kunci : Promosi, Pengetahuan, Lokasi, dan Minat.

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Didi Pranata
NPM : 1804101027
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

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

Metro, 22 Juni 2022

Yang Menyatakan,



Didi Pranata

NPM.1804101027

MOTTO

وَأَطِيعُوا اللَّهَ وَرَسُولَهُ وَلَا تَنَازَعُوا فَتَفْشَلُوا وَتَذْهَبَ رِيحُكُمْ وَأَصْبِرُوا إِنَّ

اللَّهُ مَعَ الصَّابِرِينَ ﴿٤٦﴾

Artinya;

“Dan taatilah Allah dan Rasul-Nya dan janganlah kamu berselisih, yang menyebabkan kamu menjadi gentar dan kekuatanmu hilang dan bersabarlah. Sungguh, Allah beserta orang-orang sabar”. (Q.S Al-Anfal: 46)

PERSEMBAHAN

Tiada kata yang pantas untuk diucapkan selain bersyukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah serta keridhoan-Nya kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam selalu terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Sebagai rasa hormat, cinta, dan terima kasih Ku persembahkan skripsi ini kepada:

1. Kedua Orang Tua Ku tersayang, Bapak Kasman dan Ibu Siti Harisatun serta adik dan keluarga besar yang tiada henti memanjatkan doa, mendukung, memberikan semangat, dan menanti dengan kesabaran.
2. Ibu Selvia Nuriasari, M.E.I selaku Dosen Pembimbing, saya haturkan Terima Kasih telah membantu membimbing, memberikan kritikan maupun saran dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Pihak Aparatur Desa Margo Bhakti Kecamatan Mesuji Kabupaten Ogan Komering Ilir yang telah memberikan izin kepada saya untuk melakukan penelitian disana.
4. Sahabat-sahabat seperjuangan yang tak hentinya memotivasi dan memberikan semangat saya haturkan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada sahabat: Ahmad Haryono, Aldi Nofri, dan Maulia Syafitri.
5. Teman-teman seperjuangan Perbankan Syariah angkatan 18 khususnya.
6. Almamater kebanggaanku IAIN Metro.

Serta semua pihak yang telah membantu dan memberikan semangat demi terselesainya skripsi ini yang tidak dapat peneliti sebutkan.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Puji syukur peneliti ucapkan kehadirat Allah SWT, atas taufik hidayah dan inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini. Penelitian skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE).

Dalam upaya penyelesaian skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terimakasih kepada yang terhormat :

1. Ibu Dr. Siti Nurjanah, M.Ag., P.I.A, Selaku Rektor IAIN Metro.
2. Ibu Prof. Dr. Ida Umami, M.Pd., Kons, Selaku Wakil Rektor I Bidang Akademik dan Kelembagaan.
3. Bapak Dr. Dri Santoso, M.H, Selaku Wakil Rektor II Bidang Administrasi Umum, Perencanaan, dan Keuangan.
4. Bapak Dr. Mahrus As'ad, M.Ag, Selaku Wakil Rektor Bidang III Kemahasiswaan dan Kerjasama.
5. Bapak Drs. Mat Jalil, M. Hum., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
6. Bapak Muhammad Ryan Fahlevy, M. M, selaku Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah.

7. Ibu Selvia Nuriasari, M.E.I, selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan yang sangat berharga kepada peneliti.
8. Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan IAIN Metro yang telah menyediakan waktu dan fasilitasnya guna menyelesaikan penelitian skripsi ini.

Semoga amal baik yang telah diberikan dalam penulisan skripsi ini dapat dibalas oleh Allah SWT. Peneliti sadar bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna mengingat keterbatasan kemampuan peneliti, karena kesempurnaan hanya milik Allah SWT. Peneliti harapkan karya sederhana ini dapat memberikan sedikit manfaat bagi siapa saja yang membacanya, Aamiin.

Metro, 29 Maret 2022

Peneliti,



Didi Pranata

NPM. 1804101027

DAFTAR ISI

| | |
|---------------------------|------|
| HALAMAN SAMPUL..... | i |
| HALAMAN JUDUL | ii |
| HALAMAN NOTA DINAS..... | iii |
| HALAMAN PERSETUJUAN | iv |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | v |
| HALAMAN ABSTRAK | vi |
| HALAMAN ORISINALITAS..... | vii |
| HALAMAN MOTTO | viii |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | ix |
| KATA PENGANTAR..... | x |
| DAFTAR ISI..... | xii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiv |
| DAFTAR TABEL..... | xv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xvi |

BAB I PENDAHULUAN

| | |
|--|---|
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Identifikasi Masalah | 6 |
| C. Rumusan Masalah | 7 |
| D. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian..... | 7 |
| E. Penelitian Relevan..... | 9 |

BAB II LANDASAN TEORI

| | |
|-----------------------------|----|
| A. Minat | 12 |
| B. Promosi | 21 |
| C. Pengetahuan | 28 |
| D. Lokasi | 30 |
| E. Kerangka Berpikir | 38 |
| F. Pengujian Hipotesis..... | 39 |

BAB III METODE PENELITIAN

| | |
|---|----|
| A. Rancangan Penelitian | 41 |
| B. Defenisi Operasional Variabel | 42 |
| C. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling..... | 44 |
| D. Teknik Pengumpulan Data..... | 46 |
| E. Instrumen Penelitian..... | 47 |
| F. Teknik Analisis Data..... | 48 |

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

| | |
|---------------------------|----|
| A. Hasil Penelitian | 53 |
| B. Pembahasan..... | 71 |

BAB V PENUTUP

| | |
|---------------------|----|
| A. Kesimpulan | 75 |
| B. Saran..... | 76 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran | 39 |
| Gambar 4.1 Struktur Organisasi Desa Margo Bhakti | 54 |

TABEL TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel | 43 |
| Tabel 3.2 Skala Likert | 47 |
| Tabel 4.1 Jumlah Jawaban Hasil Penyebaran Kuesioner | 57 |
| Tabel 4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 59 |
| Tabel 4.3 Jumlah Responden Berdasarkan Usia | 60 |
| Tabel 4.4 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan | 60 |
| Tabel 4.5 Jumlah Responden Berdasarkan Alamat | 61 |
| Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas | 62 |
| Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas | 63 |
| Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas | 64 |
| Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinieritas | 65 |
| Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas | 66 |
| Tabel 4.11 Hasil Uji Analisis Berganda | 67 |
| Tabel 4.12 Hasil Uji Persial (Uji t) | 68 |
| Tabel 4.13 Hasil Uji f (Simultan) | 70 |
| Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi | 71 |

DAFTAR LAMPIRAN

1. Outline
2. Alat Pengumpul Data
3. Tabel t
4. Tabel r
5. Surat Research
6. Surat Tugas
7. Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi
8. Surat Keterangan Bebas Pustaka
9. Foto-Foto Penelitian
10. Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Masyarakat di negara maju dan berkembang sangat membutuhkan bank sebagai tempat untuk melakukan transaksi keuangannya. Mereka menganggap bank merupakan lembaga keuangan yang aman dalam melakukan berbagai macam aktivitas keuangan. Aktivitas keuangan yang sering dilakukan yaitu aktivitas menyimpan dan menyalurkan dana.¹

Bank syariah yaitu bank yang dalam pelaksanaan segala aktivitasnya berdasarkan dan berusaha sesuai prinsip syariah (Islam). Perkembangan bank syariah di Indonesia cukup berkembang pesat. Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) perbulan Desember 2015 statistik perbankan syariah cukup memenuhi syarat 12 Bank Umum Syariah (BUS) di Indonesia, terdapat 22 unit di perusahaan Syariah dan 163 bank pembiayaan Syariah dengan total jaringan 2.301 kantor tersebar di seluruh Indonesia. Menurut Kasmir Bank adalah lembaga keuangan yang kegiatan usahanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan jasa-jasa bank lainnya.²

Dengan jumlah bank maupun kantor bank yang sudah cukup banyak, namun jumlah aset Bank Syariah masih kecil jika di bandingkan dengan bank konvensional dan Perbankan Syariah di Indonesia yang masih muda umurnya dituntut untuk dapat bersaing dengan perbankan konvensional.

¹Ismail, *Perbankan Syariah*, (Ed. 1. Cet, V; Jakarta:Kencana, 2007), h.29.

²Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011), h.38.

Kemudian, diberlakukan Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang perbankan sebagai pengganti Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 serta dikeluarkannya fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) Tahun 2003 terdapat banyak bank-bank yang menjalankan operasionalnya dengan menggunakan prinsip syariah. Dilihat dari sisi perkembangannya saat ini Bank Syariah tidak ketinggalan dengan kemajuan seperti halnya bank konvensional. Bahkan tidak sedikit bank-bank syariah yang merupakan konversi dari bank-bank konvensional mapan yang mencoba sebuah alternatif lain untuk menggaet nasabah sebanyak-banyaknya. Alasan mengapa perbankan konvensional yang ada sekarang ini mulai melirik sistem syariah, diantaranya adalah pasar potensial karena mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam dan dengan semakin tumbuhnya kesadaran mereka untuk berperilaku secara Islami termasuk di dalamnya yaitu aspek muamalah atas bisnis.³

Masyarakat Indonesia tentu mempunyai alasan atau faktor-faktor yang mempengaruhi mereka dalam mengambil keputusan untuk menetapkan pilihannya termasuk menentukan minat menjadi nasabah bank umum syariah. Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan salah satu bentuk dari Bank Umum Syariah (BUS). BSI di tetapkan pada 1 Februari 2021/19 Jumadil Akhir 1442 H yaitu hasil merger/penggabungan dari tiga bank syariah antara lain Bank Mandiri Syariah, BNI Syariah, dan BRI Syariah yang diharapkan dapat memperluas jaringan pengembangan bank syariah. Dalam sistem operasionalnya berdasarkan atas prinsip-prinsip syariah yaitu kecenderungan

³BSI, Bank Hasil Marger Untuk Perkuat Ekosistem Ekonomi Syariah,” *Bank Syariah Indonesia* (blog), Oktober 2021.s

untuk menggunakan dan lebih menonjolkan nilai-nilai Islami dalam setiap produk-produk bank syariah.⁴

Salah satu bentuk strategi pemasaran yang mendukung adalah penggunaan bauran promosi. diharapkan dengan menerapkan strategi yang tepat melalui periklanan dan promosi dapat langsung meraih target pasar yang diinginkan dan sekaligus dapat menciptakan image yang bagus bagi bank syariah.⁵

Promosi adalah intensif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan dari produk atau jasa. Selain periklanan, promosi penjualan juga dibutuhkan agar menarik calon nasabah baru melalui pemberian diskon, kontes, kupon atau sample produk.⁶ Dengan menggunakan promosi periklanan yang di pasang melalui media cetak seperti, koran, browsur, dan lain sebagainya, maupun media elektronik seperti, televisi, internet, radio, dan lain sebagainya. Perusahaan berharap iklan tersebut dapat mempengaruhi dan membujuk masyarakat agar menggunakan produk dan jasa bank syariah.

Menurut Engel, Black and Miniard dalam Firmansyah Pengetahuan konsumen (Customer Knowledge) adalah sejumlah informasi dan pengalaman seseorang tentang produk dan jasa tertentu yang dimiliki oleh seseorang maka semakin meningkat pengetahuan konsumen baik individual, memungkinkan bagi konsumen dapat berfikir tentang sejumlah produk yang akan diminati.

⁴BSI, Bank Hasil Marger Untuk Perkuat Ekosistem Ekonomi Syariah,” *Bank Syariah Indonesia* (blog), Oktober 2021.

⁵ Danang Sunyoto, *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*, Cet ke-1, Yogyakarta,

⁶ Freedy Rangkuti, *Strategi Promosi Yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2010), h.27

Lokasi adalah salah satu yang harus diperhatikan perusahaan dalam menjalankan usahanya, Lokasi ialah tempat dimana perusahaan dapat dilihat dan dikenal oleh konsumen, sehingga penentuan lokasi yang tepat akan memberikan kontribusi yang baik untuk jalannya suatu usaha. Pentingnya keputusan akan lokasi perusahaan ditentukan oleh biaya dan ketidakmungkinan menaikan taruhan dan menjalankan bisnis yang telah dijalankan, jika pilihan lokasi tersebut tidak bagus, bisnis mungkin tidak akan pernah berkembang, bahkan dengan pendanaan dan mencukupi kemampuan manajeral yang lebih baik.⁷

Minat ialah keinginan untuk memperhatikan dan bertindak pada orang, peristiwa, atau situasi yang menarik bagi preferensi seseorang dan disertai dengan perasaan yang menyenangkan.⁸ Minat menabung ialah keinginan seseorang untuk membeli dan menggunakan produk tabungan tertentu. Produk dan layanan yang dicari nasabah akan berdampak pada minat nasabah untuk menabung. Pelanggan selalu mengevaluasi layanan dan produk yang mereka dapat dalam kaitannya dengan apa yang mereka cari.

Persebaran bank umum syariah sangat pesat Pulau Sumatera salah satu cabangnya yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Tugumulyo II yang berada di Jl. Lintas Sumatera, Tugumulyo, Kec. Lempuing, Kabupaten Ogan Komering Ilir, Sumatera Selatan berdiri sejak bulan Maret 2021. Berdasarkan *Pra-Survey* yang peneliti lakukan terhadap 20 penduduk di Desa Margo

⁷ Justin G. Longnecker Dan Carlos W. Moore, j. Willian Petty, Kewirausahaan, salemba Empat, (Jakarta, 2010), h..240

⁸ Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar* (Jakarta: Prenadamedia, 2004), 262.

Bhakti, Kecamatan Mesuji, Kabupaten Ogan Komering Ilir, Sumatera Selatan dengan usia rata-rata 25-45 tahun dan mayoritas berprofesi sebagai pekebun sawit. Melalui wawancara, terdapat 18 masyarakat Desa Margo Bhakti menyatakan belum mengetahui bagaimana sistem serta produk dan jasa yang ditawarkan Bank Syariah Indonesia. Hal ini disebabkan karena minimnya promosi dari Bank Umum Syariah (BUS) terkait produk dan jasa serta system oprasinya, sehingga mengakibatkan kurangnya pengetahuan masyarakat desa Margo Bhakti. Tercatat oleh Kepala Desa Margo Bhakti sempat ada sosialisasi mengenai Produk dan Jasa BUS pada tahun 2015 melalui cara door to door dan menyebar brosur. Selain itu, masyarakat juga beranggapan mengenai lokasi cabang bank umum syariah yang jauh dari desa. Lokasi memiliki pengaruh kuat terhadap Minat menjadi nasabah Bank Umum Syariah. Karena lokasi menjadi penentu jika sebuah perusahaan dapat dilihat oleh konsumen jasa maka dapat meningkatkan minat masyarakat terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan bank syariah. Kemudian, 2 penduduk lainnya menyatakan sudah sedikit mengetahui tentang prinsip bank umum syariah karena saat menempuh pendidikan MAN sempat ada pelajaran mengenai hukum Riba'.

Lokasi kantor cabang Bank Syariah Indonesia dengan Desa Margo Bhakti kurang lebih 45 km atau 1 jam 30 menit perjalanan dengan transportasi motor. Jarak tersebut merupakan jarak terdekat antara Bank Umum Syariah dengan Desa Margo Bhakti, dengan jarak tempuh demikian dan kesibukan penduduk desa yang mayoritas sebagai pekebun mengakibatkan masyarakat

lebih memilih alternatif menuju kantor bank terdekat yaitu bank konvensional yang hanya berjarak 8,5 km atau 15 menit dari desa dengan transportasi motor.

Berdasarkan latar belakang diatas, Peneliti selanjutnya berusaha untuk mengetahui apakah alasan beberapa masyarakat untuk menabung pada bank syariah sudah sesuai dengan alasan masyarakat secara keseluruhan. berusaha untuk menemukan solusi dari permasalahan di lapangan. Sehingga, penelitian yang dilakukan dapat menunjukkan Pengaruh Promosi, Pengetahuan, dan Lokasi memiliki peran penting dalam menentukan sebuah pilihan, khususnya masyarakat Desa Margo Bhakti Kec. Mesuji, Kabupaten Ogan Komering Ilir, Sumatera Selatan agar mempunyai Minat Menjadi Nasabah Bank Umum Syariah (BUS). Setelah mengetahui alasan dan permasalahan tersebut, kemudian peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul ***“PENGARUH PROMOSI, PENGETAHUAN, DAN LOKASI TERHADAP MINAT MENJADI NASABAH BANK UMUM SYARIAH (Desa Margo Bhakti Kecamatan Mesuji Kabupaten Ogan Komering Ilir”***.

B. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang di atas, terdapat beberapa identifikasi masalah diantaranya sebagai berikut :

1. Minimnya promosi produk dan jasa Bank Umum Syariah di Desa Margo Bhakti Kecamatan Mesuji Kabupaten Ogan Komering Ilir.

2. Masyarakat Desa Margo Bhakti Kecamatan Mesuji Kabupaten Ogan Komering Ilir belum memahami sistem yang ditawarkan oleh Bank Umum Syariah.
3. Lokasi kantor Bank Syariah Indonesia KCP Tugumulyo 2 dengan Desa Margo Bhakti menjadi pertimbangan masyarakat untuk menjadi nasabah Bank Umum Syariah.

C. Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas dan juga identifikasi masalah, maka dapat dikemukakan rumusan masalah yaitu:

1. Bagaimana promosi dapat berpengaruh terhadap minat masyarakat Desa Margo Bhakti menjadi nasabah Bank Umum Syariah?
2. Bagaimana pengetahuan dapat berpengaruh terhadap pengambilan keputusan menjadi nasabah Bank Umum Syariah?
3. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap keputusan minat masyarakat Desa Margo Bhakti menjadi nasabah Bank Umum Syariah?

D. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan masyarakat di Desa Margo Bhakti Kecamatan Mesuji Kabupaten Ogan Komering Ilir untuk menjadi nasabah Bank Umum Syariah.

2. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan masyarakat di Desa Margo Bhakti Kecamatan Mesuji Kabupaten Ogan Komering Ilir terhadap keputusan memilih menjadi nasabah Bank Umum Syariah.
3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap masyarakat Desa Margo Bhakti Kecamatan Mesuji Kabupaten Ogan Komering Ilir memilih menjadi nasabah Bank Umum Syariah.

Adapun manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penulis mengharapkan penelitian ini dapat memberikan ilmu pengetahuan bagi bank syariah dan pembaca mengenai bank syariah dan juga sebagai sumber informasi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menjadi nasabah bank Umum Syariah (BUS). Sehingga pihak bank syariah dapat terus mengembangkan kebijakan agar dapat mempertahankan dan menambah jaringan lebih luas.

2. Manfaat Praktis

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat desa untuk memahami sistem yang digunakan bank syariah serta menambah pengetahuan masyarakat tentang produk dan jasa yang ditawarkan bank umum syariah.

E. Penelitian Relevan

Ada beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian saya yaitu berkaitan dengan Pengaruh Promosi, Pengetahuan, Dan Lokasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Umum Syariah.

Putri, Vivi, A tahun 2016 dengan judul Penelitian berjudul “Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan, Dan Bagi Hasil Isyariah Cabang Solo” pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode kuantitatif, dengan sampel nasabah bank Tabungan Negara. Penelitian ini menemukan bahwa Lokasi, Kualitas, Pelayanan dan bagi hasil secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah.⁹

Tambunan. M. R., dan Nasution. I. S., tahun 2013 yang berjudul “Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menabung di Bank BCA kota Medan (studi kasus etnis cina)”. Penelitian ini menemukan bahwa variabel produk, pelayanan, lokasi, promosi dan dan kreadibilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah, variabel lokasi dan promosi hanya berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan etnis cina menabung di bank BCA Medan.¹⁰

Nurhayati, tahun 2016 dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan lokasi terhadap minat menjadi nasabah di lembaga keuangan mikro syariah”. Hasil penelitian menunjukkan

⁹Putri, Vivi, A, “Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan, Dan Bagi Hasil Isyariah Cabang Solo”, 11 (2016): 58.

¹⁰Tambunan N R dan Nasution I S, “Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menabung di Bank BCA kota Medan (studi kasus etnis cina)”, (Skripsi, 2013): 23 .

bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah di KJKS BMT Anda cabang Karanggede.¹¹

Junadia, tahun 2019 dalam penelitiannya “Pengaruh Pelayanan, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Minat Menabung Pada BNI Syariah Kcp Tomoni” Studi Masyarakat Kecamatan Wotu Kabupaten Luwu Timur. Penelitian ini membahas masalah tentang bagaimana pengaruh pelayanan, promosi, dan lokasi bank syariah terhadap minat menabung masyarakat Kecamatan Wotu Kabupaten Luwu Timur memilih Bank BNI Syariah yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari pelayanan, promosi, dan lokasi bank syariah terhadap minat menabung Masyarakat Kecamatan Wotu Kabupaten Luwu Timur memilih BNI Syariah dengan menggunakan metode penelitian Kuantitatif. Dan metode analisis yang digunakan adalah uji instrument pertanyaan dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas, uji variabel dan analisis regresi serta uji hipotesis dengan uji parsial (uji t), uji simultan (uji f) dan koefisien determinasi menggunakan sebuah alat pengolahan data menggunakan SPSS. Dalam penelitian ini peneliti menemukan bahwa pengaruh pelayanan, promosi, dan lokasi bersama-sama dapat mempengaruhi minat masyarakat memilih untuk menabung di BNI Syariah.¹²

Atriana, Nova , pada tahun 2017, dengan judul “*Pengaruh Reputasi Dan Inovasi Produk Tabungan Terhadap Keputusan Menabung Pada Bank*

¹¹ Nurhayati, “*Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan lokasi terhadap minat menjadi nasabah di lembag keuangan mikro syariah*”, (2016): 16.

¹²Junadia , “*Pengaruh Pelayanan, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Minat Menabung Pada BNI Syariah Kcp Tomoni*”, (2019): 20.

Syariah Di Bandar Lampung.” UIN Raden Intan Lampung. tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh reputasi Bank Syariah terhadap keputusan menabung mahasiswa pada Bank Syariah di Bandar Lampung, bagaimana pengaruh inovasi produk tabungan terhadap keputusan menabung mahasiswa pada Bank Syariah di Bandar Lampung, dan bagaimana pengaruh reputasi Bank Syariah dan inovasi produk tabungan terhadap keputusan menabung mahasiswa pada Bank Syariah di Bandar Lampung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Analisis data menggunakan uji asumsi klasik, analisis linier berganda, dan uji hipotesis (uji F dan uji t), dan tahapan pengujian koefisien determinasi.¹³

¹³ Atriana, Nova “*Pengaruh Reputasi Dan Inovasi Produk Tabungan Terhadap Keputusan Menabung Pada Bank Syariah Di Bandar Lampung.*” UIN Raden Intan Lampung, (2017): hlm. 39.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Promosi

1. Pengertian Promosi

Promosi merupakan kegiatan dimana bank memperkenalkan dan menjual produk maupun jasa yang dihasilkan kepada nasabah. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya.¹

Pada kegiatan ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh jasa yang dimilikinya baik secara langsung maupun tidak langsung, tanpa promosi calon nasabah tidak akan dapat mengenal produk-produk di bank.² Suatu produk jasa bank akan diketahui oleh konsumen apabila ditunjang dengan kegiatan pemasaran yaitu kegiatan promosi. Promosi dilakukan bank sebagai suatu tindakan untuk menginformasikan atau mengingatkan nasabah mengenai suatu produk atau merk tertentu.³

Menurut Kotler dan Armstrong promosi adalah suatu unsur yang digunakan untuk memberitahukan dan membujuk pasar tentang produk atau jasa yang baru pada perusahaan melalui iklan, penjualan pribadi,

¹Jasmani, *Pengaruh Promosi dan Pengembangan Produk Terhadap Peningkatan Hasil Penjualan*. "Jurnal Ilmiah Semarak". 2018. Hal. 145.

² Lailii Widyastuti Nurul'aini, *Pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap minat nasabah menabung pada produk tabungan pendidikan* (Skripsi: UIN Walisongo, 2019), hlm. 21

³ Eko Mardiyanto, *Implementasi marketing mix dalam pemasaran perbankan syariah*, Jurnal: Pemikiran dan penelitian ekonomi Islam, No. 1 (2021), hlm. 98.

promosi penjualan, maupun publikasi.⁴ Kotler dan Amstrong mengemukakan terdapat 5 (lima) tujuan dari promosi, yaitu:

- a) Untuk memberitahukan tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan produk dan jasa yang dimiliki oleh suatu Bank.
- b) Untuk mengingatkan kembali kepada nasabah tentang keberadaan atau keunggulan jasa bank yang ditawarkan.
- c) Untuk menarik perhatian dan minat para nasabah baru dengan harapan akan memperoleh daya tarik dari para calon nasabah baru.
- d) Untuk mempengaruhi nasabah lain agar berpindah ke bank syariah.
- e) Untuk membangun citra perusahaan jangka panjang baik untuk produk yang dihasilkan ataupun untuk nama baik perusahaan.⁵

Promosi juga merupakan komponen yang dipakai untuk memberitahu dan mempengaruhi nasabah/calon nasabah dalam mempertimbangkan saat akan mengambil keputusan, tanpa promosi/sosialisasi yang dijalankan perusahaan maka calon nasabah tidak akan mengenal produk tersebut.

2. Prinsip Promosi Dalam Islam

Dalam konsep Al-Qur'an tentang bisnis juga sangat komprehensif, parameter yang dipakai tidak menyangkut dunia saja, namun juga

⁴ Feti Rukmanasari, Skripsi "Pengaruh Pengetahuan, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Nasabah menggunakan Jasa Pegadaian", (2017): 28.

⁵ Taslim, *Pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung masyarakat di bank BNI syariah KCP Wonomulyo* (Skripsi: UIN Makassar, 2018), hlm.28

menyangkut urusan akhirat. Al-Qur'an memandang kehidupan manusia sebagai sebuah proses yang berkelanjutan. Manusia harus bekerja bukan hanya untuk meraih sukses di dunia namun juga kesuksesan di akhirat.⁶

Menurut prinsip syariah, kegiatan pemasaran harus dilandasi semangat beribadah kepada Tuhan Sang Maha Pencipta, berusaha semaksimal mungkin untuk kesejahteraan bersama, bukan untuk kepentingan golongan apalagi kepentingan sendiri. Dalam istilah manajemen sifat dari Nabi Muhammad SAW dapat diterjemahkan sebagai supel, cerdas, deskripsi tugas, delegasi wewenang, kerja tim, cepat tanggap, kordinasi, kendali dan supervise.

Meneladani Rasulullah SAW, saat melakukan kegiatan promosi, maka beliau sangat mengedepankan adab dan etika yang luar biasa. Etika dan adab inilah yang dapat disebut sebagai strategi. Menurut Madjid Fakhri etika yang harus dilakukan dalam berpromosi sesuai dengan anjuran islam adalah:

- a) Jangan pernah mengobral sumpah, dalam beriklan atau berpromosi janganlah mudah mengucapkan janji sekiranya janji tersebut tidak bisa ditepati.
- b) Jujur, Islam sangat melarang memalsu dan menipu karena dapat menyebabkan kerugian dan kedzaliman serta dapat menimbulkan permusuhan dan percecokan.

⁶ Ahmad Mustag, *The Furture of Economics: An Islamic Perspektif*, Asy Syaamil Press & Grafika, jakarta, 2001, Hlm. 35

- c) Menjaga agar selalu memenuhi akad dan janji serta kesepakatan-kesepakatan diantara kedua belah pihak (pembeli dan penjual).
- d) Menghindari berpromosi palsu yang bertujuan menarik perhatian pembeli dan mendorongnya untuk membeli. Berbagai iklan di media televisi atau dipajang di media cetak, media indoor atau outdoor, atau lewat radio sering kali memberikan keterangan palsu. Model promosi tersebut melanggar *akhlaqul karimah*.
- e) Rela dengan laba yang sedikit karena itu akan mengundang kepada kecintaan manusia dan menarik banyak pelanggan serta mendapat berkah dalam rezeki.

Jika seseorang ingin mendapatkan rezeki yang berkah dengan berprofesi sebagai pedagang, tentu ingin dinaikan derajatnya setara dengan para nabi, maka ia harus mengikuti syariah Islam secara menyeluruh, termasuk dalam jual beli.⁷

3. Peran Promosi Dalam Pemasaran

Sasaran utama seorang manajer pemasaran adalah menciptakan dan memelihara bauran pemasaran yang memenuhi kebutuhan-kebutuhan konsumen dari suatu produk umum. Salah satunya bauran promosi agar calon konsumen jasa agar dapat menerima produk-produk yang dihasilkan perusahaan. Promosi pada hakikatnya merupakan seni untuk merayu

⁷ Ali Hasan, Marketing dan Bank Syariah, Ghalia Indonesia, Bogor, 2010, hlm. 25-26

pelanggan dan calon konsumen untuk membeli lebih banyak produk perusahaan.

Promosi penjualan adalah sebuah kegiatan atau materi yang bertindak sebagai ajakan, memberikan nilai tambah atau insentif untuk membeli produk, kepada para pengecer, penjual, atau konsumen.⁸

Peran promosi dilakukan untuk berkomunikasi dan memengaruhi.

Ada beberapa strategi promosi penjualan produk, sebagai berikut:

a) Meningkatkan Volume Penjualan

Pembeli marjinal adalah mereka yang membeli hanya ketika suatu produk atau jasa sedang dalam masa promosi. Biasanya pembeli marjinal ini tidak disukai perusahaan. Tetapi jangan khawatir, pembeli marjinal ini bisa setia, asal produk perusahaan mengena di hati konsumen.

b) Meningkatkan Pembeli Coba-coba

Strategi promosi penjualan dalam menghadapi pembeli coba-coba bias kita lakukan dengan cara:

- 1) Memberikan sampel gratis atau kupon untuk mencoba sehingga calon pembeli dapat mencoba produk atau jasa.
- 2) Memberikan manfaat tambahan sehingga produk atau jasa tampak superior dibanding produk sejenisnya.

⁸Monle Lee dan Carla Johnson, *Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global*, (Ed. 1. Cet, 1; Jakarta:Prenada, 2004), h. 330-331.

3) Memberikan manfaat finansial jangka pendek. Misalnya memberikan angsuran pembelian tanpa bunga dalam waktu tertentu, dengan memperhatikan situasi dan kondisi usahanya.

c) Meningkatkan Pembelian Ulang

Promosi pembelian ulang bisa anda gunakan untuk “mengganggu” peluncuran produk bersaing dan membuat pelanggan anda terbiasa menggunakan produk yang anda buat.

d) Meningkatkan Loyalitas Promosi

loyalitas berbeda dengan strategi promosi penjualan seperti pemberian diskon langsung. Promosi loyalitas lebih memberikan daya tarik berupa manfaat jangka panjang kepada konsumen.⁹

4.

Komponen Alat-alat Promosi

Menurut Kotler dan Keller terdapat beberapa alat promosi, atau lebih dikenal dengan bauran promosi (promotion mix) antara lain :¹⁰

1. Periklanan (Advertising)

Periklanan adalah komunikasi non individu dengan sejumlah biaya melalui berbagai media yang dilakukan oleh perusahaan, lembaga serta individu. Periklanan merupakan bentuk prestasi non personal yang dibayar oleh sponsor untuk mempersentasikan gagasan atau ide promosi dari produk jasa tertentu. Dalam prakteknya, iklan telah dianggap sebagai manajemen citra yang

⁹ Dr. Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*, (Yogyakarta:ANDI, 2016), h. 148-150.

¹⁰ Basu Swastha & Irwan, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty Offset, 1997), hal. 345-353

bertujuan menciptakan suatu makna dalam benak konsumen jasa dengan tujuan akhir dalam iklan adalah bagaimana memengaruhi perilaku pembelian konsumen jasa.

Priklanan dapat disajikan dalam berbagai bentuk dan media sebagai berikut:

a) Media Cetak

1. Surat Kabar

Surat kabar merupakan media priklanan yang paling efektif, dalam media ini harus mengusahakan agar mendapat kesan yang positif dimata masyarakat karna media ini lebih banyak dibaca oleh masyarakat luas. Meskipun demikian, media ini juga mempunyai kelemahan karena pada umumnya surat kabar hanya dibaca sekali kemudian dibuang sehingga kurang mendapat perhatian dari pembaca.

2. Majalah Media

Majalah ini hampir sama dengan surat kabar, tetapi media ini hanya diterbitkan untuk orang-orang yang khususnya mempunyai rasa dan perhatian yang sama pada segmen tertentu saja.

3. Brosur dan leaflet Brosur

Brosur merupakan selebar yang dikirim yang diberikan keberbagai perusahaan maupun perorangan yang

dianggap sebagai pembeli potensial, sedangkan leaflet berisi informasi mengenai produk dan jasa.

4. Direct Mail

Direct Mail adalah surat penawaran yang dikirimkan kepada pembeli potensial dan mencantumkan fasilitas yang tersedia dengan penawaran dan harga khusus.

5. Media Elektronik

Media elektronik adalah media yang paling efektif dan banyak digunakan oleh perusahaan karena media ini dapat menjangkau semua lapisan masyarakat.

6. Media Audio

Media audio merupakan media yang hanya dapat didengar dalam hal ini adalah radio dan telepon. Selain biayanya relatif murah, karena sifatnya audio maka tidak diperlukan keterampilan khusus untuk memahami pesan yang disampaikan.

7. Media Audio Visual

Media audio visual merupakan media yang dapat dilihat dan didengar. dalam hal ini televisi, internet, dan bioskop. Meski relatif mahal tapi Media Visual cukup efektif karena dapat menimbulkan imajinasi tentang produk pada konsumen dan juga tidak harus memiliki keterampilan khusus dalam memahami pesan yang disampaikan.

8. Media Outdoor (Luar Ruangan)

b) Billboard

Billboard merupakan iklan yang dipasang pada papan-papan besar bergambar yang dianggap strategis, mudah dilihat oleh pengguna jalan raya yang ramai dilalui oleh kendaraan. Media ini hanya bersifat mengingatkan sehingga diperlukan pesan yang jelas, singkat, dan mudah dipahami, dan gambar yang menarik.

b) Signboard

Media ini merupakan papan-papan kecil dengan gambar arah petunjuk arah suatu lokasi tertentu. Media ini ditempatkan pada jalan yang menuju lokasi tersebut. Umbul-umbul media ini menampilkan gambar dengan warna yang mencolok sehingga memberikan suasana yang mewah.

9. Sticker

Sticker merupakan iklan yang dipasang pada kendaraan-kendaraan umum seperti bus kota dan bus taksi. umumnya, pemasangan iklan ini menggunakan sticker yang dipilih untuk kendaraan umum yang melintasi jalur padat.

Dari pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa bank umum syariah sebagai lembaga keuangan dalam menerapkan metode promosi harus secara efektif dan efisien dengan tujuan agar dapat memberikan keyakinan

dan pemahaman kepada nasabah/calon nasabah agar memiliki rasa ketertarikan untuk membeli serta menggunakan produk jasa bank umum syariah. Karena, metode tersebut merupakan inti perusahaan yang dapat dikontrol dan digunakan untuk memengaruhi perilaku calon nasabah/nasabah dalam menetapkan suatu pilihan terhadap suatu produk dan jasa yang di tawarkan oleh bank umum syariah.

B. Pengetahuan

1. Pengertian Pengetahuan

Menurut Philip Kotler menyebutkan “Pengetahuan adalah suatu perubahan perilaku sesuatu individu yang berasal dari pengalaman”. Pengetahuan adalah semua informasi yang dimiliki nasabah mengenai berbagai macam produk dan jasa, seperti pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai nasabah.

Pengetahuan akan mempengaruhi keputusan pembelian, ketika nasabah memiliki pengetahuan yang lebih banyak, maka ia akan lebih baik dalam mengambil keputusan, ia akan lebih efisien dan lebih tepat dalam mengelola informasi.¹¹

Pengetahuan dapat juga berupa kelemahan maupun kelebihan produk, pelayanan, fasilitas, dan sebagainya yang dapat menjelaskan tentang perbankan. Oleh karena itu hal-hal yang perlu diperhatikan terkait pengetahuan dalam memutuskan untuk menabung di perbankan syariah

¹¹ Hasibuan, Malayu. *Perbankan Islam*, Jakarta : PT Bumi Aksara, 2002.

dapat ditentukan dengan indikator adanya informasi dari media, pengalaman teman, saudara atau keluarga, dan pengetahuan ilmiah.¹²

Menurut Anni pengetahuan didefinisikan sebagai perilaku mengingat atau mengenali informasi (materi pembelajaran) yang telah dipelajari sebelumnya.

2. Jenis-jenis Pengetahuan

Menurut Peter & Olson secara luas, terdapat dua jenis pengetahuan yaitu pengetahuan umum mengenai lingkungan dan perilaku merek, dan pengetahuan prosedur mengenai cara melakukan sesuatu.

- a) Pengetahuan umum (general knowledge) membahas interpretasi konsumen atas informasi relevan dalam lingkungan. Misalnya pengetahuan umum mengenai kategori produk, toko atau bank, perilaku tertentu, orang lain atau mereka sendiri.
- b) Pengetahuan prosedural (procedural knowledge) yaitu pengetahuan tentang cara melakukan sesuatu. Pengetahuan prosedural atau langkah-langkah juga tersimpan dalam memori konsumen jasa.

Mowen dan Minor dalam Sumarwan membagi pengetahuan konsumen menjadi tiga kategori:

- a) Pengetahuan objektif (objective knowledge) yaitu Informasi yang benar mengenai kelas produk bank yang disimpan melalui memori jangka panjang konsumen.

¹²Roslina, *Pengaruh Pengetahuan Produk, dan Citra Merek Terhadap Pembelian Produk*. Jurnal Bisnis dan Manajemen. Vol X, No. 2 (2009),51.

- b) Pengetahuan subjektif (subjective knowledge) merupakan Persepsi konsumen mengenai apa dan berapa banyak yang dia ketahui mengenai kelas produk bank.

Informasi mengenai pengetahuan lainnya adalah informasi yang di miliki oleh konsumen jasa mengenai berbagai produk lainnya di suatu perusahaan atau lembaga keuangan. Sehingga terdapat beberapa opsi sebelum menentukan suatu pilihan pada produk perbankan.

Engel, Blakwell, dan Miniard dalam Sumarwan membagi pengetahuan konsumen ke dalam tiga macam:

- a) Pengetahuan Produk

Pengetahuan produk yaitu kumpulan berbagai informasi mengenai produk bank. Pengetahuan ini meliputi kategori produk, merek, terminologi produk, atribut atau fitur produk, harga produk, dan kepercayaan mengenai produk bank tersebut.

- b) Pengetahuan Pembelian

Pengetahuan pembelian terdiri atas pengetahuan tentang dimana membeli produk dan kapan membeli produk. Ketika konsumen jasa memutuskan akan membeli suatu produk, maka ia akan menentukan dimana ia membeli produk tersebut dan kapan akan membelinya.

- c) Pengetahuan Pemakaian

Suatu produk akan memberikan manfaat kepada konsumen jasa jika produk tersebut telah digunakan atau di konsumsi oleh

konsumen. Agar produk bank tersebut bisa memberikan manfaat yang maksimal dan kepuasan yang tinggi kepada konsumen, maka konsumen harus bisa menggunakan produk perbankan tersebut dengan benar.

3. Proses Terbentuknya Pengetahuan

Menurut Notoatmodjo pengetahuan mengungkapkan bahwa sebelum orang mengadopsi perilaku baru didalam diri orang tersebut terjadi proses sebagai berikut:

Kesadaran (Awareness), dimana orang tersebut menyadari dalam arti mengetahui terlebih dahulu terhadap stimulasi (obyek).

- a) Minat (Interest), tertarik terhadap stimulasi atau obyek tersebut disinisikapi obyek mulai timbul.
- b) Evaluasi (Evaluation), terhadap baik dan tidaknya stimulasi tersebut bagi dirinya, hal ini berarti sikap responden sudah lebih baik lagi.
- c) Uji Coba (Trial), dimana subyek mulai mencoba melakukan sesuatu sesuai dengan apa yang dikehendaki.
- d) Adaptasi (Adaption), dimana subyek telah berperilaku baru sesuai dengan pengetahuan, kesadaran dan sikap terhadap stimulasi.

4. Faktor yang Mempengaruhi Terbentuknya Pengetahuan

Menurut Notoatmodjo terdapat 5 (lima) faktor yang mempengaruhi pengetahuan nasabah, sebagai berikut¹³:

¹³ Sulistyono, Muhamad, Aris, *Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Promosi dan Tingkat Pendapatan Konsumen Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah*. Jurnal Ilmiah. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia, (2016).

a) Pendidikan

Pendidikan merupakan proses menumbuh kembangkan seluruh kemampuan dan perilaku manusia melalui pengetahuan, sehingga dalam pendidikan perlu dipertimbangkan umur dan hubungan dengan proses belajar. Tingkat pendidikan juga merupakan faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang lebih mudah menerima ide-ide dan teknologi. Semakin tinggi pendidikan, hidup manusia akan semakin berkualitas karena pendidikan yang tinggi akan membuahkan pengetahuan yang baik yang menjadikan hidup yang berkualitas.

b) Paparan Media Massa

Media massa baik cetak maupun elektronik menyediakan berbagai informasi yang dapat diterima oleh masyarakat, sehingga seseorang yang lebih sering terpapar media massa akan memperoleh informasi lebih banyak dan dapat mempengaruhi tingkat pengetahuan yang dimiliki.

c) Sosial Ekonomi

Dalam memenuhi kebutuhan primer maupun sekunder keluarga, status ekonomi yang baik akan lebih mudah tercukupi dibandingkan orang dengan status ekonomi rendah, semakin tinggi status sosial ekonomi seseorang semakin mudah dalam mendapatkan pengetahuan, sehingga menjadikan hidup lebih berkualitas.

d) Hubungan Sosial

Faktor hubungan sosial mempengaruhi kemampuan individu dalam berkomunikasi untuk menerima informasi. Apabila hubungan sosial seseorang dengan individu baik maka pengetahuan yang dimiliki juga akan bertambah.

e) Pengalaman

Pengalaman adalah suatu sumber pengetahuan atau suatu cara untuk memperoleh kebenaran pengetahuan. Pengalaman seseorang individu tentang berbagai hal biasanya diperoleh dari lingkungan kehidupan dalam proses pengembangan misalnya sering mengikuti organisasi.

5. Indikator Tingkat Pengetahuan

Menurut Notoatmodjo pengetahuan yang dicakup dalam domain kognitif mempunyai 6 tingkatan yaitu:

- a) Tahu (Know), diartikan sebagai mengingat suatu materi yang telah dipelajari sebelumnya, pada tingkatan ini recall (mengingat kembali) terhadap sesuatu yang spesifik dari seluruh bahan yang dipelajari atau rangsang yang diterima. Oleh sebab itu tingkatan ini adalah yang paling rendah.
- b) Pemahaman (Comprehension), artinya suatu kemampuan untuk menjelaskan secara benar tentang objek yang diketahui dan dapat menginterpretasikan materi tersebut secara benar tentang objek yang dilakukan dengan menjelaskan, menyebutkan contoh dan lain-lain.

- c) Aplikasi (Application), yaitu sebagai suatu kemampuan untuk menggunakan materi yang telah dipelajari pada situasi dan kondisi sebenarnya. Aplikasi disini dapat diartikan sebagai penggunaan hukum-hukum, rumus, metode, prinsip dan sebagainya dalam kontak atau situasi yang lain.
- d) Analisis (Analysis), adalah kemampuan untuk menjabarkan suatu materi atau objek kedalam komponen-komponen tetapi masih didalam suatu struktur organisasi tersebut dan masih ada kaitan satu sama lain, kemampuan analisis ini dapat dilihat dari penggunaan kata kerja dapat menggambarkan, membedakan, memisahkan, mengelompokkan dan sebagainya.
- e) Perpaduan (Synthesis), menunjukkan pada suatu kemampuan untuk meletakkan atau menghubungkan bagian-bagian di dalam suatu bentuk keseluruhan yang baru. Dengan kata lain sintesis ini suatu kemampuan untuk menyusun, merencanakan, meringkas, menyesuaikan terhadap suatu teori atau rumusan yang telah ada.
- f) Evaluasi (Evaluation), berkaitan dengan kemampuan untuk melakukan penilaian terhadap suatu materi atau objek penilaian-penilaian itu berdasarkan suatu criteria yang ditentukan sendiri atau menggunakan kriteria-kriteria yang telah ada.

Berdasarkan keterangan diatas, peneliti mengambil kesimpulan bahwa pengetahuan dapat berpengaruh penting dalam keputusan minat konsumen jasa. Karena dengan bekal pengetahuan yang di miliki

konsumen jasa dapat memahami lebih detail produk jasa sebelum melakukan pembelian untuk mengetahui kriteria, langkah-langkah, keunggulan dan kelemahan, serta keuntungan yang di dapatkan oleh konsumen jasa tersebut.

C. Lokasi

Lokasi adalah tempat suatu jejaring dimana produk dan jasa bank disediakan dan dapat di manfaatkan oleh nasabah. ¹⁴ Lokasi pada pemasaran perusahaan merupakan saluran distribusi dimana produk jasa disediakan untuk terjadinya kesepakatan jual/beli antara perusahaan dengan konsumen jasa.

Menurut Ratih Hurriati untuk produksi industri manufaktur *place* diartikan sebagai saluran distribusi (*Zero Channel, Two Channel, Dan Multilevel Channeles*), sedangkan untuk produk industri jasa, *Place* diartikan diartikan sebagai tempat pelayanan jasa.¹⁵

Pemilihan lokasi mempunyai fungsi yang strategis karena dapat menentukan tercapainya tujuan badan usaha. Oleh karena itu jejaring pemasaran perbankan tidak hanya berupa kantor bank sendiri dimana disediakan produk dan jasa bank sendiri tetapi termasuk juga kantor bank lain dan mesin ATM bank lain dimana produk dan jasa bank dapat dimanfaatkan. Dalam penentuan lokasi bank harus dibangun ditempat yang strategis, dekat

¹⁴ Basu Swastha, *Asas-asas Pemasaran*, (Yogyakarta: Liberty, 2002), 24

¹⁵ Ratih huriyati, *Bauran Pemasaran Dal Layanan Konsumen*, (Bandung: Alfabeta. 2005), hlm. 55.

dengan nasabah/calon nasabah berada, mudah di akses (traffic), dekat dengan penyedia tenaga kerja, dan dekat dengan Bank Indonesia.

Selain tempat kantor bank, penentuan tata letak (layout) diluar (outdoor) dan tata letak kantor didalam (indoor) menjadi hal penting perusahaan. Nasabah harus merasa nyaman dengan tata letak bank mulai saat nasabah memasuki halaman kantor bank, memarkir kendaraan, keteduhan halaman, keamanan halaman parkir, kemudian didalam kantor dimana nasabah bisa melakukan transaksi perbankan, kenyamanan pelayanan, tata letak teller, CS (*Customer Service*), rak-rak aplikasi, meja-meja untuk mengisi aplikasi, ruang tunggu, tata penerangan ruangan, ketersediaan musik dan media televisi diruang tunggu layanan, sampai pada sistem antrian layanan. Tujuan dalam penentuan lokasi sebagai berikut: ¹⁶

1. Memudahkan pelayanan nasabah dengan mendekati dan memudahkan pencapaiannya (aksesibilitas). Bukan hanya dekatnya jarak, tetapi juga kemudahan menjangkau dari angkutan umum, terletak di jalan yang mudah di jangkau dari arah mana saja, terletak di tengah kota, dan banyak dilewati angkutan kota sepanjang jam kerja kantor bank. Termasuk kemudahan dalam hal parkir kendaraan.
2. Kemudahan pemasangan dan ketersambungan dengan jejaring internet.
3. Lokasi memungkinkan bank menata kantor dan tata letak in/out door dengan leluasa sehingga mendukung ketersediaan parkir ruang layanan, ruang tunggu dan sarana layanan lainnya sehingga mampu membuat

¹⁶ Kasmir, *Pemasaran Bank*, 145

kenyamanan dan kepuasan nasabah dalam memanfaatkan produk dan jasa bank.

4. Tata letak di dalam kantor memungkinkan sistem antrian yang efektif tapi sekaligus efisien. Dukungan penataan udara ruangan, kelapangan lokasi antrian, dukungan hiburan ditempat antrian (audio-vodio) adalah hal yang perlu di perhatikan.
5. Memudahkan tenaga kerja penggerak kantor bank dalam mencapainya. Hal ini diharapkan dapat mempermudah karyawan dalam melayani nasabah dengan baik tanpa diganggu dengan keterlambatan masuk kantor dengan alasan jalanan ramai dan padat.

Secara umum tujuan lokasi adalah untuk memaksimalkan keuntungan dari lokasi tersebut. Lokasi menjadi salah satu yang mempengaruhi nasabah dikarenakan oleh kedekatan antar rumah nasabah dengan lokasi bank dan lokasi yang mudah dijangkau oleh kendaraan serta kondisi gedung sehingga membuat nasabah merasa nyaman.

D. Minat

1. Pengertian Minat

Minat adalah kecenderungan dalam memperhatikan dan bertindak atas kegiatan, atau keadaan yang menarik minat seseorang, disertai dengan emosi kesenangan. Ada pemisahan perhatian subjek pada minat, adausaha

yang menyenangkan untuk mendekati atau mengetahui topik, dan ada ketertarikan dari objek tersebut.¹⁷

Kotler dan Keller mendefinisikan minat nasabah adalah suatu perilaku konsumen jasa yang memiliki kemauan dalam memperoleh suatu produk maupun jasa perbankan yang melibatkan pengalaman sebelumnya dalam menentukan pilihan.¹⁸

Menurut Kadir, Religius stimuli merupakan faktor pengetahuan dan pengalaman keberagamaan yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu tindakan.¹⁹ Variabel ini memiliki dua dimensi, yaitu dimensi pemahaman produk dan ketaatan terhadap agama. Dengan demikian, penentuan produk bank syariah harus benar-benar dikelola secara tepat agar masyarakat benar-benar memahami produk jasa yang ditawarkan oleh bank syariah karena produk dan jasa bank konvensional sangat berbeda dengan bank syariah. Ketaatan terhadap agama merupakan tingkat kesadaran dan ketaatan seseorang melakukan apa yang diyakini dalam melaksanakan apa yang diajarkan dalam agama yang telah mereka anut.²⁰

Minat muncul ketika seseorang bersemangat terhadap sesuatu karena memenuhi keinginannya atau dia percaya bahwa sesuatu yang dipelajari itu penting baginya. Sedangkan dalam bahasa linguistik, minat

¹⁷ Rahman Shaleh dan Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar*, 262–63.

¹⁸ Yuliana Siti Chotifah, “Peningkatan Minat Menabung di Bank Syariah melalui Program Office Channeling,” *Journal of Finance and Islamic Banking* 1, no. 1 (2018): 66.

¹⁹ Yulia Putri dkk., “Strategi Meningkatkan Minat Menabung di Bank Syariah Melalui Penerapan Religiusitas,” *Jurnal Manajemen dan Bisnis Performa* 16, no. 1 (2019): 81.

²⁰ Sokhikhatul Mawadah, Fernaldi Anggadha Ratno, (2017), “*Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menjadi Anggota KSPM UIN Walisongo Semarang dalam Perspektif Islam*”, hlm. 144.

menunjukkan keterikatan emosional yang kuat terhadap sesuatu, serta hasrat dan keinginan. Nasabah selalu mengevaluasi layanan yang mereka dapatkan dalam kaitannya dengan apa yang mereka cari.

Minat sumber dari motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan apa yang ingin dilakukan ketika bebas memilih. Ketika seseorang menilai bahwa sesuatu akan bermanfaat, maka akan menjadi berminat, kemudian hal tersebut akan mendatangkan kepuasan. Ketika kepuasan menurun maka minatnya juga akan menurun. Sehingga minat bersifat sementara atau dapat berubah-ubah.²¹

Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu diluar diri. Semakin kuat atau dekat dengan hubungan tersebut maka semakin kuat juga minat terhadap sesuatu itu.²²

Hal ini menunjukkan keterikatan emosional yang kuat antara nasabah dengan produk perbankan, serta memiliki hasrat dan keinginan menggunakan layanan tersebut. Berdasarkan pengetahuan produk yang dicari nasabah dari berbagai sumber informasi dapat berdampak pada minat untuk menjadi nasabah bank umum syariah, sehingga jaminan kualitas produk perbankan menjadi perhatian utama bank syariah.

Dari beberapa pengertian diatas, peneliti menyimpulkan bahwa minat nasabah adalah kemauan yang berkaitan dengan perasaan senang seseorang untuk membeli dan menggunakan produk bank tertentu atau

²¹ Muhammad, Kautsar Audytra. (2014). *''Pengaruh Pengetahuan Warga tentang Perbankan Syariah terhadap Minat Memilih Produk Bank Muamalat''*. Skripsi UIN Jakarta.

²² Slameto, *Belajar dan factor-faktor yang mempengaruhinya*, 2003 hlm 180.

pernyataan mental dari nasabah tentang pembelian produk perbankan tertentu.

2. Sifat-sifat yang Menyebabkan Minat

Sifat-sifat dari minat diantaranya:

- a. Bersifat individu, artinya minat seseorang tidak sama dengan minat orang lain.
- b. Minat berkaitan erat dengan motivasi, baik yang mempengaruhi maupun yang dipengaruhi oleh motivasi.
- c. Minat menimbulkan efek diskriminatif.
- d. Minat ialah sesuatu yang dipelajari, bukan bawaan lahir dan dapat berubah berdasarkan keadaan dan pengalaman.

3. Faktor yang Mempengaruhi Minat

Hadinot menyatakan terdapat faktor yang mempengaruhi minat, yaitu;²³

- a. Faktor internal adalah faktor yang datang dari dalam diri dan seseorang rela bertindak terhadap keinginannya. Suatu kegiatan diinginkan karena seseorang senang melakukannya.
- b. Faktor eksternal adalah kegiatan yang dilakukan sebagai akibat dari dorongan dari luar. Seseorang melakukan sesuatu karena ia terpaksa melakukannya dari luar.

²³ Rozi Andrini, "Pelayanan Bank Syariah Serta Pengaruhnya Terhadap Minat Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau)," *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance* 3, no. 1 (2020): 26.

4. Indikator Penyebab Minat

Crow and Crow berpendapat bahwa terdapat tiga faktor yang menjadi indikator timbulnya minat, antara lain :²⁴

a. Dorongan diri

Dorongan diri sendiri misalnya dorongan untuk makan akan membangkitkan minat untuk bekerja atau mencari penghasilan, minat terhadap produksi makanan dan lain-lain. Dorongan ingin tahu akan membangkitkan minat untuk membaca, belajar, menuntut ilmu, melakukan penelitian dan lain-lain.

b. Motif social

Motif sosial dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat melakukan suatu aktivitas tertentu. Misalnya terhadap pakaian timbul karena ingin mendapatkan persetujuan atau perhatian dan penerimaan orang lain.

c. Faktor emosional

Minat juga mempunyai dorongan emosi. Dengan demikian bila seseorang mendapatkan kesuksesan pada aktivitas akan menimbulkan perasaan senang, dan hal tersebut akan menimbulkan minat yang kuat dalam aktivitas tersebut, namun sebaliknya suatu kegagalan akan menghilangkan suatu minat dalam hal tersebut.

²⁴Rahman Shaleh dan Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar*, 264.

5. Kondisi yang Mempengaruhi Minat

Minat dapat timbul jika dipengaruhi oleh beberapa kondisi ini, antara lain;

a. Status Ekonomi

Situasi ekonomi setiap orang berbeda, ketika situasi keuangan seseorang membaik, mereka cenderung memperluas minat mereka untuk memasukkan kegiatan yang sebelumnya tidak dapat mereka lakukan. Kepentingan masyarakat cenderung terbatas jika keadaan ekonominya buruk karena alasan apapun.

b. Pendidikan

Tingkat pendidikan seseorang jika semakin tinggi maka akan semakin banyak aktivitas intelektual yang dilakukan. Namun, semakin rendah tingkat pendidikan seseorang, maka semakin sedikit aktivitas intelektual yang mereka lakukan, dan mereka cenderung lebih membatasi minat mereka akan suatu produk jasa.

c. Tempat Tinggal

Tempat tinggal individu sangat ditentukan oleh keinginannya di masa lalu yang masih dapat terpenuhi atau tidak. Perbedaan tempat tinggal seseorang akan mempengaruhi tingkat ketertarikan pada minatnya.

6. Hubungan Minat dengan Promosi, Pengetahuan, dan Lokasi

a. Minat dan Promosi

Promosi memiliki peranan yang sangat penting untuk menyampaikan informasi mengenai Bank Umum Syariah beserta berbagai produk jasa yang ditawarkan sehingga minat menabung dapat bertambah apabila promosi yang dilakukan dapat terlaksana dengan baik dengan meneladani Rasulullah SAW.

Menurut Philip Kotler promosi merupakan kegiatan yang mengkomunikasikan manfaat dari sebuah produk dan membujuk target konsumen untuk membeli produk tersebut.²⁵

b. Minat dan Pengetahuan

Menurut Engel, Black and Miniard dalam Firmansyah Pengetahuan konsumen (Customer Knowledge) adalah sejumlah informasi dan pengalaman seseorang tentang produk dan jasa tertentu yang dimiliki oleh seseorang maka semakin meningkat pengetahuan konsumen baik individual, memungkinkan bagi konsumen dapat berfikir tentang sejumlah produk yang akan diminati.

c. Minat dan Lokasi

Menurut lupiyoadi pemilihan lokasi mempunyai fungsi yang strategis karena dapat menentukan pencapaian tujuan badan usaha

²⁵ Philip Kotler dan Gary Armstrong, Prinsip-Prinsip Pemasaran, (Jakarta: Erlangga, 2012), h.76

dalam pengertian lain lokasi adalah tepat dimana perusahaan harus bermarkas melakukan oprasi.

7. Proses Terbentuknya Minat

Menurut Abu Ahmadi dalam buku “Psikologi Umum” terdapat tiga indikator yang dijadikan acuan terbentuknya minat nasabah, yaitu sebagai berikut:

- a. Kognisi (Mental), Kegiatan atau proses memperoleh pengetahuan (termasuk kesadaran, perasaan) atau usaha mengenali sesuatu melalui pengalaman sendiri melalui Indra dan Akal. Menurut Uswah Wardiana kognisi itu merupakan keyakinan seseorang tentang suatu yang didapatkan dari proses berfikir tentang sesuatu objek tertentu. Proses yang dilakukan adalah memperoleh pengetahuan dan memanipulasi pengetahuan melalui aktifitas mengingat, menganalisis, memahami, menilai, menalar, dan membayangkan.
- b. Emosi (Perasaan) adalah kecenderungan untuk memiliki perasaan yang khas bila berhadapan dengan objek tertentu dalam lingkungannya.²⁶ Emosi dapat diartikan perasaan yang muncul akibat dari rangsangan dari dalam maupun dari luar. Maksudnya suatu perasaan yang mendorong individu untuk merespon atau bertindak terhadap stimulus, baik yang berasal dari dalam maupun dari luar dirinya.

²⁶ Uswah Wardiana, *Psikologi Umum*, (Jakarta:PT Bina Ilmu, 2004) hal 58.

- c. Konasi (Kemauan), merupakan salah satu fungsi hidup kejiwaan manusia, dapat diartikan sebagai aktifitas psikis yang mengandung usaha aktif dan berhubungan dengan pelaksanaan suatu tujuan. Tujuan adalah titik akhir dari gerakan yang menuju pada suatu arah.

Menurut Abu Ahmadi pengertian dari konasi atau kemauan dapat disamakan dengan kehendak atau hasrat. Kehendak itu merupakan suatu fungsi jiwa untuk dapat mencapai sesuatu. Kehendak ini dapat disebutkan kekuatan dari dalam, sedangkan dari luar itu sebagai gerak-gerik.²⁷

Dari beberapa pengertian di atas peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa minat merupakan dorongan kuat bagi seseorang dalam melakukan segala sesuatu untuk mewujudkan pencapaian tujuan dan cita-cita yang menjadi keinginannya. Sehingga, minat merupakan sikap seseorang yang mempunyai keinginan tinggi terhadap sesuatu yang menjadi kesenangannya untuk melakukan suatu hal supaya mencapai tujuan tertentu.

E. Kerangka Berpikir

Dalam sebuah penelitian yang membutuhkan kerangka berpikir, akan lebih baik jika hal tersebut mampu dijelaskan secara teoritis. Sekaligus juga bisa menjelaskan hubungan antara variabel yang diangkat, jadi peneliti bisa menjelaskan hubungan antara variabel independen & variabel dependen.

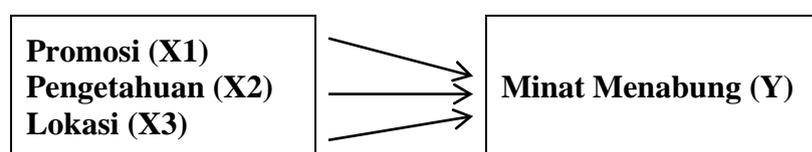
²⁷ Abu Ahmadi, Psikologi Umum, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2003) hal 113.

Sugiyono mendefinisikan kerangka berpikir sebagai model konseptual yang dimanfaatkan sebagai teori yang ada kaitannya dengan beberapa faktor yang diidentifikasi sebagai masalah penting.²⁸

Adapun kerangka pemikiran teoritis penelitian sebagai berikut:

Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran



Berdasarkan gambar di atas, kerangka pemikiran tersebut memperlihatkan bahwa Minat menjadi nasabah bank umum syariah masyarakat di Desa Margo Bhakti Kecamatan Mesuji Kabupaten Ogan Komering Ilir di pengaruhi oleh tiga faktor utama yaitu Promosi, Pengetahuan, dan Lokasi.

F. Pengujian Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara dari rumusan masalah yang berbentuk kalimat pertanyaan.²⁹ SPSS singkatan dari Statistical Package for the Social Sciences yang merupakan program komputer untuk olah data statistik secara tepat dan cepat. Setiap uji yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan SPSS yaitu uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, dan uji kesesuaian.

²⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 128.

²⁹*Ibid.* Hal, 134–135.

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ialah:

H0 = Promosi, Pengetahuan, dan Lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank umum syariah masyarakat desa Margo Bhakti Kecamatan Mesuji Kabupaten Ogan Komering Ilir.

H1 = Promosi, Pengetahuan, dan Lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank umum syariah masyarakat di desa Margo Bhakti Kecamatan Mesuji Kabupaten Ogan Komering Ilir.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan penelitian kuantitatif. Pada dasarnya metode yang digunakan adalah pendekatan deduktif-induktif. Pendekatan ini berangkat dari suatu kerangka teori, gagasan para ahli, maupun pemahaman peneliti berdasarkan pengalamannya, kemudian dikembangkan menjadi permasalahan-permasalahan yang diajukan untuk memperoleh pembenaran (verifikasi) atau penolakan dalam bentuk dokumen data lapangan.¹

Pendekatan kuantitatif bertujuan untuk menguji teori, membangun fakta, menunjukkan hubungan antar variabel, memberikan deskripsi statistik, menaksir dan meramalkan hasilnya. Desain penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif harus terstruktur, baku, formal dan dirancang sematang mungkin sebelumnya. Desain bersifat spesifik dan detail karena desain merupakan suatu rancangan penelitian yang akan dilaksanakan sebenarnya.²

2. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan dianalisis dengan statistik deskriptif. Penelitian deskriptif adalah “metode penelitian

¹ Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metode Penelitian*. (Yogyakarta : Teras, 2009). Hlm. 99.

² *Ibid*, Hlm, 100.

yang berusaha menggambarkan dan menginterpretasi obyek sesuai dengan apa adanya".³

Pendekatan penelitian kuantitatif ialah pendekatan yang memakai data numerik untuk menggambarkan fenomena, yang kemudian diuji secara statistik.⁴ Jenis penelitian ini ialah penelitian lapangan dan lokasi penelitian ini di Desa Margo Bhakti Kecamatan Mesuji, Kabupaten Ogan Komering Ilir, Provinsi Sumatera Selatan. Langkah yang dilakukan ialah mengumpulkan data yang diperlukan dengan menyebarkan kuesioner, kemudian mengolah data dan menganalisis pengaruh promosi, pengetahuan, dan lokasi terhadap minat menjadi nasabah bank umum syariah (desa margo bhakti kecamatan mesuji kabupaten ogan komering ilir).

B. Defenisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini ada beberapa variabel yang dibahas yang meliputi variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen atau variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Kemudian, variabel dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.⁵

³ Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kompetensi dan Prakteknya*. Jakarta: Bumi Aksara, 2007), 157.

⁴Uhar Suharsaputra, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan* (Bandung: Refika Aditama, 2012), 49.

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. (Bandung: Alfabeta, 2013),64.

Adapun variabel independen dalam penelitian ini dilambangkan dengan (X) yaitu Promosi (X1), Pengetahuan (X2), dan Lokasi (X3). Sedangkan, variabel dependen/terikat dalam penelitian ini yaitu Minat menjadi nasabah dilambangkan dengan (Y).

Tabel 3.1

Definisi Operasional Variabel

| Variabel | Definisi | Indikator |
|-------------------------|--|---|
| Promosi (X1) | Menurut Kotler dan Amstrong, promosi adalah suatu unsur yang digunakan untuk memberitahukan dan membujuk pasar tentang produk atau jasa yang baru pada perusahaan melalui iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, maupun publikasi. | a. penyampaian b. Pemahaman c. Ketetapan |
| Pengetahuan (X2) | Pengetahuan adalah semua informasi yang dimiliki masyarakat mengenai berbagai macam produk dan jasa, serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai masyarakat. (Sunyoto, 2013: 53). | a. Pengetahuan Produk b. Pemahaman Prosedur pembelian c. Manfaat Pemakaian Produk |
| Lokasi (X3) | Lokasi bank adalah tempat dimana diperjual belikannya suatu produk jasa perbankan syariah dan pusat pengendalian perbankan syariah. (Kasmir, 2005: 163). | a. Keterjangkauan lokasi b. Kelancaran jalan |

| | | |
|--------------------------|---|---|
| | | akses menuju lokasi c. Titik pemilihan lokasi |
| Minat Nasabah (Y) | Menurut Schiffman, Kanuk, dan Lazar (2008) Minat yaitu pengaruh eksternal, kesadaran akan kebutuhan, pengenalan produk, dan evaluasi alternatif merupakan hal yang dapat menimbulkan minat beli pada konsumen jasa. | a. Keyakinan b. Faktor Keinginan c. Faktor Ketertarikan |

C. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

1. Populasi

Sugiono mendefinisikan populasi adalah suatu daerah luas yang terdapat hal-hal atau orang-orang dengan jumlah dan karakteristik tertentu yang kemudian ditetapkan, diteliti dan ditarik kesimpulan. Suatu populasi mengacu pada semua ciri atau atribut yang dimiliki topik atau item tertentu.⁶ Alternatif agar data yang diperoleh mampu mewakili populasi maka dalam penelitian dilakukan pemilihan responden atau sumber data yang tidak begitu banyak dari populasi. Prosesnya disebut teknik penyampelan atau teknik sampling.⁷

Penelitian ini mengambil populasi dari seluruh masyarakat atau penduduk di Desa Margo Bhakti Kecamatan Mesuji, Kabupaten Ogan

⁶Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, t.t.), 61.

⁷*Ibid*, Hlm. 62.

Komering Ilir, Provinsi Sumatera Selatan. Berdasarkan proyeksi penduduk tahun 2021, Jumlah penduduk di Desa Margo Bhakti Kec. Mesuji Kabupaten Ogan Komering Ilir 3.836 (tiga ribu delapan ratus tiga puluh enam) jiwa dengan rata-rata pekerjaan sebagai pekebun sawit.

2. Sample

Pengertian sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.⁸ Jika populasi sangat besar, dan peneliti tidak mungkin meneliti semua dikarenakan terkendala biaya, waktu, dan sebagainya. Maka diambil sampel untuk kemudahan dalam penelitian.

3. Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Simple Random Sampling* atau teknik pengambilan sampel di mana semua individu dalam populasi baik secara sendiri-sendiri atau bersama-sama diberi kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel.⁹ Dikatakan simple karena pemilihan sampel diambil secara acak dari populasi tanpa memperhatikan strata dari populasi yang ada.

Peneliti menentukan jumlah sampel dengan rumus *Slovin*, sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N(d)^2 + 1}$$

Ket:

n = Jumlah Sampel

⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, 120.

⁹ Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013), 111.

$N = \text{Populasi}$

$d = \text{Nilai Presisi (sebesar 90\%)} \text{ atau } a = 0,10$

hasil perhitungan sampel ialah:

$$n = \frac{3.836}{3.836(0,1)^2 + 1} = 97,46 \text{ dibulatkan } 98 \text{ responden}$$

Berdasarkan perhitungan diatas, n menunjukkan hasil 97,46 kemudian dibulatkan menjadi 98 responden. Agar penelitian ini lebih maksimal maka peneliti menambahkan 2 responden sehingga sampel yang diambil sebanyak 100 orang dari jumlah populasi masyarakat yang berdomisili di Desa Margo Bhakti Kec. Mesuji Kabupaten Ogan Komering Ilir, Provinsi Sumatera Selatan.

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner

Penelitian ini menggunakan angket rating scale, yaitu pernyataan, kemudian kolom yang menunjukkan tingkat atau alternatif tanggapan yang sebelumnya dinyatakan dalam kuesioner berawal dari Sangat Setuju, Setuju, Cukup Setuju, Tidak Setuju, Sampai Sangat Tidak Setuju.

Kuesioner atau biasa disebut angket ialah lembar pernyataan dengan struktur yang baik.¹⁰ Agar menghemat biaya dan mempermudah dalam proses pengumpulan data, peneliti menggunakan kuesioner dengan media google form dalam mengumpulkan data dari responden.

¹⁰Priyono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Sidoarjo: Zifatama Publishing, 2008), 43.

2. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan untuk mengumpulkan data berisi fakta dan penjelasan, serta pandangan terhadap fenomena relevan. Dokumentasi penelitian dapat ditemukan melalui berbagai media cetak maupun elektronik.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang sedang diamati.¹¹

1. Jenis Instrumen

Adapun yang menjadi skala ukuran kuesioner (angket) adalah dengan menggunakan *Skala Likert* yaitu skala yang didasarkan pada penjumlahan sikap responden dalam merespon pernyataan berkaitan indikator-indikator suatu konsep atau variabel yang sedang diukur.¹²

Skala Likert menggunakan lima tingkatan jawaban yang digunakan dalam pemberian skor yang dapat dilihat dari tabel dibawah ini :

Tabel 3.2
Skala Likert

| Singkat | Pernyataan | Skor |
|---------|---------------------|------|
| SS | Sangat Setuju | 5 |
| S | Setuju | 4 |
| KS | Kurang Setuju | 3 |
| TS | Tidak Setuju | 2 |
| STS | Sangat Tidak Setuju | 1 |

¹¹Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, 178.

¹² Azhari Akmal Tarigan, et. al., *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Medan: La Tansa Press, 2011), h. 57.

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Instrumen

Instrumen penelitian (kuisisioner) adalah suatu alat yang digunakan oleh peneliti untuk mengukur fenomena alam atau sosial. Instrumen ada yang telah tersedia dan ada pula yang belum tersedia dan disini bisa juga dibuat sendiri oleh peneliti. Tetapi kebanyakan instrumen yang telah tersedia telah terjadi validitas dan reliabilitas.¹³

a) Uji Validitas

Uji validitas merupakan alat ukur untuk mengetahui ketepatan sesuatu objek yang harus diukur. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut.¹⁴

Uji validitas dilakukan pada setiap pertanyaan menggunakan program IBM SPSS Statistics 25 dengan melakukan perbandingan rhitung dan rtabel apabila rhitung > rtabel maka instrumen dikatakan valid dan apabila rhitung < rtabel maka instrumen tersebut dinyatakan tidak valid.¹⁵

b) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk melihat seberapa tingkat kepercayaan yang dapat diandalkan dalam instrument tersebut. Hal ini dapat dilakukan apabila suatu instrumen telah diakui valid,

¹³ Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Indonesia: Salemba Empat, 2011), 67.

¹⁴ Duwi Priyatno, *Pengolahan Data Terpraktis*, (Yogyakarta: CV Amdi Offset, 2014), 51.

¹⁵ Husein Umar, *Metode Riset Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2002), h. 105.

karena apabila instrumen tidak valid tidak perlu melakukan uji reliabilitas.¹⁶

Pengujian reliabilitas menggunakan *Cronbach Alpha* menggunakan program IBM SPSS Statistics 25, yang apabila angka cronbach alpha lebih besar dari nilai *cronbach alpha* minimal 0.6 maka instrumen dapat dikatakan reliabel, begitupun sebaliknya.

2. Uji Asumsi Klasik

Asumsi klasik merupakan pengujian sebelum melakukan analisis regresi berganda yang bertujuan untuk mengetahui apakah variabel-variabel tersebut menyimpang dari asumsi-asumsi klasik. Untuk memenuhi ketentuan, maka ada tiga asumsi yang harus terpenuhi, sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas diujikan guna melihat apakah data diperoleh dari populasi yang berdistribusi normal atau tidak. Untuk melihat bentuk distribusi data dapat menggunakan teknik *Kolmogorov-Smirnov* dengan taraf signifikansi 0,05. Data dikatakan berdistribusi normal jika nilai signifikansi $> 0,05$.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui hubungan antar variable independen. Jika terdapat korelasi yang tinggi diantara

¹⁶ Imam Ghozali, "*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*". (Semarang: Universitas Dipenogoro 2013), hlm. 53

variable independen, hal ini akan mengganggu hubungan variable independen terhadap variabel dependen.

berdasarkan Nilai *Tolerance* > 0,10 dan Nilai *Varian Inflation Factor (VIF)* < 10,00 untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan korelasi antara variabel bebas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ialah uji asumsi dalam regresi dimana varians dari residual tidak sama untuk satu pengamatan ke pengamatan lain.¹⁷ Pada penelitian ini menggunakan teknik grafik *Scatterplot*. Dalam regresi, salah satu asumsi harus dipenuhi adalah bahwa varian dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tidak memiliki pola tertentu.

3. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda merupakan analisis data untuk melihat pengaruh sebab akibat antara dua variabel independen atau lebih dan satu variabel dependen dengan rumus regresi berganda.

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

Keterangan,

Y' = Variabel Terikat (Minat menjadi nasabah);

a = Nilai Kostanta Y' apabila X₁, X₂, X₃ X_n=0;

b₁, b₂, b₃...b_n = Koefisien regresi mulai meningkat atau menurun;

X₁ = Variabel Bebas (Promosi);

¹⁷Purbayu Budi Santosa dan Anshari, *Analisis Statistik Dengan Microsoft Excel & SPSS* (Yogyakarta: ANDI, 2005), 242.

X2 = Variabel Bebas (Pengetahuan);

X3 = Variabel Bebas (Lokasi);

4. Uji Kesesuaian

Uji kesesuaian merupakan uji kecocokan antara hasil pengamatan dengan frekuensi yang diperoleh berdasarkan nilai harapannya atau uji yang digunakan untuk melihat garis regresi kecocokan data.

a) Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial dilakukan untuk melihat tingkat signifikansi variabel bebas terhadap variabel terikat. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka tidak terdapat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka terdapat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.¹⁸

Pengujian ini dapat dilakukan melalui perhitungan sebagai berikut:

$$t_{hitung} = R\sqrt{n-2}$$

Keterangan,

R = Koefisien Korelasi

R² = Koefisien Determinan

n = Jumlah Sampel

¹⁸Syofian Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), 410.

b) Uji f (Simultan)

Uji f digunakan untuk mengetahui pengaruh signifikan antara variabel independen dan variabel dependen secara bersamaan. Uji f dapat diperoleh melalui rumus:

$$f_{hitung} = R^2 / (k-1) (1-R^2) / (n-k)$$

keterangan:

R^2 = Koefisien Determinan

k = Jumlah Variabel Independen

X_1, X_2, X_3 = Jumlah Sampel

Berdasarkan rumus diatas, apabila $f_{hitung} > f_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 0.05 (5%), maka berpengaruh signifikan. Sedangkan, apabila $f_{hitung} < f_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 0.05 (5%), maka tidak berpengaruh.

c) Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Metode pengujian ini digunakan untuk melihat seberapa besar kontribusi variabel Promosi (X_1), Pengetahuan (X_2), dan Lokasi (X_3) terhadap variabel Minat (Y).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Desa Margo Bhakti Kec. Mesuji Kab. OKI

a. Profil Desa Margo Bhakti Kec. Mesuji Kab. OKI

Desa Margo Bhakti merupakan salah satu desa yang ada di Kecamatan Mesuji, Kabupaten Ogan Komering Ilir, Sumatera Selatan. Kecamatan Mesuji merupakan kecamatan yang berada di bagian ujung Kabupaten Ogan Komering Ilir dan berbatasan langsung dengan Kabupaten Mesuji Lampung. Kabupaten OKI di lintasi oleh jalur strategis Nasional yaitu Jl. Lintas Timur dan jalan TOL yang menghubungkan Provinsi Sumatera Selatan dengan Provinsi Lampung.

Kecamatan ini merupakan salah satu kecamatan dengan wilayah terluas pada kala itu, sehingga dilakukan pemekaran kecamatan yang membagi kecamatan Mesuji menjadi dua kecamatan yaitu kecamatan Mesuji dan kecamatan Lempuing. Terdapat 17 Desa definitif yang masuk di dalam wilayah kawasan Kecamatan Mesuji salah satunya ialah Desa Margo Bhakti dengan luas wilayah desa 24.24 km². Berdasarkan posisi geografisnya, wilayah Desa Margo Bhakti sebelah Utara berbatasan dengan Desa Makarti Mulya, sebelah Timur berbatasan dengan Desa Sumber Mulyo, sebelah Selatan berbatasan

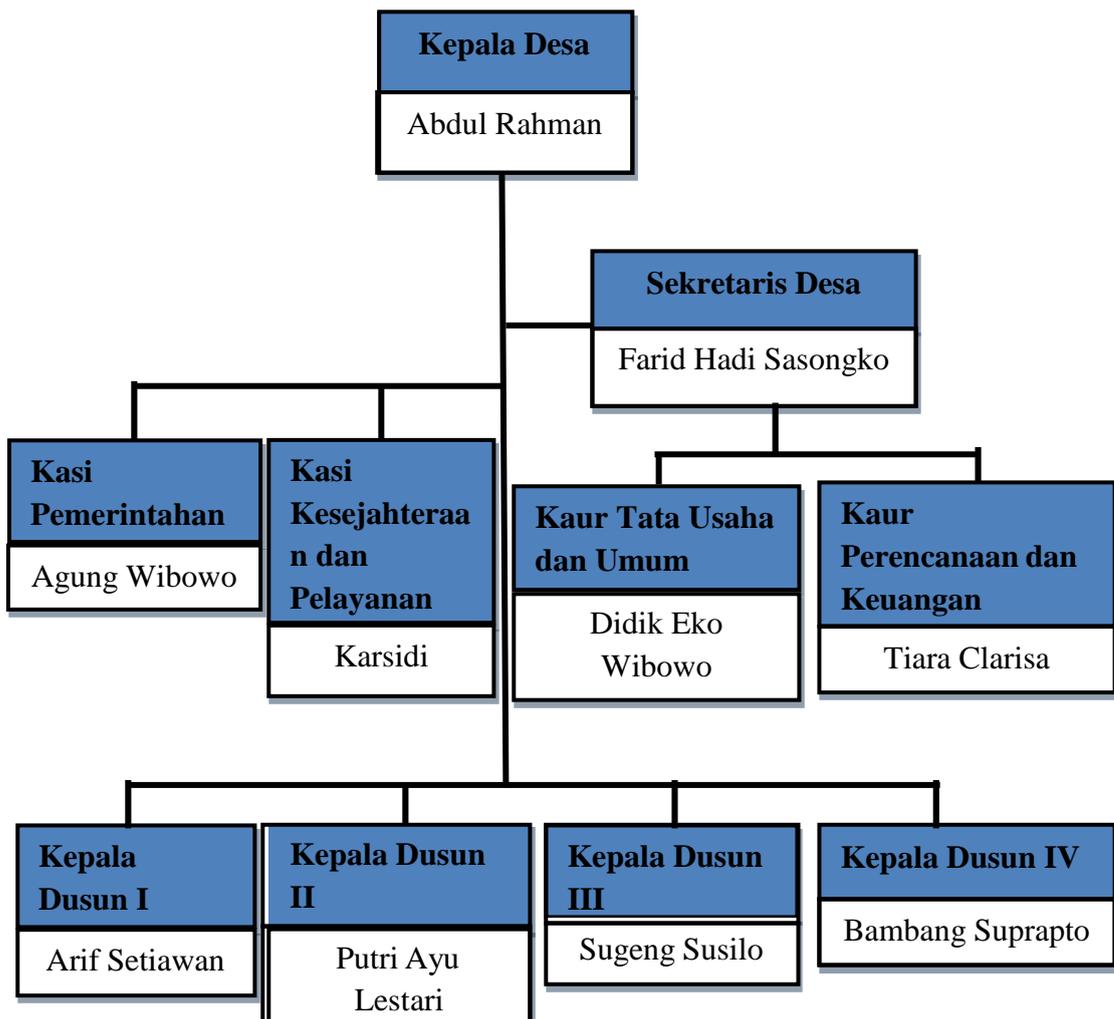
dengan Desa Surya Adi, dan sebelah Barat berbatasan dengan Desa Jaya Bhakti.

Akhir Desember 2021, jumlah penduduk Desa Margo Bhakti sebanyak 3.836 (tiga ribu delapan ratus tiga puluh enam) jiwa. Jumlah ini terbagi kedalam 1.092 Kartu Keluarga (KK) yang tersebar di seluruh Blok Desaa Margo Bhakti dari Blok A sampai dengan Blok H, dengan penduduk berjenis kelamin perempuan sebanyak 1.832 dan laki-laki berjumlah 2.004 jiwa.

b. Struktur Organisasi Desa Margo Bhakti Kec. Mesuji Kab. OKI

Gambar 4.1

Struktur Organisasi Desa Margo Bhakti



c. Sumber Daya Alam Desa Margo Bhakti Kec. Mesuji Kab. OKI

Sumber daya didefinisikan sebagai sesuatu yang dipandang memiliki nilai ekonomi, dapat juga dikatakan bahwa sumber daya adalah komponen dari ekosistem yang menyediakan barang dan jasa yang bermanfaat bagi kebutuhan manusia. SDA seperti air, udara, lahan, minyak, ikan, hutan, dan lain-lain merupakan sumber daya yang esensial bagi kelangsungan hidup manusia.

Kondisi tanah di Desa Margo Bhakti kurang mendukung jika digunakan untuk bertani padi karena kondisi tanah yang keras. Sehingga, mayoritas penduduk Desa Margo Bhakti berprofesi sebagai petani karet dan sawit, beberapa penduduk juga memiliki kebun pribadi untuk konsumsi sehari-hari seperti cabe, ubi jalar, dan kacang panjang.

Dengan latar belakang demikian, mayoritas masyarakat Desa Margo Bhakti lebih banyak menghabiskan waktunya untuk bertani sawit dan karet, dan di kebun.

d. Bank Umum Syariah di Desa Margo Bhakti Kec. Mesuji Kab. OKI

Perkembangan Bank Syariah sangat pesat dan dengan cepat menyebar di seluruh daerah di Indonesia. Tak terkecuali Kecamatan Mesuji Kabupaten Ogan Komering Ilir Sumatera Selatan.

Sejak tahun 2013 telah berdiri Bank Muamalat Indonesia yang berlokasi di Tugumulyo Kecamatan Lempuing Kabupaten Ogan

Komering Ilir. Beberapa responden yang mengisi kuesioner juga tercatat menjadi nasabah di bank muamalat Indonesia dalam kurun waktu yang bervariasi kisaran 2017-2019.

Kemudian, pada tahun 2015 bank syariah makin berkembang dengan adanya kehadiran Bank BNI Syariah yang berlokasi di Tugu Jaya Kecamatan Lempuing Kabupaten Ogan Komering Ilir.

Namun, masyarakat kurang berminat untuk menjadi nasabah di bank BNI syariah karena kurangnya informasi kepada masyarakat, dan pada tahun 2021 tepatnya 1 Februari 2021 bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H pemerintah telah melakukan merger/penggabungan dari tiga perusahaan bank syariah yang ada di Indonesia ketiga perusahaan tersebut antara lain Bank Syariah Mandiri (BSM) , Bank BNI Syariah, dan Bank Rakyat Indonesia (BRI) Syariah menjadi 1 (satu) lembaga keuangan dengan nama Bank Syariah Indonesia (BSI). Dengan merger demikian pihak bank diharapkan dapat memperluas jaringan pengembangan bank syariah serta mengoptimalkan kepercayaan nasabah terhadap produk jasa bank syariah.

2. Gambaran Umum Responden

Populasi pada penelitian ini ialah masyarakat di Desa Margo Bhakti Kecamatan Mesuji Kabupaten Ogan Komering Ilir. Adapun jumlah penduduk di Desa Margo Bhakti sebanyak 3.836 (tiga ribu delapan ratus tiga puluh enam) jiwa. Peneliti mengambil jumlah sampel berdasarkan

rumus *Slovin* dengan probabilitas kesalahan sebesar 10% sehingga mendapatkan hasil sampel sebanyak 100 orang. Dalam pengambilan sampel, peneliti menggunakan teknik *simple random sampling*, yaitu pemilihan sampel secara acak dari suatu populasi tanpa memperhatikan strata populasi yang ada.

Adapun untuk lebih jelasnya mengenai responden sebagai berikut:

1) Penyebaran Responden Berdasarkan Variabel

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari Promosi, Pengetahuan, dan Lokasi terhadap Minat menjadi nasabah Bank Umum Syariah (BUS).

Tabel 4.1

Jumlah Jawaban Hasil Penyebaran Kuesioner Berdasarkan Variabel

| Variabel | Item | SS | % | S | % | KS | % | TS | % | STS | % |
|--------------------|------|----|-----|----|-----|----|-----|----|-----|-----|-----|
| Promosi | 1 | 16 | 16% | 36 | 36% | 21 | 21% | 20 | 20% | 7 | 7% |
| | 2 | 27 | 27% | 30 | 30% | 22 | 22% | 14 | 14% | 7 | 7% |
| | 3 | 13 | 13% | 9 | 9% | 26 | 26% | 29 | 29% | 23 | 23% |
| | 4 | 38 | 38% | 28 | 28% | 11 | 11% | 14 | 14% | 9 | 9% |
| Pengetahuan | 1 | 9 | 9% | 22 | 22% | 33 | 33% | 22 | 22% | 14 | 14% |
| | 2 | 17 | 17% | 38 | 38% | 14 | 14% | 17 | 17% | 14 | 14% |
| | 3 | 14 | 14% | 32 | 32% | 21 | 21% | 17 | 17% | 16 | 16% |
| | 4 | 14 | 14% | 20 | 20% | 25 | 25% | 19 | 19% | 22 | 22% |
| | 5 | 24 | 24% | 43 | 43% | 15 | 15% | 8 | 8% | 10 | 10% |
| Lokasi | 1 | 20 | 20% | 47 | 47% | 11 | 11% | 15 | 15% | 7 | 7% |
| | 2 | 8 | 8% | 13 | 13% | 24 | 24% | 36 | 36% | 19 | 19% |
| | 3 | 14 | 14% | 44 | 44% | 28 | 28% | 10 | 10% | 4 | 4% |
| Minat | 1 | 16 | 16% | 50 | 50% | 21 | 21% | 8 | 8% | 5 | 5% |
| | 2 | 12 | 12% | 28 | 28% | 31 | 31% | 22 | 22% | 7 | 7% |
| | 3 | 8 | 8% | 29 | 29% | 23 | 23% | 23 | 23% | 17 | 17% |

Sumber: Data Primer diolah, Juni 2022.

Dari keseluruhan jawaban 100 responden diatas, penyebab terjadinya Minat menjadi nasabah dipengaruhi dari beberapa faktor, yaitu:

a) Faktor Promosi

Variabel Promosi terdapat 4 pernyataan kemudian hasil kuesioner menunjukkan pernyataan yang paling banyak mendapatkan respon positif ialah pernyataan Dalam Sosialisasinya Bank Umum Syariah Selalu Mengutamakan Kejujuran dan Transparan Kepada Calon Nasabah Sesuai Dengan Syariat Islam dengan skor SS = 38%, S = 28%, KS = 11%, TS = 14%, STS = 9%.

b) Faktor Pengetahuan

Variabel Pengetahuan terdapat 5 pernyataan kemudian hasil kuesioner menunjukkan pernyataan yang paling banyak mendapatkan respon positif ialah pernyataan Saya Mendapatkan Berbagai Manfaat Melalui Penggunaan Transaksi Di Bank Umum Syariah. Dengan skor SS = 24%, S = 43%, KS = 15%, TS = 8%, STS = 10%.

c) Faktor Lokasi

Pada variabel Lokasi terdapat 3 pernyataan, kemudian hasil kuesioner menunjukkan pernyataan yang paling banyak mendapatkan respon positif ialah pernyataan Lokasi Kantor Cabang Bank Umum Syariah (BUS) Sangat

Strategis Karena Berada Di Pusat Keramaian. Dengan skor SS = 20%, S = 47%, KS = 11%, TS = 15%, STS = 7%.

Berdasarkan hasil di atas, dapat di simpulkan bahwa Variabel Promosi, Pengetahuan, dan Lokasi berpengaruh terhadap Minat menjadi nasabah bank umum syariah (BUS).

2) Menurut Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh gambaran tentang jenis kelamin dari responden pada tabel 4.2 sebagai berikut:

Tabel 4.2

Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

| Jenis Kelamin | Responden | Persentase |
|----------------------|------------------|-------------------|
| Laki-laki | 67 | 67% |
| Perempuan | 33 | 33% |
| Jumlah | 100 | 100% |

Sumber : Data Primer yang diolah, Juni 2022

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel 4.2 mendapatkan informasi bahwa proporsi jumlah responden berdasarkan jenis kelamin didominasi oleh Laki-laki sebanyak 67 responden (67%), sedangkan responden Perempuan sebanyak 33 responden (33%).

3) Berdasarkan Usia Responden

Usia responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini berkisar antara 25 tahun sampai 45 tahun. Jumlah responden berdasarkan kelompok usia dapat dilihat pada tabel 4.3 berikut.

Tabel 4.3
Jumlah Responden Berdasarkan Usia

| Usia | Responden | Persentase |
|---------------|-----------|------------|
| 25-35 Tahun | 44 | 44% |
| 36-45 Tahun | 56 | 56% |
| Jumlah | 100 | 100% |

Sumber: Data Primer yang diolah; Juni 2022

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh informasi mengenai usia responden yang berusia 25-35 tahun sebanyak 44 responden. Dan responden lainnya dengan usia 36-45 tahun sebanyak 56 responden.

4) Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Jenis pekerjaan menjadi sampel dalam penelitian ini merupakan jenis pekerjaan yang di tekuni oleh masyarakat Desa Margo Bhakti Kecamatan Mesuji Kabupaten Ogan Komering Ilir dalam upayanya untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Jumlah responden berdasarkan jenis Bank Umum Syariah dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut.

Tabel 4.4
Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

| Status Pekerjaan | Respodnen | Persentase |
|----------------------------|-----------|------------|
| Petani Sawit dan Karet | 98 | 98% |
| Bengkel | 1 | 1% |
| Pelayan Apotek Tiga Sodara | 1 | 1% |
| Jumlah | 100 | 100% |

Sumber: Data Primer yang diolah, Juni 2022

Berdasarkan data hasil penelitian, diperoleh informasi mengenai jumlah responden berdasarkan Status/Pekerjaan didominasi oleh responden yang berprofesi sebagai Petani Sawit

dan Karet sebanyak 98 atau 98% responden. Kemudian, terdapat 1 (1%) responden berprofesi sebagai Bengkel, dan 1 (1%) responden berprofesi sebagai Pelayan Apotek Tiga Sodara.

5) Berdasarkan Alamat Respoden

Alamat merupakan lokasi dimana responden bertempat tinggal dan melaukan segala aktivitas sehari-hari. Yang menjadi sampel pada penelitian ini ialah seluruh Blok yang ada di Desa Margo Bhakti Kecamatan Mesuji Kabupaten Ogan Komering Ilir terdiri dari Blok A-H. Jumlah responden berdasarkan alamat dapat dilihat pada tabel 4.5 sebagai berikut.

Tabel 4.5

Jumlah Responden Berdasarkan Alamat

| Blok A-H Desa Margo Bhakti | Responden | Persentase |
|---------------------------------------|------------------|-------------------|
| Blok A Margo Bhakti | 10 | 10% |
| Blok B Margo Bhakti | 15 | 15% |
| Blok C Margo Bhakti | 17 | 17% |
| Blok D Margo Bhakti | 11 | 11% |
| Blok E Margo Bhakti | 20 | 20% |
| Blok F Margo Bhakti | 8 | 8% |
| Blok G Margo Bhakti | 9 | 9% |
| Blok H Margo Bhakti | 10 | 10% |
| Jumlah | 100 | 100% |

Sumber: Data Primer yang diolah, Juni 2022

Berdasarkan tabel 4.5 diatas bahwa jumlah responden berdasarkan alamat didominasi oleh responden blok E Margo Bhakti sebanyak 20 responden, blok C margo bhakti sebanyak 17 responden, blok B margo bhakti sebanyak 15 responden, blok D margo bhakti sebanyak 11 responden, blok A margo bhakti

sebanyak 10 responden, blok H sebanyak 10 responden, blok G sebanyak 9 responden, dan blok F sebanyak 8 responden.

3. Analisis Data

1) Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas pada penelitian ini dengan korelasi *product momentpearson*. Dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig. 0,01) maka instrumen pertanyaan dikatakan valid.
- Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig. 0,01) maka instrumen pertanyaan dikatakan tidak valid.

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas

| Variabel | | r_{xy} | r_{tabel} | Keterangan |
|-------------------------------|------|----------|--------------------|--------------|
| Promosi (X1) | X1.a | 0,451 | 0,256 | Valid |
| | X1.b | 0,564 | 0,256 | Valid |
| | X1.c | 0,391 | 0,256 | Valid |
| | X1.d | 0,259 | 0,256 | Valid |
| Pengetahuan (X2) | X2.a | 0,541 | 0,256 | Valid |
| | X2.b | 0,313 | 0,256 | Valid |
| | X2.c | 0,634 | 0,256 | Valid |
| | X2.d | 0,540 | 0,256 | Valid |
| | X2.e | 0,558 | 0,256 | Valid |
| Lokasi (X3) | X3 | 0,427 | 0,256 | Valid |
| | X3 | 0,567 | 0,256 | Valid |
| | X3 | 0,499 | 0,256 | Valid |
| Minat Menjadi Nasabah BUS (Y) | Y.a | 0,476 | 0,256 | Valid |
| | Y.b | 0,610 | 0,256 | Valid |
| | Y.c | 0,654 | 0,256 | Valid |

Sumber : Data Primer yang diolah, Juni 2022

Dari hasil diatas, telah didapatkan nilai korelasi antara skor item dengan skor total. r tabel dicari pada nilai signifikansi 0,01 dengan uji 2 sisi dan jumlah data (n) = 100 responden, maka didapat nilai r tabel sebesar 0,256.

Berdasarkan hasil analisis menunjukan bahwa setiap pernyataan dari setiap indikator variabel Promosi, Pengetahuan, dan lokasi kepada variabel Minat menjadi Nasabah BUS dikatakan **Valid**, sebab nilai r hitung pada item-item pernyataan mempunyai nilai lebih besar dari r tabel yaitu 0,256.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menggunakan metode *Alpha Cronbach's* (< 0,6). Dikatakan reliabel jika nilai *Alpha Cronbach's* > 0,6.

Tabel 4.7
Hasil Uji Reliabilitas

| Variabel | Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> | Keterangan |
|-------------------------------|-------------------------------|-----------------|
| Promosi (X1) | 0,640 | Reliabel |
| Pengetahuan (X2) | 0,701 | Reliabel |
| Lokasi (X3) | 0,679 | Reliabel |
| Minat Menjadi Nasabah BUS (Y) | 0,630 | Reliabel |

Sumber : Data Primer yang diolah, Juni 2022

Dari hasil analisis data tersebut diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* masing-masing variabel X dan Y lebih besar dari ketentuan yaitu 0,6. Maka, peneliti menyimpulkan simpulkan bahwa item kuesioner dapat diandalkan.

2) Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas pada penelitian ini menggunakan uji *One-Sample Kolmogorov Smirnov*. Data terdistribusi normal jika nilai signifikansi $> 0,05$.

Tabel 4.8

Hasil Uji Normalitas

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test | | |
|--|----------------|---------------------------|
| | | Unstandardized Residual |
| N | | 100 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | 1.83435976 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .055 |
| | Positive | .036 |
| | Negative | -.055 |
| Test Statistic | | .055 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .200^{c,d} |
| a. Test distribution is Normal. | | |
| b. Calculated from data. | | |
| c. Lilliefors Significance Correction. | | |
| d. This is a lower bound of the true significance. | | |

Sumber : Data Primer yang diolah, Juni 2022

Hasil uji mendapatkan nilai signifikansi sebesar $0,200 \geq 0,05$.

Hasil ini menunjukkan bahwa data primer berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas ini berdasarkan Nilai *Tolerance* $> 0,10$ dan Nilai *Varian Inflation Factor (VIF)* $< 10,00$ untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan korelasi antara variabel bebas.

Tabel 4.9
Hasil Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

| Model | | Unstandardize dCoefficients | | Standardize dCoefficients | T | Sig. | Collinearity Statistics | |
|----------------------------|-----------|--------------------------------|---------------|------------------------------|-------|------|----------------------------|--------------|
| | | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constan) | 6.078 | 1.514 | | 4.014 | .000 | | |
| | X1 | .141 | .103 | .149 | 2.368 | .047 | .763 | 1.311 |
| | X2 | .164 | .065 | .275 | 2.509 | .014 | .756 | 1.323 |
| | X3 | .086 | .116 | .072 | 2.564 | .032 | .942 | 1.061 |
| Dependent Variabel : Minat | | | | | | | | |

Sumber : Data Primer diolah, Juni 2022

Dari data table 4.9 penelitian ini memperlihatkan hasil uji multikolinieritas berdasarkan *Tolerance* dan *VIF*. Pada variabel X1 kolom tolerance menunjukkan hasil 0,763 hasil ini $> 0,10$, kemudian kolom VIF 1.311 hasil ini $< 10,00$. Maka, data variabel X1 tidak terjadi multikolinieritas.

Pada variabel X2 kolom *Tolerance* mendapatkan hasil 0,756 $> 0,10$, kemudian kolom *VIF* 1.323 $< 10,00$. Maka data variabel X2 tidak terjadi multikolinieritas.

Kemudian, pada X3 tabel 4.9 kolom *Tolerance* mendapatkan nilai 0,942 $> 0,10$ dan nilai *VIF* sebesar 1.061 $< 10,00$. Pada variabel ini menunjukkan bahwa data X3 tidak terjadi multikolinieritas.

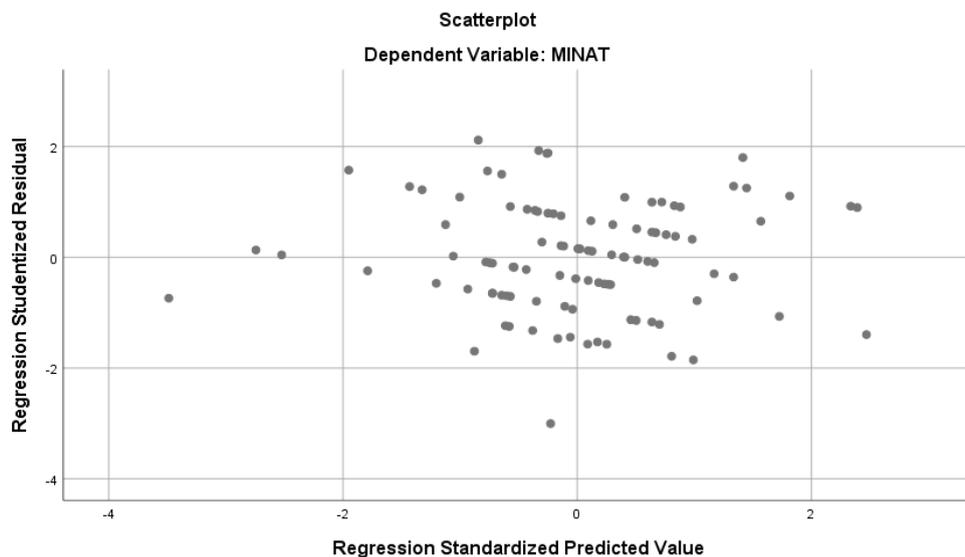
Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan pada penelitian ini tidak diterjadi multikolinieritas antar variabel bebas.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas pada penelitian ini dilakukan dengan melihat hasil grafik *scatterplot*.

Tabel 4.10

Hasil Uji Heterokedastisitas



Dari hasil uji tersebut dapat terlihat bahwa penyebaran residual adalah tidak teratur atau tidak membentuk pola tertentu. Dengan demikian, dapat diambil kesimpulan bahwa tidak terjadi persamaan regresi memenuhi asumsi heteroskedastisitas.

3) Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh dari 3 variabel bebas (Promosi, Pengetahuan, dan Lokasi) terhadap minat (Y).

Tabel 4.11

Hasil Analisis Berganda

| Coefficients ^a | | | | | |
|---------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | sig. |
| | B | Std. Error | Beta | | |
| (Constant) | 6.078 | 1.514 | | 4.014 | .000 |
| PROMOSI | .141 | .103 | .149 | 2.368 | .047 |
| PENGETAHUAN | .164 | .065 | .275 | 2.509 | .014 |
| LOKASI | .086 | .116 | .072 | 2.564 | .032 |

a. Dependent Variable: MINAT

Sumber : Data Primer diolah, Juni 2022

Berdasarkan tabel hasil analisis regresi berganda diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut

$$Y = 6.078 + 0,141X_1 + 0,164X_2 + 0,086X_3$$

Keterangan:

- Nilai Konstanta menyatakan jika variabel X1, X2, X3 sama dengan nol yaitu Promosi, Pengetahuan, dan Lokasi maka Minat sebesar 6.078.
- Koefisien X1 sebesar 0,141, jika terjadi peningkatan pada variabel X1 (Promosi) sebesar 1% maka minat nasabah akan meningkat sebanyak 0,141 (14,1%).
- Koefisien X2 sebesar 0,164, yang berarti jika terjadi peningkatan pada variabel X2 (Pengetahuan) sebesar 1% maka minat nasabah akan meningkat sebanyak 0,164 (16,4%).

- Koefisien X3 sebesar 0,086, jika terjadi peningkatan pada variabel X3 (Lokasi) sebesar 1% maka minat nasabah akan meningkat sebanyak 0,086 (8,6%).

Berdasarkan hasil dari uji regresi linear berganda tersebut dapat disimpulkan pada penelitian ini variabel Promosi, Pengetahuan, dan Lokasi berpengaruh terhadap Variabel Minat (Y) Menjadi Nasabah Bank Umum Syariah (BUS).

4. Pengujian Hipotesis

1) Uji Parsial (uji t)

Uji t ini digunakan untuk melihat pengaruh parsial variabel bebas terhadap variabel terikat. Variabel bebas pada penelitian ini ialah Promosi (X1), Pengetahuan (X2), dan Lokasi (X3) dan variabel terikat Minat Menjadi Nasabah (Y).

Tabel 4.12

Hasil Uji Parsial (Uji t)

| ANOVA ^a | | | | | | |
|---|------------|----------------|----|-------------|-------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | f | sig. |
| 1 | Regression | 49.467 | 3 | 16.859 | 4.752 | .000 ^p |
| | Residual | 333.123 | 96 | 3.470 | | |
| | Total | 382.590 | 99 | | | |
| a. Dependent Variable: MINAT | | | | | | |
| b. Predictors: (Constant), LOKASI, PENGETAHUAN, PROMOSI | | | | | | |

Sumber: Data Primer yang diolah, Juni 2022

| Coefficients ^a | | | | | |
|---------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | sig. |
| | B | Std. Error | Beta | | |
| (Constant) | 6.078 | 1.514 | | 4.014 | .000 |

| | | | | | |
|------------------------------|------|------|------|--------------|-------------|
| PROMOSI | .141 | .103 | .149 | 2.368 | .047 |
| PENGETAHUAN | .164 | .065 | .275 | 2.509 | .014 |
| LOKASI | .086 | .116 | .072 | 2.564 | .032 |
| a. Dependent Variable: MINAT | | | | | |

Sumber : Data Primer diolah, Juni 2022

Nilai t tabel dicari pada taraf signifikansi 0,025 dengan uji 2 sisi dan angka df residual sebesar 96 (tabel anova kolom df dan baris residual), sehingga mendapatkan hasil t tabel sebesar 1,987.

Nilai t hitung variabel Promosi (X1) diperoleh $2,368 \geq 1,987$ (t tabel), dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti Promosi berpengaruh positif terhadap minat menjadi nasabah Bank Umum Syariah.

Variabel Pengetahuan (X2) nilai t hitung $2,509 \geq 1,987$ (t tabel), dengan kesimpulan H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti ada pengaruh positif variabel Pengetahuan terhadap minat menjadi nasabah.

Variabel ke-3 yaitu Lokasi (X3) diketahui nilai t hitung sebesar $2,564 \geq 1,987$ (t tabel) dengan sikap positif. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti ada pengaruh Lokasi terhadap minat menjadi nasabah BUS.

Karena t hitung bernilai positif maka Promosi, Pengetahuan, dan Lokasi berhubungan positif terhadap minat menjadi nasabah.

2) Uji Simultan (uji f)

Uji f digunakan untuk mengetahui pengaruh signifikan antara variable independen dan variabel dependen secara bersamaan. H_0 diterima dan H_1 ditolak jika $f_{hitung} \leq f_{tabel}$, atau nilai $sig \leq 0,05$ (5%).

Tabel 4.13
Hasil Uji f (Simultan)

| ANOVA ^a | | | | | | |
|---|------------|----------------|----|-------------|--------------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | Df | Mean Square | f | sig. |
| 1 | Regression | 49.467 | 3 | 16.859 | 4.752 | .000 ^b |
| | Residual | 333.123 | 96 | 3.470 | | |
| | Total | 382.590 | 99 | | | |
| a. Dependent Variable: MINAT | | | | | | |
| b. Predictors: (Constant), LOKASI, PENGETAHUAN, PROMOSI | | | | | | |

Sumber: Data Primer diolah, Juni 2022.

Berdasarkan hasil perhitungan uji simultan (uji f) diketahui nilai f hitung sebesar $4,752 > f$ tabel 2,70. Kemudian, dengan melihat nilai sig. pada tabel anova diatas, diketahui nilai sig (0,000) $< 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan variabel X1 (promosi), X2 (pengetahuan) dan X3 (lokasi) secara simultan berpengaruh terhadap variabel Y (minat menjadi nasabah bank umum syariah).

3) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi pada penelitian ini dilakukan untuk melihat seberapa besar kontribusi variabel Promosi (X1), Pengetahuan (X2), dan Lokasi (X3) terhadap variabel Minat (Y).

Tabel 4.14

Hasil Uji Koefisien Determinasi

| Model Summary | | | | |
|---|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .360 ^a | .129 | .102 | 1.863 |
| a. Predictors: (Constant), LOKASI, PROMOSI, PENGETAHUAN | | | | |

Sumber: Data Primer yang diolah, Juni 2022

Hasil dari tabel diatas, didapatkan angka *R Square* (R^2) sebesar 0,129 atau 12,9%. Angka tersebut menunjukkan bahwa pengaruh Promosi (X1), Pengetahuan (X2), dan lokasi (X3) terhadap Minat (Y) sebesar 12,9%. Sedangkan, 87,1% minat menjadi nasabah bank umum syariah pada masyarakat Desa Margo Bhakti Kecamatan Mesuji Kabupaten OKI dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk pada penelitian ini.

B. Pembahasan

Penelitian ini membahas tentang hasil penelitian yang telah dilakukan guna untuk menjawab rumusan masalah penelitian yaitu : Bagaimana promosi dapat berpengaruh terhadap minat masyarakat Desa Margo Bhakti menjadi nasabah Bank Umum Syariah?, Bagaimana pengetahuan dapat berpengaruh terhadap pengambilan keputusan menjadi nasabah Bank Umum Syariah?, Bagaimana pengaruh lokasi terhadap keputusan minat masyarakat Desa Margo Bhakti menjadi nasabah Bank Umum Syariah?. Untuk menjawab rumusan masalah tersebut peneliti melakukan penelitian menggunakan data primer dengan cara mengambil data sampel secara acak (*Random Sampling*)

melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden di Desa Margo Bhakti Kecamatan Mesuji Kabupaten Ogan Komering Ilir.

Kemudian, data diolah menggunakan *IBM SPSS 25* untuk memudahkan peneliti memperoleh hasil penelitian. Tahapan analisi data diantaranya: Uji Asumsi Klasik terdiri dari Uji Normalitas dengan metode *Kolmogrov-Smirnov*, Uji Multikolinieritas, Uji Heteroskedastisitas. Dan tahap pengujian hipotesis antara lain: Uji Parsial (Uji *t*), Uji Simultan (Uji *f*), kemudian peneliti menggunakan Analisis Regresi Berganda dan Uji Koefisien Determinasi (R^2).

1. Bagaimana promosi dapat berpengaruh terhadap minat masyarakat Desa Margo Bhakti menjadi nasabah Bank Umum Syariah?

Berdasarkan output pada tabel 4.13 diatas, tabel "*Coefficients*" nilai sig. variabel promosi sebesar $.047 < 0,05$ (H_1 diterima sedang H_0 ditolak). Artinya variabel dependen minat (Y) benar dipengaruhi oleh variabel independen (X1) promosi dengan arah positif signifikan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Junadia dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah. Hal ini ditunjukkan oleh uji *t* dengan nilai signifikansi sebesar $0.038 < 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa promosi berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah

2. Bagaimana pengetahuan dapat berpengaruh terhadap pengambilan keputusan menjadi nasabah Bank Umum Syariah?

Tabel 4.13 diatas, output "*Coefficients*" nilai sig. variabel X2 (pengetahuan) sebesar $.014 < 0,05$ (H1 diterima sedang H0 ditolak). Artinya variabel dependen minat (Y) benar dipengaruhi oleh variabel independen (X2) pengetahuan dengan arah positif signifikan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tambunan. M. R., dan Nasution. I. S. dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh sebesar 59,90% terhadap minat menjadi nasabah, sementara sebesar 40,01% sisanya disebabkan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Sedangkan berdasarkan uji t, nilai signifikansi sebesar $0,039 < 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pengetahuan berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah.

3. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap keputusan minat masyarakat Desa Margo Bhakti menjadi nasabah Bank Umum Syariah?

Output pada tabel 4.13 diatas, "*Coefficients*" nilai sig. variabel lokasi (X3) sebesar $.032 < 0,05$ (H1 diterima sedang H0 ditolak). Artinya variabel dependen minat (Y) benar dipengaruhi oleh variabel independen (X3) lokasi dengan arah positif signifikan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Nurhayati dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh sebesar 30,02% terhadap keputusan nasabah untuk menabung. sementara sebesar 69,98% sisanya disebabkan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Sedangkan berdasarkan uji t, nilai signifikansi

sebesar $0,002 < 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa lokasi berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menabung

Pengaruh Promosi, Pengetahuan, dan Lokasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Umum Syariah

pada tabel 4.11 diketahui nilai konstanta (nilai a) sebesar 6.078, kemudian *Promosi* (nilai B) 0,141, *Pengetahuan* (nilai B) 0,164, dan *Lokasi* (nilai B) 0,086. Diperoleh persamaan regresi linear berganda $Y = 6.078 + 0,141X_1 + 0,164X_2 + 0,086X_3$. Dengan demikian setiap terjadi kenaikan pada masing-masing variabel X akan mempengaruhi variabel Y sebanyak 1%. Hasil ini dapat disimpulkan bahwa promosi (X1), pengetahuan (X2), dan lokasi (X3) berpengaruh terhadap minat (Y) menjadi nasabah bank umum syariah.

Hasil ini sesuai dengan penelitian Nova Atriana dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa persamaan regresi berganda yang didapatkan dari hasil perhitungannya adalah sebagai berikut : $Y = 1.601 + (0,218 X_1) + (0,030 X_2) + e$ variabel reputasi bank syariah (X1) sebesar 0,218 (21%), variabel inovasi produk tabungan (X2) sebanyak 0,030 (3%). Jika terjadi kenaikan pada masing-masing variabel X akan mempengaruhi variabel Y sebanyak 1%.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan Pengaruh Promosi, Pengetahuan, Dan Lokasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Umum Syariah di Desa Margo Bhakti Kecamatan Mesuji Kabupaten Ogan Komering Ilir, maka diperoleh interpretasi yang telah ditampilkan.

Berdasarkan hasil tersebut, maka dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Promosi (X1) berpengaruh terhadap Minat (Y). hal ini dapat dilihat pada tabel 4.13 dimana hasil dari output "Coefficients" nilai sig. variabel promosi sebesar $.047 < 0,05$ (H1 diterima sedang H0 ditolak). Artinya variabel dependen minat (Y) benar dipengaruhi oleh variabel independen (X1) promosi dengan arah positif signifikan.
2. Pengetahuan (X2) berpengaruh terhadap minat (Y) menjadi nasabah bank umum syariah. Hasil tersebut dapat dilihat pada tabel 4.13 dimana hasil dari output "Coefficients" nilai sig. variabel X2 (pengetahuan) sebesar $.014 < 0,05$ (H1 diterima sedang H0 ditolak). Penelitian ini menunjukkan H1 diterima, yaitu pengetahuan berpengaruh signifikan pada minat menjadi nasabah bank umum syariah.
3. Lokasi (X3) berpengaruh signifikan terhadap variabel minat (Y). Output pada tabel 4.13 menunjukkan hasil dari output "*Coefficients*" nilai sig. variabel lokasi (X3) sebesar $.032 < 0,05$ (H1 diterima sedang H0

ditolak). Dengan demikian, variabel Lokasi berpengaruh signifikan terhadap variabel minat

Hasil ini sesuai dengan penelitian Nova Atriana dengan hasil penelitian yang menunjukkan data pada nilai f hitung adalah 49.283, sedangkan pada f tabel diperoleh sebesar 3.09 maka nilai tersebut menjelaskan bahwa nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh secara simultan antara variabel independen (X1, X2) terhadap variabel dependen (Y).

Hasil f hitung pada penelitian ini sebesar $4,752 > f_{tabel}$ yaitu 2,70, dengan hasil ini menunjukkan bahwa H_1 diterima, karena nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ 0,05 (5%). Dengan demikian, ada pengaruh Promosi (X1), Pengetahuan (X2), dan Lokasi (X3) terhadap Minat (Y) menjadi nasabah Bank Umum Syariah (BUS).

B. Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian tersebut, terdapat beberapa saran dengan harapan akan ada hasil yang lebih baik dipenelitian selanjutnya terkait Pengaruh Promosi, Pengetahuan, dan Lokasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Umum Syariah, yaitu:

1. Bagi Akademisi

Penelitian ini memiliki keterbatasan hanya meneliti variabel Promosi, Pengetahuan, dan Lokasi yang mempengaruhi Minat Menjadi Nasabah Bank Umum Syariah. Maka, pada penelitian selanjutnya diharapkan untuk meneliti lebih dalam agar terdapat perbedaan dengan penelitian ini.

2. Bagi Bank Umum Syariah

Penelitian ini dilakukan dan dibatasi pada Bank Umum Syariah yang ada di Kabupaten Ogan Komering Ilir, yaitu Bank Syariah Indonesia dan Bank Muamalat Indonesia. Maka, peneliti berharap Bank Umum Syariah dapat berperan aktif dalam memberikan pemahaman melalui sosialisasi produk jasa BUS kepada masyarakat pedesaan. agar dapat menambah wawasan masyarakat serta mendukung perkembangan ekonomi syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Ismail, *Perbankan Syariah*, (Ed. 1. Cet, V; Jakarta:Kencana, 2007), h.29.
- Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011), h.38.
- BSI, Bank Hasil Marger Untuk Perkuat Ekosistem Ekonomi Syariah” *Bank Syariah Indonesia* (blog), Oktober 2021.s
- BSI, Bank Hasil Marger Untuk Perkuat Ekosistem Ekonomi Syariah,” *Bank Syariah Indonesia* (blog), Oktober 2021.
- Danang Sunyoto, *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*, Cet ke-1, Yogyakarta,
- Freedy Rangkuti, *Strategi Promosi Yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2010), h.27
- Justin G. Longnecker Dan Carlos W. Moore, j. Willian Petty, *Kewirausahaan, salemba Empat*, (Jakarta, 2010), h..240
- Abdul Rahman Shaleh dan Muhibb Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar* (Jakarta:Prenadamedia, 2004), 262.
- Putri, Vivi, A, “*Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan, Dan Bagi Hasil Isyariah Cabang Solo*”, 11 (2016): 58.
- Tambunan N R dan Nasution I S, “*Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menabung di Bank BCA kota Medan (studi kasus etnis cina)*”, (Skripsi, 2013): 23 .
- Nurhayati, “*Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan lokasi terhadap minat menjadi nasabah di lembag keangan mikro syariah*”, (2016): 16.
- Junadia , “*Pengaruh Pelayanan, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Minat Menabung Pada BNI Syariah Kcp Tomoni*”, (2019): 20.
- Atriana, Nova “*Pengaruh Reputasi Dan Inovasi Produk Tabungan Terhadap Keputusan Menabung Pada Bank Syariah Di Bandar Lampung.*” UIN Raden Intan Lampung, (2017): hlm. 39.
- Jasmani, *Pengaruh Promosi dan Pengembangan Produk Terhadap Peningkatan Hasil Penjualan.* “*Jurnal Ilmiah Semarak*”. 2018. Hal. 145.

- Lailii Widyastuti Nurul'aini, *Pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap minat nasabah menabung pada produk tabungan pendidikan* (Skripsi: UIN Walisongo, 2019), hlm. 21
- Eko Mardiyanto, *Implementasi marketing mix dalam pemasaran perbankan syariah*, Jurnal: Pemikiran dan penelitian ekonomi Islam, No. 1 (2021), hlm. 98.
- Feti Rukmanasari, Skripsi "*Pengaruh Pengetahuan, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Nasabah menggunakan Jasa Pegadaian*",(2017): 28.
- Taslim, *Pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung masyarakat di bank BNI syariah KCP Wonomulyo* (Skripsi: UIN Makassar, 2018), hlm.28
- Ahmad Mustag, *The Furture of Economics: An Islamic Perspektif*, Asy Syaamil Press & Grafika, jakarta, 2001, Hlm. 35
- Ali hasan, *Marketing dan Bank Syariah*, Ghalia Indonesia, Bogor, 2010, hlm. 25-26.
- Monle Lee dan Carla Johnson, *Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global*, (Ed. 1. Cet, 1; Jakarta:Prenada, 2004), h. 330-331.
- Dr. Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*, (Yogyakarta:ANDI, 2016), h. 148-150.
- Basu Swastha & Irwan, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty Offset, 1997), hal. 345-353
- Hasibuan, Malayu. *Perbankan Islam*, Jakarta : PT Bumi Aksara, 2002.
- Roslina, *Pengaruh Pengetahuan Produk, dan Citra Merek Terhadap Pembelian Produk*. Jurnal Bisnis dan Manajemen. Vol X, No. 2 (2009),51.
- Sulistiyono, Muhamad, Aris, *Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Promosi dan Tingkat Pendapatan Konsumen Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah*. Jurnal Ilmiah. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia, (2016).
- Basu Swastha, *Asas-asas Pemasaran*, (Yogyakarta: Liberty, 2002), 24
- Ratih huriyati, *Bauran Pemasaran Dal Layanan Konsumen*, (Bandung: Alfabeta. 2005), hlm. 55.

Kasmir, *Pemasaran Bank*, 145

Rahman Shaleh dan Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar*, 262–63.

Yuliana Siti Chotifah, “Peningkatan Minat Menabung di Bank Syariah melalui Program Office Channeling,” *Journal of Finance and Islamic Banking* 1, no. 1 (2018): 66.

Yulia Putri dkk., “Strategi Meningkatkan Minat Menabung di Bank Syariah Melalui Penerapan Religiusitas,” *Jurnal Manajemen dan Bisnis Performa* 16, no. 81.

Sokhikhatul Mawadah, Fernaldi Anggadha Ratno, (2017), “*Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menjadi Anggota KSPM UIN Walisongo Semarang dalam Perspektif Islam*”, hlm. 144.

Muhammad, Kautsar Audytra. (2014). “*Pengaruh Pengetahuan Warga tentang Perbankan Syariah terhadap Minat Memilih Produk Bank Muamalat*”. Skripsi UIN Jakarta.

Slameto, *Belajar dan factor-faktor yang mempengaruhinya*, 2003 hlm 180.

Rozi Andrini, “Pelayanan Bank Syariah Serta Pengaruhnya Terhadap Minat Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau),” *Jurnal Tabarru’ : Islamic Banking and Finance* 3, no. 1 (2020): 26.

Rahman Shaleh dan Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar*, 264.

Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2012), h.76

Uswah Wardiana, *Psikologi Umum*, (Jakarta:PT Bina Ilmu, 2004) hal 58.

Abu Ahmadi, *Psikologi Umum*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2003) hal 113.

Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 128–135.

Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metode Penelitian*. (Yogyakarta : Teras, 2009). Hlm. 99-100.

Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kompetensi dan Prakteknya*. Jakarta: Bumi Aksara, 2007), 157.

- Uhar Suharsaputra, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan* (Bandung: Refika Aditama, 2012), 49.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. (Bandung: Alfabeta, 2013), 64.
- Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, t.t.), 61-62.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, 120.
- Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013), 111.
- Priyono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Sidoarjo: Zifatama Publishing, 2008), 43.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, 178.
- Azhari Akmal Tarigan, et. al., *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Medan: La Tansa Press, 2011), h. 57.
- Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Indonesia: Salemba Empat, 2011), 67.
- Duwi Priyatno, *Pengolahan Data Terpraktis*, (Yogyakarta: CV Amdi Offset, 2014), 51.
- Husein Umar, *Metode Riset Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2002), h. 105.
- Imam Ghozali, *"Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23"*. (Semarang: Universitas Diponegoro 2013), hlm. 53
- Purbayu Budi Santosa dan Anshari, *Analisis Statistik Dengan Microsoft Excel & SPSS* (Yogyakarta: ANDI, 2005), 242.
- Syofian Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), 410.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

**PENGARUH PROMOSI, PENGETAHUAN, DAN LOKASI
TERHADAP MINAT MENJADI NASABAH BANK UMUM
SYARIAH
(Desa Margo Bhakti Kecamatan Mesuji Kabupaten Ogan
Komerling Ilir)**

OUTLINE

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

BAB I. PENDAHULUAN

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

BAB II. LANDASAN TEORI

A. Promosi

1. Pengertian Promosi
2. Prinsip Promosi Dalam Islam
3. Peran Promosi Dalam Pemasaran
4. Komponen Alat-alat Promosi

B. Pengetahuan

1. Pengertian Pengetahuan
2. Jenis-jenis Pengetahuan
3. Proses Terbentuknya Pengetahuan
4. Faktor yang Mempengaruhi Terbentuknya Pengetahuan
5. Indikator Tingkat Pengetahuan

C. Lokasi

D. Minat

1. Pengertian Minat
2. Sifat-sifat yang Menyebabkan Minat
3. Faktor yang Mempengaruhi Minat
4. Indikator Penyebab Minat
5. Kondisi yang Mempengaruhi Minat
6. Hubungan Minat Dengan Promosi, Pengetahuan, dan Lokasi
7. Proses Terbentuknya Minat

E. Kerangka Berpikir

F. Pengujian Hipotesis

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan sifat penelitian

1. Pendekatan Penelitian
2. Jenis Penelitian

B. Definisi Operasional Variabel

C. Populasi, Sample, dan Teknik Sampling

1. Populasi

2. Sample
3. Teknik Sampling
- D. Teknik Pengumpulan Data
 1. Kuesioner
 2. Dokumentasi
- E. Instrumen Penelitian
 1. Jenis Instrumen
- F. Teknik Analisa Data
 1. Uji Instrumen
 2. Uji Asumsi Klasik
 3. Uji Regresi Berganda
 4. Uji Kesesuaian

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Masyarakat Desa Margo Bhakti Kecamatan Mesuji Kabupaten Ogan Komering Ilir
 - a. Sejarah Desa Margo Bhakti Kecamatan Mesuji Kabupaten Ogan Komering Ilir Sumatera Selatan
 - b. Struktur Aparatur Desa Margo Bhakti Kecamatan Mesuji Kabupaten Ogan Komering Ilir
 - c. Sumber Daya Manusia (Kesibukan Masyarakat Sehari-hari) Desa Margo Bhakti Kecamatan Mesuji Kabupaten Ogan Komering Ilir
 - d. Gambaran Bank Umum Syariah di Desa Margo Bhakti Kecamatan Mesuji Kabupaten Ogan Komering Ilir
2. Gambaran Umum Responden
 - 1) Penyebaran Responden Berdasarkan Variabel
 - 2) Menurut Jenis Kelamin
 - 3) Berdasarkan Usia Responden
 - 4) Berdasarkan Jenis Pekerjaan

- 5) Berdasarkan Alamat Responden
3. Analisis Data
 - 1) Uji Instrumen
 - 2) Uji Asumsi Klasik
 - 3) Analisis Regresi Berganda
 4. Pengujian Hipotesis
 - 1) Uji Parsial (uji t)
 - 2) Uji Simultan (uji f)
 - 3) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

B. Pembahasan

BAB V. PENUTUP

A. Kesimpulan

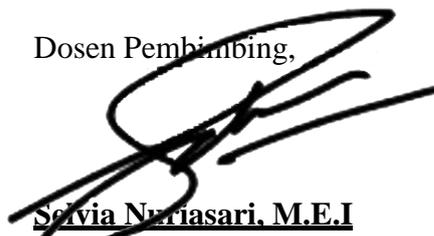
B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Dosen Pembimbing,

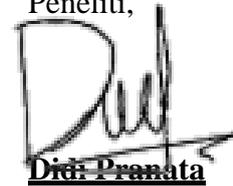


Selvia Nuriasari, M.E.I

NIP. 198108282009122003

Metro, 10 Juni 2022

Peneliti,



Didit Pranata

NPM.

1804101027

ALAT PENGUMPUL DATA (APD)

PENGARUH PROMOSI, PENGETAHUAN, DAN LOKASI TERHADAP

MINAT MENJADI NASABAH BANK UMUM SYARIAH

(Desa Margo Bhakti Kecamatan Mesuji Kabupaten Ogan

Komering Ilir)

A. KUESIONER

- **Kuesioner Untuk Masyarakat Desa Margo Bhakti**

Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 100 penduduk Desa Margo Bhakti Kecamatan Mesuji Kabupaten Ogan Komering Ilir yang terdiri menjadi beberapa bagian variabel.

1. Promosi

- a. Dalam mempromosikan produk jasanya Bank Umum Syariah (BUS) sering menggunakan cara door to door secara detail, singkat dan jelas.
- b. Melalui media sosial Instagram Bank Umum Syariah mempromosikan produk dan jasanya secara menarik dan mudah dipahami.

- c. Di Desa tempat tinggal saya terdapat banyak Brosur dan Benner yang menyajikan informasi lengkap tentang produk dan jasa Bank Umum Syariah beserta kemudahan sistemnya.
- d. Dalam sosialisasinya Bank Umum Syariah selalu mengutamakan Kejujuran dan Transparan kepada calon nasabah sesuai dengan syariat Islam.

2. Pengetahuan

- a. Tabungan Syariah merupakan produk Bank Umum Syariah (BUS) yang paling banyak di minati.
- b. Keuntungan Bank Umum Syariah ditetapkan dengan sistem Bagi Hasil (Nisbah).
- c. Saya menggunakan produk Bank Umum Syariah (BUS) karena sesuai dengan keadaan dan kondisi Saya.
- d. Prosedur untuk melakukan Pembiayaan atau Pinjaman Syariah di Bank Umum Syariah sangat mudah di pahami oleh Saya.
- e. Saya mendapatkan berbagai manfaat melalui penggunaan transaksi di Bank Umum Syariah.

3. Lokasi

- a. Lokasi kantor cabang Bank Umum Syariah (BUS) sangat strategis karena berada di pusat keramaian.

- b. Jarak antara Kantor Cabang Bank Umum Syariah dengan tempat tinggal Saya lebih dekat dibandingkan dengan Bank Konvensional.
- c. Akses jalan menuju kantor cabang Bank Umum Syariah (BUS) dapat Saya tempuh dari desa dengan lancar.

4. Minat

- a. Saya berminat menjadi nasabah Bank Umum Syariah karena cara mempromosikan produk dan jasanya sangat detail, menarik dan mudah di pahami.
- b. Saya berkeinginan menjadi nasabah Bank Umum Syariah karena wawasan yang Saya dapat dari media iklan yang digunakan BUS.
- c. Saya berminat menjadi nasabah Bank Umum Syariah karena lokasi kantor cabang yang dekat dengan rumah Saya dan sangat strategis.
- d. Berdasarkan pernyataan diatas, Saya mempunyai minat menjadi nasabah Bank Umum Syariah (BUS).

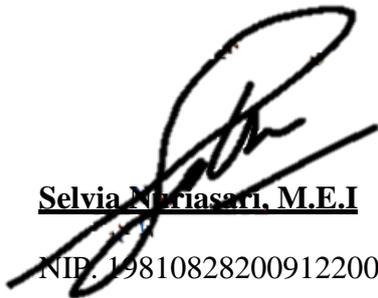
B. DOKUMENTASI

1. Sejarah Desa Margo Bhakti Kecamatan Mesuji Kabupaten Ogan Komerling Ilir.
2. Profil dari Desa Margo Bhakti Kecamatan Mesuji Kabupaten Ogan Komerling Ilir.

3. Struktur Aparatur Desa Margo Bhakti Kecamatan Mesuji Kabupaten Ogan Komering Ilir.
4. Buku yang berkaitan dengan Bank Umum Syariah (BUS).

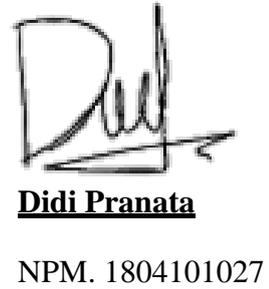
Metro, 7 Juni 2022

Dosen Pembimbing,



Selvia Nuriasari, M.E.I
NIP. 198108282009122003

Peneliti,



Didi Pranata
NPM. 1804101027

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

| Pr df | 0.25 0.50 | 0.10 0.20 | 0.05 0.10 | 0.025 0.050 | 0.01 0.02 | 0.005 0.010 | 0.001 0.002 |
|------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|------------------------------|----------------------------|------------------------------|------------------------------|
| 81 | 0.67753 | 1.29209 | 1.66388 | 1.98969 | 2.37327 | 2.63790 | 3.19392 |
| 82 | 0.67749 | 1.29196 | 1.66365 | 1.98932 | 2.37269 | 2.63712 | 3.19262 |
| 83 | 0.67746 | 1.29183 | 1.66342 | 1.98896 | 2.37212 | 2.63637 | 3.19135 |
| 84 | 0.67742 | 1.29171 | 1.66320 | 1.98861 | 2.37156 | 2.63563 | 3.19011 |
| 85 | 0.67739 | 1.29159 | 1.66298 | 1.98827 | 2.37102 | 2.63491 | 3.18890 |
| 86 | 0.67735 | 1.29147 | 1.66277 | 1.98793 | 2.37049 | 2.63421 | 3.18772 |
| 87 | 0.67732 | 1.29136 | 1.66256 | 1.98761 | 2.36998 | 2.63353 | 3.18657 |
| 88 | 0.67729 | 1.29125 | 1.66235 | 1.98729 | 2.36947 | 2.63286 | 3.18544 |
| 89 | 0.67726 | 1.29114 | 1.66216 | 1.98698 | 2.36898 | 2.63220 | 3.18434 |
| 90 | 0.67723 | 1.29103 | 1.66196 | 1.98667 | 2.36850 | 2.63157 | 3.18327 |
| 91 | 0.67720 | 1.29092 | 1.66177 | 1.98638 | 2.36803 | 2.63094 | 3.18222 |
| 92 | 0.67717 | 1.29082 | 1.66159 | 1.98609 | 2.36757 | 2.63033 | 3.18119 |
| 93 | 0.67714 | 1.29072 | 1.66140 | 1.98580 | 2.36712 | 2.62973 | 3.18019 |
| 94 | 0.67711 | 1.29062 | 1.66123 | 1.98552 | 2.36667 | 2.62915 | 3.17921 |
| 95 | 0.67708 | 1.29053 | 1.66105 | 1.98525 | 2.36624 | 2.62858 | 3.17825 |
| 96 | 0.67705 | 1.29043 | 1.66088 | 1.98498 | 2.36582 | 2.62802 | 3.17731 |
| 97 | 0.67703 | 1.29034 | 1.66071 | 1.98472 | 2.36541 | 2.62747 | 3.17639 |
| 98 | 0.67700 | 1.29025 | 1.66055 | 1.98447 | 2.36500 | 2.62693 | 3.17549 |
| 99 | 0.67698 | 1.29016 | 1.66039 | 1.98422 | 2.36461 | 2.62641 | 3.17460 |
| 100 | 0.67695 | 1.29007 | 1.66023 | 1.98397 | 2.36422 | 2.62589 | 3.17374 |
| 101 | 0.67693 | 1.28999 | 1.66008 | 1.98373 | 2.36384 | 2.62539 | 3.17289 |
| 102 | 0.67690 | 1.28991 | 1.65993 | 1.98350 | 2.36346 | 2.62489 | 3.17206 |
| 103 | 0.67688 | 1.28982 | 1.65978 | 1.98326 | 2.36310 | 2.62441 | 3.17125 |
| 104 | 0.67686 | 1.28974 | 1.65964 | 1.98304 | 2.36274 | 2.62393 | 3.17045 |
| 105 | 0.67683 | 1.28967 | 1.65950 | 1.98282 | 2.36239 | 2.62347 | 3.16967 |
| 106 | 0.67681 | 1.28959 | 1.65936 | 1.98260 | 2.36204 | 2.62301 | 3.16890 |
| 107 | 0.67679 | 1.28951 | 1.65922 | 1.98238 | 2.36170 | 2.62256 | 3.16815 |
| 108 | 0.67677 | 1.28944 | 1.65909 | 1.98217 | 2.36137 | 2.62212 | 3.16741 |
| 109 | 0.67675 | 1.28937 | 1.65895 | 1.98197 | 2.36105 | 2.62169 | 3.16669 |
| 110 | 0.67673 | 1.28930 | 1.65882 | 1.98177 | 2.36073 | 2.62126 | 3.16598 |
| 111 | 0.67671 | 1.28922 | 1.65870 | 1.98157 | 2.36041 | 2.62085 | 3.16528 |
| 112 | 0.67669 | 1.28916 | 1.65857 | 1.98137 | 2.36010 | 2.62044 | 3.16460 |
| 113 | 0.67667 | 1.28909 | 1.65845 | 1.98118 | 2.35980 | 2.62004 | 3.16392 |
| 114 | 0.67665 | 1.28902 | 1.65833 | 1.98099 | 2.35950 | 2.61964 | 3.16326 |
| 115 | 0.67663 | 1.28896 | 1.65821 | 1.98081 | 2.35921 | 2.61926 | 3.16262 |
| 116 | 0.67661 | 1.28889 | 1.65810 | 1.98063 | 2.35892 | 2.61888 | 3.16198 |
| 117 | 0.67659 | 1.28883 | 1.65798 | 1.98045 | 2.35864 | 2.61850 | 3.16135 |
| 118 | 0.67657 | 1.28877 | 1.65787 | 1.98027 | 2.35837 | 2.61814 | 3.16074 |
| 119 | 0.67656 | 1.28871 | 1.65776 | 1.98010 | 2.35809 | 2.61778 | 3.16013 |
| 120 | 0.67654 | 1.28865 | 1.65765 | 1.97993 | 2.35782 | 2.61742 | 3.15954 |

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

Tabel r untuk df = 51 - 100

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



**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-1909/In.28/D.1/TL.00/06/2022
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
Kepala Desa Margo Bhakti Kec.
Mesuji Kab. Ogan Komering Ilir
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-1910/In.28/D.1/TL.01/06/2022,
tanggal 09 Juni 2022 atas nama saudara:

Nama : **DIDI PRANATA**
NPM : [1804101027](#)
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di Margo Bhakti Kec. Mesuji Kab. Ogan Komering Ilir, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PENGARUH PROMOSI, PENGETAHUAN, DAN LOKASI TERHADAP MINAT MENJADI NASABAH BANK UMUM SYARIAH".

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 09 Juni 2022
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Siti Zulaikha S.Ag, MH
NIP [19720611 199803 2 001](#)



PEMERINTAH KABUPATEN OGAN KOMERING ILIR
KECAMATAN MESUJI
DESA MARGO BHAKTI

Jalan Desa Margo Bhakti Blok D Kode Pos 30681

Nomor : 300 / MB – MES / 2022

Margo Bhakti, 21 Juni 2022

Lampiran : -

Perihal : **Balasan Permohonan
Izin Research**

Kepada Yth.
Rektor Institut Agama Islam Negeri Metro

Di-

Tempat

Dengan hormat,

Berdasarkan surat nomor : B-1910/In.28/D.1/TL.01/06/2022 Tanggal 09 Juni 2022

Permohonan Ijin Research/survey Kepada Mahasiswa :

Nama : DIDI PRANATA

NPM : 1804101027

Jurusan : S1 PERBANKAN SYARIAH

Bersama ini kami sampaikan bahwa Mahasiswa di atas dapat kami terima untuk melakukan Research/survey di Desa Margo Bhakti Kecamatan Mesuji Kabupaten Ogan Komering Ilir kami terhitung mulai Tanggal 09 Juni sampai dengan Selesai.

Demikian surat Balasan ini agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan Terimakasih.





**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

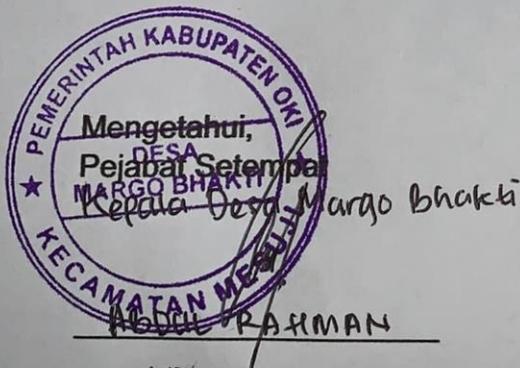
Nomor: B-1910/In.28/D.1/TL.01/06/2022

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

Nama : **DIDI PRANATA**
NPM : [1804101027](#)
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di Margo Bhakti Kec. Mesuji Kab. Ogan Komering Ilir, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PENGARUH PROMOSI, PENGETAHUAN, DAN LOKASI TERHADAP MINAT MENJADI NASABAH BANK UMUM 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 : 09 Juni 2022

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan,



Siti Zulaikha S.Ag, MH
NIP [19720611 199803 2 001](#)



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO**

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Didi Pranata

**Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/S1
PBS**

NPM : 1804101027

Semester/TA : 8/2022

| No | Hari/Tanggal | Hal Yang Dibicarakan | Tanda Tangan |
|----|-----------------------------|---|--------------|
| 1 | Jum'at, 11 Februari 2022 | Revisi : - Bank Syariah - Produk Bank Syariah - Masyarakat Sebagai Target Produk BUS - Bauran Pemasaran 7p - Pengetahuan Umum - Lokasi - Keputusan Menjadi Nasabah Catatan dr dosen : 1. Permasalahan yg anda uraikan spt disana masy kurang paham tt bu Dan disana tdk ada bus serta jauh dr bus tsb, berbeda dg judul yg and Ajukan 2. Footnote diperbaiki, silahkan baca buku pedoman 3. Ubah bodynote mjd footnote | |

Dosen Pembimbing


Selvia Nuriasari, M.E.I
NIP. 198108282009122003

Mahasiswa Ybs,


Didi Pranata
NPM. 1804101027



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO**

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Didi Pranata

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/S1

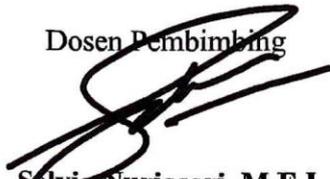
PBS

NPM : 1804101027

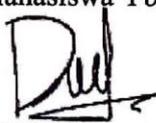
Semester/TA : 8/2022

| No | Hari/Tanggal | Hal Yang Dibicarakan | Tanda Tangan |
|----|-------------------------|--|---|
| 1 | Senin, 14 Februari 2022 | Perbaikan BAB I <ul style="list-style-type: none">- Latar Belakang (Penguraian Analisis)- Identifikasi Masalah BAB II <ul style="list-style-type: none">- Bauran Pemasaran (Merubah bodynote menjadi footnote dan penulisan footnote) | Permasalahan Bim sesuai dg Judul yg anda Angkat Perbanyak Referensi yg Sesuai dg judul Teori kurang |
| 2 | 15 feb 2022 | acc proposa | Batasan Mslh Dihilangkan |

Dosen Pembimbing


Selvia Nuriasari, M.E.I
NIP. 198108282009122003

Mahasiswa Ybs,


Didi Pranata
NPM. 1804101027



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO**

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Didi Pranata

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/S1

PBS

NPM : 1804101027

Semester/TA : 8/2022

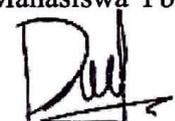
| No | Hari/Tanggal | Hal Yang Dibicarakan | Tanda Tangan |
|----|----------------------------|----------------------------|--------------|
| 1 | Kamis, 17 Februari 2022 | - ACC Untuk di Seminarakan | |

Dosen Pembimbing



Selvia Nuriasari, M.E.I
NIP. 198108282009122003

Mahasiswa Ybs,



Didi Pranata
NPM. 1804101027



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO**

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Didi Pranata

**Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/S1
PBS**

NPM : 1804101027

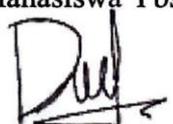
Semester/TA : 8/2022

| No | Hari/Tanggal | Hal Yang Dibicarakan | Tanda Tangan |
|----|----------------------|--|--------------|
| 1 | Senin, 18 April 2022 | <ul style="list-style-type: none">- Pendalaman BAB I- Pendalaman BAB II- Pendalaman BAB III <p>1. Uraikan mslh dimulai dr lokasi bus di sekitar desa, gambaran minat masy mjd nasabah Desa tsb dan kaitkan dg permasalahan dr 3 variabel x. Gambarkan tt masy di desa yg mjd Target penelitian mu</p> <p>2. Pertanyaan penelitian krg sesuai dg format pertanyaan penelitian kuantitatif. Cek buku Pedoman penulisan</p> <p>3. Identifikasi masalah tdk sesuai dg judul. Cnth anda menjelaskan disana tdk ada bus, ka Spt itu maka tdk usah diteliti.</p> <p>4. Hilangkan batasan masalah</p> <p>5. Manfaat penelitian scr praktis adl manfaat bg masy di desa tsb</p> <p>6. Teori : A. Minat B. Promosi C. Pengetahuan D. P Lokasi E. Hubungan variabel Y dan X, F. BUS. Masing2 teori ada indikator2nya</p> <p>7. Referensi msh sgt sedikit di teori. Diperbanyak baik dr jurnal maupun dr buku.</p> <p>8. Metopen : populasi bukan di ambil dari KK ttp dr jumlah penduduk berdasarkan (contoh Usia (cnth usia produktif) atau (contoh) populasi warga desa berdasarkan pekerjaan Kemudian ambil sampelnya pakai rumus slovin</p> <p>9. Metopen perbaikan total</p> | |

Dosen Pembimbing


Selvia Nurhasani, M.E.I
NIP. 198108282009122003

Mahasiswa Ybs,


Didi Pranata
NPM. 1804101027



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO**

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Didi Pranata

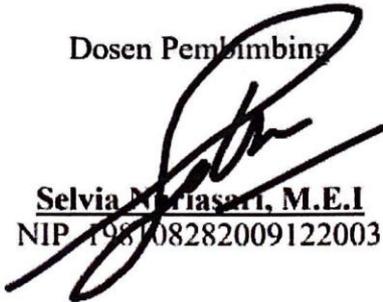
**Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/S1
PBS**

NPM : 1804101027

Semester/TA : 8/2022

| No | Hari/Tanggal | Hal Yang Dibicarakan | Tanda Tangan |
|----|---------------------|---|--------------|
| 1 | Selasa, 17 Mei 2022 | <p>REVISI Pendalaman :</p> <p>BAB I : Cover dll : Ubah mjd format u skripsi bukan proposal. BAB 1 : 1. Sbtkan bus2 yg ada di sekitar lokasi dan masalah di lapangannya blm diuraikan di lbm. Uraikan berdasarkan hsl di lapangan dimulai dr gambaran tt masy di desa nya dan gambaran minat masy di desa mjd nasabah bus di lokasi dan masy yg sdh mjd nasabah di bus lalu kaitkan dg masalah di lapangan yaitu tt 3 variabel x tsb dan y nya 2. Rumusan masalah : pertanyaannya dibuat selengkap2nya termasuk nama lokasi penelitian Footnote: Ubah body note mjd footnote spt pd halaman 7 BAB II : Bab 2 : referensi di tambahkan A. Minat 1. Minat disini adalah minat mjd nasabah atau minat konsumen jasa. Cari referensi2 tsb di buku perilaku konsumen jasa, manajemen pemasaran jasa dan diperkaya dg jurnnal2 yg penelitian mirip dg anda. 2. Minat : jlaskan hubungan minat dg 3 variabel x tsb, scr teori. Tambahkan tt proses terbentuknya minat B. Promosi Masukkan tt alat2 promosi dan prinsip promosi dlm Islam. C. Pengetahuan Masukkan proses terbentuknya pengetahuan. Dan faktor terbentuknya pengetahuan D. Lokasi Footnote tdk ada E. BUS 1. Jlaskan 1/2 halaman sj tt gambaran BUs termasuk prinsip bus 2. Jlaskan 1/2 halaman sj tt produk dan layanan bus F. Kerangka pemikiran Cek di buku pedoman</p> <p style="text-align: center;">- BAB III</p> | |

Dosen Pembimbing


Selvia Nurhasani, M.E.I
NIP. 198108282009122003

Mahasiswa Ybs,


DidiPranata
NPM. 1804101027



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO**

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Didi Pranata

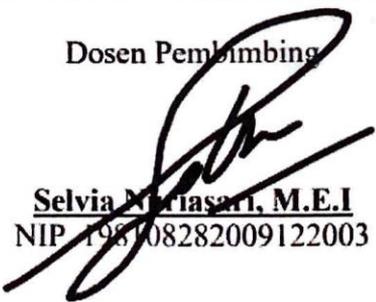
**Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/S1
PBS**

NPM : 1804101027

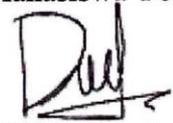
Semester/TA : 8/2022

| No | Hari/Tanggal | Hal Yang Dibicarakan | Tanda Tangan |
|----|---------------------|---|--------------|
| 1 | Selasa, 31 Mei 2022 | <p>REVISI Pendalaman :</p> <p>BAB III :Hal 52 dan 53. Indikator x1 dan x2 slh.</p> <p>Kuesioner dg x1,x2,x3 dan y kamu beda. Buat kuesioner wjb berpedoman pd teori Tambahkan di bagian informasi umum :</p> <ol style="list-style-type: none">1. Produk yg digunakan2. No hp <p>Kuesioner dibagi kedlm 4 bagian agar tdk melenceng dr teori :</p> <ol style="list-style-type: none">A. PromosiB. PengetahuanC. LokasiD. MinatE. Diakhiri dg : Berminat atau tidak | |

Dosen Pembimbing


Selvia Nurhasani, M.E.I
NIP. 198108282009122003

Mahasiswa Ybs,


DidiPranata
NPM. 1804101027



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO**

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Didi Pranata

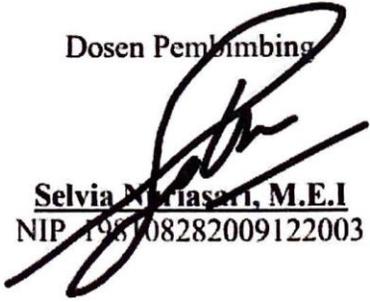
**Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/S1
PBS**

NPM : 1804101027

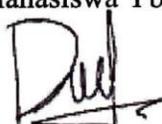
Semester/TA : 8/2022

| No | Hari/Tanggal | Hal Yang Dibicarakan | Tanda Tangan |
|----|--------------------|--|--------------|
| 1 | Kamis, 2 Juni 2022 | REVISI Pendalaman : BAB II : Penambahan Teori <ul style="list-style-type: none">- Kaitkan teori Promosi dengan Minat- Pengetahuan dengan Minat sampai konsumen jasa tertarik kepada produk jasa yang di tawarkan- Teori minat perspektif Islam Revisi APD Kuesioner: | |

Dosen Pembimbing


Selvia Nuriasari, M.E.I
NIP. 198108282009122003

Mahasiswa Ybs,


DidiPranata
NPM. 1804101027



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO**

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Didi Pranata

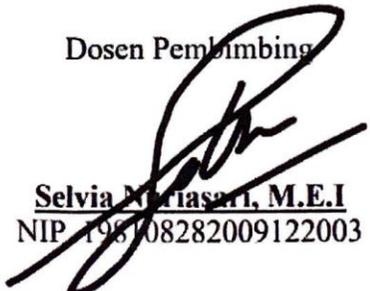
**Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/S1
PBS**

NPM : 1804101027

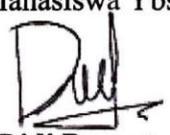
Semester/TA : 8/2022

| No | Hari/Tanggal | Hal Yang Dibicarakan | Tanda Tangan |
|----|--------------------|---|--------------|
| 1 | Senin, 6 Juni 2022 | <p>1. Silahkan diPerbaiki berdasarkan catatan dari ibu</p> <p>2. Pilihan angka dilengkapi. Contoh : >>>>>>> 5. Sangat setuju >>>>>>> 4. Setuju</p> <p>3. Contoh : A. Landasan teori 1. Promosi (hanya sampel saja, tdk dijadikan rujukan) a. Mempromosikan melalui media sosial yaitu instagram mengenai produk bus dengan menarik dan mudah dipahami b. Mempromosikan produk melalui door to door disampaikan secara detail, singkat dan jelas 2. Lokasi a. Lokasi bus dekat dengan rumah b. Lokasi bus di pusat kota / pusat keramaian 3. Minat menjadi nasabah pd bus a. Saya berminat krn promosi bus yg menarik dan mudah di pahami b. Saya berminat krn lokasi yang dekat rumah dan strategis</p> | |

Dosen Pembimbing


Selvia Mariasari, M.E.I
NIP. 198108282009122003

Mahasiswa Ybs,


Didi Pranata
NPM. 1804101027



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO**

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Didi Pranata

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/S1

PBS

NPM : 1804101027

Semester/TA : 8/2022

| No | Hari/Tanggal | Hal Yang Dibicarakan | Tanda Tangan |
|----|---------------------|---|--------------|
| 1 | Selasa, 7 Juni 2022 | REVISI : a. BAB III : Indikator b. APD Kuesioner Acc bab 1 sd 3, kuesioner | |


Dosen Pembimbing

Selvia Nuriasari, M.E.I
NIP. 198108282009122003

Mahasiswa Ybs,



DidiPranata
NPM. 1804101027



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO**

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Didi Pranata

**Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/S1
PBS**

NPM : 1804101027

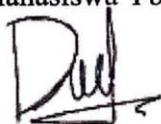
Semester/TA : 8/2022

| No | Hari/Tanggal | Hal Yang Dibicarakan | Tanda Tangan |
|----|----------------------|------------------------------|--------------|
| 1 | Jum'at, 10 Juni 2022 | Bimbingan Outline Acc | |

Dosen Pembimbing


Selvia Nurhasani, M.E.I
NIP. 198108282009122003

Mahasiswa Ybs,


DidiPranata
NPM. 1804101027



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO**

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Didi Pranata

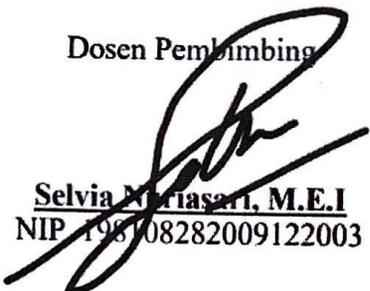
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/S1
PBS

NPM : 1804101027

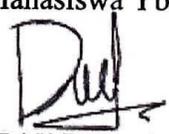
Semester/TA : 8/2022

| No | Hari/Tanggal | Hal Yang Dibicarakan | Tanda Tangan |
|----|----------------------|--|--------------|
| 1 | Rabu, 15 Juni 2022 | Bimbingan Skripsi : - BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan 1. Sebar ulang kuesioner 2. revisi data primer focus pekerja usia 25-45 tahun 3. focus pada 1 pernyataan (contoh x1 ada 4 pernyataan, cek mana yang respon positif terbanyak) 4. kesimpulan focus pada rumusan masalah | |
| 2 | Senin, 20 juni 2022 | Lengkapi profil dan deskripsi variabel untuk memper Kuat analisa pd pembahasan | |
| 3 | selasa, 21 juni 2022 | Rapikan isi dan sesuaikan dg urutan metopen | |

Dosen Pembimbing


Selvia Nuriasari, M.E.I
NIP. 198108282009122003

Mahasiswa Ybs,


Didi Pranata
NPM. 1804101027



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO**

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Didi Pranata

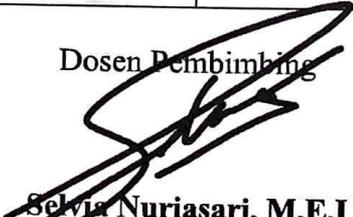
**Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/S1
PBS**

NPM : 1804101027

Semester/TA : 8/2022

| No | Hari/Tanggal | Hal Yang Dibicarakan | Tanda Tangan |
|----|---------------------|--|--------------|
| 1 | Kamis, 23 Juni 2022 | Bimbingan Skripsi : - BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan Deskripsi x1, x2 dan y blm ada. Deskripsi tsb berisi Uraian dari seluruh isi kuesioner pd msg2 variabel yg akan digunakan Dlm menganalisa hasil penelitian yg diletakkan pd pembahasan Acc skripsi | |

Dosen Pembimbing


Selvia Nuriasari, M.E.I
NIP. 198108282009122003

Mahasiswa Ybs,


DidiPranata
NPM. 1804101027



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

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

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-955/In.28/S/U.1/OT.01/06/2022**

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

Nama : Didi Pranata
NPM : 1804101027
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2021 / 2022 dengan nomor anggota 1804101027

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

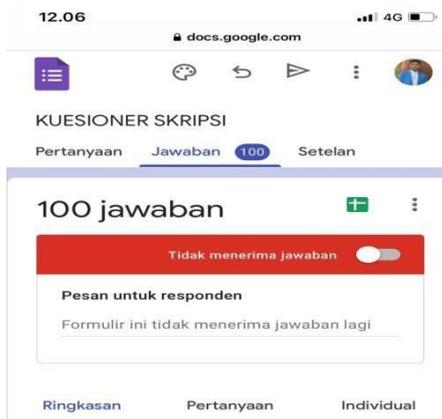
Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.



Metro, 23 Juni 2022
Kepala Perpustakaan

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

DOKUMENTASI



Jumlah Responden Desa Margo Bhakti Kecamatan Mesuji Kabupaten Ogan Komering Ilir

Alamat Rumah.

100 jawaban

Blok E Margo Bhakti

Blok C Margo Bhakti

Blok B Margo Bhakti

Blok H Margo Bhakti

Blok A Margo Bhakti

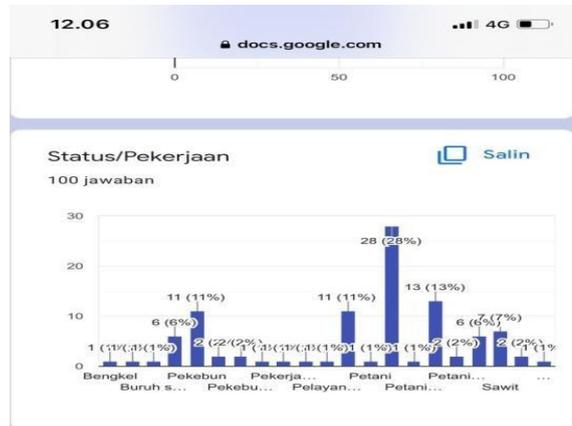
Blok F Margo Bhakti

Blok G Margo Bhakti

Blok D Margo Bhakti

Blok D margo Bhakti

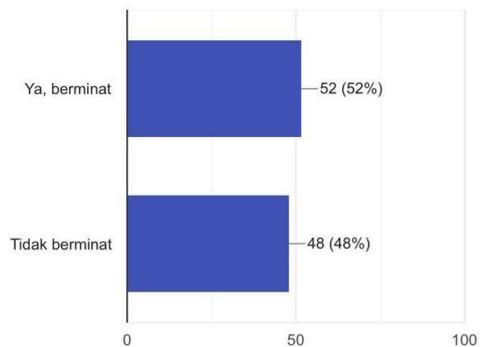
Alamat Responden



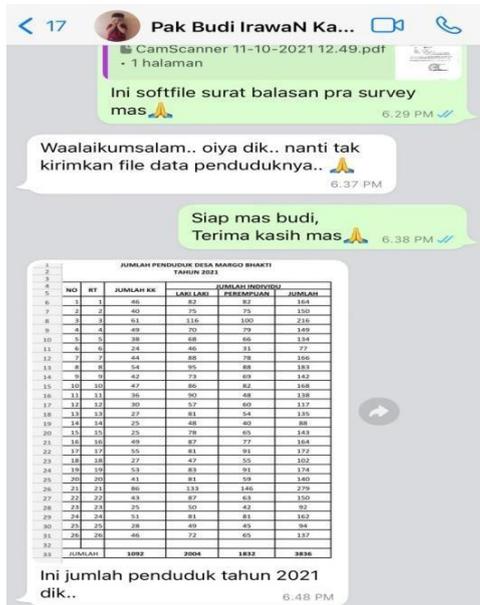
Jumlah Status/Pekerjaan Responden Desa Margo Bhakti Kecamatan Mesuji Kabupaten Ogan Komering Ilir

Berdasarkan pernyataan diatas, Saya mempunyai minat menjadi nasabah Bank Umum Syariah (BUS).

100 jawaban



Jumlah Keinginan/Minat Responden



Data Kependudukan Desa Margo Bhakti Kecamatan Mesuji Kabupaten Ogan Komering Ilir Tahun 2021

INFORMASI PENGGUNA DESA/KELURAHAN

Nama Desa/Kelurahan: MARGA BHAKTI

Kode Desa/Kelurahan (Ditjen PUM): 1602042008

Status Pemerintahan *
 Desa
 Kelurahan
 Nagari

Informasi
 Ukuran logo maksimal 100 K gunakan Microsoft Office Pic => Resize => 640 x 480 pixel

Logo Desa/Kelurahan
 No file chost

Luas Desa/Kelurahan (Ha): 2.424,0000

Tinggi DPL (M): 0 ?

Garis Bujur (Longitude): 105,063850 ?

Garis Lintang (Latitude): -3,961340 ?

Berbatasan langsung dengan Negara Lain ?
 Ya Tidak

Berbatasan langsung dengan Provinsi Lain ?
 Ya Tidak

Berbatasan langsung dengan Kabupaten/Kota Lain ?
 Ya Tidak

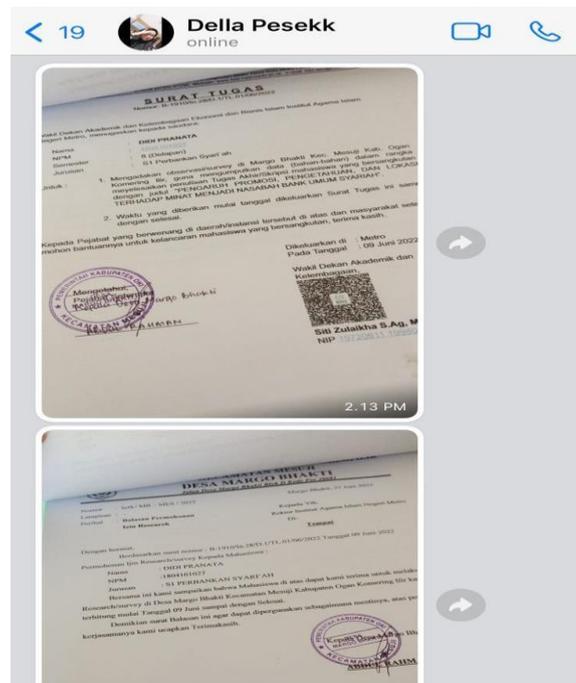
Berbatasan langsung dengan Kecamatan Lain ?
 Ya Tidak

Field yang wajib diisi

Data Luas Wilayah Desa Margo Bhakti Kecamatan Mesuji Kabupaten Ogan Komering Ilir

| PERANGKAT DESA | | SEKARANG | | |
|----------------|--------------------------------|---------------------|--------|----------------|
| NO | JABATAN | NAMA | ALAMAT | NO HP |
| 1 | KEPALA DESA | ABDUL RAHMAN | BLOK D | 0821 8600 2541 |
| 2 | SEKRETARIS DESA | FARID HADI SASONGKO | BLOK F | 0857 8897 9388 |
| 3 | KASI PEMERINTAHAN | AGUNG WIBOWO | BLOK D | 0823 8080 5310 |
| 4 | KASI KESEJAHTERAAN PELAYANAN | KARSIDI | BLOK G | 0852 6933 9704 |
| 5 | KAUUR TATA USAHA DAN UMUM | DIDIK EKO WIBOWO | BLOK A | 0823 7158 0598 |
| 6 | KAUUR PERENCANAAN DAN KEUANGAN | TIARA CLARISA | BLOK C | 0857 6805 1679 |
| 7 | KEPALA DUSUN I | ARIF SETIAWAN | BLOK A | 0812 4343 4342 |
| 8 | KEPALA DUSUN II | PUTRI AYU LESTARI | BLOK C | 0821 8407 9238 |
| 9 | KEPALA DUSUN III | MUHAMMAD AMZID | BLOK F | 0822 8189 4049 |
| 10 | KEPALA DUSUN IV | BAMBANG SUPRAPTO | BLOK G | 0822 8189 4049 |

Data Struktur Organisasi Desa Margo Bhakti Kecamatan Mesuji Kabupate Ogan Komering Ilir 2022



Bukti Balasan Surat Izin Research dan Surat Tugas dari Kepala Desa Margo Bhakti Kecamatan Mesuji Kabupaten Ogan Komering Ilir

RIWAYAT HIDUP



Peneliti bernama Didi Pranata lahir di Desa Margo Bhakti tanggal 24 Juli 2000, peneliti merupakan anak ketiga dari tiga bersaudara hasil pernikahan pasangan Bapak Kasman dan Ibu Siti Harisatun. bertempat tinggal di Blok E Desa Margo Bhakti Kecamatan Mersuji Kabupaten Ogan Komering Ilir, Sumatera Selatan.

Peneliti merasa sangat bangga dan bahagia karena lahir dikeluarga yang sangat menyayangi dan mencintainya. Berkat do'a serta dukungan dari keluarga baik secara material maupun non material sehingga peneliti dapat menyelesaikan pendidikannya.

Peneliti menyelesaikan pendidikan yang pernah ditempuh di SD Negeri 01 Mesuji Kabupaten OKI lulus pada tahun 2012, dan melanjutkan sekolah di SMP Negeri 06 Mesuji Kabupaten OKI dan lulus pada tahun 2015, kemudian peneliti melanjutkan sekolahnya di SMA Negeri 02 Mesuji Kabupaten Ogan Komering Ilir dan lulus pada tahun 2018, setelah itu peneliti melanjutkan pendidikan di salah satu Perguruan Tinggi Islam Negeri (PTKIN) dikampus Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, Lampung dan mengambil Program Studi Strata Satu (S1) Perbankan Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI).