DETERMINAN MINAT MASYARAT MENABUNG DI BANK SYARIAH PADA MASYARAKAT KELURAHAN SIDANGKAL

SKRIPSI

Diajukan sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Perbankan Syariah

Oleh:

REGINA PEBRIANI HIDAYATULLAH
NIM. 19 401 00193

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2025

DETERMINAN MINAT MASYARAT MENABUNG DI BANK SYARIAH PADA MASYARAKAT KELURAHAN SIDANGKAL

SKRIPSI

Diajukan sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Perbankan Syariah

Oleh

REGINA PEBRIANI HIDAYATULLAH

NIM. 19 401 00193

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANG SIDIMPUAN

2025

DETERMINAN MINAT MASYARAKAT MENABUNG DI BANK SYARIAH PADA MASYARAKAT KELURAHAN SIDANGKAL

SKRIPSI

Diajukan sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Perbankan Syariah

ACC untuk dimajukan
24/12/2024.

Oleh

REGINA PEBRIANI HIDAYATULLAH
NIM. 19 401 00193

ACC Skripsi
Kamis, 12-12-2024

PEMBIMBING I	PEMBIMBING II
Dra. Replita, M.Si	**Arti Damisa, M.E.I**
NIP.19690526 199503 2 001	**NIP.19812202 023212 0 39**

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANG SIDIMPUAN
2024

Hal : Lampiran Skripsi
An. **REGINA PEBRIANI HIDAYATULLAH**

Padangsidimpuan 24 Desember 2024

KepadaYth:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan
Ahmad Addary Padangsidimpuan

di-

Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n.**REGINA PEBRIANI HIDAYATULLAH** yang berjudul **"Determinan Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah Pada Masyarakat Kelurahan Sidangkal".** Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidimpuan.

Seiring dengan hal diatas, maka saudara tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggungjawabkan skripsi-nya ini.

Demikianlah kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama dari Bapak/Ibu, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikumWr. Wb.

PEMBIMBING I	**PEMBIMBING II**
Dra. Replita, M.Si	**Arti Damisa, M.E.I**
NIP. 19690526 199503 2 001	**NIP. 19812202 023212 0 39**

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	: REGINA PEBRIANI HIDAYATULLAH
NIM	: 19 401 00193
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi	: Perbankan Syariah
Judul Skripsi	: **"Determinan Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah Pada Masyarakat Kelurahan Sidangkal".**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan Pasal 14 ayat 12 tahun 2023.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam Pasal 19 Ayat 3 Tahun 2023 tentang Kode Etik Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidimpuan, 17 Februari 2025
Saya yang Menyatakan,

REGINA PEBRIANI HIDAYATULLAH
NIM. 19 401 00193

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary. Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	: REGINA PEBRIANI HIDAYATULLAH
NIM	: 19 401 00193
Program Studi	: Perbankan Syariah
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya	: Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan. Hak Bebas Royalti Non Ekslusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **"Determinan Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah Pada Masyarakat Kelurahan Sidangkal"**. Dengan Hak Bebas Royalti Non Ekslusif ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir Saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidimpuan
Pada tanggal : 17 Februari 2025
Yang menyatakan,

REGINA PEBRIANI HIDAYATULLAH
NIM. 19 401 00193

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan. T. Rizal Nurdin KM. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telepon. (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Nama : **Regina Pebriani Hidayatullah**
NIM : **19 401 00193**
Program Studi : **Perbankan Syariah**
Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis Islam**
Judul Skripsi : **Determinan Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah Pada Masyarakat Kelurahan Sidangkal**

Ketua

Dra. Hj. Replita, M.Si
NIDN. 2026056902

Sekretaris

Arti Damisa, M.E.I
NIDN. 2020128902

Anggota

Dra. Hj. Replita, M.Si
NIDN. 2026056902

Arti Damisa, M.E.I
NIDN. 2020128902

Dr. Rosnani Siregar, M.Ag
NIDN. 2026067402

Dr. Utari Evy Cahyani, MM
NIDN. 0621053703

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : **Padangsidimpuan**
Hari/Tanggal : **Kamis/ 20 Maret 2025**
Pukul : **13.00 WIB s/d 16.30 WIB**
Hasil/Nilai : **Lulus/ 80 (A)**
Indeks Predikat Kumulatif : **3,49**
Predikat : **Sangat Memuaskan**

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan. T. Rizal Nurdin KM. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telepon. (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

PENGESAHAN

Judul Skripsi	:	**Determinan Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah Pada Masyarakat Kelurahan Sidangkal**
Nama	:	**Regina Pebriani Hidayatullah**
NIM	:	**19 401 00193**

Telah dapat diterima untuk memenuhi
syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah

Padangsidimpuan, 18 Juni 2025
Dekan,

Prof. Dr. Darwis Harahap, S. HI., M. Si.
NIP. 19780818 200901 1 015

ABSTRAK

Nama : Regina Pebriani Hidayatullah
Nim : 19 401 00193
Judul : Determinan Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah Pada Masyarakat Kelurahan Sidangkal

Penelitian ini membahas tentang minat menabung di bank syariah di kota Padangsidimpuan khususnya pada masyarakat Kelurahan Sidangkal. Masyarakat di Keluarahan Sidangkal mayoritas beragama Islam tetapi minat masyarakat menabung di bank syariah sangat minim dikarenakan kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap bank syariah serta promosi yang dilakukan oleh bank syariah nyata nya masih kurang optimal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan dan promosi terhadap minat menabung di bank syariah pada masyarakat Kelurahan Sidangkal. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, dengan jumlah sampel 97 orang dengan teknik pengumpulan data menggunakan rumus slovin, kuisioner, wawancara dan pengamatan sumber data sekunder, teknik analisis data uji validitas, uji reabilitas, uji normalitas, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis (uji t, uji f dan uji R2). Hasil penelitian ini menunjukkan ada pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung masyarakat Kelurahan Sidangkal pada bank syariah, ada pengaruh promosi terhadap minat menabung masyarakat Kelurahan Sidangkal pada bank syariah, ada pengaruh pengetahuan dan promosi pada masyarakat Kelurahan Sidangkal terhadap minat menabung secara simultan pada bank syariah Kota Padangsidimpuan. Jadi dapat disimpulkan pengetahuan dan promosi menjelaskan minat masyarakat sebesar 41,8% sedangkan sisanya 58,2% dijelaskan oleh faktor lain diluar penelitian ini.

Kata Kunci : Minat Masyarakat, Pengetahuan, Promosi

ABSTRACT

Name : Regina Pebriani Hidayatullah
Nim : 19 401 00193
Title : Determinants of People's Interest in Saving in Sharia Banks in the Sidangkal Village Community

This study discusses the interest in saving in Islamic banks in Padangsidimpuan city, especially in the community of Sidangkal Village. The majority of people in Sidangkal Village are Muslim, but the interest of the community in saving in Islamic banks is very minimal due to the lack of public knowledge about Islamic banks and the promotion carried out by Islamic banks is still less than optimal. This study aims to determine the effect of knowledge and promotion on the interest in saving in Islamic banks in the community of Sidangkal Village. This study uses quantitative research, with a sample of 97 people with data collection techniques using the Slovin formula, questionnaires, interviews and observations of secondary data sources, data analysis techniques for validity tests, reliability tests, normality tests, classical assumption tests, and hypothesis tests (t-test, f-test and R2 test). The results of this study indicate that there is an influence of knowledge on the interest in saving of the Sidangkal Village community in Islamic banks, there is an influence of promotion on the interest in saving of the Sidangkal Village community in Islamic banks, there is an influence of knowledge and promotion on the Sidangkal Village community on the interest in saving simultaneously in Islamic banks in Padangsidimpuan City. So it can be concluded that knowledge and promotion explain the interest of the community by 41.8% while the remaining 58.2% is explained by other factors outside this study.

Keywords: Public Interest, Knowledge, Promotion

اصة

اسم : ريجينا بيبرياني هداية الله
ني م :٠٠١٩٣ ١٩ ٤٠١
عنوان : محددات اهتمام الناس بالادخار في البنوك الشرعية في مجتمع قرية سيدانجكال

تناول هذه الدراسة مدى الاهتمام بالادخار في البنوك الإسلامية في مدينة بادانجسيديمبوان، وخاصة في مجتمع قرية سيدانجكال. أغلبية الناس في منطقة سيدانجكال هم من المسلمين، ولكن اهتمام الجمهور بالادخار في البنوك الإسلامية ضئيل للغاية بسبب نقص المعرفة العامة حول البنوك الإسلامية والترويج الذي تقوم به البنوك الإسلامية لا يزال أقل من الأمثل. تهدف هذه الدراسة إلى تحديد تأثير المعرفة والترويج على الاهتمام بالادخار في البنوك الإسلامية بين سكان قرية سيدانجكال. اعتمدت هذه الدراسة على البحث الكمي، مع حجم عينة مكون من ٩٧ شخصًا مع تقنيات جمع البيانات باستخدام صيغةSlovin ، والاستبيانات والمقابلات وملاحظات مصادر البيانات الثانوية، وتقنيات تحليل البيانات لاختبارات الصلاحية، واختبارات الموثوقية، واختبارات الطبيعية، واختبارات الافتراض الكلاسيكية، واختبارات الفرضيات (اختبار t واختبار f واختبار R2). تشير نتائج هذه الدراسة إلى أن هناك تأثيرًا للمعرفة على الاهتمام بالادخار لدى مجتمع قرية سيدانجكال في البنوك الإسلامية، وهناك تأثير للترويج على الاهتمام بالادخار لدى مجتمع قرية سيدانجكال في البنوك الإسلامية، وهناك تأثير للمعرفة والترويج على مجتمع قرية سيدانجكال على الاهتمام بالادخار في وقت واحد لدى البنوك الإسلامية في مدينة بادانجسيديمبوان. وبذلك يمكن الاستنتاج أن المعرفة والترويج يفسران الاهتمام العام بنسبة ٤١,٨٪ في حين أن النسبة المتبقية (٥٨,٢٪) تفسرها عوامل أخرى خارج هذا البحث .

الكلمات المفتاحية: المصلحة العامة، المعرفة، الترويج

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji syukur ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Untaian shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada insan mulia Nabi Besar Muhammad SAW, figur seorang pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani, pencerah dunia dari kegelapan beserta keluarga dan para sahabatnya.

Skripsi ini berjudul: **"Determinan Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah Pada Masyarakat Kelurahan Sidangkal"**, ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Perbankan Syariah di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur, peneliti mengucapkan banyak terimaksih kepada:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, serta Bapak Dr. Erawadi, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Kelembagaan, Bapak Dr. Anhar, M.A., selaku Wakil Rektor Bidang

Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan, Alumni dan Kerjasama.

2. Bapak Prof. Dr. Darwis Harahap, S.HI, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan, Ibu Dr. Rukiah, S.E., M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Ibu Dra. Replita, M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan, Alumni dan Kerjasama.
3. Ibu Dr. Sarmiana Batubara, M.A sebagai Ketua Prodi Perbankan Syariah, serta seluruh civitas akademika Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.
4. Ibu Dra. Replita, M.Si selaku Pembimbing I, dan Ibu Arti Damisa, M.E.I selaku Pembimbing II peneliti ucapkan banyak terima kasih, yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan, dan petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas setiap kebaikan yang telah Ibu berikan.
5. Bapak Yusri Fahmi, M.Hum., selaku Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan (UIN SYAHADA) yang telah memberikan kesempatan dan

fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Bapak serta Ibu dosen Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan (UIN SYAHADA) yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan.
7. Teristimewa terima kasih kepada keluarga tercinta Ayahanda Irsal Hidayat Caniago dan Ibunda tercinta Elfi Sahara Lubis yang telah banyak melimpahkan pengorbanan, kasih sayang, bimbingan dan memberikan dukungan moral dan materil demi kesuksesan studi sampai saat ini serta do'a yang senantiasa mengiringi langkah peneliti. Do'a dan usaha mereka yang tidak mengenal lelah memberikan dukungan dan harapan dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT senantiasa membalas perjuangan mereka dengan surga firdaus-Nya. Serta kepada saudara saudari peneliti Candra Aditya Hidayatullah, Lestari Nurhidayah, Surya Muharram Hidayatullah, yang tiada henti-hentinya memberikan doa, dukungan serta semangat selama peneliti menyelesaikan skripsi ini dan semoga keluarga peneliti selalu dalam lindungan Allah SWT.
8. Terima kasih kepada saudara Agung Fitra Wanda Nasution atas doa dan dukungan dalam segi materi, waktu, tenaga dalam menyelesaikan skripsi ini dan tidak bosan memberikan motifasi untuk saya.

9. Buat teman teman seperjuangan di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, khususnya Perbankan Syariah 5 angkatan 2019 terimakasih atas dukungan, saran dan semangat kepada peneliti.

Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tidak terhingga kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada peneliti sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan.

Akhir kata, dengan segala kerendahan hati peneliti mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.

Padangsidimpuan, Maret 2025
Peneliti

REGINA PEBRIANI HIDAYATULLAH
NIM. 19 401 00193

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf `Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ṡa	ṡ	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	żal	ż	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	ṣad	ṣ	Es(dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	.‘.	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha

ء	Hamzah	..’..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

1. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	**Nama**	**Huruf Latin**	**Nama**
ـَ	fatḥah	A	A
ـِ	Kasrah	I	I
ـُ	ḍommah	U	U

2. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	**Nama**	**Gabungan**	**Nama**
.....يْ	fatḥah dan ya	Ai	a dan i
..... وْ	fatḥah dan wau	Au	a dan u

3. Maddah adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	**Nama**	**Huruf dan Tanda**	**Nama**
ا.....َ..... ى	fatḥah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
ى..ِ..	Kasrah dan ya	ī	i dan garis dibawah
و...ُ	ḍommah dan wau	ū	u dan garis di atas

C. Ta Mar butah

Transliterasi untuk tamar butah ada dua :

1. *Ta Marbutah* hidup yaitu *Ta Marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fatḥah, kasrah, dan ḍommah, transliterasinya adalah /t/.
2. *Ta Marbutah* mati yaitu *Ta Marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *Ta Marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *Ta Marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

D. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau *tasydid* yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

E. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu**ال .** Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

1. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah*adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

F. Hamzah

Dinyatakan didepan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

G. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il, isim*, maupun *huruf*, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

H. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf capital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf capital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf capital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal capital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

I. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin, Cetakan Kelima,* Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama, 2003.

DAFTAR ISI

SAMPUL DEPAN
HALAMAN SAMPUL
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI
BERITA ACARA MUNAQASYAH
LEMBAR PENGESAHAN DEKAN
ABSTRAK i
KATA PENGANTAR iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN viii
DAFTAR ISI xiii
DAFTAR TABEL xv
DAFTAR GAMBAR xvi

BAB I PENDAHULUAN
- **A. Latar Belakang Masalah 1**
- **B. Identifikasi Masalah 9**
- **C. Batasan Masalah 9**
- **D. Definisi Operasional Variabel 10**
- **E. Rumusan Masalah 11**
- **F. Tujuan Penelitian 11**
- **G. Manfaat Penelitian 12**
- **H. Sistematika Pembahasan 13**

BAB II Landasan Teori
- **A. Landasan Teori 15**
  1. Pengertian Bank Syariah 15
  2. Produk Bank Syariah 18
     a. Produk Penghimpun Dana 19
     b. Produk Pembiayaan 20
     c. Produk Jasa 21
  3. Perbedaan Bank Syariah Dengan Bank Konvensional 22
  4. Pengertian Minat 24
     a. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat 25
     b. Unsur-Unsur Minat 27
     c. Pengertian Minat Menabung 27
  5. Pengetahuan 28
     a. Pengertian Pengetahuan 28
     b. Indikator Pengetahuan 29
  6. Promosi 30
     a. Pengertian Promosi 30
     b. Tujuan Promosi 31
     c. Indikator Promosi 32

d. Promosi Dalam Islam 33
B. Penelitian Terdiahulu 34
C. Kerangka Pikir 41
D. Hipotesis 42

BAB III Metode Penelitian
A. Lokasi dan Waktu Penelitian 43
B. Jenis Penelitian 43
C. Populasi dan Sampel 44
1. Populasi 44
2. Sampel 44
D. Sumber Data 46
E. Teknik Pengumpulan Data 46
1. Angket 46
2. Dokumentasi 48
F. Teknik Analisis Data 48
1. Uji Validitas 48
2. Uji Realiabilitas 49
3. Uji Normalitas 49
4. Uji Asumsi Klasik 50
a. Uji Multikolinieritas 50
b. Uji Heterokedastisitas 51
5. Regresi Linear Berganda 51
6. Uji Hipotesis 52
a. Uji T 52
b. Uji F 52
c. Uji Determinasi (R^2) 53

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN
A. Gambaran Umum Penelitian 54
B. Struktur Organisasi Kelurahan Sidangkal 54
C. Hasil Analisis Data 56
D. Pembahasan Hasil Penelitian 64
E. Keterbatasan Penelitian 68

BAB V PENUTUP
A. Kesimpulan 70
B. Saran 70

DAFTAR PUSTAKA
DAFTAR RIWAYAT HIDUP
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Masyarakat Pengguna Bank Konvensional dan Bank Syariah	6
Tabel I.2	Definisi Operasional Variabel.....	10
Tabel II.1	Penelitian Terdahulu.....	34
Tabel III.1	Tabel Kuisioner	47
Tabel III.2	Kisi-kisi Kuisinoner.....	47
Tabel IV.1	Pengetahuan (X1)	56
Tabel IV.2	Promosi (X2)	56
Tabel IV. 3	Minat Masyarakat (Y)	57
Tabel IV.4	Hasil Uji Reliabillitas	57
Tabel IV.5	Hasil Uji Deskriptif	58
Tabel IV.6	Hasil Uji Normalitas.....	59
Tabel IV.7	Hasil Uji Multikolinearitas	60
Tabel IV.8	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	61
Tabel IV.9	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R2)	62
Tabel IV.10	Hasil Uji Parsial (Uji t).....	63
Tabel IV.11	Hasil Uji Simultan (Uji F)	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1	Kerangka Pikir.....	42
Gambar IV.1	Struktur Organisai Kelurahan Sidangkal Kecamatan Padangsidimpuan Selatan Perda No.7 Tahun 2003.....	55
Gambar IV.2	Hasil Uji Heterokedastisitas	60

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam perkembangan perekonomian dunia yang semakin berkembang dan mengalami kemajuan yang pesat di semua sektor, menuntut masyarakat Indonesia untuk berpartipasi agar tidak ketinggalan. Upaya yang maksimal perlu dilakukan dalam hal perbaikan di segala bidang yang ada, tidak terkecuali pada sektor perbankan, yang merupakan pusat dari sirkulasi keuangan masyarakat. Untuk itu perbankan diharapkan memberikan pelayanan yang memadai bagi kebutuhan masyarakat akan layanan keuangan yang semakin kompleks. Guna dalam memenuhi kebutuhan masyarakat di Indonesia sudah ada alternative lain selain bank konvensional, yaitu hadirnya bank syariah.

Kehadiran bank syariah di Indonesia pertama kali dimulai pada tahun 1992, yaitu berdirinya PT Bank Muamalat Indonesia (BMI) sebagai bank syariah pertama di Indonesia yang sesuai akte pendiriannya, berdiri pada tanggal 1 November 1991. Sejak tanggal 1 Mei 1992, BMI resmi beroperasi dengan modal awal sebesar Rp 106.126.382.000,-. [1] Perkembangan bank syariah di Negara Islam berpengaruh ke Indonesia. Pada awal periode 1980-an, pembahasan mengenai perbankan syariah sebagai pilar ekonomi Islam mulai dilakukan.[2] Perkembangan bank syariah pada era reformasi ditandai dengan disetujuinya Undang-Undang No.10 Tahun 1998 Tentang Perbankan. Di dalam Undang-Undang tersebut telah diatur dengan rinci landasan hukum serta jenis-

[1] *Http:// Www.Ojk.Go.Id* diakses pada Tanggal 20 Mei 2024 Pukul 22.54 PM.

[2] Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktikf* (Jakarta: gema insani, 2001), hlm.25.

jenis usaha yang akan dioperasikan dan diimplementasikan oleh bank syariah. Undang-Undang tersebut juga memberikan arahan bagi bank-bank konvensional untuk membuat cabang syariah atau bahkan mengkonversikan diri secara total meenjadi bank syariah.

Bank Syariah adalah sebuah lembaga keuangan yang berfungsi sebagai penghimpun dana dan menyalurkannya kepada masyarakat. Dimana sistem, tata cara, dan mekanisme kegiatan usahanya berdasarkan pada syariat Islam, yaitu al-Qur'an dan Hadist. Meskipun demikian ternyata perpepsi dan sikap masyarakat terhadap bunga bank dan sistem bagi hasil sangat beragam. Sebagaimana masyarakat yang menerima konsep bunga bank, sebagian menerima sistem bagi hasil namun tetap menerima konsep bunga bank, dan sebagian lainnya dengan ketat menolak konsep bunga bank. Sikap yang mencampur adukkan berbagai paradigma ini memberikan nuansa yang cukup menarik sebagai gambaran tentang pengetahuan, sikap, perpepsi, serta perilaku masyarakat dalam menyikapi kebijakan *dual banking system* tersebut.[3]

Minat menabung adalah kecendrungan hati yang tinggi terhadap aktifitas seseorang dalam menyisihkan dan menyimpan uangnya di bank.[4] Dengan unsur-unsur yang dikandung oleh minat maka minat dapat dianggap sebagai respon sadar, sebab jika tidak demikian maka minat bukan tidak akan berarti apa-apa. Minimnya minat masyarakat menabung di bank syariah dikarenakan kurangnya pengetahuan maupun pemahaman masyarakat tentang

[3] Anita Rahmawaty, Pengaruh Perpepsi Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Di BNI Syariah, Semarang", *Jurnal Ilmiah*, Volume 8 No. 1 Tahun 2014.

[4] Agus Yulistiyono, *Bonus Demografi Sebagai Peluang Indonesia Dalam Percepatan Pembangunan Ekonomi* (Jakarta: publish insani, 2016), hlm. 478.

bank syariah khususnya masyarakat Keluarahan Sidangkal dan masyasrakat hanya tau hal secara umum mengenai bank syariah dan kurang mengetahui secara mendalam seperti produk-produk yang tersedia di bank syariah karena banyak masyarakat menggunakan bank konvensional dalam kegiatan menabung/pembiayaan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat individual untuk memilih bank syariah adalah informasi dan penilaian, humanis dan dinamis, ukuran dan fleksibelitas pelayanan, kebutuhan, lokasi, keyakinan dan sikap, materialisme, keluarga, peran dan status, kepastian dalam menyimpan kekayaan, perilaku pasca pembelian, promosi langsung dan tidak langsung serta agama.[5]Pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki oleh konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen. Pengetahuan konsumen akan mempengarui minat menggunakan jasa pada Bank Syariah kota Padangsidimpuan dan pemahaman tentang bank syariah yang secara umum sudah baik. Kebanyakan masyarakat khususnya masyarakat Kelurahan Sidangkal sudah mengetahui bank syariah secara umum, hal tersebut juga diikuti dengan kurangnya pemahaman tentang riba. Selain itu, masyarakat kurang memiliki pengetahuan dan informasi tentang produk-produk apa saja yang ditawarkan oleh Bank Syariah. ketika peneliti bertanya terkait produk bank syariah kepada beberapa masyarakat yang menjadi nasabah mereka

[5] muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, 2014, hlm.9.

mengatakan sudah mengetahui tentang bank syariah secara umum baik sistemnya, maupun bagi hasil atas dana yang telah digunakan oleh pihak bank syariah. Dikarenakan kebanyakan masyarakat hanya menggunakan bank syariah sebagai alat penarikan gaji atau pembayaran uang sekolah.

Tetapi sebagian masyarakat juga kurang mengetahui produk apa saja yang ditawarkan dan akad apa saja yang digunakan. Meskipun masyarakat sudah memiliki pengetahuan tentang bank syariah secara umum dan mengenai produk bank syariah, namun minat menabung pada bank syariah masih kurang. [6] Hal tersebut dikarenakan beberapa faktor yaitu dikarenakan kurangnya kesadaran dari masyarakat untuk menghindari riba, dan kepercayaan masyarakat terhadap bank syariah. Menurut masyarakat pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat menabung, sehingga berbanding terbalik dengan teori yang menyatakan semakin tinggi pengetahuan konsumen dan masyarakat maka semakin tinggi minat untuk menabung di bank syariah.[7] Sebaliknya jika pengetahuan konsumen terhadap bank syariah kurang maka minat menabung juga kan rendah.

Promosi merupakan salah satu aspek penting dari bauran pemasaran atau *marketing mix* yang sangat penting dalam dunia pemasaran. Kegiatan memperkenalkan produk, meyakinkan dan mengingatkan kembali terhadap konsumen atau pembeli potensial, dengan harapan mereka tergerak hatinya untuk membeli suatu poruk. Sehingga dapat dikatakan bahwa tujuan pomosi

---

[6] Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana, 2010), hlm.145.

[7] Kristiyadi dan Sri Hartiyah, "Pengaruh Kelompok Acuan, Religiusitas, Promosi Dan Pengetahuan Tentang Lembaga Keuangan Syariah Terhadap Minat Menabung Di Koperasi Jasa Keuangan Syariah," *Jurnal Ekonomi Dan Teknik Informatika 5*, No. 6 (2016): 46, Https://E-Journal.Polsa.Ac.Id/Index.Php/Jneti/Article/View/35 .

adalah untuk menjangkau konsumen ditargetkan dan merasuki mereka untuk membeli.

Faktor lain yang mempengaruhi terhadap minat masyarakat menggunakan produk bank syariah selain pengetahuan adalah promosi. Dalam menunjukkan produk bank syariah yang dimiliki, bank juga harus memberikan informasi kepada masyarakat melalui promosi. Promosi yang dapat dilakukan bank harus memberikan informasi yang tepat dimana komunikasi beperan penting, dalam hal ini promosi merupakan sesuatu yang berharga. Dengan diadakan promosi masyarakat mengetahui apa saja ayang diberikan oleh bank serta menambah minat masyarakat untuk menabung. Namun tindakan promosi oleh bank juga bisa mengurangi niat masyarat bila dilakukan dengan tujuan yang tidak benar atau berlebihan. Oleh karena itu, bank harus dapat memanfaatkan dengan benar media promosi seperti iklan media cetak atau elektronik, promosi langsung atau mengadakan even/acara yang tersedia.

Sebagian masyarakat beranggapan masih kurangnya informasi yang diberikan oleh bank syariah melalui promosi atau sosialisasi tentang bank syariah kepada masyarakat baik secara langsung atau tidak langsung tentang produk dan jasa yang ditawarkan oleh bank syariah. Dalam promosi atau sosialisasi dari pihak bank syariah yang kurang memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada msayarakat umum terhadap produk yang ada di bank syriah itu berbeda dengan bank konvensional. Bahkan sebagian masyarakat pada umumnya masih ada yang mengganggap bahwa bank syariah sama

dengan bank konvensional dan menurut mereka membedakannya hanya dari segi bahasa.

Masyarakat juga belum mengetahui penting menabung di bank syariah karena terdapat manfaat yang banyak yang belum diketahui masyarakat awam, namun tentu memiliki perbedaan dengan bank konvensional. Hal itu dilihat dengan banyaknya masyarakat yang lebih memilih menabung di bank konvensional dibandingkan pada bank syariah. Promosi adalah salah satu aspek dari bauran pemasaran atau *marketing mix* yang snagat penting dalam dunia pemasaran. Kegiatan memperkenalkan produk, meyakinkan dan megingatkan kembali manfaat terhadap konsumen atau pembeli potensial, dengan harapan mereka tergerak hatinya untuk membeli produk.[8]

Kelurahan Sidangkal merupakan wilayah dengan luas 159.30km2 dengan jumlah penduduk sebanyak 4.903 jiwa. Dari hasil data yang di dapat jumlah KK di wilayah ini sebanyak 1.273 KK. Diketahui jumlah jiwa yang beragama islam sebanyak 3.987 jiwa, 888 jiwa beragama kristen dan 28 jiwa yang beragama katholik.[9] Dengan mayoritas masyarakat nya adalah muslim yang seharusnya sudah tahu apa itu bank syariah. Namun dari hasil observasi awal penelitian di lapangan masih sangat banyak masyarakat yang menggunakan bank konvensional dan banyak yang tidak mengerti tentang bank syariah. Hasil observasi awal yang dilakukan melalui wawancara pada

[8] Winda dan A Syathir Sofyan, *Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Minat Menabung Msyarakat Di Bank Syariah Indonesia KCP. Sidrap"* Vol 1, No. 3., 2021.

[9] Data Penduduk Kelurahan Sidangkal, (https://gis.dukcapil.kemendragi.go.id/peta/, Diakses Pada Selasa 15 Agustus 2023 Pukul 20.30 WIB)

masyarakat Kelurahan Sidangkal diketahui bahwa sebagian besar masyarakat menjadi nasabah di bank konvensional. Hal ini dapat di lihat pada tabel berikut:

Tabel I.1
Jumlah Masyarakat Pengguna
Bank Konvensional dan Bank Syariah

Keterangan	Jumlah (Orang)
Bank Syariah	17
Bank Konvensional	30

Sumber : Observasi dan Wawancara Dengan Masyarakat Kelurahan Sidangkal

Adapun alasan masyarakat tidak memilih bank syariah diantaranya yaitu masyarakat masih beranggapan bank syariah dan bank konvensional sama saja, hanya istilah yang di gunakan saja yang berbeda. Serta sudah melekatnya konsep bank konvensional di kalangan masyarakat, selain itu juga disebabkan karena keberadaan bank konvensional yang sudah menjamur di pelosok-pelosok daerah beserta kemudahan akses dan transaksi yang diberikan oleh bank konvensional.[10]

Dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh saudara Aziz Muslim yang membahas tentang Determinan Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah yang dimana dalam penelitian ini variabel yang dipakai adalah pengetahuan dan religiusitas. Hasil dari penelitian ini pengetahuan berpengaruh secara parsial terhadap minat menabung di bank syariah dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (8,193 > 1,662). Kedua religisitas berpengaruh secara parsial terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah $t_{hitung} > t_{tabel}$ (1,664 > 1,662). Ketiga pengetahuan dan religiusitas berpengaruh secara simultan terhadap

[10] Wawancara dengan Bapak Jufri dan Ibu Kurniawati Lubis Pada Tanggal 8 September 2023.

minat masyarakat menabung di bank syariah, hal tersebut dibuktikan dari $F_{hitung} > F_{tabel}$ (33,075 > 3,10) dengan nilai signifikan 0,000<0,1

Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Saudara Zikra Supri dan Saudari Indah yang membahas tentang Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Untuk Menabung di Perbankan Syariah Kota Palopo. Pada penelitian ini pengetahuan bank syariah tidak berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat pada bank syariah Kota Palopo. Promosi bank syariah berpengaruh positi signifikan terhadap minat menabung pada bank syariah Kota Palopo. Kualitas pelayanan bank syariah berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung masyarakarat pada Kota Palopo. Pengetahuan, promosi, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap minat menabung masyarakat pada bank syariah Kota Palopo.

Penelitian Selanjutnya yang dilakukan oleh Saudari Nzulul Anis Kurlillah yang membahas tentang Pengaruh Pengetahuan Dan Promosi Terhadap Minat Karyawan Industri Menabug Di Bank Syariah (Studi Pada Karwayan PT. Supernova). Yang dimana pada penelitian ini variabel pengetahuan dan promosi berpengaruh secara signifikan terhadap minat menjadi nassabah. Dan jika kita lihat secara simulan variabel XI (Pengetahuan), X2 (Promosi) sebagai variabel independen berpengaruh terhadap variabel Y (Minat Menabung). Dibuktikan berdasarkan hasil uji F tes yang menunjukkan bahwa F hitung lebih besar dari pada F tabel dengan nilai F hitung 8,970≥ 3,10 F tabel dan nilai probabilitas atau taraf signifikan 0,000 < 0,05. Hasil uji koefisien determinat (R2) sebesar 0,564% atau 56,4% yang

menunjukkan bahwa terhadap pengaruh X1 (Pengetahuan), X2 (Promosi), Y (Minat Menabung) sebanyak 56,4%.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas serta penelitian terdahulu, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **"Determinan Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah Pada Masyarakat Kelurahan Sidangkal"**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, peneliti meninjau identifikasi masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Minimnya minat menabung pada masyarakat Kelurahan Sidangkal di bank syariah.
2. Masyarakat Kelurahan Sidangkal tidak memiliki pengetahuan tentang bank syariah dan lebih memilih menabung di bank konvensional.
3. Promosi produk bank syariah kepada masyarakat Kelurahan Sidangkal masih kurang dan belum optimal.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, diketahui bebrapa masalah yang terjadi pada Masyarakat Kelurahan Sidangkal dalam menggunakan produk perbankan. Untuk menghindari pembahasan lebih lanjut dan memfokuskan penelitian ini pada masalah pengetahuan dan promosi Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Kelurahan Sidangkal).

D. Definisi Operasional Variabel

Variabel adalah objek survey atau objek focus survey yang nilainya dapat dibedakan dan diubah. Sesuai dengan judulnya, penelitian ini mengkaji dua variabel, dua variabel bebas (independen) dan satu variabel terikat (dependen). Tabel di bawah ini menunjukkan defenisi variabel operasional yang termasuk dalam penelitian ini :

Tabel. I.2
Definisi Operasional Variabel

Variabel Penelitian	Definisi Operasional Variabel	Indikator Variabel	Skala
Minat Masyarakat (Y)	Minat adalah rasa suka dan rasa ketertarikan terhadap suatu hal atau aktivitas tanpa ada suruhan dari siapapun.[11]	1. Aktif mencari informasi. 2. Keinginan menabung di bank syariah. 3. Kemudahan.	Interval
Faktor Pengetahuan (X1)	Pengetahuan adalah segala sesuatu yang diketahui mengenai berbagai macam produk dan jasa serta pengetahuan lainya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut.[12]	1. Pengetahuan tentang produk 2. Pengetahuan bank syariah 3. Pengetahuan pemakaian.	Interval
Faktor Promosi (X2)	Promosi adalah untuk menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru kemudian promosi juga	1. Periklanan 2. Promosi penjualan 3. Penjualan pribadi	Interval

[11] H. Djaali, *Psikologi Pendidikan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), hlm.121.

[12] Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, n.d.), hlm.121.

	berfungsi mengingatkan nasabah akan produk, promosi juga ikut mempengaruhi nasabah untuk membeli dan menggunakan produk tersebut.[13]		

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut :Apakah terdapat pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung pada bank syariah pada masyarakat Kelurahan Sidangkal?

1. Apakah pengetahuan berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah pada masyarakat Kelurahan Sidangkal?
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah pada masyarakat Kelurahan Sidangkal?
3. Apakah terdapat pengaruh pengetahuan dan promosi secara simultan terhadap minat menabung di bank syariah secara simultan pada masyarakat Kelurahan Sidangkal?

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian nya sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung masyarakat Kelurahan Sidangkal pada bank syariah.

[13] Herry Susanto and Khaerul Uman, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: pustaka setia, 2013), hlm.46.

2. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap minat menabung masyarakat Kelurahan Sidangkal pada dibank syariah.
3. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan dan promosi secara simultan terhadap minat menabung di bank syariah pada masyarakat Kelurahan Sidangkal.

G. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini diterapkan mampu memberikan manfaat kepada semua pihak:

1. Bagi Penulis

   Dengan adanya penelitian ini dapat memperkaya khasanah ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang perbankan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti secara teori maupun praktik yaitu tentang Determinan Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah Pada Masyarakat Kelurahan Sidangkal.

2. Bagi UIN SYAHADA Padangsidimpuan

   Penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi sebagai media pembelajaran dan bagi yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidimpuan yang berhubungan dengan Determinan Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah Pada Masyarakat Kelurahan Sidangkal.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai referensi dan perbandingan untuk peneliti selanjutnya yang seang meneliti dan berkaitan dengan penelitian yang sedang diteliti peneliti.

H. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan pemahaman peneliti ataupun pembaca dalam skripsi ini, maka akan dikemukakan sistematika atau hasil serta poin-poin penting :

Bab I pedahuluan, berisi tentang suatu pengantar, penjelasan latar belakang maslaah, identifikasi masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, dan kegunaan penelitian. Identifikasi maslaah adlah sebuah rangkaian yang berisi poin-poin untuk dijadikan objek masalah dalam perumusan maslaah. Batasan masalah diarahkan hanya pad aobjek yang sedang di teliti. Defenisi operasional variabel adlah menggambarkan setiap variabel yang digunakan dalam penelitian. Rumusan maslah merupakan mendeskripsikan hal-hal yang menjadi objek penelitian dan kegunaan penelitian adlah manfaat yang didapatkan setelah mendapatkan jawaban dari hasil penelitian.

Bab II Landasan Teori, berisi tentang teori-teori yang dikemukakan dan penelitian terdahulu yang dicantumkan pada penelitian ini. Berdasrakan teori dan hasil penelitian terdahulu, sehingga akan terbentuk suatu kerangka pemikiran dan penentuan hasil hipotesis pertama yang akan di uji. Penelitian terdahulu dimaksud untuk mendeskripsikan persamaan dan perbedaan penelitian yang relevan dengan penelitian yang yang diteliti. Kerangka berfikir

merupakan konsep variabel yang dibuat oleh peneliti untuk dilakukan penelitian. Dan hipotesis adalah jawaban sementara atau dugaan ada variabel yang terpengaruh dan memengaruhi.

Bab III Metode Penelitian, menjelaskan tentang variabel-variabel yang akan digunakan dalam penelitian serta defenisi operasionalnya, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data dan metode analisis data untuk mempeloreh tujuan penelitian yang dilakukan. Teknik pengumpulan data adalah proses tahapan dalam mengumpulkan data yang menjadi sumber data penelitian kemudian dilakukan pengolahan data sebagai hasil akhir untuk menjawab hiptesis penelitian.

Bab IV Hasil penelitian dan Pembahasan, menjelaskan tentang gambaran umum objek penelitian. Selain itu bab ini juga menguraikan suatu analisis data yang digunakan dalam penelitian ini serta melakukan pembahasan mengenai hasil analisis data dari objek penelitian. Gambaran umum lokasi penelitian, gambaran umum variabel dan deskripsi data penelitian serta memuat te,uan penelitian yang merupakan jawaban terhadap permasalahan penelitian yang telah dirumuskan.

Bab V Penutup, menyajikan secara singkat kesimpulan yang disimpulkan dalam penjabaran hasil pembahasan. Dalam bab ini juga berisi saran yang disampaikan kepada pihak perusahaan maupun pihak yang berkepentingan dalam penelitian ini.

BAB II
LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Pengertian Bank Syariah

Menurut UU. No.21 Tahun 2008, perbankan syariah merupakan segala sesuatu yang berhubungan dengan bank syariah dan unit usaha syariah yang mencakup kegiatan usaha, kelembagaan, hingga proses pelaksanaa kegiatan usahanya. Bank syariah adalah bank yang menjalankan segala aktifitas usahanya dengan melandaskan prinsip-prinsip syariah yang terdiri dari BUS (Bank Umum Syariah), BPRS (Bank Perkreditan Rakyat Syariah), dan UUS (Unit Usaha Syariah).[1]

Menurut Schaik bank islam adalah bentuk dari bank modern yang didasarkan pada hukum islam yang sah, dikembangkan pada abad pertama islam, menggunakan konsep berbagai resiko sebagai metode utama dan meniadakan keuntungan berdasarkan kepastian serta keuntungan yang ditentukan sebelumnya. Sedangkan Sudarsono menyatakan bahwa bank syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa lain dalam lalu litas pembayaran serta peredaran uang yang beroperasi dengan prinsip- prinsip syariah.[2]

Seperti yang telah disebutkan diatas, bank syariah dalam sistem serta kegiatan operasionalnya dilaksanakan berdasarkan prinsip-pronsip syariah.

[1] Andi Soemitra, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Kencana, 2009), hlm. 61.

[2] Herry Sutanto and Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: pustaka setia, 2013), hlm.105-106.

Prinsip syariah diartikan sebagai prinsip yang berdasarkan hukum atau norma agama Islam. Dalam hal ini pengertian bank syariah dan bank Islam sama, yaitu sistem perbankan berdasarkan pada hukum-hukum Islam (syariah). Dasar pemikiran terbetuknya bank syariah bersumber dari adanya larangan riba di dalam al-Qur'an surah Al-Baqarah ayat 275 sebagai berikut:

ٱلَّذِينَ يَأْكُلُونَ ٱلرِّبَوٰاْ لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ ٱلَّذِى يَتَخَبَّطُهُ ٱلشَّيْطَٰنُ مِنَ ٱلْمَسِّ ۚ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ **قَالُو**ٓاْ إِنَّمَا ٱلْبَيْعُ مِثْلُ ٱلرِّبَوٰاْ ۗ وَأَحَلَّ ٱللَّهُ ٱلْبَيْعَ وَحَرَّمَ ٱلرِّبَوٰاْ ۚ فَمَن جَآءَهُۥ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِۦ فَٱنتَهَىٰ فَلَهُۥ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُۥٓ إِلَى ٱللَّهِ ۖ وَمَنْ عَادَ فَأُوْلَٰٓئِكَ أَصْحَٰبُ ٱلنَّارِ ۖ هُمْ فِيهَا خَٰلِدُونَ

Artinya : "Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaiton lantaran (tekanan) penyakit gila, keadaan mereka yang demikian iu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesunguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepada larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Alah, orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni penghuni neraka ; mereka kekal di dalamnya.[3]

Ayat diatas menegaskan bahwa Allah telah mengahalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Jual beli adalah transaksi yang menguntungkan kedua belah pihak, sedangkan riba merugikan salah satu belah pihak. Jual beli mengandung kemungkinan untung dan rugi tergantung kepada kepandaian mengelola, kondisi dan situasi pasar pun ikut menentukan, sedangkan riba menjamin keuntungan bagi yang meminjamkan dan tidak mengandung kerugian. Betapapun Allah telah mengharamkan riba dan

[3] Kementrian Agama RI. Al-Qur'an Tajwid dan Terjemahan (Bandung : Al-Qur'an Al-Qosbah, 2020).

member sekian banyak peringatan sebelum ini. Dalam berbagai jawaban banyak ulama yang dimana orang yang menghalalkan riba maka dia tidak percaya Allah dan yang tidak percaya kepada-Nya akan kekal di neraka dalam waktu yang sangat lama[4]

Menurut H.M. Sadeq, bank islam bukan hanya sebagai tipe yang berbeda dengan bank konvensional tapi keberadaanya sebagai revolusi, bank islam tidak sekedar sebagai *financial intermediary*, tapi merevolusi dengan partisipasi nyata dalam bisnis dan mobilisasi dalam pendanaan. Revolusi pendanaan dapat dibuktikan dengan prinsip *profit and los sharing* yang berbeda dengan bank konvensional yang berbasis bunga.[5]

Bank syariah adalah bank yang beroperasi sesuai dengan Prinsip-Prinsip Syariah. Implementasi prinsip syariah inilah yang menjadi pembeda utama dengan bank konvensional. Pada intinya prinsip syariah tersebut mengacu kepada syariah Islam yang berpedoman utama kepada Al Quran dan Hadist. Islam sebagai agama merupakan konsep yang mengatur kehidupan manusia secara komprehensif dan universal baik dalam hubungan dengan Sang Pencipta (HabluminAllah) maupun dalam hubungan sesama manusia (Hablumminannas). Ada tiga pilar pokok dalam ajaran Islam yaitu :[6]

---

[4] M Quraish Sihab, *TafsirAl-Misbah Pesan Kesan dan Keserasian Al-Qur'an,* Jilid. Pertama (Jakarta : Lentera Hati, 2002), hl. 587-594.

[5] Ahmad Dahlan, *Bank Syariah Teoritik, Praktik, Kritik,* (Yogyakarta: Teras, 2012), hlm.99.

[6] *Http:// Www.Ojk.Go.Id, Prinsip-Prinsip Konsep Dasar Perbankan Syariah*, Diakses Pada Tanggal 25 Mei 2024 Pukul 20.12 PM.

a. *Akidah,* komponen ajaran islam yang mengatur keyakinan atas keberadaan dan kekuasaan Allah sehingga harus menjadi keimanan seorang muslim manakala melakukan berbagai aktivitas dimuka bumi semata-mata untuk mendapatkan keridaan Allah sebagai khalifah yang mendapat amanah dari Allah.
b. *Syariah,* komponen ajaran islam yang mengatur kehidupan seseorang muslim, baik dalam bidang ibadah (*habluminallah*) maupun dalam bidang muamalah (*hablumminannas*) yang merupakan aktualisasi dari akidah yang menjadi keyakinan. Adapun muamalah meliputi berbagai bidang kehidupan, antara lain yang menyangkut ekonomi atau harga dan perniagaan disebut *muamalah maliyah.*
c. *Akhlak,* landasan perilaku dan kepribadian yang akan mencirikan dirinya sebagai seorang muslim yang taat berdasarkan syariat dan akidah yang menjadi pedoman hidupnya sehingga memiliki *akhlaqul karimah* sebagaimana hadis nabi yang menyatakan “Tidaklah aku diutus, kecuali untuk menjadikan akhlaqul karimah”.

2. Produk Bank Syariah

Secara garis besar, pengembangan produk bank syariah dapat dikelompokkan menjadi 3 kategori yaitu produk penghimpun dana, produk penyaluran dana dan produk yang berkaitan degan jasa yang diberikan perbankan kepada nasabahnya.

Bank syariah memiliki peran sebagai lembaga perantara *(intermediary)* antara unit-unit ekonomi yang mengalamikelebihaan dana

*(*Surplus *Units)*. Kedudukan bank syariah sebagai perantara dapat diwujudkan dalam kegiatannya yang menghimpun dana dari masayarakat dan menyalurkan dana kembali untuk masyaarakat melalui berbagai produk yang ditawarkannya.[7]

Pada dasarnya produk yang ditawarkan oleh bank syariah dapat dibagi menjadi 3 bagian besar yaitu:

a. Produk penghimpun dana

1) Simpanan Giro

Simpanan giro merupakan simpanan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana perintah pembayaran lainnya atau dengan cara pemindahan bukuan.[8]

2) Tabungan

Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang perbankan, yang dimaksud dengan tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang telah disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.

3) Deposito

Menurut Undang-Undnag Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah, deposito adalah investasi dana berdasrakan akad mudharabah atau akad lainnya yang tidak bertentangan dengan syariat

[7] Suma'in, Konsep Kelembagaan Bank Syariah., h. 66.

[8] Adiwarman A. Karim, *Bank Islam :Analisis dan Keuangan,* (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persda, 2013), h. 351.

(hukum) Islam dengan penarikannya dilakukan pada waktu tertentu. Jangka waktu deposito ialah 1,3,6,12 dan 24 bulan.

b. Produk Pembiayaan

Pembiayaan merupakan aktivitas bank syariah dalam menyalurkan dana kepada pihak selain bank syariah berdasrakan prinsip syariat (hukum) Islam.[9] Aadapun jenis pembiayaan ialah :

1) Pembiayaan Investasi

Secara umum, pembiayaan investasi ditujukan untuk pendirian usaha atau proyek baru maupun proyek pengembangan, pembelian alat angkutan yang digunakan untuk kelancaran usaha, serta perluasan usah.

2) Pembiayaan Modal Kerja

Pembiayaan modal kerja diberikan dalam jangka pendek yaitu selama-lamanya satu tahun. Kebutuhan yang dapat dibiayai dengan pembiayaan modal kerja antara lain, kebutuhan bahan baku, biaya upah, pembelian barang-barang dagangan serta kebutuhan dana yang digunakan untuk menutupi piutang perusahaan.

3) Pembiayaan Konsumtif

Pembiayan yang diberikan kepada nasabah untuk membeli barang-barang keperluan dan bukan untuk keprluan usaha.

---

[9] Ismail, Perbankan Islam, (Jakarta: Kencana, 2011), h. 106.

c. Produk Jasa

Pelayanan jasa bank merupakan produk jasa bank yang diberikan kepada nasabah untuk memenuhi kebutuhannya. Produk jasa bank syariah terdiri dari :

1) Pengiriman Uang (Transfer)

Pelayanan jasa pengiriman uang adalah bentuk pelayanan yang diberikan oleh bank atas permintaan nasabah untuk mengirimkan sejumlah uang tertentu.

2) Kliring

Kliring merupakan sarana atau cara perhitungan utang piutang dalam betnuk surat berharga atau surat dagang drai suatu bank peserta yang diselenggarakan oleh Bank Indonesia atau phak lain yang ditunjuk.

3) Inkaso

Inkaso merupakan jasa penagihan yang diberikan oleh bank terhadap warkat kliring atau surat berharga yang diterbitkan oleh bank yang berada diluar wilayah kliring.

4) Letter Of Credit (L/C)

Letter Of Credit (L/C) adalah jasa bank yang diberikan kepada masyarakat untuk memperlancar pelayanan arus barang baik arus bank dalam negeri (antar pulau) atau arus barang luar negeri (eskpor-impor).

5) Payment

Payment merupsakan layanan jasa yang diberikan oleh bank untuk melaksanakan pembiayaan untuk kepentingan nasabah. Pelayanan jasa (*Payment)* yang diberikan oleh bank antara lain pembayaran telepon, rekening listrik, pajak, uang kuliah, dan gaji

3. Perbedaan Bank Syariah Dengan Bank Konvensional.

Bank syariah merupakan bank yang dalam sistem operasionalnya tidak menggunakan sistem bunga, akan tetapi menggunakan prinsip dasar sesuai dengan syariah Islam. Dalam menentukan imbalanya, baik imbalan yang diberikan maupun diterima, sedangkan bank knvensional menggunakan sistem bunga.[10]

Adapun ciri-ciri bank syariah yang membedakan dengan bank konvensional, yaitu sebagai berikut :

a. Beban biaya yang disepakati
b. bersama pada waktu akad perjanjian diwujudkan dalam bentuk jumlah nominal yang biasanya tidak kaku dan dapat dilakukan dengan kebebasan untuk tawar-menawar dalam batas wajar. Beban biaya tersebut hanya dikenakan sampai batas waktu sesuai dengan kesepakatan dalam kontrak
c. Penggunaan persentase dalam hal kewajiban untuk melakukan pembayaran selalu dihindari karena persentase bersifat melekat pada sisa

[10] Ismail, *Perbankan Syariah,*. h. 34.

utang meskipun batas waktu perjanjian telah berakhir, sehingga yang dipergunakan adalah nisbah bagi hasil.

d. Dalam kontrak-kontrak pembiayaan proyek, bank syariah tidak menerapkan perhitungan berdasarkan keuntungan pasti yang di tetapkan di muka. Hal ini pada hakikatnya, yang mengetahui untung ruginya suatu proyek yang dibiayai bank hanya Allah. Tingkat keuntungan yang dipergunakan adalah tingkat keuntungan actual. Apabila tingkat keuntungan actual lebih kecil daripada tingkat proyeksi, yang dipergunakan adalah tingkat actual tersebut.
e. Penyerahan dana masyarakat dalam bentuk deposito tabungan oleh penyimpan dianggap sebagai titipan yang diamanatkan sebagai peyertaan dana pada proyek-proyek yang dibiayai bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah sehingga pada penyimpan tidak dijanjikan imbalan yang pati.
f. Terdapatnya Dewan Pengawas Syariag (DPS) dalam struktur organisasi bank syariah yang bertugas mengawasi operasionalisasi bank dari sudurt syariahnya. Selain itu, manajer dan pimpinan bank Islam harus menguasai dasar-dasar muamalah Islam. Unsur Dewan Pengawas Syariah inilah yang membedakan struktur organisasi antara bank syariah dan bank konvensional.

4. Pengertian Minat

Minat adalah sesuatu kecendrungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang. Orang yang berminat terhadap sesuatu berarti ia memiliki sikap senang terhadap hal itu.[11]

Pendapat lain tentang minat oleh W.S Winkel bahwa minat diartian sebagai kecenderungan subjek yang menetap, untuk merasa tertarik pada suatu hal atau bidang tertentu dan merasa senang dalam hal atau bidang tertentu.[12] Apakah ada kecenderungan dalam diri individu untuk tertarik pada suatu objek atau menyenangi suatu objek.[13] Minat merupakan keinginan yang timbul dari diri sendiri tanpa ada paksaan dari orang lain untuk mencapai tujuan tertentu. Seperti halnya yang timbul dari dalam hati tanpa ada paksaan dari pihak manapun. Berikut ini hadis tentang niat.

عَنْ عُمَرَ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ الْأَعْمَالُ بِالنِّيَّةِ وَلِكُلِّ امْرِئٍ مَا نَوَى فَمَنْ كَانَتْ هِجْرَتُهُ إِلَى اللَّهِ **وَرَسُولِهِ** فَهِجْرَتُهُ إِلَى اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَمَنْ كَانَتْ هِجْرَتُهُ لدُنْيَا يُصِيبُهَا أَوْ امْرَأَةٍ يَتَزَوَّجُهَا فَهِجْرَتُهُ إِلَى مَا هَاجَرَ إِلَيْهِ

Dari Umar Radhiallahu ‘anhu bahwa Rasulullah SAW bersabda, “*Amal itu tergantung niatnya, dan seseorang hanya mendapatkan sesuai niatnya. Barangsiapa hijrah kepada Allah dan Rasu-Nya, maka hijrahnya kepada Allah dan Rasul-Nya, dan barang siapa yang hijrahnya karena dunia atau karena wanita yang hendak dinikahinya itu sesuai ke mana ia hijrah.*” (HR. Bukhari, Muslim).[14]

---

[11] Abdul Rachman Saleh, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perpektif Islam* (Jakarta: Predana Media, 2014), hlm. 263.

[12] W.S Winkel, *Psikologi Pengajaran* (Jakarta: Grasindo, 1996), hlm.188.

[13] Suryabrata and Sumadi, *Psikologi Kepribadian* (Jakarta: Rajawali, 1988).

[14] Muhammad Fu’ad Abdul Baqi, *Al-Lu’lu Wal Marjan I* (Surabaya: PT. Bina Ilmu, 1996), hlm.2.

Hadits ini menunjukkan kepada kita pernan niat dalam syariat agama yang diaman dpat memisahkan antara adat dengan ibadah, perbuatan yang sama tapi nilainya berbeda disebabkan Allah SWT hanya menilai tiap amal tergantung pada niatnya. Pada hakikatnya niat terletak di dalam hati. Keputusan pembeli merupakan suatu proses pengambilan keputusan atas pembelian yang mencakup penentuan tersebut di peroleh dari kegiatan sebelumnya yaitu kebutuhan dan dana yang dimiliki.[15]

a. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat

Minat dapat timbul pada diri seseorang melalui proses, dengan adanya perhatian dan interaksi dengan lingkungan maka minat tersebut dapat berkembang. Adapun faktor- faktor yang dapat mempengaruhi minat itu sendiri antara lain:[16]

1) Persepsi

Persepsi adalah proses seorang individu untuk memilih, mengorganisasikan dan menafsirkan masukan-masukan informasi untuk menciptakan sebuah gambaran bermakna tentang dunia. Antara dua orang bisa berbeda persepsi terhadap situasi yang sama.

2) Keyakinan

Keyakinan dapat berlandaskan pada pengetahuan, opini (pendapat), atau mungkin perasaan terhadap produk dan jasa.

---

[15] Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasran* (Jakarta: Rajawali Press, 2011), hlm.2.

[16] Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen : Teori Dan Penerapannnya Dalam Pemasran* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2014), hlm.187.

3) Sikap

Sikap merupakan keyakinan seseorang mengenai objek yang disertai adanya perasaan tertentu dan memberi dasar kepada seseornag tersebut untuk membuat proses atau berprilaku dengan cara tertentu yang dipilih. Faktor utama yang mempengaruhi seseorang adalah niatnya atau kecenderungan untuk melakukan tindakan tersebut.

4) Pengetahuan

Pilihan pembelian seseorang dipengaruhi oleh empat faktor psikologis utama yaitu, motivasi, persepsi, pengetauan serta kepercayaan dan pendirian.

5) Religiusitas

Religiusitas merupakan salah satu aspek budaya terpenting yang mempengaruhi perilaku seseorang. Seorang muslim akan mengerjakan kegiatan-kegiatan ritual sebagaimana yang disuruh dan dianjurkan oleh agamanya. Keberagamaan dalam Islam tidak hanya diwujudkan dalam bentuk ibadah ritual saja, tetapi juga dalam aktivitas lainnya.

6) Lokasi

Menurut beberapa nasabah, tempat atau lokasi merupakan salah satu faktor yang dapat menarik nasabah untuk melakukan

transaksi dan mampu mempersuasi masyarakat untuk menggunakan produk-produk serta jassa-jasa yang ditawarkan.[17]

7) Promosi

Promosi merupakan hal penting dalam pemasaran suatu produk karena promosi adalah upaya untuk memberitahukan dan menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya.[18]

b. Unsur-Unsur Minat

Ada beberapa unsure-unsur minat adalah sebagai berikut :

1) Terjadinya sesuatu yang menarik.
2) Perasaan senang seseorang dapat diketahui dari pernyataan suka terhadap suatu hal atau aktifitas tanpa ada suruhan dari siapapun
3) Perhatian, perhatian lebih bersifat sementara namun memiliki hubungan terhadap minat
4) Rasa ingin tahu, rasa ingin tahu adalah sifat sseorang yang ingin mengetahui apa saja yg ada di sekitarnya
5) Ketertarikan, rasa ketertarikan adalah sikap menaruh minat dan perhatian pada sesuatu.[19]

c. Pengertian Minat Menabung

Minat menabung menrut Kotler menyatakan bahwa minat menabung adalah tindakan dari nasabah untuk mau membeli atau tidak

[17] Hery Susanto and Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: pustaka setia, 2013), hlm.380.
[18] *Https://Id.m.Wikipedia.Org* (Diakses Pada Selasa 15 Agustus 2023 Pukul 22.52).
[19] Abdul Rachman Saleh dan Muhbid Abdul Wahab, *Op., Cit*, 370.

terhadap produk. Dari berbagai faktor yang mempengaruhi nasabah dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa, biasanya nasabah selalu mempertimbangkan kualitas, inflasi dan produk yang sudah di kenal oleh masyarakat sebelum nasbaah memutuskan untuk membeli.[20]

Peter dan Olson juga menyatakan tentang Minat Menabung, yakni perilaku nasabah sendiri yang merupakan tindakan-tindakan individu secara langsung terlibat dalam usaha mempeloreh, menggunakan produk dan jasa, temasuk proses pengembalian keputusan yang mengakui dan mengikuti tindakan-tindaan tersebut.[21]

Selanjutnya menurut Kurnia minat menabung meripakan keputusan nasabah untuk membeli suatu produk setelah sebelumnya memikirkan tentang layak tidaknya membeli produk itu dengan mempertimbangkan informasi-informasi yang ia ketauhi dengan realistis tentang produk itu setelah ia menyaksikannya.[22]

Dari beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa Minat menabung merupakan suatu keputusan seseorang di mana dia memilih salah satu dari beberapa alternative pilihan.

---

[20] Kotkler dan Philip, *Manajemen Pemasaran di Indonesia (edisi 1),* (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 14.

[21] Peter dan Olson, *[consumer behavior & marketing strategy. Bahasa Indonesia] Periaku Konsumen & Strategi Pemasasaran,* (Jakarta; Salemba Empat, 2014), hlm. 19.

[22] Kurnia Akbar, "Analisis Pengaruh Harga, Brand Image dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone atau Smartphone Sammsung Jenis Android (Studi Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro)", Skripsi, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2013), hlm. 60.

5. Pengetahuan

a. Pengertian Pengetahuan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia pengetahuan berasal dari kata "tahu", sedangkan pengetahuan adalah sesuatu yang diketahui berkenaan dengan suatu hal yang dapat dilihat dan dirasakan oleh panca indera. Menurut Abdurrahman Saleh Abdullah, pengetahuan adalah salah satu perlengkapan dasar manusia dalam menempuh kehidupan. Women dan Minor, dalam Miranti Wulandari membagi pengetahuan menjadi tiga kategori yaitu sebagai berikut:

1) Pengetahuan Objektif adalah informasi yang benar mengenai usaha di perbankan syariah.
2) Pengetahuan Subjektif adalah persepsi mengenai seberapa paham seseorang mengenai perbankan syariah.
3) Informasi Relevan adalah informasi itu dapat diterima bagi orang yang membutuhkan atau bermanfaat bagi yang menerimanya.[23]

b. Indikator Pengetahuan

Pengetahuan terbagi menjadi 3 bagian sebagai berikut :[24]

1) Pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk. Atribut suatu produk dibagi menjadi atribut fisik dan atribut abstrak. Atribut fisik menggambarkan cirri-ciri fisik suatu produk, sedangkan atribut

[23] Miranti Wulandari, Pengaruh Pengetahuan Dan Religius Nasabah Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk PT. Bank SUMSEL BABEL Cabang Syariah Palembang, *Skripsi UIN RADEN FATAH PALEMBANG* Tahun 2018.

[24] Hendra Novian, Muhammad Wardani Anwar, dkk, Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia, *Dalam Jurnal Ekonomi Islam,* Volume, 3, No.9, 2023, h. 4085.

abstrak menggambarkan karakteristik subjekrif dari suatu produk berdasarkan perpepsi konsumen.

2) Pengetahuan tentang manfaat produk. Konsumen akan merasakan dua jenis manfaat setelah mengonsumsi suatu produk yaitu manfaat fungsional (manfaat yang dirasakan secara psikologis) dan manfaat psikososial (yang menyangkut aspek psikologis seperti perasaan, emosi, dan suasana hati).
3) Pengetahuan tentang kepuasaan yang diberikan produk bagi konsumen. Pengetahuan tentang kepuasaan yang diberikan oleh suatu produk juga tentu akan mempengaruhi keputusan pembelian.

6. Promosi

a. Pengertian promosi

Menurut M. Murshid promosi adalah "komunikasi yang persuasif, mengajak, mendesak, danmeyakinkan".[25] Sedangkan menurut Kasmir promosi adalah "kegiatan marketing mix yang terakhir dan sebagai sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabah".[26]

Promosi merupakan strategi yang digunakan untuk mempengaruhi pelanggan dan membuat mereka belajar tentang suatu produk. Karena komunikasi adalah timbal balik informasi antara penjual dan pembeli, komunikasi memainkan peran penting dalam area promosi. Aliran informasi sangat penting untuk memperkuat iklan pemasaran

[25] M.Murshid, *Manajmen Pemasaran* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2008), hlm. 95.
[26] Kasmir, *Periklanan : Komunikasi Pemasaran Terpadu* (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 16.

karena akan membantu pelanggan dan penjual itu sendiri lebih memahami hal-hal yang ditawarkan, yang akan meingkatkan upaya pemasar.[27]

Konsumen dapat dipengaruhi oleh promosi menggunakan jasa bank syariah, sehingga strategi promosi yang efektif menjadi penting bagi pelaku usaha. Dengan Mempromosikan produk/jasanya, bisnis dapat menyampaikan informasi tentang produk/jasanya kepada konsumen, dan membangun hubungan yang konstruktif dengan mereka.[28]

b. Tujuan Promosi

Tujuan utama dari promosi adalah untuk menginformasikan, kemudian juga untuk mempengaruhi dan membujuk serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasaran. Secara rinci tujuan promosi tersebut diantaranya adalah sebagai berikut : [29]

Menyebarkan informasi produk kepada target pasar potensial.

1) Untuk mendapatkan kenaikan penjualan dan profit atau laba.
2) Untuk mendapatkan pelanggan baru dan menjaga pelanggan.
3) Untuk menjaga kestabilan penjualan ketika terjadi lesu pasar.
4) Membedakan serta mengumpulkan produk dibandingkan produk pesaing.

---

[27] Fandy Tjptono, *Strategi Pemasaran", Edsi Kedua.* (Yogyakarta: ANDI, 2001), hlm. 219.

[28] Lupiyadi Rambat, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat, 2014), hlm.178.

[29] Ratih Hurriyati, *Bauran Pesaran Dan Loyalitas Konsumen* (Bandung: alfabeta, 2008), hlm. 58.

5) Membentuk citra produk di mata konsumen sesuai dengan yang diinginkan.

c. Indikator Promosi

Paul mengklaim bahwa ada 4 jenis promosi : periklanan promosi penjualan, penjualan pribadi dan publisitas. Contoh yang paling mencolok dari 4 kategori yaitu :

1) Iklan atau Advertensi

Periklanan adalah setiap presentasi non-pribadi dan promosi gagasan, produk, atau layanan berbasis pembayaran oleh sponsor tertentu. Menurut pengertian ini, semua jenis periklanan adalah semua tindakan yang dilakukan oleh suatu bisnis untuk menawarkan produknya melalui pemasaran kepada audiens yang dituju, yaitu pelanggan.[30]

2) Promosi Penjualan

Seperti alat promosi lainnya, promosi penjualan adalah aktifitas penjualan singkat yang tidak terulang atau teratur yang di rancang untuk memperkuat atau mempercepat reaksi pasar yang diinginkan dalam berbagai cara.

3) Penjualan Personal

Penjualan individu calon pelanggan dan penjual berkomunikasi langsung pada tingkat pribadi dalam penjualan pribadi.

---

[30] Rendra Widyatama, *Pengantar Periklanan* (Yogyakarta: Pustaka Book Publsher, 2009), hlm. 25.

4) Publisitas

Publisitas adalah sejumlah informasi tentang sasaran, barang, atau organisasi yang di sebar luaskan ke masyarakat melalui media tanpa di pungut biaya atau pengawas dari spnsor. Publisitas merupakan pelengkap yang efektif bagi alat promosi yang lain seperti periklanan, persona seling dan promosi penjualan.[31]

d. Promosi Dalam Islam

Promosi dalam Islam adalah suatu aktifitas yang dilakukan oleh produsen, baik secara langsung maupn tidak, unruk memperkenalkan produknya kepada konsumen melaluiberagam media dengan tujuan meningkatkan permintaan atas produknya yang didalamnya tidak mengandung *maysir*, *qimar*, *qharar.*[32] Dalam pandangan Islam disebut bahwa dalam pasar syariah, bisnis yang disertai keikhlasan semata-mata untuk mencari keridhon Allah maka seluruh bentuk bertransaksi Insya Allah menjadi ibadah dihadapan Allah SWT. Ini akan menjadi bibit dan model besar bainya untuk menjadi bisnis yang besar, memiliki *spiritual brand,* kharisma, keunggulan, dan keunikan yang tak tertandingi.[33] Sebagaimana firman Allah SWT dalam al-Qur'an surah An-Nisa ayat 29:

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا لَا تَأْكُلُوْٓا اَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ اِلَّآ اَنْ تَكُوْنَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۗ وَلَا تَقْتُلُوْٓا اَنْفُسَكُمْ ۗ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا

[31] N Anggarini and P Silitonga, Pengaruh Publlisitass, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cyclo Coffe & Apparael, *Eduturisma 3* No.2. 2019. hlm 1-16..

[32] Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, hlm.73.

[33] Kasmir, *Op.cit.,* 48.

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perniagaan yang berlaku antara dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh Allah Maha Penyayang kepadamu”. (Qs. An-Nisa : 29).[34]

Pada QS. An-Nisa diatas dijelaskan “kecuali dalam perdagangan suka sama suka diantara kamu”. Maksudnya, janganlah kamu melakukan praktik-praktik yang diharamkan dalam memperoleh harta kekayaan, namun harus melalui perdagangan yang disyariatkan dan berdasarkan kerelaan antara penjual dengan pembeli. Kerjakan perdagangan yang demikian dan jadikanlah sebagai sarana untuk memperoleh arta kekayan.[35]

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang berisi tentang uraian mengenai hasil penelitian terdahulu tentang persoalan yang dikaji. Peneliti menemukan beberapa penelitian yang berhubungan dengan tema yang dibahas dalam penelitian yang sebelumnya dan terkait dengan penelitian ini diantaranya .

Tabel. II.1
Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
1.	Annisa (Skripsi, 2021)	Determasi Minat Menabung Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis lslam Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan	1. Hasil uji parsial (uji t) dapat disimpulkan bahwa variabel religious tidak mempunyai pengaruh terhadap minat menabung mahasiswa FEBI IAIN Padangsidimpuan di

[34] *Departermen Agama RI, Al-Qur’an Dan Terjemahannya*, n.d.
[35] Muhammad Nasib Ar-rifa ‘I, *Ringkasan Tafsir Ibnu Katsir Jilid I* (Jakarta: gema insani pers, 1999), hlm. 693-394.

		Di Bank Syariah	bank syariah. 2. Hasil uji secara parsial (uji t) dapat disimpulkan bahwa variabel literasi mempunyai pengaruh terhadap minat menabung mahasiswa FEBI IAIN Padangsidimpuan. 3. Dan hasil uji t dapat disimpulkan bahwa lokasi mempunyai pengaruh terhadap minat menabung mahasiswa FEBI IAIN Padangsidimpuan.
2.	Aziz Muslim (Skripsi, 2020)	Determinan Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah.	Pada penelitiannya secara parsial adalah pengetahuan dan regiligiusitas berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah. Dan secara parsial pengetahuan dan religiusitas berpengaruh terhadap minat masyarat menabung di bank syariah.
3.	Ayif Fathurrahman, Alif Zailani Suhada (Jurnal Ekonomi Islam, 2023)	Determinan Yang Mempengaruhi Minat Menabung Millenial di Bank Syariah.	Adapun hasil dalam penelitian ini antara lain bahwa variabel religiusitas dinyatakan tidak memiliki pengaruh yang signiikan terhadap minat mahasiswa Yogyakarta untuk menabung pada Bank Syariah. Pada variabel pengetahuan ekonomi islam berpengaruh signifikan. Variabel promosi memiliki pengaruh yang signifikan sedangkan variabel layanan digital dinyatakan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat mahasiswa kota Yogyakarta untuk menabung di Bank Syariah.

4.	Indah,Zikra Supri (Jurnal, 2023)	Faktor-Faktor yang mempengaruhi Minat Masyarakat Untuk Menabung Di Perbankan Syariah Kota Palopo	Pada penelitian ini pengetahuan bank syariah tidak berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat paada bank syariah Kota Palopo. Promosi bank syariah berpengaruh positi signifikan terhadap minat menabung pada bak syariah Kota Palopo. Kualitas pelayanan bank syariah berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung masyarakarat pada Kota Palopo. Pengetahuan, promosi, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap minat menabung masyarakat pada bank syariah Kota Palopo.
5.	Muhammad Iqbal Arifin (Skripsi, 2023)	Pengaruh Perpepsi, Lokasi, Promosi Dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Puralaksana Kecamatan Way Tenong Kabupaten Lampung Barat).	Pada penelitian ini variabel prepesi, lokasi, promosi dan pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah pada masyarakat di Purlaksana, Kec. Waytenong. Dalam penelitian ini prepektif Isalm nya adalah sebagai makhluk hidup tidak dianjurkan utuk boros. Karena pemborosan adalah suatu halyang sangat ingkar terhadap Allah SWT.
6.	Alwi Irwandi Sitompul (Skripsi, 2023)	Determinan Minat Masyarakat Menabug Di Bank Syariah (Studi Di Desa Simaninggir Kecamatan Sipirok).	Dalam penelitian ini Variabel Pengetahuan dan Religiusitas berpengaruh secara parsial terhadap minat masyarakat menabug di Bank Syariah. Dan pengetahuan dan religiusitas berpengaruh secara simultan terhadap minat masyarakat menabug di bank syariah.

7.	Iksan Nawir (Skripsi, 2023)	Pengaruh Lokasi Dan Promosi Terhadap Kurangnya Minat Menabung Masyarakat Desa Botta Di Bank Syariah.	Pada penelitian ini variabel berpengaruh positif dan signifkan terhadap minat masyarakat Desa Botta dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada masyarakat Desa Botta.
8.	R Maharani, T Supriyanto, M Rahmi (Jurnal Syariah, 2021)	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada BSI EX BSM)	Pada penelitian ini kesimpulan yang didapat adalah religiusitas dan pengetahuan produk menunjukkan hasil adanya pengaruh dan signifikan terhadap minat menabung. Kualitas pelayanan, lokasi, dan biaya administrasi memberikan hasil bahwa tidak terdapat pengaruh dan tidak signifikan terhadap minat menabug. Maka Minat nasabah menabung di bank syariah kurang karena adanya pemahaman pengetahuan produk pada bank tersebut serta penggunaan dalam melakukan transaksi yag cukup mudah dan nasabah minat menabung atas ketaatan agama yang dianutnya karena menabung di bank syariah akan terhindar dari riba.
9.	Nzulul Anis Kurlillah (Skripsi, 2023)	Pengaruh Pengetahuan Dan Promosi Terhadap Minat Karyawan Industri Menabug Di Bank Syariah (Studi Pada Karwayan PT. Supernova).	Pada penelitian ini variabel pengetahuan dan promosi berpengaruh secara signifikan terhadap minat menjadi nassabah. Dan jika kita lihat secara simulan variabel XI (Pengetahuan), X2 (Promosi) sebagai variabel independen berpengaruh terhadap variabel Y (Minat

			Menabung). Dibuktikan berdasarkan hasil uji F tes yang menunjukkan bahwa F hitung lebih besar dari pada F tabel dengan nilai F hitung 8,970≥ 3,10 F tabel dan nilai probabilitas atau taraf signifikan 0,000 < 0,05. Hasil uji koefisien determinat (R2) sebesar 0,564% atau 56,4% yang menunjukkan bahwa terhadap pengaruh X1 (Pengetahuan), X2 (Promosi), Y (Minat Menabung) sebanyak 56,4%.
10.	Indah, Zikra Supri (Jurnal Ekonomi Kreatif, 2023)	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Untuk Menabung Di Perbankan Syariah Kota Palopo.	Pada penelitian ini Pengetahuan bank syariah tidak berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat di Bank Syarah Kota Palopo. Variabel promosi dan kualitas pelayanan bank syariah berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung masyarakat pada bank syariah Kota Palopo. Pengetahuan, promosi, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap minat menabung masyarakat pada bank syariah Kota Palopo.

Berdasarkan dari penelitian terdahulu biasanya memiliki perbedaan dan persamaan penelitianini adalah:

1. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Annisa, adalah terkait dengan variabel yang digunakan dalam penelitian dimana penelitian ini membahas tentang Determasi Minat Menabung Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan

Bisnis lslam Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan Di Bank Syariah. Persamaannya adalah sama-sama membahas minat menabung masyarakat pada bank syariah.

2. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Aziz Muslim, adalah terkait dengan subjek, objek dan lokasi penelitian. Dimana penelitian ini membahas tentang Determinan Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah. Persamaan nya sama-sama membahas minat menabung masyarakat pada bank syariah.
3. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Ayif Fathurrahman, Alif Zailani Suhada (Jurnal Ekonomi Islam adalah terkait subjek, objek dan lokasi penelitian. Dimana dalam penelitian ini membahas tentang Determinan Yang Mempengaruhi Minat Menabung Millenial di Bank Syariah. Persamaannya sama-sama membahas minat Menabung masyarakat pada bank syariah.
4. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Dwi Setya Nugrahini, adalah terkait lokasi dilakukannya penelitian. Dimana penelitian ini membahas determinan minat masyarakat dalam menggunakan jasa bank syariah. Persamaannya sama-sama membahas minat masyarakat dalam menggunakan jasa bank syariah.
5. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Muhammad Iqbal Arifin, adalah terkait lokasi dilakukannya penelitian. Dimana penelitian ini membahas tentang Pengaruh Perpepsi, Lokasi, Promosi Dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada

Masyarakat Puralaksana Kecamatan Way Tenong Kabupaten Lampung Barat). Persamaannya membahas tentang minat menabung masyarakat pada bank syariah.

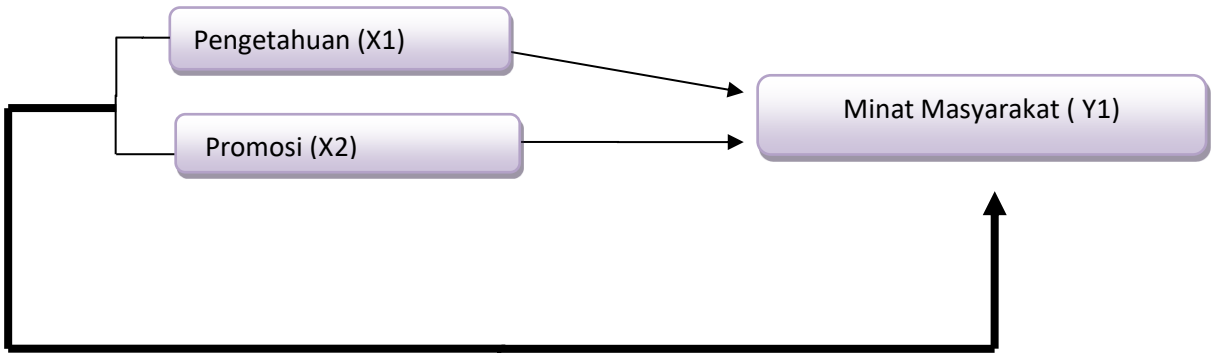
6. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Alwi Irwandi Sitompul, adalah terkait lokasi dilakukannya penelitian dan variabel yang berbeda . Dimana penelitian ini membahas tentang Determinan Minat Masyarakat Menabug Di Bank Syariah (Studi Di Desa Simaninggir Kecamatan Sipirok). Persamaannya membahas tentang minat menabung masyarakat pada bank syariah.
7. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Iksan Nawir, adalah terkait lokasi dilakukannya penelitian. Penelitian ini membahas tentang Pengaruh Lokasi Dan Promosi Terhadap Kurangnya Minat Menabung Masyarakat Desa Botta Di Bank Syariah. Persamaannya membahas tentang minat menabung masyarakat pada bank syariah dan dapat dilihat dari fariabel yang sama yaitu fariabel promosi.
8. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian R Maharani, T Supriyanto, M Rahmi, adalah terkait lokasi dilakukannya penelitian dan variabel yang berbeda . Dimana penelitian ini membahas tentang Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada BSI EX BSM). Persamaannya membahas tentang minat menabung masyarakat pada bank syariah dan dapat dilihat dari fariabel yang digunakan yaitu fariabel pengetahuan produk.

9. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Nzulul Anis Kurlillah, adalah terkait lokasi dilakukannya penelitian dan variabel yang berbeda . Dimana penelitian ini membahas tentang Pengaruh Pengetahuan Dan Promosi Terhadap Minat Karyawan Industri Menabug Di Bank Syariah (Studi Pada Karwayan PT. Supernova). Persamaannya membahas tentang minat menabung masyarakat pada bank syariah dan dpat dilihat dari fariabel yang digunakan pada penelitian ini.
10. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Indah, Zikra Supri, adalah terkait lokasi dilakukannya penelitian dan variabel yang berbeda . Dimana penelitian ini membahas tentang Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Untuk Menabung Di Perbankan Syariah Kota Palopo. Persamaannya membahas tentang minat menabung masyarakat pada bank syariah dan dapat dilihat dari fariabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu fariabel pengetahuan dan promosi

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir adalah gambaran, model atau deskriptif berupa konsep yang menjelaskan tentang ketertarikan antara setiap variabel yang dibuat dengan bentuk skema atau diagram yang dijelaskan oleh jalan pikiran menurut kerangka logis.

Gambar. II.1
Kerangka Pikir



: Mempengaruhi secara parsial

: Mempengaruhi secara simultan

D. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Jawaban ini hanya sementara karena belum di uji keabsahannya. Untuk jawaban ini hanya sementara karena belum di uji keabsahannya. Untuk hipotesis dalam penelitan ini yaitu :

Ha_1 : Terdapat pengaruh pengetahuan terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah pada masyarakat kelurahan sidangkal.

Ha_2 : Terdapat pengaruh promosi terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah pada masyarakat kelurahan sidangkal.

Ha_3 : Terdapat Pengaruh Pengetahuan dan Promosi secara simultan terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah pada masyarakat kelurahan sidangkal

BAB III
METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waku Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat peneliti untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian untuk menjawab permasalahan. Lokasi penelitian ini dilakukan pada masyarakat Kelurahan Sidangkal, Padangsidimpuan Selatan, adapun waktu penelitian ini dilakukan pada November 2023 sampai dengan Desember 2024.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dipakai yaitu kuantitatif deskriptif. Kuantitatif adalah salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematik, terencana, dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga selesai penelitiannya. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafah positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu.[1] Sesuai dengan penjelasan di atas maka penelitian ini akan di analisis menggunakan SPSS. Pengumpulan data menggunakan instrument penelitian analisis data bersifat statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Dalam mengumpulkan data penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan yaitu data yang diperoleh secara langsung dari objek yang diteliti dengan metode pengamatan, pengisian kuesioner yang pertanyaannya sudah terlebih dahulu disusun sedemikian rupa yang berkaitan dengan faktor-faktor

[1] Chairunnisa Conni, *Metode Penelitia Dan Ilmiah Aplikasi Dalam Pendidikan Dan Sosial* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2017), Hlm.123.

yang mempengaruhi minat menabung masyarakat di bank syariah pada Kelurahan Sidangka.

C. Populasi dan sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan subjek yang memiliki kriteria tertentu yang akan dijadikan sumber dalam penelitian.[2] Berdasarkan pernyataan tersebut adapun populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kelurahan Sidangkal yang berumur dari 20-60 tahun yaitu sebanyak 3.042 orang.

2. Sampel

Sampel merupakan unsur dari beberapa karakteristik yang dipunyai pada populasi tersebut. Jika populasi besar, tetapi periset tidak bisa menelah keseluruhan yang terdapat dalam populasi, misalnya sebab batasan anggaran, tenaga, dan durasi, jadi periset dapat memanfaatkan sampel yang ditelaah dari populasi itu. Apa yang dikaji pada sampel itu, hasilnya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Olehnya, sampel yang didapatkan pada populasi perlu benar- benar representatif (mewakili).

Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik Probability sampling yaitu penarikan sampel yang berdasarkan atas pemikiran bahwa keseluruhan unit populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel sehingga, dalam rancangan ini tidak terdapat

[2] Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cifta, 2007), Hlm.87.

diskriminasi unit populasi yang satu dengan yang lainnya, karena semua memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi sampel.

Pada penelitian ini metode sampling yang dipakai yakni teknik simple random sampling. Teknik simpel random sampling ialah teknik yang langkah pemugutan anggota sampel dari populasi diambil secara random tanpa memperhatikan level yang ada dalam populasi itu.

Dalam memutuskan besaran sampel, peneliti memakai rumus slovin untuk mematokkan besaran sampel yang dibutuhkann pada riset. Penggunaan rumus slovin yaitu :[3]

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

Keterangan :

n = Anggota Sampel

N = Anggota Populasi

e = Persentase kesalahan sampel, a = 0,1 (10%)

$$= \frac{3042}{1+3042\ (0.1)^2}$$

$$= \frac{3042}{1+3042 \times 0.01}$$

$$= \frac{3042}{1+30.42}$$

$$= \frac{3042}{31.41}$$

= 96,8 = 97

Berdasarkan perhitungan diatas maka jumlah sampel yang akan diambil dalam penelitian ini sebanyak 97 responden.

[3] Siregar, *Metedologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Kencana, 2013).

D. Sumber Data

Jenis data yang dipakai yaitu data primer yaitu data yang diambil secara langsung oleh peneliti tanpa melalui perantara sehingga data yang didapatkan berupa data mentah dan diambil dari sumber data di lokasi penelitian atau objek penelitian.[4]

E. Tehnik pengumpulan data

Dalam penelitian ini menggunakan pengumpulan data sebagai berikut:

1. Angket (Kuisoner)

Pengertian kuesioner adalah sebuah teknik menghimpun data dari sejumlah orang atau responden melalui seperangkat pertanyaan untuk dijawab. Dengan memberikan daftar pertanyaan tersebut, jawaban-jawaban yang diperoleh kemudian dikumpulkan sebagai data. Nantinya, data diolah dan disimpulkan menjadi hasil penelitian. tujuan dan manfaat kuesioner adalah untuk mendapatkan sejumlah data atau informasi yang relevan dengan topik penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tipe pertanyaan tertutup yaitu soal yang mengharapkan respon ringkas dan responden diharapkan menunjuk salah satu pilihan jawaban yang sudah tersedia.[5]

Skala yang dipakai pada penelitian ini ialah skala Linkert 5 poin. Sakala Linkert difungsikan untuk menaksir sikap individu dalam menyampaikan penilaian pada objek yang munculkan penelitian yang

---

[4] Khudzaifa Dimyanti and Kelik Wardiono, *Metode Penelitian (Buku Pengangan Kuliah)* Surakarta : Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2015), 8.

[5] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013).

dinilai berdasarkan pemeringkatan dari gradasi positif sampai negatif. Untuk analisis kuantitatif, maka respons setiap soal quesioner dapat didistribusikan sebagai berikut :

Tabel. III.I
Tabel Kuisioner

Kategori Jawaban	Pernyataan	
	Positif (+)	Negatif (-)
Sangat Setuju (SS)	5	1
Setuju (S)	4	2
Kurang Setuju (KS)	3	3
Tidak Setuju (TS)	2	4
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

Angket dalam penelitian ini yaitu angket tentang pengetahuan dan promosi yang akan disebarkan kepada masyarakat Kelurahan Sidangkal. Kisi-kisi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel. III.2
Kisi-kisi Kuisinoner

Variabel	Indikator	Nomor Pertanyaan
Minat (Y)	1. Mencari informasi tentang bank syariah. 2. Keinginan menabung di bank syariah 3. Kemudahan	1,2, 3 4,5,6 7,8,9
Faktor Pengetahuan (X1)	1. Pengetahuan tentang produk 2. Pengetahuan bank syariah 3. Pengetahuan pemakaian	1,2 3,4,5 6,7,8
Faktor Promosi (X2)	1. Periklanan 2. Promosi Penjualan 3. Penjualan pribadi	1,2 3,4,5 6,7,8

Pada riset, peneliti nantinya membagikan angket untuk Mayarakat Kelurahan Sidangkal secara acak. Angket tersebut akan

dibagikan dalam bentuk beberapa pertanyaan yang akan dibagikan langsung pada lokasi penelitian.

2. Dokumentasi

Dokumentasi melalui dasar kata dokumen, ialah materi tertulis. Pada pelaksanaan metode dokumentasi, periset menganalisa materi tertulis seperti buku-buku, majalah, dokumen, peraturan, notulen rapat, catatan harian, dan sebagainya.[6]

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas

Sebuah data yang dilihat dari kuisioner, sebaiknya diuji tingkat validitasnya. Uji validitas digunakan untuk mengungkapkan apakah metode penelitian tersebut *shahih* atau tidak. Analisis ini digunakan untuk mengukur seberapa cermat suatu test melakukan fungsi ukurannya atau telah benar-benar dapat mencerminkan variabel yang diukur. Kriteria yang digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu butir pernyataan dengan membandingkan r_{hitung} dan r_{tabel}. Suatu kuisioner dikatakan valid apabila :

a. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrument atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skala total (dinyatakan valid).
b. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrument atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skala total (dinyatakan tidak valid).[7]

[6] Etta Mamang Sugandji and Sopiah, *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktisi Dalam Penelitian* (Yogyakarta: AND, 2010), Hlm.153.

[7] Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2013), Hlm.363.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui konsistensi dari instrumen sebagai alat ukur, sehingga hasil pengukuran dapat dipercaya apabila telah diuji beberapa kali dengan subjek yang sama dan hasil yang diperoleh tetap sama pula. Pada penelitian ini menggunakan metode Alpha (Cronbach's).

Suatu instrumen pengumpulan data dikatakan reliabel jika pengukurannya konsisten dan akurat. Jadi, uji reliabilitas instrumen sebagai alat ukur sehingga hasil pengukuran dapat dipercaya. Untuk menguji reliabilitas instrumen dalam penelitian ini dengan kofisien Alfa (α) dari Cronbachis Alpha. Jika nilai Cronbachis Alpha> 0,60 maka pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah "reliabel". Jika nilai Cronbachis Alpha < 0,60 maka pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah " tidak reliabel".

3. Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, likert, interval dan rasio. Dalam penelitian ini digunakan uji one sample kolmogrov-smirnov yaitu uji yang digunakan

untuk mengetahui kenormalan distribusi beberapa data. Kriteria pengujiannya sebagai berikut:[8]

a. Nilai sig > 0,1. Maka H_0 normal.

b. Nilai sig < 0,1. Maka H_0 tidak normal.

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen. Jika nilai *Tolarance* > 0,1 dan nilai VIF < 10 maka variabel lolos uji multikolinieritas. Kriteria pengujian multikolinieritas di lihat dari nilai *tolerance* yaitu :

1) Jika nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 maka dapat di artikan tidak terjadi multikolinieritas terhadap data yang di uji.
2) Jika nilai *tolerance* lebih kecil dari 0,10 maka dapat diartikan terjadi multikolinieritas terhadap data yang di uji.

Kriteria pengujian multikolinieritas dilihat dari nilai VIF (*Variable Infalation Faktor*) adalah :

1) Jika VIF lebih besar dari 10,00 maka dapat diartikan tidak terjadi multikolinieritas terhadap data yang di uji.
2) Jika VIF lebih kecil dari 10,00 maka dapat diartikan terjadi multikolinieritas terhadap data yang di uji.[9]

[8] Syofian Siregar, *Statistika Deskriftif Untuk Penelitian*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010), Hlm.245.

[9] Nur Ahmadi, *Metodologi Penelitian Ekonomi* (Jakarta: Kencana, 2015), Hlm.105.

b. Uji Heterokedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain.Regresi yang baik seharusnya tidak terjadi Heteroskedastisitas pada penelitian ini menggunakan metode pola grafik regresi, yaitu dengan melihat pada titik pada grafik regresi.

1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebur, kemudian menyempit), maka terjadi Heteroskedastisitas.[10]
2) Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi Heteroskedastisitas.

5. Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel indevenden pengetahuan (X1), promosi (X2) terhadap variabel dependen yaitu minat masyarakat menabung di bank syariah (Y). Adapun bentuk persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:[11]

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

Keterangan:

Y : Minat

X_1 : Pengetahuan Produk

[10] Zulaika Matondang and Hamni Fadlilah, *Praktik Analisis Data: Pengolahan Ekonometrika Degan Eviews Dan SPSS* (Medan: Merdeka Kreasi Group, 2022), Hlm. 102.

[11] Sugiyono, Op, Cit., hlm. 211

X_2 : Promosi

a : Konstanta

$b_1b_2b_3$: Koefisien linear berganda

e : standar eror

Dari persamaan diatas maka di peloreh persamaan matematika regresi linear bergandanya yaitu sebagai berikut :

M M : Minat Menabung

a : Konstanta

b_1b_2 : Koefisien Linear Berganda

P : Pengetahuan

PM : Promosi

e : Standar Eror

6. Uji Hipotesis

a. Uji t_{test} (Uji Secara Individu)

Uji ini dilakukan untuk melihat tingkat signifikasi variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara individu atau sendiri-sendiri. Pengujian ini dilakukan secara parsial atau sendiri, dengan tingkat kepercayaan tertentu.[12] Hipotesis diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, atau signifikan $t_{hitung} < 0.10$.

b. Uji F_{test} (Uji Secara Serempak)

Uji F dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh variabel independen atau bebas secara bersama-sama dapat mempengaruhi

[12] Anton, *Multivariate Analysis Dengan SPSS,* 89.

variabel dependen atau terikat. Dasar pengambilan keputusan sebagai berikut :

1) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.
2) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen yang disamping dengan membandingkan F_{hitung} dan F_{tabel}, untuk menentukan apa H_0 diterima atau tidak dapat dengan melihat nilai signifikasinya lebih atau kurang dari 0.10.[13]

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) Menunjukkan sejauh mana tingkat hubungan variabel dependen dengan variabel independen. Pengujian ini dilakukan untuk melihat R^2 pada hasil analisis persamaan regresi yang dipeloreh.[14] Apabila R^2 mendekati 1 maka model regresi yang digunakan sudah semakin tepat sebagai model penduga terhadap variabel dependen.

[13] Sugiono, *Metode Penelitin Bisnis*, 2018, 248.

[14] Kuncoro, *Metode Untuk Bisnis Dan Ekonomi* (Jakarta: Media Nusantara, 2013), Hlm.118.

BAB IV
HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kelurahan Sidangkal Kecamatan Padangsidimpuan Selatan. Dimana Kelurahan Sidangkal merupakan salah satu kelurahan yang terdapat di Kecamatan Padangsidimpuan Selatan Kota Padangsidimpuan. Dengan luas wilayah 159.30km2. Kelurahan Sidangkal dibagi kedalam VI lingkungan, penduduk/masyarakat Kelurahan Sidangkal berjumlah 4.903 jiwa dengan jumlah KK sebanyak 1.273 KK (Kepala Keluarga). Dengan mayoritas masyarakat nya beragama Islam dan sebagian masyarakat nya ada yang beragama Kristen dan Katholik. Batas-batas wilayah Kelurahan Sidangkal antara lain

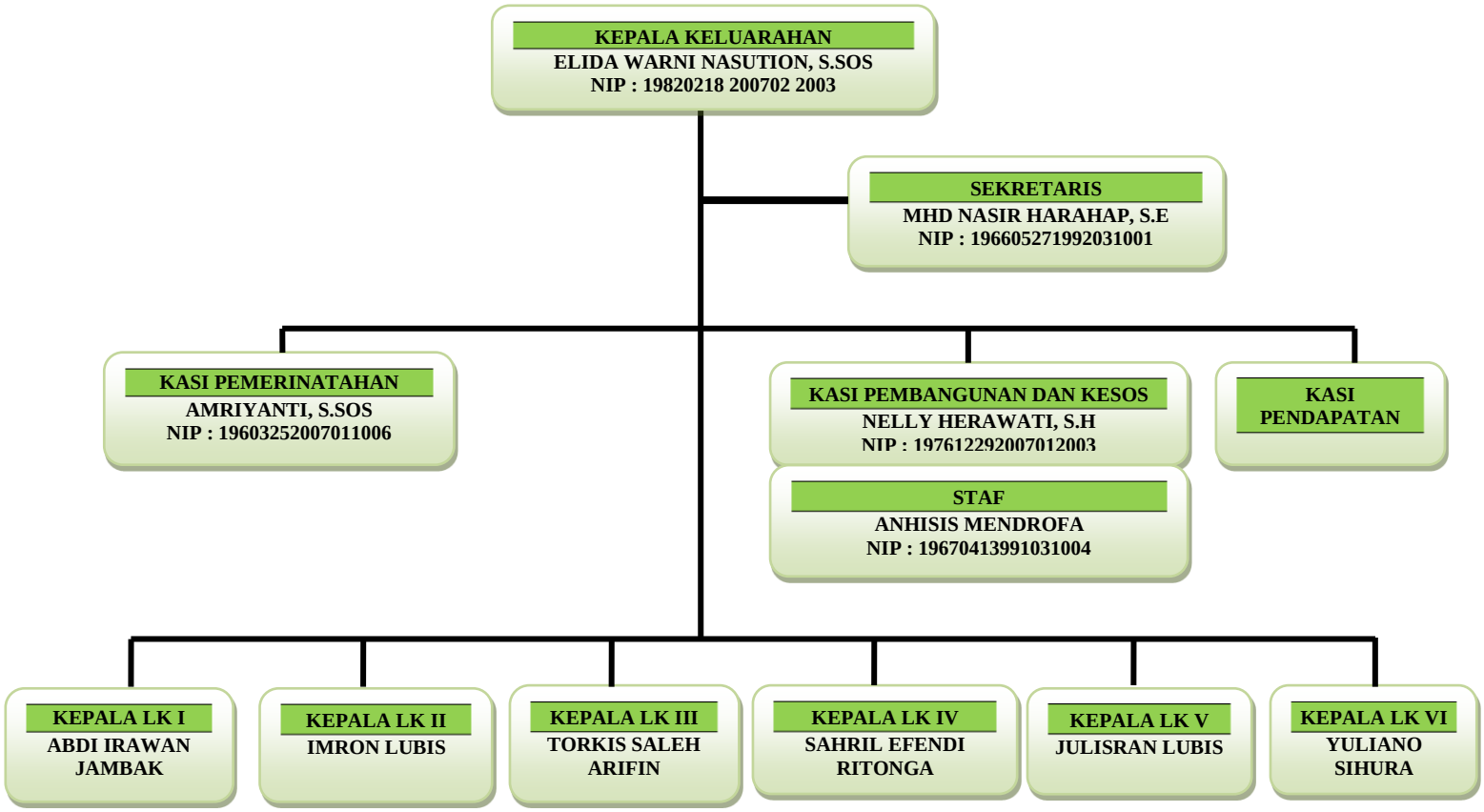
1. Sebelah utara : Kelurahan Wek VI
2. Sebelah selatan : Hanopan
3. Sebelah timur : Kelurahan Ujung Padang
4. Sebelah Barat : Kelurahan Ujung Padang

B. Struktur Organisasi Keluarahan Sidangkal

Struktur organisasi merupakan suatu kerangka yang memperlihatkan sejumlah tugas dan wewenang masing-masing entitas untuk bersama mencapai tujuan organisasi. Pada dasarnya untuk koordinasikan suatu kelompok yang terdiri dari berbagai staf serta mendayagunakan kemapuan yang ada secara keseluruhan untuk diarahkan kepada tujuan tertentu. Adapun struktur organisasi Kelurahan Sidangkal sebagai berikut :

STRUKTUR ORGANISAI KELURAHAN SIDANGKAL
KECAMATAN PADANGSIDIMPUAN SELATAN
PERDA NO.7 TAHUN 2003

GAMBAR IV.1



C. Hasil Analisis Data

1. Hasil Uji Validitas

Dalam penelitian suatu instrumen dikatakan valid jika mampu mengukur apa yang hendak diukur dari variabel yang diteliti yait sebagai berikut:

Tabel IV.1
Pengetahuan (X1)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X1.1	0,557	Instrument valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan df=n-2=97-2=95. Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh r_{tabel}= 0,1680	Valid
X1.2	0,766		Valid
X1.3	0,781		Valid
X1.4	0,742		Valid
X1.5	0,556		Valid
X1.6	0,585		Valid
X1.7	0,580		Valid
X1.8	0,603		Valid

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 23

Berdasarkan hasil uji validasi pada variabel Pengetahuan menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} dari masing-masing item pernyataan menunjukkan angka lebih besar dari r_{tabel}. Hal tersebut menunjukkan bahwa seluruh variabel Pemahaman Bagi Hasil dinyatakan valid.

Tabel IV.2
Promosi (X2)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X2.1	0,701	Instrument valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan df=n-2=97-2=95. Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh r_{tabel}= 0,1680	Valid
X2.2	0,689		Valid
X2.3	0,742		Valid
X2.4	0,796		Valid
X2.5	0,755		Valid
X2.6	0,588		Valid
X2.7	0,660		Valid
X2.8	0,688		Valid

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 23

Berdasarkan hasil uji validasi pada variabel Promosi menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} dari masing-masing item pernyataan menunjukkan angka lebih besar dari r_{tabel}. Hal tersebut menunjukkan bahwa seluruh variabel Promosi dinyatakan valid.

Tabel IV.3
Minat Masyarakat (Y)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Y.1	0,671	Instrument valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan df=n-2=97-2=95. Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh r_{tabel}= 0,1680	Valid
Y.2	0,674		Valid
Y.3	0,709		Valid
Y.4	0,801		Valid
Y.5	0,743		Valid
Y.6	0,724		Valid
Y.7	0,704		Valid
Y.8	0,758		Valid
Y.9	0,762		Valid

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 23

Berdasarkan hasil uji validasi pada variabel Minat Masyarakat menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} dari masing-masing item pernyataan menunjukkan angka lebih besar dari r_{tabel}. Hal tersebut menunjukkan bahwa seluruh variabel Minat Masyarakat dinyatakan valid.

2. Hasil Uji Reliabilitas

Pada penelitian ini uji reliabilitas menggunakan rumus cronbach's alpha dengan bantuan SPSS versi 23. Berikut hasil uji Reliabilitas:

Tabel IV.4
Hasil Uji Reliabillitas

No.	Variabel	Cronbach's alpa	N of item
1.	Pengetahuan	0,799	8
2.	Promosi	0,853	8
3.	Minat Masyarakat	0,888	9

Sumber: Data primer diolah (2024).

Berdasarkan Tabel IV.4 di atas hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada

output dimana pada kolom *Cronbach's alpa* keempat instrumen dengan variabel pengetahuan sebesar 0,799. Variabel promosi sebesar 0,853 dan variabel minat masyarakat sebesar 0,888 yang artinya memiliki nilai lebih besar dari 0,60. Dengan demikian disimpulkan bahwa ketiga instrumen tersebut dapat dikatakan reliabel.

3. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif memiliki tujuan untuk mendaatkan maksimum, minimum, mean dan *standar devition* dari data yang sudah terkumpul. Berikut hasil analisis deskriptif:

Tabel IV.5
Hasil Uji Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pengetahuan	97	24	40	34.95	3.100
Promosi	97	23	40	34.09	3.062
Minat	97	24	45	39.28	3.894
Valid N (listwise)	97				

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 23

Berdasarkan tabel IV.5 diperoleh nilai minimum yang terletak pada variabel Pengetahuan (X_1) yaitu 24, dan nilai maximum 40, sedangkan nilai mean yaitu 34,95 dan nilai Std. Deviation 3,100. Pada variabel Promosi ($X_{2)}$ nilai minimum yaitu 23, nilai maximum 40, nilai mean yaitu 34,09 dan nilai Std. Deviation 3,062. Dan pada variabel Minat Masyarakat (X_3) nilai minimum yaitu 24, nilai maximum 45, nilai mean yaitu 39,28 dan nilai Std. Deviation 3,894.

4. Hasil Uji Normalitas

Data dikatakan baik dan layak apabila berdistribusi secara normal. Syarat pengambilan keputusan apabila nilai sig > 0,1 maka data berdistribusi normal. Berikut adalah hasil uji normalitas:

Tabel IV.6
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.44403132
Most Extreme Differences	Absolute	.077
	Positive	.053
	Negative	-.077
Test Statistic		.077
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200[c]
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 23

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel IV.6 di atas menunjukkan nilai *kolmogrov-Smirnov* adalah sebesar 0,200 yang mengindikasikan bahwa berdistribusi normal karena tingkat signifikansinya (*asymp. Sig. 2-tailed*) sebesar 0,200> 0,1. Jadi dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini berdistribusi normal.

5. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Multikolinearitas

Suatu model regresi dinyatakan bebas dari multikolinearitas adalah "jika nilai *variance inflation factor* (vif) < 10 dan nilai *tolerance*> 0,01.

Tabel IV.7
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Pengetahuan	.959	1.043
	Promosi	.959	1.043
a. Dependent Variable: Minat			

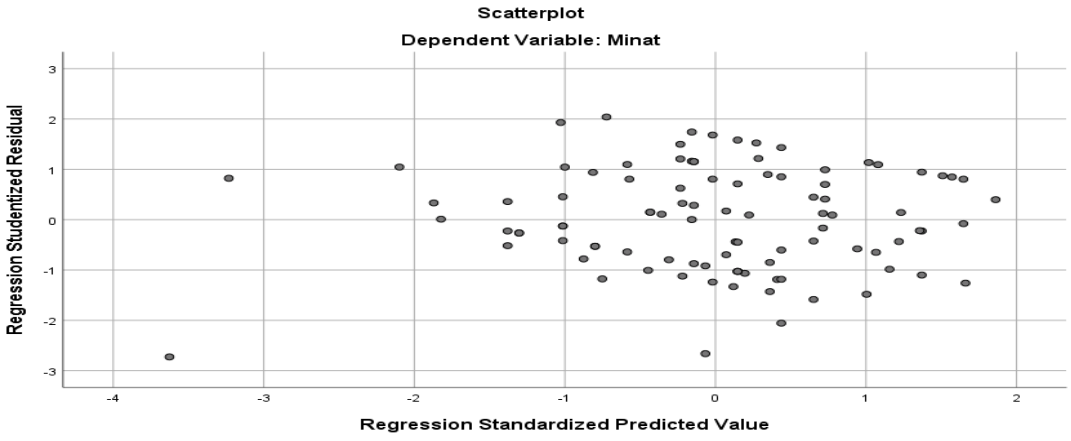
Sumber:Data diolah dengan SPSS Versi 23

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada tabel IV.7 diatas menunjukkan bahwa nilai VIF untuk X1 dan X2 sebesar 1,043 < 10, dan nilai *tolerance* pada variabel X1 dan X2 yaitu 0,959>0,01. Jadi dapat ditarik kesimpulan pada hasil uji tersebut bebas dari multikolinearitas.

b. Hasil Uji Heterokedastisitas

Regresi yang baik seharusnya tidak terjadi Heteroskedastisitas pada penelitian ini menggunakan metode pola grafik regresi, yaitu dengan melihat pada titik pada grafik regres

Gambar IV.2
Hasil Uji Heterokedastisitas



Berdasarkan hasil uji heterokedastisitas pada gambar IV.1 diatas menunjukkan bahwa titik-titik tidak membentuk pola yang jelas. Titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heterokedastisitas.

6. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda adalah uji yang digunakan untuk "meramalkan keadaaan variabel terikat jika dua atau lebih variabel bebas nilainya turun naik (dimanipulasi). Analisis regresi berganda hanya bisa dilakukan jika variabel bebas jumlahnya lebih dari dua.

Tabel IV.8
Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.580	6.316		1.200	.233
	Pengetahuan	.527	.117	.420	4.506	.000
	Promosi	.389	.118	.306	3.285	.001
a. Dependent Variable: Minat						

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 23

Dari data uji hasil regresi linear berganda diatas, maka persamaan regresi yang digunakan adalah:

$MM = a + b_1 P + b_2 PM + e$

$MM = 7{,}580 + 0{,}527P + 0{,}389PM + 6{,}316$

Dari persamaan regresi diatas dapat diartikan bahwa:

a. Nilai konstanta sebesar 7,580 artinya jika variabel pengetahuan (X_1) dan variabel promosi (X_2) bernilai 0, maka variabel minat masyarakat nilainya7,580.

b. Koefisien variabel pengetahuan (P) adalah 0,527 artinya bahwa variabel pengetahuan mempunyai nilai yang positif terhadap minat masyarakat (MM) yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel pengetahuan maka akan meningkatkan minat masyarakat dengan kenaikan sebesar 0,527.

c. Koefisien variabel promosi (P) adalah 0,389 artinya bahwa variabel promosi mempunyai nilai yang positif terhadap minat masyarakat (MM) yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel promosi maka akan meningkatkan minat masyarakat dengan kenaikan sebesar 0,389.

7. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinan (R^2) adalah digunakan untuk mengetahui sampai sejauh mana ketepatan atau kecocokan garis regresi yang terbentuk dalam mewakili kelompok data. Koefisien determinan (R^2) menggambarkan bagian dari variasis total yang dapat diterangkan oleh model. Berikut adalah hasil uji koefisien determinasi:

Tabel IV.9
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary[b]				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.667[a]	.418	.401	3.480
a. Predictors: (Constant), Promosi, Pengetahuan				
b. Dependent Variable: Minat				

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 23

Berdasarkan tabel IV.9 diperoleh nilai R^2 sebesar 0,418 artinya pengetahuan dan promosi menjelaskan minat masyarakat sebesar 41,8% sedangkan sisanya 58,2% dijelaskan oleh faktor lain diluar penelitian ini.

8. Hasil Uji Hipotesis

a. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Pengujian ini dilakukan untuk melihat pengaruh variabel indepenpen terhadap variabel dependen secara parsial.

Tabel IV.10
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.580	6.316		1.200	.233
	Pengetahuan	.527	.117	.420	4.506	.000
	Promosi	.389	.118	.306	3.285	.001
a. Dependent Variable: Minat						

sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 23

Dari hasil uji parsial diatas dapat dilihat pengaruh variabel X1 dan X2 terhadap Y dimana nilai t_{tabel} yang diperoleh dari rumus df= n-k-1 atau 97-2-1= 94 pada taraf signifikan 10% diperoleh 1,66, yaitu:

1. Nilai t_{hitung} pengetahuan sebesar 4,506 > t_{tabel} (1,66), maka H_{a1} diterima dan H_{01} ditolak artinya terdapat pengaruh pengetahuan terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah pada masyarakat kelurahan sidangkal.
2. Nilai t_{hitung} Promosi sebesar 3,285 > t_{tabel} (1,66), maka H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak artinya terdapat pengaruh promosi terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah pada masyarakat kelurahan sidangkal.

b. Hasil Uji Simultan (Uji F)

Tabel IV.11
Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA[a]						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	316.795	2	158.397	13.076	.000[b]
	Residual	1138.690	94	12.114		
	Total	1455.485	96			
a. Dependent Variable: Minat						
b. Predictors: (Constant), Promosi, Pengetahuan						

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 23

Berdasarkan tabel IV.11 diatas diketahui bahwa F_{hitung} sebesar 13,076 sedangkan F_{tabel} diperoleh dari rumus df untuk pembilang df=k-1 atau 3-1=2 dan rumus df untuk penyebut df= n-k atau 97-3= 94 yaitu sebesar 2,359 dimana $F_{hitung} > F_{tabel}$ (13,076 > 2,359). Selanjutnya, untuk nilai sig. sebesar 0,00 sehingga nilai sig. < 0,1 (0,00<0,1) maka H_{a3} diterima dan H_{03} ditolak artinya terdapat pengaruh pengetahuan dan promosi secara simultan terhadap minat masyarakat menabung dibank syariah pada masyarakat kelurahan sidangkal.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil penelitian yang peneliti uji dari judul "Determinan Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah pada Masyarakat Kelurahan Sidangkal", dengan jumlah responden 97. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan dan promosi menjelaskan minat masyarakat sebesar 41,8% sedangkan sisanya 58,2% dijelaskan oleh faktor lain diluar penelitian ini. Berdasarkan hasil analisis data menggunakan program SPSS Versi 23 maka pembahasan hasil penelitian sebagai berikut:

1. Pengaruh Pengetahuan terhadap Minat Masyarakat

Pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki oleh konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa serta pengetahuan lannya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen. Pengetahuan konsumen akan mempengarui minat menggunakan jasa pada Bank Syariah kota Padangsidimpuan dan pemahaman tentang bank syariah yang secara umum sudah baik.[1]

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh pengetahuan terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah pada masyarakat kelurahan sidangkal. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang menyatakan semakin tinggi pengetahuan konsumen dan masyarakat maka semakin tinggi minat untuk menabung di bank syariah.[2]

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh secara parsial terhadap minat masyarakat menabug di Bank Syariah.[3]

Kebanyakan masyarakat khususnya masyarakat Kelurahan Sidangkal sudah mengetahui bank syariah secara umum, hal tersebut juga diikuti dengan kurangnya pemahaman tentang riba. Selain itu, masyarakat kurang memiliki pengetahuan dan informasi tentang produk-produk apa saja yang

---

[1] Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarata : Kencana, 2010), 145.

[2] Kristiyadi and Sri Hartiyah, "Pengaruh Kelompok Acuan, Religiusitas, Promosi Dan Pengetahuan Tentang Lembaga Keuangan Syariah Terhadap Minat Menabung Di Koperasi Jasa Keuangan Syariah," *Jurnal Ekonomi Dan Teknik Informatika 5*, No. 6 (2016): 46, Https://E-Journal.Polsa.Ac.Id/Index.Php/Jneti/Article/View/35 .

[3] Alwi Irwandi Sitompul, Determinan Minat Masyarakat Menabug Di Bank Syariah (Studi Di Desa Simaninggir Kecamatan Sipirok), *Skripsi*, 2023.

ditawarkan oleh Bank Syariah. ketika peneliti bertanya terkait produk bank syariah kepada beberapa masyarakat yang menjadi nasabah mereka mengatakan sudah mengetahui tentang bank syariah secara umum baik sistemnya, maupun bagi hasil atas dana yang telah digunakan oleh pihak bank syariah. Dikarenakan kebayakan masyarakat hanya menggunakan bank syariah sebagai alat penarikan gaji atau pembayaran uang sekolah.

2. Pengaruh Promosi terhadap Minat Masyarakat

Promosi adalah suatu usaha dari penjual menginformasikan barang kepada pembeli, agar pembeli/konsumen itu tertarik untuk melakukan transaksi pembelian atau penukara atas jasa/produk yang di jual atau ditawarkan. Maksud lain dari promosi adalah suatu teknik komunikasi yang dirancang untuk menstimulasi konsumen membeli. Disisi lain, promosi juga dapat memberikan efek negatif jika dilakukan tidak tepat, hal ini dapat mempengaruhi minat masyarakat untuk mengambil keputusan.[4]

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh promosi terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah pada masyarakat kelurahan sidangkal. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa promosi berperan penting dalam mempengaruhi minat masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah, promosi yang efektif dapat meningkatkan pengetahuan dan kesadaran masyarakat tentang produk dan layanan yang ditawarkan oleh bank syariah. Adapun tujuan utama promosi produk dan jasa perbankan tentu untuk menarik calon

[4] Hapsari and Niken Tri, *Seluk Beluk Promosi Dan Bisnis: Cerdas Beriklan Untuk Usaha Kecil Menengah*, (Yogyakarta: A+PLUS Books, 2010), hlm. 17.

nasabah. Namun, selain peningkatan jumlah nasabah, promosi juga dapat meningkatkan citra perusahaan perbankan.[5]

Hal ini sesuai penelitan terdahulu yang menyatakan bahwa Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menabung.[6] Dan sesuai dengan penelitian yang menyatakan bahwa variabel promosi berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah.[7]

Dalam menunjukkan produk bank syariah yang dimiliki, bank juga harus memberikan informasi kepada masyarakat melalui promosi. Promosi yang dapat dilakukan bank harus memberikan informasi yang tepat dimana komunkasi beperan penting, dalam hal ini promosi merupakan sesuatu yang berharga. Dengan diadakan promosi masyarakat mengetahui apa saja ayang diberikan oleh bank serta menambah minat masyarakat untuk menabung. Namun tindakan promosi oleh bank juga bisa mengurangi niat masyarat bila dilakukan dengan tujuan yang tidak benar atau berlebihan. Oleh karena itu, bank harus dapat memanfaatkan dengan benar media promosi seperti iklan media cetak atau elektronik, promosi langsung atau mengadakan even/acara yang tersedia.

---

[5] Boone and Kurtz, *Pemasaran Kontemporer* (USA: Thomson Higher Education, 2008), hlm. 448.

[6] *Septi Wahyu Antika, "Pengaruh Promosi, Pemahaman Bagi Hasil Dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Indonesia KCP Sribha Wono Lampung Timur", Skripsi, (Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampug, 2023), Hlm. 1*.

[7] *Ari Muhammad Supar Siregar, "Pengaruh Bagi Hasil Dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah (Studi Kasus Pedagang Pasar Raya Kodok Padangsidimpuan)", Skripsi, (Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan, 2017), Hlm. 1*.

3. Pengaruh Pengetahuan dan Promosi terhadap Minat Masyarakat

Minat merupakan proses memberikan perhatian dan melakukan suatu tindakan terhadap sesuatu yang disertai dengan perasaan senang. dengan kata lain seseorang akan memberikan perhatian lebih terhadap suatu objek yang sedang diamati, dengan adanya perhatian lebih tersebut secara tidak lansung sesorang akan berkeinginan mendapatkan objek tersebut. Minat sangat identik dengan sikap. Sikap sesorang terhadap objek merupakan keyakinan seseorang untuk mengevaluasinya. Faktor yang mempengaruhi munculnya suatu minat seseorang tergantung pada kebutuhan fisik, emosi, sosial dan pengalaman. Minat diawali oleh perasaan senang dan sikap positif.[8]

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh pengetahuan dan promosi secara simultan terhadap minat masyarakat menabung dibank syariah pada masyarakat kelurahan Sidangkal. Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa variabel pengetahuan dan promosi berpengaruh secara signifikan terhadap minat menjadi nassabah.[9]

E. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini dilakukan sesuai dengan langkah-langkah yang sudah ditetapkan dalam metode penelitian di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. Namun, peneliti menyadari bahwa

---

[8] Abdul Wahab Shaleh and Muhib Abdul Wahab, *Pisikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam* (Jakarta: Kencana, 2004), hlm. 262.

[9] *N*zulul Anis Kurlillah, Pengaruh Pengetahuan Dan Promosi Terhadap Minat Karyawan Industri Menabug Di Bank Syariah (Studi Pada Karwayan PT. Supernova), *Skripsi*, 2023.

penelitian ini jauh dari kesempurnaan dan masih banyak lagi keterbatasan yang dapat memengaruhi hasil penelitian. Adapuan keterbatasan yang dihadapi penulis yaitu:

1. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada penggunaan variabel pengetahuan dan promosi saja, sementara faktor eksternal dan internal yang berpengaruh terhadap minat masyarakat ada yang lainnya yakni faktor indivu seperti pendidikan, faktor lingkungan seperti tingkat permintaan dari nasabah, keadaan ekonomi, biaya, tingkat perubahan teknologi, perkembangan teknologi, dan masih banyak yang lainnya yang tidak ikut diteliti pada penelitian ini.
2. Penyebaran angket hanya dilakukan pada masyarakat Desa Sidangkal.
3. Keterbatasan hasil yang diperoleh peneliti masih pada kesesuaiaan yang dilakukan dengan langkah-langkah atau motode berdasarkan kuantitatif.

Meskipun demikian, peneliti tetap berusaha sekuat tenaga agar keterbatasan penelitian tidak mengurangi esensi dari penelitian ini.

BAB V
PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan mengenai judul "Determinan Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah pada Masyarakat Kelurahan Sidangkal" dapat ditarik kesimpulan yaitu:

1. Terdapat pengaruh pengetahuan terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah pada masyarakat kelurahan sidangkal, dengan nilai t_{hitung} sebesar 4,506 > t_{tabel} (1,66), maka H_{a1} diterima dan H_{01} ditolak.
2. Terdapat pengaruh promosi terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah pada masyarakat kelurahan sidangkal, dengan nilai t_{hitung} sebesar 3,285 > t_{tabel} (1,66), maka H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak.
3. Terdapat pengaruh pengetahuan dan promosi secara simultan terhadap minat masyarakat menabung dibank syariah pada masyarakat kelurahan sidangkal, dengan F_{hitung} > F_{tabel} (13,076 > 2,359), untuk nilai sig. sebesar 0,00 sehingga nilai sig. < 0,1 (0,00<0,1) maka H_{a3} diterima dan H_{03} ditolak.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dipaparkan maka peneliti menyampaikan pesan-pesan yang kiranya bermanfaat kepada pihak-pihak yang terkait. Adapun saran yang harus disampaikan yaitu sebagai berikut:

Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti pengaruh pengetahuan dan promosi terhadap minat masyarakat menabung dibank syariah untuk menambah variabel lainnya yang relevan.

Bagi masyarakat di kelurahan Sidangkal diharapkan meningkatkan dan mempertimbangkan minat menabung dibank syariah dan semakin banyak memahami tentang bank syariah agar masyarakat semakin berminat untuk menabung di bank syariah.

Bagi Bank Syariah agar meningkatkan promosi dan sosialisasi mengenai produk-produk bank syariah secara efektif.

DAFTAR PUSTAKA

Abdul Rachman Saleh. *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perpektif Islam*. Jakarta: Perdana Media, 2004.

Abdul Wahab Shaleh, and Muhib Abdul Wahab. *Pisikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Kencana, 2004.

Adiwarman A. Karim, *Bank Islam :Analisis dan Keuangan*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persda, 2013), h. 351.

Agus Yulistiyono. *Bonus Demografi Sebagai Peluang Indonesia Dalam Percepatan Pembangunan Ekonomi*. Jakarta: publish insani, 2016.

Ahmad Dahlan. *Bank Syariah Teoritik, Praktik, Kritik,*. Yogyakarta: Teras, 2012.

Alwi Irwandi Sitompul, Determinan Minat Masyarakat Menabug Di Bank Syariah (Studi Di Desa Simaninggir Kecamatan Sipirok), *Skripsi*, 2023.

Andi Soemitra, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Kencana, 2009.

Anita Rahmawaty. Pengaruh Perpepsi Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Di BNI Syariah, Semarang", Dalam *Jurnal Ilmiah*, Volume 8 No. 1 Tahun 2014.

Ari Muhammad Supar Siregar, "Pengaruh Bagi Hasil Dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah (Studi Kasus Pedagang Pasar Raya Kodok Padangsidimpuan)", *Skripsi*, Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan, 2017.

Boone, and Kurtz. *Pemasaran Kontemporer*. USA: Thomson Higher Education, 2008.

Chairunnisa Conni. *Metode Penelitia Dan Ilmiah Aplikasi Dalam Pendidikan Dan Sosial*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2017.

Departemen Pendidikan Nasional. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.

Departermen Agama RI, Al-Qur'an Dan Terjemahannya.

Etta Mamang Sugandji, and Sopiah. *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktisi Dalam Penelitian*. Yogyakarta: AND, 2010.

Fandy Tjptono. *Strategi Pemasaran", Edsi Kedua.* Yogyakarta: ANDI, 2001.

Firza Aulia Viranti, and Adhitya Ginanjar. "Influence Of Facilities, Promotion, Product And Location Slamic Banking On Decision Non Muslim Customers Patronising At BRIS Case Studi In BRI Syariah, "Tauhidinomics: Journal of Islamic Banking And Economics 1" 1, No.1 2015.

H. Djaali. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara, 2011.

Hapsari, and Niken Tri. *Seluk Beluk Promosi Dan Bisnis: Cerdas Beriklan Untuk Usaha Kecil Menengah,*. Yogyakarta: A+PLUS Books, 2010

Hendra Novian, Muhammad Wardani Anwar, dkk, Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia, *Dalam Jurnal Ekonomi Islam*, Volume, 3, No.9, 2023, h. 4085.

Herry Susanto, and Khaerul Uman. *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: pustaka setia, 2013.

Herry Sutanto, and Khaerul Umam. *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: pustaka setia, 2013.

Hery Susanto, and Khaerul Umam. *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: pustaka setia, 2013.

*Http:// Www.Ojk.Go.Id, Prinsip-Prinsip Konsep Dasar Perbankan Syariah, D*iakses Pada Tanggal 25 Mei 2024 Pukul 20.12 PM.

Http:// Www.Ojk.Go.Id Diakses Pada Tanggal 20 Mei 2024 Pukul 22.54 PM,.

*Https://Id.m.Wikipedia.Org (*Diakses Pada Selasa 15 Agustus 2023 Pukul 22.52).

Kasmir. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana, 2010.

———. *Periklanan : Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana, 2010

Khudzaifa Dimyanti and Kelik Wardiono, *Metode Penelitian (Buku Pengangan Kuliah)* Surakarta : Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2015), 8.

Kristiyadi and Sri Hartiyah, "Pengaruh Kelompok Acuan, Religiusitas, Promosi Dan Pengetahuan Tentang Lembaga Keuangan Syariah Terhadap Minat Menabung Di Koperasi Jasa Keuangan Syariah," *Jurnal Ekonomi Dan Teknik Informatika* 5, No. 6 (2016): 46, Https://E-Journal.Polsa.Ac.Id/Index.Php/Jneti/Article/View/35.

Kuncoro. *Metode Untuk Bisnis Dan Ekonomi*. Jakarta: Media Nusantara, 2013.

Kurnia Akbar, "Analisis Pengaruh Harga, Brand Image dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone atau Smartphone Sammsung Jenis Android (Studi Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro)", Skripsi, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2013), hlm. 60.

Kementrian Agama RI. Al-Qur'an Tajwid dan Terjemahan (Bandung : Al-Qur'an Al-Qosbah, 2020).

Lupiyadi Rambat. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat, 2014.

Megawati,. "Analisis Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT Bank Tabungan Negara Syariah (Persero) Cabang Makasar, "*Jurnal Minds* : Manajemen Ide Dan Inspirasi 2, No. 2 (2015) : 106, Https://Journal.Uin-Alauddin,Ac,Id/Index.Php/Minds/Article/View/4246.

Miranti Wulandari. Pengaruh Pengetahuan Dan Religius Nasabah Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk PT. Bank SUMSEL BABEL Cabang Syariah Palembang, *Skripsi* UIN RADEN FATAH PALEMBANG Tahun 2018.

M.Murshid. *Manajmen Pemasaran*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2008.

muhammad. *Manajemen Dana Bank Syariah, 2014*, 2014.

Muhammad Fu'ad Abdul Baqi. *Al-Lu'lu Wal Marjan I*. Surabaya: PT. Bina Ilmu, 1996.

Muhammad Nasib Ar-rifa 'I. *Ringkasan Tafsir Ibnu Katsir Jilid I*. Jakarta: gema insani pers, 1999.

Muhammad Syafi'I Antonio. *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktikf*. Jakarta: gema insani, 2001.

Muhammad Uyun, and Idi Warsa. *Psikologi Pendidikan*. Yogyakarta: deepublish publisher, 21.

M Quraish Sihab, *TafsirAl-Misbah Pesan Kesan dan Keserasian Al-Qur'an,* Jilid. Pertama (Jakarta : Lentera Hati, 2002), hl. 587-594.

Nur Ahmadi. *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Jakarta: Kencana, 2015.

N Anggarini and P Silitonga, Pengaruh Publlisitass, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cyclo Coffe & Apparael, *Eduturisma 3* No.2. 2019. hlm 1-16..

Nzulul Anis Kurlillah, Pengaruh Pengetahuan Dan Promosi Terhadap Minat Karyawan Industri Menabug Di Bank Syariah (Studi Pada Karwayan PT. Supernova), *Skripsi*, 2023.

Peter dan Olson, *[consumer behavior & marketing strategy. Bahasa Indonesia] Periaku Konsumen & Strategi Pemasasaran,* (Jakarta; Salemba Empat, 2014), hlm. 19.

Ratih Hurriyati. *Bauran Pemasaran Dan Loyaltas Konsumen*. Cet. kedua. Bandung: alfabeta, 2008.

———. *Bauran Pesaran Dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: alfabeta, 2008.

Rendra Widyatama. *Pengantar Periklanan*. Yogyakarta: Pustaka Book Publsher, 2009.

Septi Wahyu Antika, "Pengaruh Promosi, Pemahaman Bagi Hasil Dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Indonesia KCP Sribha Wono Lampung Timur", *Skripsi,* Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampug, 2023.

Siregar. *Metedologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana, 2013.

Sofyan Assauri. *Manajemen Pemasran*. Jakarta: Rajawali Press, 2011.

Sugiono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2013.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D,* Bandung: Alfabeta, 2013.

Suharsimi Arikunto. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cifta, 2007.

Suryabrata, and Sumadi. *Psikologi Kepribadian*. Jakarta: Rajawali, 1988.

Syofian Siregar. *Statistika Deskriftif Untuk Penelitian,*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010.

Ujang Sumarwan. *Perilaku Konsumen : Teori Dan Penerapannnya Dalam Pemasran*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2014.

Winda, and A Syathir Sofyan. *Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Minat Menabung Msyarakat Di Bank Syariah Indonesia KCP. Sidrap" Vol 1, No. 3.*, 2021.

W.S Winkel. *Psikologi Pengajaran*. Jakarta: Grasindo, 1996.

Zulaika Matondang, and Hamni Fadlilah. *Praktik Analisis Data: Pengolahan Ekonometrika Degan Eviews Dan SPSS*. Medan: Merdeka Kreasi Group, 2022.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

IDENTITAS PRIBADI

1. Nama Lengkap : Regina Pebriani Hidayatullah
2. Tempat/Tanggal Lahir : Padangsidimpuan, 13 Februari 2001
3. Agama : Islam
4. Jenis Kelamin : Perempuan
5. Anak Ke : 3
1. Alamat : JL.A Hutabarat GG Mesjid Nikmat LK. III Kelurahan Wek VI, Kecamatan Padangsidimpuan Selatan
6. Kewarganegaraan : Indonesia
7. No. Telepon/Hp : 08228876824
8. Alamat E-mail : reginafebriani22@gmail.com

II. PENDIDIKAN

1. SD Negeri 200206 Padangsidimpuan : 2007-2013
2. SMP Muhammadiyah 29 Padangsidimpuan : 2013-2016
3. SMA N 1 Padangsidimpuan : 2016-2019
4. Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary

II. IDENTITAS ORANG TUA

2. Nama Ayah : Irsal Hidayat Caniago
3. Pekerjaan Ayah : Wiraswasta
4. Nama Ibu : Elfi Sahara Lubis
5. Pekerjaan Ibu : Ibu Rumah Tangga
6. Alamat : JL.A Hutabarat GG Mesjid Nikmat LK. III Kelurahan Wek VI, Kecamatan Padangsidimpuan Selatan

IV. IPK AKADEMIK

IPK : 3,49

Judul Sripsi : Determinan Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Pada Masyarakat Kelurahan Sidangkal

Lampiran 1

Data Tabulasi Variabel Y1 Minat

Nomor Pertanyaan

No.	Nama	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Jumlah
1	Abdul Hijam Nasution	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
2	Yusnidar Lubis	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
3	Abdul Rauf Jambak	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	Darna Halena Ningsih	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
5	Elvi Ani	5	4	4	5	5	4	3	4	4	38
6	Ardona Lubis	4	4	3	4	4	4	4	4	4	35
7	Julkarnaen Tanjung	5	5	5	5	4	5	5	4	4	42
8	Nurlan Mahdalena	4	5	5	3	1	1	2	2	1	24
9	Iyon Sadena	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
10	Gusti Hana	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
11	Mawarni Sianggang	3	3	4	4	4	4	4	4	4	34
12	Nurhaliza Harahap	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
13	Agus Suherman	4	5	4	5	5	5	4	4	3	39
14	Rukiah Lubis	5	5	5	4	4	4	4	5	5	41
15	Ahmed Adzerdian	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
16	Maharani	4	4	4	4	4	5	5	4	4	38
17	Ahmad Juni Sihombing	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
18	Irpan Ariansyah	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
19	Risna Sari Pardede	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
20	Rosna Bintang Siregar	5	4	5	5	5	5	5	4	4	42

21	Riski Annisa	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
22	Ahmad Ansor Rangkuti	5	4	4	5	3	3	4	3	4	35
23	Nurhalimah Aritonang	4	4	4	5	4	4	5	4	5	39
24	Ahkmad Hakim Lubis	5	5	5	5	5	5	4	4	4	42
25	Alpian Nasution	5	5	5	5	5	4	4	5	5	43
26	Suaibin Ahmadai Lubis	5	5	4	4	5	4	5	4	5	41
27	Yuslaini	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
28	Erma Kholida	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
29	Samsidar Siregar	4	5	5	5	5	5	5	4	4	42
30	Ali Nasir	5	5	4	5	4	4	4	4	4	39
31	Makmur Tua	4	4	5	5	5	5	5	5	4	42
32	Nurkholilah Harahap	5	5	5	5	5	5	4	5	4	43
33	Amanda Kholisyah	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
34	Depiana	5	5	5	5	4	5	5	5	5	44
35	Masdalima	5	5	5	5	4	4	5	5	5	43
36	Sumaya Harni	5	4	4	4	5	4	5	3	4	38
37	Alamsyah Naustion	4	4	5	5	5	4	4	4	5	40
38	Ilham Suhartadi Lubis	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
39	Ali Imran Piliang	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
40	Alpin Hidayat	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
41	Ahmad Sulaiman	5	5	5	5	4	4	5	5	5	43
42	Yeni Puspa	5	5	4	4	4	4	5	5	5	41
43	Basariah Nasution	4	4	4	5	5	4	5	5	5	41

44	Riski Anjani	5	5	5	5	5	4	5	5	5	44
45	Rosintan Tanjung	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
46	Mursalima	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
47	Andy Marito	4	4	4	5	4	5	5	4	5	40
48	Amin Sahrul	4	5	4	4	5	4	5	4	4	39
49	Dian Lara Febri	4	5	5	5	5	4	4	4	5	41
50	Aman Siregar	4	5	5	5	5	5	4	5	5	43
51	Sri Tegoh Rahayu	4	5	5	5	5	5	5	5	5	44
52	Dimas Anugrah	4	5	5	5	5	5	5	5	5	44
53	Andri Partanoan	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
54	Romaito Hutasuhut	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
55	Anhari Nasution	4	4	4	4	4	4	4	3	4	35
56	Dewi Irena	5	5	5	4	4	4	4	4	4	39
57	Asroma	4	4	4	4	5	4	4	4	4	37
58	Pardamean	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
59	Armin Lase	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
60	Nur Hayati	3	4	3	3	2	3	4	4	4	30
61	Ayub Ependi	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
62	Nursatia Harahap	5	4	5	4	4	4	4	5	5	40
63	Ilal Hamdi Nasution	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
64	Delima Lubis	4	4	4	5	4	5	4	4	4	38
65	Lingga Bayu Dalimunte	4	4	5	4	4	4	5	4	4	38
66	Anggi Namora Piliang	4	4	5	4	5	4	3	4	4	37

67	Jefri Siregar	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
68	Maimunah	4	4	5	5	4	4	5	5	4	40
69	Chairul Indra Sakti	4	4	4	5	4	4	4	4	5	38
70	Dahliana Nasution	4	5	4	4	4	4	4	5	5	39
71	Sari Anna Lubis	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
72	Hariska Fitri Tanjung	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
73	Dahlan Batubara	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
74	Rosmaida	3	4	3	4	4	4	3	4	4	33
75	Muammar Kadapi	4	4	4	5	5	4	4	5	5	40
76	Ramian	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
77	Dedi Panggabean	4	5	4	5	5	3	4	4	4	38
78	Muhammad Akhtar	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
79	Riski Aulia Btubara	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
80	Erwin Caniago	5	5	5	5	5	4	5	5	4	43
81	Emmi Sari	5	5	5	5	4	5	4	5	5	43
82	Marito	5	5	5	5	5	5	4	5	5	44
83	Erni Herawati Sikumbang	5	5	5	5	4	4	4	4	5	41
84	Derma Sari Lubis	5	5	5	5	5	5	4	4	4	42
85	Risky Doharna	5	5	5	5	4	4	4	4	5	41
86	Nurliana Lubis	5	5	5	5	4	5	4	4	5	42
87	Fahruddin Golo	4	5	4	4	4	5	5	5	5	41
88	Fahmi	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
89	Dinny Veronica	5	4	3	4	3	4	4	4	4	35

90	Masdaniar Batubara	4	4	4	4	4	5	4	4	4	37
91	Ida Agustina Dalimunthe	4	4	3	4	3	4	4	5	4	35
92	Mita Maisyarah	4	4	4	4	5	4	5	5	4	39
93	Ida Warni Ritonga	4	4	4	4	4	5	4	4	4	37
94	Devi Yanti Novita	5	5	5	4	4	4	4	4	4	39
95	Farida Yusria	4	4	4	4	4	5	4	4	4	37
96	Ratina Sembiring	4	4	5	5	4	4	4	5	5	40
97	Loly Pitriani	4	4	4	4	5	5	4	4	5	39
98	Nisma Rangkuti	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36

Data Tabulasi Variabel X1 Pengetahuan

Nomor Pertanyaan

No.	Nama	1	2	3	4	5	6	7	8	Jumlah
1	Abdul Hijam Nasution	4	5	4	4	4	4	4	4	33
2	Yusnidar Lubis	4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	Abdul Rauf Jambak	4	4	5	4	4	4	4	4	33
4	Darna Halena Ningsih	3	3	4	4	4	5	4	5	32
5	Elvi Ani	5	4	4	5	4	1	3	5	31
6	Ardona Lubis	4	4	4	4	4	4	4	4	32
7	Julkarnaen Tanjung	5	5	4	4	5	5	5	4	37
8	Nurlan Mahdalena	5	3	3	1	5	2	3	2	24
9	Iyon Sadena	4	4	4	4	3	3	3	3	28
10	Gusti Hana	4	4	3	4	4	4	4	4	31
11	Mawarni Sianggang	4	3	3	3	3	4	4	4	28
12	Nurhaliza Harahap	4	4	4	4	4	4	4	4	32
13	Agus Suherman	5	5	5	5	4	5	5	5	39
14	Rukiah Lubis	4	5	5	5	5	5	5	5	39
15	Ahmed Adzerdian	5	5	5	4	5	5	5	4	38
16	Maharani	5	4	5	5	5	5	5	5	39
17	Ahmad Juni Sihombing	5	5	5	5	5	5	5	5	40
18	Irpan Ariansyah	4	4	4	4	4	4	4	4	32
19	Risna Sari Pardede	4	5	5	5	5	5	5	5	39
20	Rosna Bintang Siregar	5	5	5	5	5	5	5	5	40

21	Riski Annisa	4	4	4	5	5	5	5	5	37
22	Ahmad Ansor Rangkuti	5	4	5	4	3	5	4	5	35
23	Nurhalimah Aritonang	4	4	4	4	4	4	4	5	33
24	Ahkmad Hakim Lubis	5	5	5	5	5	4	5	5	39
25	Alpian Nasution	5	4	4	4	4	5	5	5	36
26	Suaibin Ahmadai Lubis	4	4	4	4	4	4	4	4	32
27	Yuslaini	5	4	4	4	4	4	4	4	33
28	Erma Kholida	4	5	4	4	4	4	4	4	33
29	Samsidar Siregar	4	4	4	5	4	4	4	4	33
30	Ali Nasir	5	4	4	4	4	5	5	5	36
31	Makmur Tua	4	4	4	4	4	4	4	4	32
32	Nurkholilah Harahap	4	4	4	4	4	4	5	5	34
33	Amanda Kholisyah	4	4	4	4	4	4	4	4	32
34	Depiana	5	5	4	5	4	4	5	5	37
35	Masdalima	4	4	4	4	4	4	4	4	32
36	Sumaya Harni	5	5	4	4	4	4	4	4	34
37	Alamsyah Naustion	5	5	4	4	4	4	5	5	36
38	Ilham Suhartadi Lubis	4	4	4	4	4	4	4	4	32
39	Ali Imran Piliang	4	4	4	4	4	3	4	4	31
40	Alpin Hidayat	5	4	3	3	5	3	5	5	33
41	Ahmad Sulaiman	5	4	4	4	4	5	4	3	33
42	Yeni Puspa	4	4	4	3	3	4	4	4	30
43	Basariah Nasution	3	4	4	5	4	5	4	5	34

44	Riski Anjani	4	3	4	3	4	4	4	4	30
45	Rosintan Tanjung	5	4	5	5	4	5	4	5	37
46	Mursalima	4	4	4	4	4	5	4	4	33
47	Andy Marito	5	5	5	5	4	4	4	4	36
48	Amin Sahrul	4	4	4	4	4	5	4	4	33
49	Dian Lara Febri	5	4	4	5	4	5	4	5	36
50	Aman Siregar	4	4	4	4	5	5	5	5	36
51	Sri Tegoh Rahayu	4	4	4	4	4	4	4	4	32
52	Dimas Anugrah	5	5	5	4	5	4	4	4	36
53	Andri Partanoan	5	4	4	4	4	5	5	5	36
54	Romaito Hutasuhut	5	5	5	5	5	4	4	4	37
55	Anhari Nasution	5	5	5	4	4	5	4	5	37
56	Dewi Irena	5	5	5	4	4	4	4	4	35
57	Asroma	5	5	5	4	4	5	4	5	37
58	Pardamean	4	4	4	5	5	5	5	5	37
59	Armin Lase	5	5	5	5	4	5	4	5	38
60	Nur Hayati	5	5	5	4	4	5	4	5	37
61	Ayub Ependi	5	5	5	5	4	4	4	4	36
62	Nursatia Harahap	5	5	5	4	4	5	5	5	38
63	Ilal Hamdi Nasution	5	5	5	4	4	4	5	5	37
64	Delima Lubis	5	5	5	5	5	5	5	5	40
65	Lingga Bayu Dalimunte	5	5	5	5	4	5	4	5	38
66	Anggi Namora Piliang	5	5	5	5	5	3	4	4	36

67	Jefri Siregar	5	5	5	5	4	4	4	5	37
68	Maimunah	5	5	5	5	4	3	5	5	37
69	Chairul Indra Sakti	5	5	5	5	5	5	4	5	39
70	Dahliana Nasution	5	5	5	5	5	5	4	4	38
71	Sari Anna Lubis	5	5	5	5	5	4	4	4	37
72	Hariska Fitri Tanjung	5	5	5	5	5	5	4	4	38
73	Dahlan Batubara	4	4	4	5	5	4	4	4	34
74	Rosmaida	5	5	5	5	4	5	4	5	38
75	Muammar Kadapi	4	4	5	5	5	4	4	5	36
76	Ramian	5	5	5	5	5	5	4	4	38
77	Dedi Panggabean	5	5	5	5	4	5	4	4	37
78	Muhammad Akhtar	4	4	4	4	4	4	4	4	32
79	Riski Aulia Btubara	5	5	5	5	5	5	4	4	38
80	Erwin Caniago	5	5	5	5	5	4	5	5	39
81	Emmi Sari	5	5	5	5	4	5	4	5	38
82	Marito	5	5	5	5	5	5	4	5	39
83	Erni Herawati Sikumbang	5	5	5	5	4	4	4	4	36
84	Derma Sari Lubis	5	5	5	5	5	5	4	4	38
85	Risky Doharna	5	5	5	5	4	4	4	4	36
86	Nurliana Lubis	5	5	5	5	4	5	4	4	37
87	Fahruddin Golo	4	5	4	4	4	5	5	5	36
88	Fahmi	4	4	4	4	4	4	4	4	32
89	Dinny Veronica	5	4	3	4	3	4	4	4	31

90	Masdaniar Batubara	4	4	4	4	4	5	4	4	33
91	Ida Agustina Dalimunthe	4	4	3	4	3	4	4	5	31
92	Mita Maisyarah	4	4	4	4	5	4	5	5	35
93	Ida Warni Ritonga	4	4	4	4	4	5	4	4	33
94	Devi Yanti Novita	5	5	5	4	4	4	4	4	35
95	Farida Yusria	4	4	4	4	4	5	4	4	33
96	Ratina Sembiring	4	4	5	5	4	4	4	5	35
97	Loly Pitriani	4	4	4	4	3	4	3	4	30
98	Nisma Rangkuti	4	3	4	4	4	3	4	3	29

Data Tabulasi Variabel X2 Promosi

Nomor Pertanyaan

No.	Nama	1	2	3	4	5	6	7	8	Jumlah
1	Abdul Hijam Nasution	5	4	4	4	4	4	4	4	33
2	Yusnidar Lubis	4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	Abdul Rauf Jambak	5	4	4	4	4	4	4	4	33
4	Darna Halena Ningsih	5	5	4	4	4	5	4	5	36
5	Elvi Ani	4	4	4	4	4	5	4	4	33
6	Ardona Lubis	5	4	5	4	5	5	5	5	38
7	Julkarnaen Tanjung	5	4	5	5	5	5	5	5	39
8	Nurlan Mahdalena	4	4	4	4	4	4	4	4	32
9	Iyon Sadena	4	5	5	4	5	4	4	4	35
10	Gusti Hana	5	5	4	5	4	5	5	5	38
11	Mawarni Sianggang	5	5	5	5	5	5	5	5	40
12	Nurhaliza Harahap	5	5	5	5	5	5	5	5	40
13	Agus Suherman	5	4	4	4	4	4	4	4	33
14	Rukiah Lubis	4	5	5	4	5	4	4	4	35
15	Ahmed Adzerdian	4	5	5	4	5	4	4	4	35
16	Maharani	4	4	4	4	4	5	4	5	34
17	Ahmad Juni Sihombing	4	4	4	4	4	4	4	4	32
18	Irpan Ariansyah	5	4	5	5	5	5	5	5	39
19	Risna Sari Pardede	5	4	4	5	4	4	5	4	35
20	Rosna Bintang Siregar	4	5	4	4	4	4	4	4	33

21	Riski Annisa	4	4	4	4	4	4	4	4	32
22	Ahmad Ansor Rangkuti	5	4	4	4	4	4	4	4	33
23	Nurhalimah Aritonang	4	4	4	4	4	4	4	4	32
24	Ahkmad Hakim Lubis	4	4	4	4	4	4	4	4	32
25	Alpian Nasution	4	4	4	4	4	4	4	4	32
26	Suaibin Ahmadai Lubis	4	4	5	5	5	5	4	5	37
27	Yuslaini	4	4	4	5	5	5	4	5	36
28	Erma Kholida	4	5	5	5	5	5	4	5	38
29	Samsidar Siregar	4	5	4	4	4	4	4	5	34
30	Ali Nasir	4	4	4	3	4	4	4	4	31
31	Makmur Tua	4	4	5	5	5	5	5	5	38
32	Nurkholilah Harahap	5	4	4	5	5	5	4	5	37
33	Amanda Kholisyah	5	5	4	4	5	5	5	5	38
34	Depiana	5	5	5	5	5	5	5	5	40
35	Masdalima	5	4	4	4	5	5	5	5	37
36	Sumaya Harni	5	5	4	5	4	3	5	5	36
37	Alamsyah Naustion	4	3	4	4	4	5	4	5	33
38	Ilham Suhartadi Lubis	4	4	4	4	4	4	4	4	32
39	Ali Imran Piliang	4	4	4	5	4	4	4	4	33
40	Alpin Hidayat	4	4	4	4	4	4	5	5	34
41	Ahmad Sulaiman	4	4	5	5	5	4	4	5	36
42	Yeni Puspa	5	4	5	4	4	5	5	5	37
43	Basariah Nasution	5	5	5	5	5	5	5	4	39

44	Riski Anjani	5	5	5	4	4	4	4	5	36
45	Rosintan Tanjung	4	4	4	4	4	4	4	4	32
46	Mursalima	4	4	4	4	4	4	4	4	32
47	Andy Marito	5	5	5	4	4	5	4	4	36
48	Amin Sahrul	5	4	5	5	4	5	4	4	36
49	Dian Lara Febri	4	4	4	5	5	5	5	4	36
50	Aman Siregar	4	4	4	4	4	4	4	4	32
51	Sri Tegoh Rahayu	5	5	5	4	4	5	4	5	37
52	Dimas Anugrah	5	4	4	4	4	4	5	4	34
53	Andri Partanoan	5	5	5	5	5	5	5	5	40
54	Romaito Hutasuhut	4	4	4	4	4	4	4	4	32
55	Anhari Nasution	5	4	4	4	4	4	4	4	33
56	Dewi Irena	5	5	5	5	5	5	4	5	39
57	Asroma	4	4	4	4	5	4	4	4	33
58	Pardamean	4	4	4	4	4	4	4	4	32
59	Armin Lase	4	4	4	4	3	5	4	4	32
60	Nur Hayati	4	4	4	4	3	4	4	4	31
61	Ayub Ependi	4	4	4	4	4	4	4	4	32
62	Nursatia Harahap	4	4	4	4	3	4	4	4	31
63	Ilal Hamdi Nasution	5	5	5	5	4	4	4	4	36
64	Delima Lubis	4	4	4	5	4	5	5	4	35
65	Lingga Bayu Dalimunte	4	4	4	4	4	4	4	4	32
66	Anggi Namora Piliang	3	4	5	3	5	5	3	5	33

67	Jefri Siregar	4	4	4	4	4	4	3	4	31
68	Maimunah	5	4	4	5	4	5	5	5	37
69	Chairul Indra Sakti	4	4	5	4	4	5	5	4	35
70	Dahliana Nasution	5	4	4	4	4	4	4	4	33
71	Sari Anna Lubis	5	4	5	5	5	5	5	5	39
72	Hariska Fitri Tanjung	4	4	4	4	3	5	4	4	32
73	Dahlan Batubara	4	4	4	4	4	4	4	4	32
74	Rosmaida	4	4	4	4	4	4	4	4	32
75	Muammar Kadapi	4	4	4	4	4	4	4	4	32
76	Ramian	5	4	4	5	5	5	4	5	37
77	Dedi Panggabean	4	4	4	4	4	4	4	4	32
78	Muhammad Akhtar	4	4	3	5	4	5	4	5	34
79	Riski Aulia Btubara	4	4	4	4	4	4	5	4	33
80	Erwin Caniago	4	4	4	4	4	4	4	4	32
81	Emmi Sari	4	4	4	4	4	4	4	4	32
82	Marito	4	4	4	4	4	4	4	4	32
83	Erni Herawati Sikumbang	4	3	2	3	4	5	3	4	28
84	Derma Sari Lubis	4	4	5	4	4	4	4	4	33
85	Risky Doharna	5	4	4	4	4	4	4	4	33
86	Nurliana Lubis	4	4	4	4	4	4	4	4	32
87	Fahruddin Golo	4	4	2	4	4	4	4	4	30
88	Fahmi	4	4	4	4	4	4	4	4	32
89	Dinny Veronica	5	5	5	5	5	5	5	4	39

90	Masdaniar Batubara	3	2	2	2	2	4	4	4	23
91	Ida Agustina Dalimunthe	5	5	5	5	5	5	5	5	40
92	Mita Maisyarah	4	4	4	4	4	4	4	4	32
93	Ida Warni Ritonga	4	4	4	4	4	4	5	4	33
94	Devi Yanti Novita	4	4	4	4	4	4	4	4	32
95	Farida Yusria	4	4	4	4	4	4	4	4	32
96	Ratina Sembiring	4	4	4	4	4	4	4	4	32
97	Loly Pitriani	4	3	2	3	4	5	3	4	28

Lampiran 2

Hasil Uji Validitas

Tabel IV.1
Pengetahuan (X1)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X1.1	0,557	Instrument valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan df=n-2=97-2=95. Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh r_{tabel}= 0,1680	Valid
X1.2	0,766		Valid
X1.3	0,781		Valid
X1.4	0,742		Valid
X1.5	0,556		Valid
X1.6	0,585		Valid
X1.7	0,580		Valid
X1.8	0,603		Valid

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 23

Tabel IV.2
Promosi (X2)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X2.1	0,701	Instrument valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan df=n-2=97-2=95. Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh r_{tabel}= 0,1680	Valid
X2.2	0,689		Valid
X2.3	0,742		Valid
X2.4	0,796		Valid
X2.5	0,755		Valid
X2.6	0,588		Valid
X2.7	0,660		Valid
X2.8	0,688		Valid

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 23

Tabel IV.3
Minat Masyarakat (Y)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Y.1	0,671	Instrument valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan df=n-2=97-2=95. Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh r_{tabel}= 0,1680	Valid
Y.2	0,674		Valid
Y.3	0,709		Valid
Y.4	0,801		Valid
Y.5	0,743		Valid
Y.6	0,724		Valid
Y.7	0,704		Valid
Y.8	0,758		Valid
Y.9	0,762		Valid

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 23

Tabel IV.4
Hasil Uji Reliabillitas

No.	Variabel	Cronbach's alpa	N of item
1.	Pengetahuan	0,799	8
2.	Promosi	0,853	8
3.	Minat Masyarakat	0,888	9

Sumber: Data primer diolah (2024).

Tabel IV.5
Hasil Uji Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pengetahuan	97	24	40	34.95	3.100
Promosi	97	23	40	34.09	3.062
Minat	97	24	45	39.28	3.894
Valid N (listwise)	97				

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 23

Tabel IV.6
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.44403132
Most Extreme Differences	Absolute	.077
	Positive	.053
	Negative	-.077
Test Statistic		.077
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200[c]
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

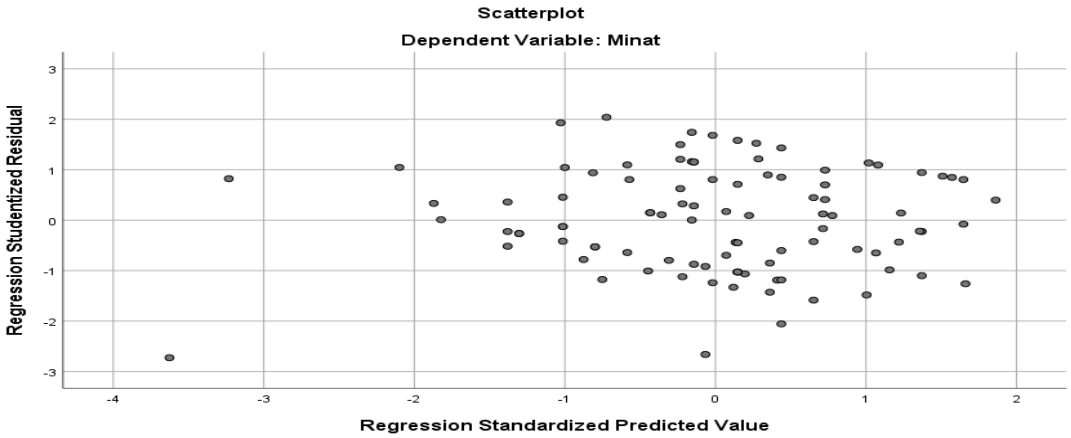
Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 23

Tabel IV.7
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Pengetahuan	.959	1.043
	Promosi	.959	1.043
a. Dependent Variable: Minat			

Sumber:Data diolah dengan SPSS Versi 23

Gambar IV.2
Hasil Uji Heterokedastisitas



Tabel IV.8
Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.580	6.316		1.200	.233
	Pengetahuan	.527	.117	.420	4.506	.000
	Promosi	.389	.118	.306	3.285	.001
a. Dependent Variable: Minat						

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 23

Tabel IV.9
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary[b]				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.667[a]	.418	.401	3.480
a. Predictors: (Constant), Promosi, Pengetahuan				
b. Dependent Variable: Minat				

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 23

Tabel IV.10
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.580	6.316		1.200	.233
	Pengetahuan	.527	.117	.420	4.506	.000
	Promosi	.389	.118	.306	3.285	.001
a. Dependent Variable: Minat						

sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 23

Tabel IV.11
Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA[a]						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	316.795	2	158.397	13.076	.000[b]
	Residual	1138.690	94	12.114		
	Total	1455.485	96			
a. Dependent Variable: Minat						
b. Predictors: (Constant), Promosi, Pengetahuan						

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 23

Lampiran 3

Gambar 1 : Hasil Kuisioner Dengan Sudara Ali Nasir Selaku Masyarakat Kelurahan Sidangkal 14 November 2024

Gambar 2 : Hasil Kuisioner Dengan Sudari Yuniar Lubis Selaku Masyarakat Kelurahan Sidangkal 14 November 2024

Gambar 3 : Hasil Kuisioner Dengan Ibu Emmi Sari Selaku Masyarakat Kelurahan Sidangkal 14 November 2024

Gambar 4 : Hasil Kuisioner Dengan Sudara Julkarnaen Tanjung Selaku Masyarakat Kelurahan Sidangkal 14 November 2024

Gambar 5 : Hasil Kuisioner Dengan Ibu Masdalima Selaku Masyarakat Kelurahan Sidangkal 14 November 2024

Gambar 6 : Hasil Kuisioner Dengan Ibu Emmi Sari Selaku Masyarakat Kelurahan Sidangkal 14 November 2024

Gambar 7 : Hasil Kuisioner Dengan Bapak Dedi Panggabean Selaku Masyarakat Kelurahan Sidangkal 14 November 2024

Gambar 8 : Hasil Kuisioner Dengan Ibu Sumaya Harni Selaku Masyarakat Kelurahan Sidangkal 14 November 2024

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kota Padang Sidempuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximili (0634) 24022
Website: uinsyahada.ac.id

Nomor : 2382 /Un.28/G.1/G.4c/TL.00.9/10/2024 28 Oktober 2024
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : Mohon Izin Riset

Yth; Lurah Kelurahan Sidangkal.
Di Tempat

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa nama yang tersebut dibawah ini:

Nama	: Regina Pebriani Hidayatullah
NIM	: 1940100193
Program Studi	: Perbankan Syariah
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam

Adalah benar Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul "**Determinan Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah Pada Masyarakat Kelurahan Sidangkal**".Dengan ini kami mohon kepada Bapak/Ibu untuk memberi izin riset dan data pendukung sesuai dengan judul di atas.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

an. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan

Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si
NIP. 197905252006041004

Tembusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

PEMERINTAH KOTA PADANGSIDIMPUAN
KECAMATAN PADANGSIDIMPUAN SELATAN
KELURAHAN SIDANGKAL
Jalan Sutan Maujalo Padangsidimpuan Selatan
Padangsidimpuan, Sumatera Utara 22721

Padangsidimpuan,13 November 2024

Nomor : 440 / 437 /2024
Lampiran : -
Sifat : Biasa
Perihal : *Izin Penelitian*

Kepada Yth :
Dekan Universitas Islam Negeri
Padangsidimpuan
Di

Padangsidimpuan

Menindak lanjuti surat dari Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYEHK ALI HASAN AHMAD ADDARY kota Padangsidimpuan Nomor :2382 /Un.28/G.1/G.4c/TL.00.9/10/2024 tertanggal 28 Oktober 2024 tentang Izin Penelitian sebagai tugas akhir untuk penyelesaian S1.

Berkenan hal tersebut di atas kami dari pihak Kelurahan Sidangkal menyetujui/memberikan izin meneliti kepada mahasiswi :

Nama : REGINA PEBRIANI HIDAYATULLAH
NIM : 1940100193
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : "Determinan Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah Pada Masyarakat Kelurahan Sidangkal".

Untuk melakukan pengumpulan data guna melengkapi data yang mereka perlukan dalam Karya Tulis Ilmiah (KTI).

Demikian surat persetujuan ini kami perbuat untuk dapat dipergunakan seperlunya.
Atas kerjasama yang baik kami ucapkan terimakasih.

Padangsidimpuan,13November 2024
LURAH SIDANGKAL

ELIDA WARNI NASUTION, S.Sos
NIP. 19820218 200701 2 003