

**DETERMINAN MINAT MASYARAKAT MENJADI  
NASABAH BANK SUMUT SYARIAH DI DESA  
PARGARUTAN JULU KECAMATAN ANGKOLA  
TIMUR**



**SKRIPSI**

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

**Oleh**

**ANDI ARIANTO**

NIM. 20 40100089

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY  
PADANGSIDIMPUAN**

2025

**DETERMINAN MINAT MASYARAKAT MENJADI  
NASABAH BANK SUMUT SYARIAH DI DESA  
PARGARUTAN JULU KECAMATAN ANGKOLA  
TIMUR**



**SKRIPSI**

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

**Oleh**

**ANDI ARIANTO**

NIM. 20 40100089

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY  
PADANGSIDIMPUAN**

2025

**DETERMINAN MINAT MASYARAKAT MENJADI  
NASABAH BANK SUMUT SYARIAH DI DESA  
PARGARUTAN JULU KECAMATAN ANGKOLA  
TIMUR**



**SKRIPSI**

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

**Oleh**  
**ANDI ARIANTO**  
NIM. 20 40100089

**Pembimbing I**

**Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd.**  
NIP 198303172018012001

**Pembimbing II**

**Sulaiman Efendi Siregar, M.E.**  
NIDN 2007049007

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY**  
**PADANGSIDIMPUAN**  
**2025**

Hal: Lampiran Skripsi  
an : Andi Arianto

Padangsidempuan, Maret 2025  
Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan  
Ahmad Addary Padangsidempuan  
di-  
Padangsidempuan

*As-salāmu 'alaykum wa-rahmatu-llāhi wa-barakātuh*

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi an. ANDI ARIANTO yang berjudul **“DETERMINAN MINAT MASYARAKAT MENJADI NASABAH BANK SUMUT SYARIAH DI DESA PARGARUTAN JULU KECAMATAN ANGKOLA TIMUR”**, maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi dalam bidang Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

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

Demikian kami sampaikan, semoga dapat dimaklumi dan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

*Wassalāmu 'alaykum Wa-rahmatu-llāhi wa-barakātuh*

PEMBIMBING I



**Hamni Fadlilah Nasution, M. Pd**  
NIP. 1983303172018012001

PEMBIMBING II



**Sulaiman Efendi Siregar, M.E**  
NIDN. 2007049007

### SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

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

Nama : Andi Arianto  
NIM : 2040100089  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Judul Skripsi : **Determinan Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Sumut Syariah Di Desa Pargarutan Julu Kecamatan Angkola Timur**

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 Padangsidempuan 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 2 Tahun 2023 tentang Kode Etik Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, Maret 2025

Saya yang Menyatakan,



Andi Arianto

NIM.2040100089

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

---

Sebagai civitas akademika Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Andi Arianto  
NIM : 2040100089  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non Exclusive Royalti-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **“Determinan Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Sumut Syariah Di Desa Pargarutan Julu Kecamatan Angkola Timur**. Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan 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 : Padangsidempuan  
Pada Tanggal: Maret 2025  
Saya yang Menyatakan,



Andi Arianto  
NIM.2040100089



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 : Andi Arianto  
NIM : 20 401 00089  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Judul Skripsi : Determinan Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank  
Sumut Syariah Di Desa Pargarutan Julu Kecamatan  
Angkola Timur

**Ketua**

**Dra. Hj. Replita, M.Si  
NIDN. 2019108602**

**Sekretaris**

**Ja'far Nasution, MEI  
NIDN. 2004088205**

**Anggota**

**Dra. Hj. Replita, M.Si  
NIDN. 2019108602**

**Ja'far Nasution, MEI  
NIDN. 2004088205**

**Damri Batubara, M.A  
NIDN. 2019108602**

**Sulaiman Efendi, M.E  
NIDN. 2007049007**

**Pelaksanaan Sidang Munaqasyah**

Di : Padangsidimpuan  
Hari/Tanggal : Selasa/ 29 April 2025  
Pukul : 10.00 WIB s/d Selesai  
Hasil/Nilai : Lulus/ 75,5 (B)  
IPK : 3,59  
Predikat : Pujian



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUNAN**  
**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 Menjadi Nasabah Bank Sumut Syariah Di Desa Pargarutan Julu Kecamatan Angkola Timur**  
**Nama** : **Andi Arianto**  
**NIM** : **20 401 00089**

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

Padangsidimpuan, 16 Juli 2025

Dekan



**g Prof. Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M. Si.g**  
**NIP. 19780818 200901 1 015**

## ABSTRAK

Nama : ANDI ARIANTO  
NIM : 2040100089  
Judul : Determinan Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank  
Sumut Syariah Di Desa Pargarutan Julu Kecamatan Angkola  
Timur

Perbankan syariah di Indonesia terus berkembang seiring dengan mayoritas penduduk Muslim yang mencapai lebih dari 80%. Sistem ini dianggap lebih sesuai dengan prinsip Islam, seperti larangan riba, *gharar*, dan *maisir*. Namun, di Desa Pargarutan Julu, meskipun semua penduduknya beragama Islam, lebih banyak masyarakat menjadi nasabah bank konvensional dibandingkan Bank Sumut Syariah. Rendahnya minat ini disebabkan oleh beberapa faktor, seperti kurangnya pemahaman masyarakat tentang bank syariah, promosi yang terbatas, dan tidak adanya kantor pelayanan Bank Sumut Syariah yang mudah dijangkau. Adapun landasan teori dari penelitian ini adalah teori pengetahuan, teori promosi dan teori lokasi. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh pengetahuan terhadap minat masyarakat Desa Pargarutan Julu menjadi nasabah Bank Sumut Syariah, untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap minat masyarakat Desa Pargarutan Julu menjadi nasabah Bank Sumut Syariah, untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap minat masyarakat Desa Pargarutan Julu menjadi nasabah Bank Sumut Syariah, dan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan, promosi dan lokasi secara simultan terhadap minat masyarakat Desa Pargarutan Julu menjadi nasabah Bank Sumut Syariah. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, Sampel yang digunakan sebanyak 92 responden. pengumpulan data dilakukan menggunakan angket, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan uji normalitas, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial pengetahuan tidak berpengaruh terhadap, minat menjadi nasabah Bank Sumut Syariah, sedangkan promosi dan lokasi berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah Bank Sumut Syariah. Secara simultan pengetahuan, promosi dan lokasi terhadap minat menjadi nasabah Bank Sumut Syariah di Desa Pargarutan Julu yaitu sebesar 17,9% sedangkan, 82,1% lagi dipengaruhi oleh berbagai variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Lokasi, Minat, Pengetahuan, Promossi

## **ABSTRACT**

Name : ANDI ARIANTO  
NIM : 2040100089  
Heading : Determinants of Community Interest in Becoming a  
Customer of Bank Sumut Syariah in Pargarutan Julu Village,  
East Angkola District

Islamic banking in Indonesia continues to grow along with the majority of the Muslim population reaching more than 80%. This system is considered more in accordance with Islamic principles, such as the prohibition of *riba*, *gharar*, and *maisir*. However, in Pargarutan Julu Village, even though all the residents are Muslims, more people become customers of conventional banks than Bank Sumut Syariah. This low interest is caused by several factors, such as the lack of public understanding of Islamic banks, limited promotion, and the absence of Bank Sumut Syariah service offices that are easy to reach. The theoretical basis of this research is knowledge theory, promotion theory and location theory. The purpose of this study is to find out the influence of knowledge on the interest of the people of Pargarutan Julu Village to become customers of Bank Sumut Syariah, to find out the influence of promotion on the interest of the people of Pargarutan Julu Village to become customers of Bank Sumut Syariah, to find out the influence of location on the interest of the people of Pargarutan Julu Village to become customers of Bank Sumut Syariah, and to find out the influence of knowledge, promotion and location simultaneously on the interest of the people of Pargarutan Julu Village become a customer of Bank Sumut Syariah. This study uses quantitative research, the sample used is 92 respondents. Data collection was carried out using questionnaires, observations and documentation. The data analysis technique uses normality tests, classical assumption tests, and hypothesis tests. The results of the study showed that partially knowledge had no effect on the interest of becoming a customer of Bank Sumut Syariah, while promotion and location had an effect on the interest in becoming a customer of Bank Sumut Syariah. Simultaneously, knowledge, promotion and location of interest in becoming a customer of Bank Sumut Syariah in Pargarutan Julu Village was 17.9% while another 82.1% was influenced by various other variables that were not discussed in this study.

Keywords: Location, Interest, Knowledge, Promotion

## تجريدي

أندي أريانتو  
٢٠٤٠١٠٠٠٨٩  
اسم :  
نيم :  
عنوان : محدد مصلحة المجتمع في أن تصبح عميلا لبنك سومطرة الشمالية الشرعية في قرية بارغاروتان جولو ، منطقة أنغكولا الشرقية

تستمر الصيرفة الإسلامية في إندونيسيا في النمو إلى جانب غالبية السكان المسلمين لتصل إلى أكثر من ٨٠٪. يعتبر هذا النظام أكثر توافقا مع المبادئ الإسلامية ، مثل تحريم الربا والغرر والميسر. ومع ذلك ، في قرية بارغاروتان جولو ، على الرغم من أن جميع السكان مسلمون ، إلا أن عدد الأشخاص الذين أصبحوا عملاء للبنوك التقليدية أكثر من بنك سوموت الشرعية. ويرجع هذا الانخفاض إلى عدة عوامل، مثل عدم فهم الجمهور للبنوك الإسلامية، ومحدودية الترويج، وعدم وجود مكاتب خدمة بنك سوموت الشرعية التي يسهل الوصول إليها. الأساس النظري لهذا البحث هو نظرية المعرفة ونظرية الترقية ونظرية الموقع. الغرض من هذه الدراسة هو معرفة تأثير المعرفة على مصلحة سكان قرية بارغاروتان جولو ليصبحوا عملاء لبنك سوموت شرية ، لمعرفة تأثير الترويج على مصلحة سكان قرية بارغاروتان جولو ليصبحوا عملاء لبنك سوموت شرية ، لمعرفة تأثير الموقع على مصلحة سكان قرية بارغاروتان جولو ليصبحوا عملاء لبنك سوموت شرية ، ومعرفة تأثير المعرفة والترويج في وقت واحد على مصلحة سكان قرية بارغاروتان جولو كن عميلا لبنك سوموت الشرعية. تستخدم هذه الدراسة بحثا كمي، والعينة المستخدمة هي ٩٢ مستجيبا. تم جمع البيانات باستخدام الاستبيانات والملاحظات والوثائق. تستخدم تقنية تحليل البيانات اختبارات الحياة الطبيعية واختبارات الافتراض الكلاسيكية واختبارات الفرضيات. أظهرت نتائج الدراسة أن المعرفة الجزئية لم يكن لها أي تأثير على مصلحة أن تصبح عميلا لبنك سوموت الشرعية ، في حين أن الترويج والموقع كان لهما تأثير على الاهتمام بأن يصبح عميلا لبنك سوموت الشرعية. في الوقت نفسه ، بلغت المعرفة والترويج وموقع الاهتمام بأن تصبح عميلا لبنك سوموت الشرعية في قرية بارغاروتان جولو ١٧,٩٪ بينما تأثر ٨٢,١٪ بمتغيرات أخرى مختلفة لم تتم مناقشتها في هذه الدراسة.

الكلمات المفتاحية: الموقع، الاهتمام، المعرفة، الترويج

## KATA PENGANTAR



*As-salāmu 'alaykum wa-rahmatu-llāhi wa-barakātuh*

Syukur *Alḥamdulillah* penulis ucapkan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, nikmat dan hidayah-Nya yang tiada henti sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul penelitian “**Determinan Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Sumut Syariah Di Desa Pargarutan Julu Kecamatan Angkola Timur**” Serta shalawat dan salam kepada Rasulullah SAW yang telah meninggalkan dua pedoman hidup yang apabila berpegang teguh pada keduanya maka selamatlah dunia dan akhirat.

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 penuh rasa syukur dan kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini, yaitu:

1. Bapak Prof. Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., Rektor UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan serta Bapak Dr. Erawadi, M.Ag., Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Dr. Anhar M.A., Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag., Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan, Alumni dan Kerjasama.
2. Bapak Prof. Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ai Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E, M.S.i. selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Ibu Dr. Rukiah, S.E, M.S.i. selaku Wakil Dekan Bidang

Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Ibu Dra. Hj. Replita, M.Si., Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

3. Ibu Dr. Sarmiana Batubara, M.A selaku Ketua Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
4. Ibu Hamni Fadlilah, M.Pd, selaku pembimbing I dan Bapak Sulaiman Efendi Siregar, M.E selaku pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Yusri Fahmi, M. Hum., selaku kepala Perpustakaan serta pegawai Perpustakaan UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak serta Ibu Dosen UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
7. Teristimewa peneliti sampaikan terimakasih yang sedalam- dalamnya kepada kedua orang tua tercinta, Amiruddin Siregar seseorang yang peneliti sebut ayah dan membuat peneliti bangkit dari kata menyerah. Alhamdulillah kini peneliti bisa berada ditahap ini, menyelesaikan karya tulis ilmiah sederhana ini. Terimakasih karena sudah mengantarkan peneliti berada ditempat ini. Serta Ibunda Nur Kaiya Harahap perempuan paling hebat yang selalu

menjadi penyemangat saya dalam menyelesaikan skripsi. Saya persembahkan karya tulis sederhana ini untuk ibu. Terimakasih sudah melahirkan, merawat dan membesarkan dengan penuh cinta, selalu berjuang untuk kehidupan anak-anaknya, hingga akhirnya peneliti tumbuh dewasa dan bisa berada diposisi saat ini. Semoga Allah SWT memberikan balasan yang tak terhingga dengan surgnya-Nya yang mulia.

8. Untuk abang saya Sahrial Pratma, kakak saya Efri yani dan Helda anriani yang terus memberikan semangat dan motivasi kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih atas segala do'a usaha dan support yang telah diberikan kepada peneliti dalam proses pembuatan skripsi.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.
11. Terakhir, terimakasih untuk diri sendiri karena telah mampu berusaha keras dan berjuang selama ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan tidak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan yang jauh lebih baik atas amal kebaikan yang telah diberikan kepada peneliti. Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tidak terhingga kepada Allah SWT, karena atas karunian-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Harapan

peneliti semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan peneliti. *Amin yarabbal alamin.*

Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalamanyang ada pada diri peneliti. Peneliti juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang sifatnyamembangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Padangsidempuan, Maret 2025

Peneliti

Andi Arianto

NIM 2040100089

## 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	Sa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	ẓ	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	s (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.

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	fathah	A	A
	Kasrah	I	I
	Dommah	U	U

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

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
..... ي	fathah dan ya	Ai	a dan i
و.....	fathah dan wau	Au	a dan u

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
... .. ا ... .. ي	fathah dan alif atau ya	-	a dan garis di atas
ي ... .. و ... ..	Kasrah dan ya dommah dan wau	-	I dan garis di bawah u dan garis di atas

## C. Ta Marbutah

Transliterasi untuk Ta Marbutah ada dua:

1. *Ta Marbutah* hidup yaitu *Ta Marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dommah, 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 sistem 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:

١. Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.
  - a. 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.

- b. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

#### **F. Hamzah**

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

#### **G. Penulisan Kata**

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, mau pun *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 per-kata dan bisa pula dirangkaikan.

#### **H. Huruf Kapital**

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga.

Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harkat 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.

## DAFTAR ISI

<b>SAMPEL DEPAN</b>	
<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b>	
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b>	
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
<b>A. Latar Belakang Masalah .....</b>	<b>1</b>
<b>B. Identifikasi Masalah.....</b>	<b>6</b>
<b>C. Batasan Masalah .....</b>	<b>6</b>
<b>D. Defenisi Operasional Variabel .....</b>	<b>6</b>
<b>E. Rumusan Masalah.....</b>	<b>7</b>
<b>F. Tujuan Penelitian .....</b>	<b>8</b>
<b>G. Manfaat Penelitian.....</b>	<b>9</b>
<b>BAB II KAJIAN TEORI</b>	
<b>A. Landasan Teori .....</b>	<b>10</b>
<b>a. Minat .....</b>	<b>10</b>
1) Pengertian Minat .....	10
2) Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat.....	12
3) Indikator Minat.....	13
<b>b. Pengetahuan .....</b>	<b>16</b>
1) Defenisi Pengetahuan .....	16
2) Faktor-faktor yang mempengaruhi pengetahuan.....	17
3) Indikator Pengetahuan .....	18
<b>c. Promosi .....</b>	<b>19</b>
1) Pengertian Promosi .....	19
2) Tujuan Promosi .....	20
3) Faktor yang mempengaruhi promosi .....	20
<b>d. Pengertian Lokasi.....</b>	<b>22</b>
1) Pengertian Lokasi.....	22
2) Indikator Lokasi .....	23
<b>B. Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>23</b>
<b>C. Kerangka Pikir .....</b>	<b>30</b>
<b>D. Hipotesis.....</b>	<b>30</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
<b>A. Lokasi Dan Waktu Penelitian .....</b>	<b>32</b>
<b>B. Jenis Penelitian.....</b>	<b>32</b>
<b>C. Populasi Dan Sampel .....</b>	<b>33</b>
<b>D. Sumber Data .....</b>	<b>35</b>

E. Instrumen Pengumpulan Data .....	36
F. Uji Instrumen .....	48
G. Tekni Analisis Data .....	40
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN</b>	
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	46
B. Struktur Organisasi Desa Pargarutan Julu.....	48
C. Hasil Penelitian .....	50
1. Uji Validitas .....	50
2. Uji Reliabilitas .....	52
3. Uji Normalitas .....	53
4. Uji Asumsi Klasik .....	53
a. Uji Multikolinearitas .....	53
b. Uji Heteroskedastisitas .....	54
5. Uji Regresi Linear Berganda .....	55
6. Uji Hipotesis .....	57
a. Uji Signifikan Parsial (Uji t).....	57
b. Uji Simultan (Uji F).....	58
c. Uji Koefisien Determinasi .....	59
D. Pembahasan Hasil Penelitian .....	59
E. Keterbatasan Penelitian .....	65
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	66
B. Saran.....	67
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Defenisi Operasional Variabel.....	7
Tabel II.1 Penelitian Terdahulu .....	26
Tabel II.2 kerangka Pikir.....	33
Tabel III.1 Nilai Untuk Jawaban.....	41
Tabel III.2 Kisi-kisi Angket .....	41
Tabel IV.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	53
Tabel IV.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	54
Tabel IV.3 Hasil Uji Validitas Pengetahuan ( $X_1$ ) .....	54
Tabel IV.4 Hasil Uji Validitas Promosi ( $X_2$ ) .....	55
Tabel IV.5 Hasil Uji Validitas Lokasi ( $X_3$ ).....	55
Tabel IV.6 Hasil Uji Validitas Minat Menjadi Nasabah(Y) .....	56
Tabel IV.7 Hasil Uji Reliabilitas Pengetahuan( $X_1$ ) .....	56
Tabel IV.8 Hasil Uji Reliabilitas Promosi ( $X_2$ ) .....	57
Tabel IV.9 Hasil Uji Reliabilitas Lokasi ( $X_3$ ).....	57
Tabel IV.10 Hasil Uji Reliabilitas Minat Menjadi Nasabah (Y) .....	57
Tabel IV.11 Hasil Uji Normalitas .....	58
Tabel IV.12 Hasil Uji Multikolineritas .....	59
Tabel IV.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	60
Tabel IV.14 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	62
Tabel IV.15 Hasil Uji Signifikan Parsial (t).....	64
Tabel IV.16 Hasil Uji Simultan (F).....	65
Tabel IV.17 Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	67

## DAFTAR GAMBAR

Gambar II. 1 Kerangka Pikir.....	28
Gambar IV.1 Struktur Organisasi .....	52

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan ekonomi syariah di Indonesia menjadi salah satu sektor yang mendapatkan perhatian besar dalam upaya membangun sistem keuangan yang lebih inklusif dan adil. Dalam beberapa dekade terakhir, perbankan syariah tumbuh pesat, baik dari segi jumlah nasabah maupun produk yang ditawarkan. Pemerintah melalui Otoritas Jasa Keuangan (OJK) terus mendorong pertumbuhan industri ini dengan berbagai kebijakan, seperti memperkuat regulasi dan menyediakan insentif bagi bank syariah. Potensi besar sektor ini sejalan dengan dominasi jumlah penduduk Muslim di Indonesia yang mencapai lebih dari 80% dari total populasi. Sistem keuangan syariah dianggap lebih sesuai dengan keyakinan agama masyarakat, karena mematuhi prinsip-prinsip seperti larangan riba, *gharar* (ketidakpastian), dan *maisir* (spekulasi), yang dapat mendukung keberlanjutan ekonomi.<sup>1</sup>

Mobilisasi dana atau uang masyarakat memengaruhi pertumbuhan ekonomi dan pembangunan suatu negara. Bank memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian modern karena setiap transaksi digitalisasi selalu berhubungan dengan bank. Dengan demikian, perbankan menunjukkan manfaat bagi masyarakat dan tidak ada masyarakat modern yang dapat maju dengan cepat atau mempertahankan kemajuan tanpa adanya bank. Karena lembaga perbankan dapat mencapai seluruh lapisan masyarakat, baik di kota

---

<sup>1</sup> Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), hlm 23.

maupun di desa, pertumbuhan perekonomian akan menentukan perekonomian suatu negara. Ada dua sistem perbankan di Indonesia: konvensional dan syariah.<sup>2</sup>

Desa Pargarutan Julu adalah salah satu Desa di Kabupaten Tapanuli Selatan yang terdiri dari 400 KK dengan jumlah penduduk 1524 jiwa, yang dimana semua masyarakat Desa Pargarutan Julu beragama Islam. Kegiatan sehari-hari masyarakat Desa Pargarutan Julu yaitu bekerja sebagai petani sawah dan karet. Masyarakat Desa Pargarutan Julu yang penduduknya beragama Islam tapi masih banyak yang memilih menjadi nasabah Bank Konvensional daripada Bank Sumut Syariah.

Minat adalah keinginan yang muncul dari diri sendiri tanpa dipaksa oleh orang lain untuk mencapai sesuatu. Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu warga Desa Pargarutan Julu yaitu saudara Bapak Nasruddin menyatakan menjadi nasabah bank Sumut syariah karena mereka percaya pada prinsip-prinsip Islam yang mendasari operasi Bank Sumut Syariah, seperti larangan riba dan investasi yang sesuai dengan syariah.<sup>3</sup> Kas keliling Bank Sumut Syariah hanya datang satu kali seminggu, sehingga masyarakat Desa Pargarutan Julu hanya ingin mengetahui produk Bank Sumut Syariah, tetapi tidak ada niatan untuk menjadi nasabah Bank Sumut Syariah.

Berdasarkan observasi awal di Desa Pargarutan Julu yang menjadi Nasabah Bank Sumut Syariah berjumlah 15 orang dan yang menjadi nasabah

---

<sup>2</sup> Muhammad Lathief Ilhamy Nasution, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, ed. by Muhammad Yafiz (Medan: FEBI UIN-SU Press, 2018), hlm. 153.

<sup>3</sup> Nasruddin, Masyarakat Desa Pargarutan Julu, Wawancara (Desa Pargarutan Julu, 29 Oktober 2024, Pukul 14:06 WIB).

Bank Konvensional 45 orang. Hal ini menyatakan bahwa masyarakat Desa Pargarutan Julu lebih banyak menjadi nasabah Bank Konvensional dari pada Bank Syariah. Bank Sumut Syariah sudah melakukan promosi berupa kantor kas keliling namun masyarakat Desa Pargarutan Julu belum ada minat untuk menjadi nasabah Bank Sumut Syariah. Ada berbagai alasan yang menjadikan masyarakat belum berminat untuk menjadi nasabah Bank Sumut Syariah.

Menurut Crow, faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menjadi nasabah ada tiga faktor yang dapat memengaruhi minat yaitu: faktor dorongan dari dalam individu, faktor motif sosial, dan faktor emosional.<sup>4</sup> Pengetahuan termasuk faktor psikologis. Pengetahuan adalah setiap informasi tentang sesuatu atau kejadian yang belum teruji kebenarannya.<sup>5</sup> Berdasarkan hasil wawancara peneliti, warga Desa Pargarutan Julu yang tidak memilih Bank Sumut Syariah termasuk warga yang masih memandang bank syariah dan bank konvensional sebagai sesuatu yang dapat dipertukarkan, kecuali dari segi terminologi. Selain itu, pengetahuan masyarakat tentang bank syariah masih kurang. Meskipun sebagian besar masyarakat sudah mengetahui apa itu bank syariah, namun mereka masih lebih memilih bank konvensional.

Ini adalah komponen bauran pemasaran, bersama dengan pengetahuan promosi. Promosi adalah jenis komunikasi pemasaran, yaitu aktivitas pemasaran yang bertujuan untuk menyebarkan pengetahuan, memengaruhi,

---

<sup>4</sup> Ahmad Fauzi and Indri Murniawaty, "Pengaruh Religiusitas Dan Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah", *EEAJ Economic Education Analysis Journal*, Vol 9.No 2 (2020), hlm.86.

<sup>5</sup> Aizid Rizem, *Kupas TunTas Filsafat Ilmu Pengetahuan*, (Yogyakarta: IRCisod, 2024). hlm 15.

atau memperluas target pasar bagi bisnis dan barang-barangnya agar mereka mau menerima, membeli, dan tetap setia pada barang-barang yang ditawarkan oleh bisnis tersebut.<sup>6</sup> Karena tidak hanya menginformasikan kepada konsumen tentang produk tetapi juga berfungsi untuk mengingatkan konsumen yang sudah ada dan yang akan datang tentang produk tersebut, promosi merupakan cara yang paling efektif untuk menarik dan mempertahankan konsumen. Bank Sumut Syariah menawarkan layanan kas keliling seminggu sekali kepada warga Desa Pargarutan Julu sebagai bagian dari pemasaran mereka. Masyarakat mungkin menjadi kurang tertarik untuk menjadi nasabah akibat tidak adanya promosi ini.

Lokasi termasuk pada faktor pribadi. Lokasi adalah tempat mengoperasikan produk-produk perbankan dan untuk mengatur serta mengendalikan perbankan sesuai dengan prinsip-prinsip syariat islam. Lokasi yang strategis, yang dekat dengan nasabah, mudah dijangkau dengan transportasi umum. Menurut Ma'aruf menyatakan bahwa lokasi memiliki pengaruh terhadap minat menjadi nasabah. Namun masih banyak masyarakat desa pargarutan Julu tidak memiliki minat untuk menjadi nasabah di bank Sumut Syariah disebabkan tidak tersedianya kantor pelayanan Bank Sumut Syariah yang mudah dijangkau oleh masyarakat Desa Pargarutan Julu.

Penelitian terdahulu yang dilakukan Masripah Daulay menyimpulkan pengetahuan dan lokasi berpengaruh secara parsial terhadap minat masyarakat

---

<sup>6</sup> Pantri Heriyanti, *Strategi Pemasaran Edisi 3*, (Surabaya: SCOPINDO, 2022).hlm 209.

menjadi nasabah.<sup>7</sup> Namun ada peneliti lain yang menyatakan pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat menjadi nasabah.<sup>8</sup>

Penelitian terdahulu yang dilakukan Risa Nur Fauzi menyimpulkan promosi berpengaruh positif terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah.<sup>9</sup> Namun ada peneliti lain yang menyatakan promosi tidak berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah.<sup>10</sup>

Diharapkan penelitian ini akan mengungkap tingkat kesadaran masyarakat terhadap Bank Sumut Syariah, serta dampak lokasi dan promosi terhadap keinginan masyarakat untuk menggunakan jasa bank tersebut, khususnya di masyarakat Desa Pargarutan Julu. Bank Sumut Syariah dan pihak terkait akan memperoleh manfaat besar dari hasil penelitian ini karena mereka merancang rencana pemasaran yang lebih efisien untuk lebih mencerahkan masyarakat tentang layanan dan produk perbankan Islam. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang topik ini karena informasi latar belakang yang diberikan di atas dengan judul **“Determinan Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Sumut Syariah Di Desa Pargarutan Julu Kecamatan Angkola Timur.**

---

<sup>7</sup> Yudi Pratama, "Determinan Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Syariah Kota Kisaran", Skripsi, (Prodi Perbankan Syariah, Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan 2021), hlm.50.

<sup>8</sup> Narty Dongoran, Yuliani, "Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah Dengan Persepsi Generasi Milenial Sebagai Variabel Moderating" (Prodi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, 2024). hlm 85.

<sup>9</sup> Risa Nur Fauzi, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Pengetahuan Agama, dan Promosi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah", Jurnal Pendidikan dan Ekonomi, Volume.9, Nomor.1, 2020, hlm.42.

<sup>10</sup> Ari Muhammad Supar, "Pengaruh Bagi Hasil Dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah Studi Kasus Pedagang Pasar Raya Kodok Padangsidempuan" Thesis (UIN Syahada Padangsidempuan, 2017) hlm 6.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, terdapat beberapa masalah utama yang diidentifikasi dalam penelitian ini, yaitu:

1. Masyarakat Desa Pargarutan Julu beragama Islam namun kurang berminat menjadi nasabah Bank Sumut Syariah.
2. Masyarakat Desa Pargarutan Julu sudah memiliki pemahaman tentang Bank Sumut Syariah tetapi tetap memilih Bank Konvensional.
3. Bank Sumut Syariah sudah melakukan promosi namun masyarakat Desa Pargarutan Julu belum berminat menjadi nasabah Bank Sumut Syariah.
4. Lokasi Bank Sumut Syariah dan Bank Konvensional yang memiliki jarak yang sama namun masyarakat Desa Pargarutan Julu lebih memilih menjadi nasabah Bank Konvensional.

## **C. Batasan Masalah**

Karena keterbatasan peneliti, maka permasalahan harus dibatasi agar pembahasan tidak terlalu luas dan menyimpang. Hal ini dilakukan agar peneliti lebih mudah menilai permasalahan yang diteliti dan lebih fokus. Dengan demikian, penelitian difokuskan pada variabel terikat, yaitu minat (Y), dan tiga faktor bebas (x), yaitu pengetahuan (x1), promosi (x2), dan lokasi (x3).

## **D. Definisi Operasional Variabel**

Definisi operasional variabel adalah penjelasan yang jelas dan spesifik tentang cara variabel diukur atau diamati dalam penelitian kuantitatif. Beberapa

variabel operasional yang digunakan dalam penelitian "Determinan Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Sumut Syariah" adalah sebagai berikut:

**Tabel 1**  
**Definisi Operasional Variabel**

<b>Variabel</b>	<b>Definisi Operasional</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala Pengukuran</b>
Minat Menjadi Nasabah (Y)	Kecenderungan atau ketertarikan masyarakat untuk menggunakan produk dan layanan Bank Sumut Syariah	1. Ketertarikan 2. Perhatian 3. Keinginan <sup>11</sup>	Interval
Pengetahuan Masyarakat (X <sub>1</sub> )	Pemahaman masyarakat tentang prinsip-prinsip dan produk dari Bank Sumut Syariah	1. Pengetahuan Produk 2. Pengetahuan Pembelian 3. Pengetahuan pemakaian <sup>12</sup>	Interval
Promosi (X <sub>2</sub> )	Upaya komunikasi dan sosialisasi yang dilakukan oleh Bank Sumut Syariah untuk memperkenalkan produk dan layanan	1. Periklanan 2. Sales Promosi <sup>13</sup>	Interval
Lokasi (X <sub>3</sub> )	Tempat pos pelayanan terhadap nasabah atau calon nasabah	1. Keterjangkauan Lokasi 2. Kelancaran Akses Menuju Lokasi 3. Kedekatan Lokasi <sup>14</sup>	Interval

#### **E. Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

<sup>11</sup> Try Zebua, Gunawan, *Menggagas Konsep Minat Belajar Matematika* (Gunungsitoli:Guepedia, 2020), hlm 49.

<sup>12</sup> Syafitri dan shofawati, 'Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Menjadi Donatur Baitul Maal Hidayatullah Cabang Kediri', JESTT VOL.1 No 2 2018, hlm 128.

<sup>13</sup> Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi Yang Kreatif* (PT Gramedia Pustaka Utama:Jakarta, 2009), hlm 232.

<sup>14</sup> Muhammad Saleh, Yusuf, *Konsep Dan Strategi Pemasaran* (CV Sah Media: Makassar, 2019), hlm 207.

1. Apakah pengetahuan berpengaruh terhadap minat masyarakat Desa Pargarutan Julu menjadi nasabah di Bank Sumut Syariah?
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap minat masyarakat Desa Pargarutan Julu menjadi nasabah di Bank Sumut Syariah?
3. Apakah lokasi berpengaruh terhadap minat masyarakat Desa Pargarutan Julu menjadi nasabah di Bank Sumut Syariah?
4. Apakah pengetahuan, promosi, dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap minat masyarakat Desa Pargarutan Julu menjadi nasabah di Bank Sumut Syariah?

#### **F. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan Permasalahan yang dirumuskan diatas, maka tujuan yang ingin dicapai adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan terhadap minat masyarakat Desa Pargarutan Julu menjadi nasabah Bank Sumut Syariah.
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap minat masyarakat Desa Pargarutan Julu menjadi nasabah Bank Sumut Syariah.
3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap minat masyarakat Desa Pargarutan Julu menjadi nasabah Bank Sumut Syariah.
4. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan, promosi dan lokasi secara simultan terhadap minat masyarakat Desa Pargarutan Julu menjadi nasabah Bank Sumut Syariah.

## **G. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian dengan judul “Determinan Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Sumut Syariah” sebagai berikut :

### **1. Bagi Bank Sumut Syariah**

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan data yang berharga untuk meningkatkan strategi sosialisasi dan promosi produk syariah.

### **2. Bagi Masyarakat**

Penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih baik kepada masyarakat luas mengenai konsep dan keunggulan perbankan syariah, serta memberikan gambaran mengenai layanan keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah.

### **3. Bagi Peneliti Lain**

Penelitian ini dapat menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya mengenai perbankan syariah, pemasaran, dan variabel yang memengaruhi minat masyarakat terhadap layanan keuangan berbasis syariah.

## BAB II

### KAJIAN TEORI

#### A. Landasan Teori

##### 1. Minat

###### a. Pengertian Minat

Kothler menyatakan bahwa minat adalah keadaan seseorang sebelum bertindak, yang dapat berfungsi sebagai dasar untuk meramalkan perilaku atau tindakan. Diasumsikan bahwa minat menabung setara dengan minat membeli, yaitu perilaku yang terwujud sebagai reaksi terhadap suatu barang yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk membeli.<sup>1</sup>

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), "minat" berarti kecenderungan hati yang tinggi terhadap suatu gairah atau keinginan.<sup>2</sup> Minat adalah keinginan yang muncul dari diri sendiri tanpa dipaksa oleh orang lain untuk mencapai sesuatu. Ini mirip dengan niat yang muncul dari dalam hati tanpa dipaksa oleh orang lain. Ini mirip dengan niat yang muncul dari dalam hati tanpa dipaksa oleh orang lain. Berikut hadis tentang niat.

---

<sup>1</sup> Hestin Sri Widiawati, "Pengaruh Brand Image Produk Syariah Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Kediri Di Kota Kediri", *Jupeko (Jurnal Pendidikan Ekonomi)*, Vol 5.No 1 (2020), hlm. 56.

<sup>2</sup> Kamisa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi kelima (Jakarta: Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, 2018), hlm. 29.

عَنْ عُمَرَ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ إِنَّمَا  
 الْأَعْمَالُ بِالنِّيَّةِ وَلِكُلِّ أَمْرٍ مَا نَوَى فَمَنْ كَانَتْ هِجْرَتُهُ إِلَى  
 اللَّهِ وَرَسُولِهِ فَهَجْرَتُهُ إِلَى اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَمَنْ كَانَتْ هِجْرَتُهُ  
 لِدُنْيَا يُصِيبُهَا أَوْ امْرَأَةٍ يَتَزَوَّجُهَا فَهَجْرَتُهُ إِلَى مَا هَاجَرَ إِلَيْهِ

Dari Umar ra, bahwa Rasulullah SAW bersabda, “Amal itu tergantung niatnya, dan seseorang hanya mendapatkan sesuai niatnya. Barang siapa yang hijrah-nya kepada Allah dan Rasul-Nya, maka hijrahnya kepada Allah dan Rasul-nya, dan barang siapa yang hijrahnya karena dunia atau karena wanita yang henda dinikahinya, maka hijrahnya itu sesuai ke mana ia hijrah” (HR. Bukhari, Muslim).<sup>3</sup>

Hadits ini menunjukkan peran niat dalam syariat agama. Niat menentukan nilai perbuatan, yang sama tetapi memiliki nilai yang berbeda karena Allah SWT hanya menilai setiap perbuatan berdasarkan niatnya. Pada dasarnya, niat ada di dalam hati. Proses memutuskan untuk membeli sesuatu dikenal sebagai keputusan pembelian. Memilih apa yang akan dibeli dan apa yang tidak akan dibeli merupakan bagian dari proses ini. Pilihan ini didasarkan pada uang tunai dan kebutuhan yang tersedia.<sup>4</sup>

Minat sebagai dasar niat, minat adalah rasa ketertarikan atau keinginan seseorang terhadap suatu hal. Minat biasanya muncul secara spontan berdasarkan pengalaman, pengetahuan, atau daya tarik tertentu. Ketika seseorang memiliki minat yang kuat terhadap sesuatu, hal ini

---

<sup>3</sup> Muhammad Fu'ad Abdul Baqi, *Al-Lu'lu' Wal Marjan: Kumpulan Hadis-Hadis Pilihan* (Surabaya: PT. Bina Ilmu, 2022), hlm. 2.

<sup>4</sup> Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Rajawali Press, 2022), hlm. 141.

cenderung memotivasi individu untuk memiliki niat melibatkan diri dalam aktivitas tersebut.

b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi minat

Perilaku konsumen merupakan interaksi dinamis antara kognisi afektif, perilaku, dan lingkungan tempat orang terlibat dalam aktivitas perdagangan sepanjang hidup mereka, menurut Kotler dalam *The American Marketing Association*, yang dikutip oleh Nugroho J. Setiadi. Masalah keputusan yang dibuat oleh individu dalam persaingan dan tekad mereka untuk memperoleh dan memanfaatkan produk dan layanan terkait erat dengan perilaku konsumen. Ketika melakukan pembelian, konsumen mempertimbangkan berbagai faktor.<sup>5</sup>

Dalam hal ini beberapa faktor ini juga berkaitan dalam memengaruhi minat bertransaksi yaitu:

1) Faktor Marketing mix

- a) Produk tidak hanya merupakan barang yang berguna dan bermanfaat bagi konsumen, tetapi juga dapat disediakan bagi masyarakat umum.
- b) Penyebaran, Distribusi merupakan langkah pertama dalam strategi pemasaran perusahaan, tetapi penempatan atau posisi produk merupakan komponen penting dalam pemasaran.

---

<sup>5</sup> Nugroho J Setiadi, *Perilaku Konsumen* (Jakarta : Kencana Prenada Media group, 2022), hlm 1.

- c) Promosi, yang tidak hanya mencakup membicarakan tentang suatu barang, biayanya, dan cara mendistribusikannya, tetapi juga menginformasikannya kepada masyarakat agar dapat dibeli.

## 2) Faktor Sosial

- a) Kelompok Acuan: Perilaku atau sikap seseorang mungkin dipengaruhi oleh teman sebaya, keluarga, teman, tetangga, dan kenalan lainnya.
- b) Keluarga: Pendapat orang tua seseorang tentang agama, politik, ekonomi, nilai, harga diri, dan cinta semuanya dianggap sebagai faktor keluarga.
- c) Peran dan Status: Seseorang biasanya berpartisipasi dalam kelompok sepanjang hidupnya, termasuk klub, organisasi, dan keluarga. Fungsi dan status seseorang dapat mengungkapkan posisi mereka di setiap kelompok.

## 3) Faktor Pribadi

- a) Umur dan Tahapan dalam Siklus Hidup, konsumsi keluarga juga dipengaruhi oleh tahapan siklus hidup keluarga. Di desa pargarutan julu yang masyarakatnya kebanyakan sudah menginjak usia dewasa yang mengakibatkan minat menabung biasanya meningkat. Masyarakat mulai memikirkan tujuan jangka panjang, seperti membeli rumah, pendidikan anak, atau pensiun. Kesiapan untuk menabung sering kali dipengaruhi oleh stabilitas pekerjaan dan pendapatan.

- b) Demografi Sekitar, Lokasi di daerah dengan populasi yang sesuai dengan target pasar bank (misalnya kawasan perkantoran, pemukiman elit, atau area padat penduduk) akan lebih menarik bagi calon nasabah karena layanan yang ditawarkan cenderung relevan dengan kebutuhan mereka.
  - c) Keadaan Ekonomi, Ketika pendapatan masyarakat meningkat, terutama pendapatan disposabel individu cenderung lebih mampu untuk menabung. Sebaliknya, jika pendapatan menurun, orang-orang akan lebih kesulitan untuk menyisihkan uang untuk tabungan. Kondisi ekonomi di desa pargarutan julu yang tergolong ekonomi ke bawah yg mengakibatkan minat menabung rendah diakibatkan kesulitan menyisihkan uang untuk menabung.
  - d) Gaya Hidup, gaya hidup seseorang adalah pola di dunia seseorang yang diekspresikan oleh kegiatan, minat, dan pendapat mereka. Gaya hidup di desa pargarutan julu yang berpendapatan rendah gaya hidupnya lebih sederhana dan berfokus pada pemenuhan kebutuhan dasar.
- 4) Faktor Psikologis
- a) Motivasi Kebutuhan dapat diklasifikasikan sebagai biogenik (berasal dari situasi fisiologis seperti lapar, haus, atau ketidaknyamanan) atau psikogenik (berasal dari faktor fisiologis seperti kebutuhan untuk diterima, harga diri, atau pengakuan). Perilaku yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan disebut

motivasi. Motivasi sangat penting karena motivasilah yang mendorong, mengarahkan, dan menopang aktivitas manusia. Agar siswa dapat mencapai tujuan mereka dengan cara yang paling efektif, motivasi menjadi semakin penting.

- b) Proses Belajar, karena proses belajar ini berpengaruh terhadap pengetahuan masyarakat.
- c) Persepsi adalah proses memilih, mengatur, dan menganalisis informasi untuk menghasilkan gambaran yang bermakna tentang dunia luar.
- d) Sikap dan Keyakinan Keyakinan adalah kesan individu terhadap sesuatu.<sup>6</sup>

### c. Indikator Minat

Menurut Safari, ada beberapa indikator minat yaitu :

- 1) Ketertarikan, seperti adanya perasaan senang akan sesuatu
- 2) Perhatian, proses mental yang melibatkan pemfokusan pikiran pada rangsangan atau objek tertentu.
- 3) Keinginan, merupakan rasa ingin memiliki mengenai suatu produk yang dipicu oleh rasa senang puas apabila memilikinya.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> Nugroho J Setiadi, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: Kencana, 2022), hlm. 10.

<sup>7</sup> Try Zebua, Gunawan, *Menggagas Konsep Minat Belajar Matematika* (Gunungsitoli :Guepedia 2020), hlm 49.

## 2. Pengetahuan

### a. Pengertian Pengetahuan

Steve Denning mendefinisikan pengetahuan sebagai keadaan atau fakta memiliki pemahaman menyeluruh tentang apa pun yang diperoleh melalui asosiasi atau pengalaman.<sup>8</sup> Semua informasi yang dimiliki oleh masyarakat umum tentang berbagai jenis barang dan jasa, serta informasi tambahan tentang barang dan jasa tersebut dan informasi tentang perannya sebagai entitas publik, dianggap sebagai pengetahuan publik.

Notoatmodjo menegaskan bahwa pengetahuan muncul dari persepsi manusia terhadap suatu hal tertentu dan merupakan hasil dari pengetahuan. Lima indra—penglihatan, pendengaran, penciuman, pengecap, dan peraba—adalah cara manusia mempersepsi dunia. Sebagian besar pengetahuan manusia diperoleh melalui indra penglihatan dan pendengaran.<sup>9</sup>

Kaitan pengetahuan Bank Sumut Syariah dengan masyarakat sangat penting, karena bank syariah beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah yang berfokus pada kesejahteraan masyarakat. Bank Sumut Syariah memberikan edukasi kepada masyarakat tentang bank sumut syariah. Ini membantu masyarakat memahami prinsip-prinsip syariah, seperti larangan riba, dan memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Pengetahuan tentang operasional bank syariah,

---

<sup>8</sup> Alo Liliweri, *Filsafat Ilmu*, (Jakarta : Prenada Media, 2022), hlm. 278.

<sup>9</sup> Surajiyo, *Filsafat Ilmu Dan Perkembangannya Di Indonesia*, (Jakarta : Bumi Aksara: 2030), hlm. 26.

termasuk transparansi dalam transaksi dan kepatuhan terhadap prinsip syariah, dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap institusi keuangan.

b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengetahuan

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi pengetahuan seseorang, antara lain:

1) Pendidikan

Kemampuan seseorang untuk menyerap dan memahami ilmu yang telah diperolehnya juga dipengaruhi oleh tingkat pendidikannya. Tingkat pendidikan yang lebih tinggi umumnya menunjukkan kemahiran yang lebih tinggi dalam perbankan konvensional dan perbankan Islam.

2) Pengalaman

Guru terbaik adalah pengalaman. Ada dua kemungkinan penafsiran dari peribahasa tersebut: pengalaman merupakan sumber pengetahuan atau pengalaman merupakan sarana untuk menemukan kebenaran tentang pengetahuan. Oleh karena itu, seseorang juga dapat mencoba belajar melalui pengalaman pribadi. Hal ini dicapai dengan mengulang pelajaran yang dipelajari dari penyelesaian masalah sebelumnya.

## 3) Usia

Meskipun proses pertumbuhan mental seseorang membaik seiring bertambahnya usia, proses tersebut berhenti meningkat secepat yang terjadi selama masa remaja.

## 4) Informasi

Pengetahuan dipengaruhi oleh informasi. Sekalipun seseorang hanya mengenyam pendidikan rendah, pengetahuannya tetap dapat berkembang jika ia menerima informasi berkualitas dari berbagai media, termasuk surat kabar, radio, dan televisi.<sup>10</sup>

## c. Indikator pengetahuan

Dalam Dita dan Atina, Engel, Blackwell, dan Miniard membedakan tiga kategori pengetahuan: pengetahuan penggunaan, pembelian, dan produk.

1) Pengetahuan produk (*Product Knowledge*)

Pengetahuan produk adalah apa yang konsumen ketahui tentang suatu produk yang akan mereka beli, sehingga informasi yang mereka pelajari tentang produk tersebut akan berbeda.

2) Pengetahuan pembelian (*purchase Knowledge*)

Engel mengklaim bahwa pengetahuan pembelian mencakup informasi mengenai tempat untuk mendapatkan barang. Nitisusatro menegaskan bahwa pengetahuan pembelian mencakup pengetahuan tentang saluran distribusi dan strategi pembelian. Beberapa informasi

---

<sup>10</sup> Sukmadinata, Landasan Psikologi Proses Pendidikan (Bandung : Remaja Rosdakarya,2007) hlm.41.

yang dimiliki pelanggan tentang perolehan produk termasuk dalam pengetahuan pembelian mereka.

### 3) Pengetahuan Pemakaian (*Usage Knowledge*)

Pemahaman tentang cara menggunakan suatu produk yang akan bermanfaat jika konsumen telah menggunakan atau memakannya. Pengetahuan tentang penggunaan adalah informasi yang dapat disimpan dalam memori mengenai cara menggunakan suatu produk dan apa yang diperlukan untuk menggunakannya.<sup>11</sup>

## 3. Promosi

### a. Pengertian Promosi

Promosi merupakan suatu alat pemasaran yang digunakan sebagai strategi komunikasi antara penjual dan pembeli, dimana penjual berusaha mempengaruhi dan membujuk pembeli untuk membeli produk atau jasanya.<sup>12</sup>

Kotler mengklaim bahwa promosi merupakan komponen strategi pemasaran dan metode untuk menjangkau pasar melalui penggunaan komposisi "promotionmix". Oleh karena itu, promosi berfungsi untuk mengingatkan, meyakinkan, dan memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli.<sup>13</sup>

---

<sup>11</sup> Syafitri dan Shofawati, " Pengaruh pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Menjadi Donatur Baitul maal Hidayatullah Cabang Kediri" *JESTT* VOL. 1 No 2 2018, hlm. 128.

<sup>12</sup> Fauziah Syifa dkk, *Dasar-Dasar Kewirausahaan* (Jambi : PT.Sonpedia publishing indonesia, 2024), hlm.72.

<sup>13</sup> Tengku firli Musfar, *Manajemen Pemasaran* (Bandung : Media Sains Indonesia, 2020), hlm.141.

## b. Tujuan Promosi

Mempengaruhi pelanggan untuk memutuskan untuk menaikkan volume penjualan merupakan tujuan promosi. Promosi melibatkan lebih dari sekadar mengomunikasikan atau menyampaikan informasi; promosi juga melibatkan komunikasi dengan cara yang dapat memengaruhi konsumen untuk memilih dan membeli suatu produk.<sup>14</sup>

Dalam hal ini tujuan promosi yang dilakukan Bank Sumut Syariah adalah :

- 1) Karena ada banyak hal mengenai perusahaan yang sebaiknya diketahui oleh pihak luar.
- 2) Ingin meningkatkan penjualan.
- 3) Ingin agar perusahaan dikenal sebagai perusahaan yang baik.
- 4) Ingin memperkenalkan segi kelebihan perusahaan/produk kepada pesaing

## c. Faktor yang mempengaruhi Promosi

### 1) Sifat Pasar

Faktor yang mempengaruhi promosi bersifat pasaran meliputi tiga variabel, yaitu geografis pasar, tipe pelanggan, dan konsentrasi pasar.

### 2) Sifat Produk

Adapun yang mempengaruhi promosi bersifat produk ada tiga variabel penting yaitu :

---

<sup>14</sup> Rizki Syahputra, 'Strategi Pemasaran Dalam Alquran Tentang Promosi Penjualan', *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, Vol 6 No.2 (2019), hlm. 83–88.

- a) nilai unit barang: produk bernilai rendah biasanya menggunakan iklan, sedangkan produk bernilai tinggi biasanya menggunakan penjualan personal,
- b) tingkat kebutuhan konsumen terhadap barang—jika suatu produk sangat dibutuhkan dan dapat langsung disesuaikan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, penjualan personal akan lebih efektif,
- c) layanan pra-penjualan dan pasca-penjualan—jika suatu produk membutuhkan layanan sebelum dan setelah penjualan, penjualan personal biasanya digunakan.
- d) Jumlah uang yang tersedia merupakan elemen penentu karena kampanye iklan yang hanya memiliki sedikit uang akan gagal. Baik faktor internal maupun eksternal berperan dalam promosi.

Analisis SWOT, menurut Kotler dan Armstrong, adalah penilaian menyeluruh terhadap peluang, ancaman, kelemahan, dan kekuatan suatu bisnis (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memastikan strategi perusahaan saat ini.<sup>15</sup>

#### d. Indikator Promosi

Indikator-indikator promosi adalah :

##### 1) Periklanan

---

<sup>15</sup> Danang Sunyono, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: CAPS, 2016), hlm. 161-163.

Bentuk komunikasi pemasaran yang digunakan oleh perusahaan atau individu untuk mempromosikan produk, layanan atau ide kepada khalayak luas.

## 2) Sales Promosi

Kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk mendorong penjualan jangka pendek dengan menawarkan insentif atau hadiah kepada konsumen atau distributor.<sup>16</sup>

## 4. Pengertian Lokasi

### a. Pengertian Lokasi

Lokasi merupakan tempat yang dipilih oleh suatu bisnis untuk menempatkan barang atau jasanya sehingga target konsumennya dapat menjangkaunya dengan mudah.<sup>17</sup> Salah satu aspek yang menjadi pertimbangan konsumen ketika memilih produk mana yang akan dibeli dan bagaimana memanfaatkan manfaatnya adalah lokasi. Salah satu pertimbangan ketika memilih untuk membeli atau memanfaatkan keunggulan produk perusahaan adalah aksesibilitas, karena hal ini akan dikaitkan dengan pengurangan biaya transportasi dan waktu yang dibutuhkan konsumen untuk pergi ke lokasi bisnis. Nasabah akan lebih mudah melakukan pembelian dan memanfaatkan keunggulan suatu produk apabila lokasinya strategis dan dekat dengan masyarakat Paragrautan Julu, seperti halnya Bank Sumut Syariah.

---

<sup>16</sup> Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi Yang Kreatif* (PT Gramedia Pustaka Utama:Jakarta,2009), hlm 232.

<sup>17</sup> Fitria Halim, DKK , *Manajemen Pemasaran Jasa* (Medan : Yayasan Kita Menulis, 2021), hlm 63.

## b. Indikator Lokasi

Menurut Alma indikator –indikator lokasi diantaranya adalah:

### 1) Keterjangkauan Lokasi

Tingkat kemudahan suatu tempat atau lokasi dapat diakses oleh konsumen.

### 2) Kelancaran Akses Menuju Lokasi

Kelancaran dalam perjalanan mencapai lokasi yang dituju dari wilayah satu ke wilayah lainnya.

### 3) Kedekatan Lokasi

Kedekatan tempat lokasi yang berada disuatu wilayah dengan wilayah kediaman.<sup>18</sup>

## B. Penelitian Terdahulu

Kajian penelitian terdahulu pada penelitian dengan judul “Determinan Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Sumut Syariah Di Desa Pargarutan Julu Kecamatan Angkola Timur ” yaitu :

**Tabel II.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Alwi Iswandi Sitompul (Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan) Skripsi 2024	Skripsi dengan judul “Determinan Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah(Studi di Desa Simaninggir Kecamatan Sipirok)	Pengetahuan berpengaruh secara parsial terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah. Religiusitas tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat

<sup>18</sup> Muhammad Yusuf Saleh, *Konsep Dan Strategi Pemasaran* (CV Sah Media: Makassar, 2019), hlm 207.

			masyarakat menabung di bank syariah <sup>19</sup>
2	Hery Irawan (Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan) Skripsi 2023	Skripsi dengan judul “Determinan Minat Masyarakat menjadi Nasabah pada Bank Syariah di Padangsidempuan (Studi Kasus Kelurahan Wek III Kecamatan Padangsidempuan Utara)”	pengaruh budaya terhadap minat masyarakat menjadi nasabah pada bank syariah. Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah pada bank syariah Terdapat pengaruh religiusitas terhadap minat masyarakat menjadi nasabah pada bank syariah. <sup>20</sup>
3	Masdeliana Dasopang (Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan) Skripsi 2023	Skripsi dengan judul “Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan, dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah	Secara parsial religiusitas berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah Secara parsial variabel pengetahuan berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah Secara parsial lokasi berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah. <sup>21</sup>
4	Azis Muslim (Universitas Islam	Skripsi dengan judul “Determinan	Variabel pengetahuan berpengaruh secara

<sup>19</sup> Alwi iswandi Sitompul, "Determinan Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah (Studi Di Desa Simaninggir Kecamatan Sipirok)" *Skripsi*, (Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, 2024).

<sup>20</sup> Hery Irawan, "Determinan Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah Di Padangsidempuan (Studi Kasus Kelurahan Wek III Kecamatan Padangsidempuan Utara)" *Skripsi* (Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, 2023).

<sup>21</sup> Masdeliana Dasopang, "Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan, Dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah" *Skripsi* (Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, 2023).

	Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan) Skripsi 2020	Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah”	parsial terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah dengan Variabel religiusitas berpengaruh secara parsial terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah Variabel pengetahuan dan religiusitas berpengaruh secara simultan terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah. <sup>22</sup>
5	Yulio Ashary Samosir(Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan) Skripsi 2023	Pengaruh Religiusitas, pengetahuan dan Lokasi Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Moderating.	Variabel Religiusitas berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah Variabel pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah Variabel lokasi berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah. <sup>23</sup>
6	Sabrina Nurfalih Hasanah, Andi Amri, dan Mitra Sami Gultom Jurnal Ekonomi Vol 2 Nomor 1 Tahun 2024	Jurnal dengan judul “Analisis Determinan yang Mempengaruhi Keputusan Menggunakan Islam Thailand: Minat sebagai Variabel	religiusitas tidak berpengaruh pada keputusan menggunakan, sedangkan kepercayaan dan literasi keuangan syariah berpengaruh positif terhadap keputusan

<sup>22</sup> Muslim Azis, "Determinan Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah" *Skripsi* (Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, 2020).

<sup>23</sup> Yulio Ashary Samosir, "Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Dan Lokasi Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Moderating" *Skripsi* (Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, 2023).

		Intervening”	menggunakan. Untuk minat, kepercayaan dan literasi keuangan syariah memiliki pengaruh positif, sementara religiusitas tidak berpengaruh. Ketika minat digunakan sebagai variabel intervening, religiusitas tetap tidak berpengaruh pada keputusan menggunakan, namun kepercayaan dan literasi keuangan syariah tetap menunjukkan pengaruh positif. Selain itu, keputusan menggunakan juga berpengaruh positif terhadap minat. <sup>24</sup>
7	Nurmila Rizky, M. Yarham dan Ridwana Siregar Jurnal Bina Bangsa Ekonomika Vol 17 Nomor 1 Tahun 2024	Jurnal dengan judul “Faktor-Faktor yang mempengaruhi Minat Masyarakat Kabupaten Batubara menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia”	promosi dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat untuk menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Batubara, sementara pengetahuan tidak berpengaruh signifikan. <sup>25</sup>

Penelitian terdahulu tersebut memiliki persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan, yang berjudul "Determinan Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Sumut Syariah," sebagai berikut :

<sup>24</sup> Mitra Sami Gultom Sabrina Nurfalah Hasanah, Andi Amri, "Analisis Determinan Yang Mempengaruhi Keputusan Menggunakan Islam Thailand: Minat Sebagai Variabel Intervening", *Jurnal Ekonomi*, Vol 2 Nomor 1 (2024).

<sup>25</sup> M. Yarham dan Ridwana Siregar Nurmila Rizky, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Kabupaten Batubara Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia', *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, Vol 17 No 1 (2024).

1. Pada penelitian yang dilakukan Alwi iswandi sitompul terdapat persamaan, pada penelitian yang dilakukan oleh Alwi iswandi sitompul meneliti tentang pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung di bank syariah. Sedangkan perbedaan pada penelitian ini adalah terdapat pada variabel yang diteliti.
2. Penelitian "Determinan Minat Masyarakat Menjadi Nasabah pada Bank Syariah di Padangsidempuan (Studi Kasus Kelurahan Wek III Kecamatan Padangsidempuan Utara)" dan penelitian berjudul "Determinan Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Sumut Syariah" memiliki kesamaan dalam tujuan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi minat masyarakat terhadap bank syariah, dengan fokus pada aspek budaya, kualitas layanan, dan religiusitas. Namun, perbedaannya terletak pada lokasi penelitian, di mana penelitian pertama berfokus pada masyarakat Kelurahan Wek III, Padangsidempuan, sementara penelitian kedua meneliti masyarakat di Desa Pargarutan Julu. Perbedaan lokasi ini berpotensi memunculkan variasi dalam faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat terhadap bank syariah.
3. Pada penelitian yang dilakukan Masdeliana dasopang terdapat persamaan, pada penelitian yang dilakukan oleh masdeliana dasopang meneliti tentang pengaruh pengetahuan dan lokasi terhadap minat menabung di bank syariah. Sedangkan perbedaan pada penelitian ini adalah terdapat pada variabel yang diteliti.

4. Penelitian "Determinan Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah" dan "Determinan Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Sumut Syariah" memiliki kesamaan dalam fokus utama yang mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat terhadap bank syariah. Kedua penelitian sama-sama bertujuan untuk memahami bagaimana berbagai aspek seperti promosi, pengetahuan, dan lokasi berperan dalam keputusan masyarakat untuk memilih bank syariah. Perbedaannya terletak pada lokasi penelitian, di mana penelitian pertama mencakup area yang lebih luas, sedangkan penelitian kedua berfokus pada masyarakat Desa Pargarutan Julu dengan pendekatan yang lebih lokal dan spesifik pada Bank Sumut Syariah.

5. Penelitian Pada penelitian yang dilakukan Yulio Ashary Samosir

terdapat persamaan, pada penelitian yang dilakukan oleh Masdeliana Dasopang meneliti tentang pengaruh pengetahuan dan lokasi terhadap minat menabung di bank syariah. Sedangkan perbedaan pada penelitian ini adalah penelitian Yulio Ashary Samosir menggunakan variabel moderating.

6. Penelitian pertama, "Analisis Determinan yang Mempengaruhi Keputusan Menggunakan Islam Thailand: Minat sebagai Variabel Intervening," dan penelitian kedua, "Determinan Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Sumut Syariah," memiliki persamaan dalam hal fokus utama pada analisis determinan yang mempengaruhi keputusan atau minat masyarakat terhadap institusi keuangan syariah. Keduanya menyelidiki faktor-faktor

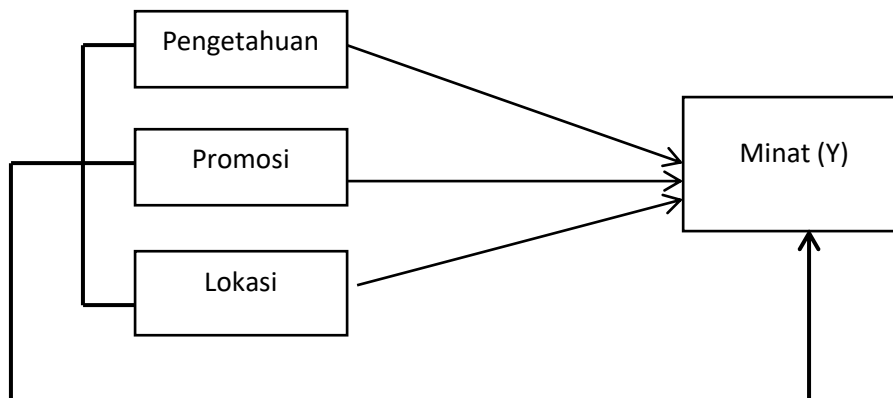
yang mempengaruhi keputusan atau minat masyarakat terkait bank syariah. Namun, perbedaannya terletak pada konteks dan pendekatan yang digunakan. Penelitian pertama berfokus pada konteks di Thailand dengan minat sebagai variabel intervening, sedangkan penelitian kedua berfokus pada masyarakat di Indonesia dengan menekankan faktor-faktor spesifik yang mempengaruhi minat menjadi nasabah Bank Sumut Syariah di daerah tertentu.

7. Penelitian "Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Masyarakat Kabupaten Batubara Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia" dan "Determinan Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Sumut Syariah" memiliki persamaan dalam hal fokus pada faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat terhadap bank syariah. Kedua penelitian tersebut bertujuan untuk mengidentifikasi variabel-variabel yang berperan dalam menentukan keputusan masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah. Perbedaannya terletak pada konteks geografis dan lembaga yang diteliti; penelitian pertama berfokus pada Kabupaten Batubara dan Bank Syariah Indonesia, sedangkan penelitian kedua mengkaji Desa Pargarutan Julu dengan Bank Sumut Syariah. Selain itu, penelitian kedua mungkin melibatkan faktor-faktor lokal yang lebih spesifik dan relevan dengan karakteristik masyarakat di Tapanuli Selatan.

### C. Kerangka Berpikir

Struktur konseptual hubungan pembahasan dengan unsur-unsur yang dianggap sebagai isu penting dikenal sebagai struktur Pemikiran <sup>26</sup>. Untuk membahas rumusan masalah dan tinjauan pustaka, kerangka pemikiran mencakup deskripsi peneliti. Gambar berikut menunjukkan kerangka konseptual penelitian secara metodis :

**Gambar II.1**  
**Kerangka Berpikir**



### D. Hipotesis

Hipotesis adalah solusi jangka pendek terhadap kesulitan penelitian yang telah dirumuskan dalam kalimat pernyataan. Karena responsnya hanya didasarkan pada teori yang relevan dan belum pada fakta empiris yang dikumpulkan melalui pengumpulan data, maka respons tersebut disebut sementara.

---

<sup>26</sup> Asnawi, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*, (Malang: UIN Maliki Press, 2011). Hlm. 107.

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H<sub>01</sub> : Pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat Desa Pargarutan Julu menjadi nasabah di Bank Sumut Syariah

H<sub>a1</sub> : Pengetahuan berpengaruh terhadap minat masyarakat Desa Pargarutan Julu menjadi nasabah di Bank Sumut Syariah

H<sub>02</sub> : Promosi tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat Desa Pargarutan Julu menjadi nasabah di Bank Sumut Syariah

H<sub>a2</sub> : Promosi berpengaruh terhadap minat masyarakat Desa Pargarutan Julu menjadi nasabah di Bank Sumut Syariah

H<sub>03</sub> : Lokasi tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat Desa Pargarutan Julu menjadi nasabah di Bank Sumut Syariah

H<sub>a3</sub> : Lokasi berpengaruh terhadap minat masyarakat Desa Pargarutan Julu menjadi nasabah di Bank Sumut Syariah

H<sub>04</sub> : Pengetahuan, promosi, dan lokasi tidak berpengaruh secara simultan terhadap minat masyarakat Desa Pargarutan Julu menjadi nasabah di Bank Sumut Syariah

H<sub>a4</sub> : Pengaruh pengetahuan, promosi, dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap minat masyarakat Desa Pargarutan Julu menjadi nasabah di Bank Sumut Syariah

## **BAB III**

### **METODO PENELITIAN**

#### **A. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Desa Pargarutan Julu, Kecamatan Angkola Timur, Kabupaten Tapanuli Selatan, Provinsi Sumatera Utara, Indonesia, menjadi lokasi penelitian ini. Karena merupakan masyarakat pedesaan yang mayoritas penduduknya beragama Islam dan memiliki potensi yang tinggi untuk menerapkan sistem perbankan syariah, maka desa ini dipilih sebagai lokasi penelitian. Cabang Bank Sumut Syariah di Desa tersebut, yang menyediakan berbagai layanan keuangan syariah, akan menjadi subjek penelitian. Penelitian ini dilaksanakan pada awal Agustus 2024 hingga Desember 2024.

#### **B. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan dan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi minat masyarakat untuk menjadi nasabah Bank Syariah di Desa Pargarutan Julu.

Salah satu cara untuk menguji teori tersebut adalah melalui penelitian kuantitatif, yang melihat bagaimana variabel saling berhubungan. Untuk memeriksa data numerik menggunakan metode statistik, variabel-variabel ini diukur, biasanya menggunakan alat penelitian.<sup>1</sup>

Dengan pendekatan ini, penelitian akan memberikan gambaran yang jelas mengenai tingkat pemahaman masyarakat, serta pengaruh promosi dan

---

<sup>1</sup> Juliansyah Noor, Metode Penelitian (Jakarta:Kencana Prenada Media Group, 2015), hlm.38

sosialisasi terhadap keputusan mereka untuk menjadi nasabah perbankan syariah. Data kuantitatif yang diperoleh akan dianalisis secara statistik untuk menarik kesimpulan yang relevan dan mendukung pengembangan strategi promosi yang lebih efektif untuk meningkatkan minat masyarakat.

### **C. Populasi dan Sampel**

#### **1. Populasi**

Menurut Sugiono populasi merupakan wilayah pengembangan dalam penelitian. Domain ini berisi objek atau objek yang dapat digunakan untuk mengambil keputusan.<sup>2</sup> Populasi penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang tinggal di Desa Pargarutan Julu, Kecamatan Angkola Timur, Kabupaten Tapanuli Selatan yang berumur 17 tahun ke atas dengan total populasi sebanyak 1.099 jiwa. Desa ini dipilih sebagai lokasi penelitian karena mayoritas penduduknya beragama Islam dan memiliki potensi besar untuk mengadopsi sistem perbankan syariah.

#### **2. Sampel**

Sampel merupakan bagian dari unsur-unsur yang dipilih dari kelompok yang lebih besar, dan diyakini bahwa dengan memeriksa kelompok kecil ini, informasi penting mengenai kelompok yang lebih luas dapat diperoleh.<sup>3</sup> Untuk menentukan ukuran sampel peneliti menggunakan rumus slovin.

Dengan rumus sebagai berikut:

---

<sup>2</sup> I Made Dwi Mertha Adnyana, 'Populasi Dan Sampel, Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Volume 14.nomor 1 (2021), hlm. 103–16.

<sup>3</sup> Adhi Kusumastuti, Metode Penelitian Kuantitatif (Yogyakarta : CV BUDI UTAMA, 2020),hlm 33.

$$n = \frac{N}{1+(N,e^2)} \dots\dots\dots 3.1$$

Keterangan :

n= Ukuran Sampel

N= Jumlah seluruh anggota populasi

e= Kesalahan yang ditolerir 10% (0,1)

Sehingga ukuran sampel pada penelitian ini dapat di lihat pada perhitungan sebagai berikut ;

$$n = \frac{1,099}{1+(1,099,0.1^2)}$$

$$n = \frac{1,099}{11.99}$$

n =91.65= maka sampel menjadi 92

Berdasarkan statistik di atas, sampel penelitian ini berjumlah 92 orang. Rumus Slovin digunakan oleh para peneliti karena rumus ini memungkinkan mereka untuk memilih tingkat presisi yang mereka inginkan untuk pekerjaan mereka. Teknik Accidental Sampling, salah satu metode pengambilan sampel berdasarkan peluang, digunakan untuk memilih sampel penelitian ini. Artinya, setiap anggota masyarakat yang berusia minimal 17 tahun dan tinggal di Desa Pargarutan Julu serta kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel.

\

## D. Sumber Data

### a. Data Primer

Data primer adalah informasi yang dikumpulkan langsung di lapangan oleh peneliti atau pihak yang membutuhkannya.<sup>4</sup> Data primer ini juga disebut data asli atau baru. Data primer juga merupakan informasi yang dikumpulkan dari lapangan melalui kuesioner, wawancara, dan observasi.<sup>5</sup> Peneliti menggunakan kuesioner yang berkaitan dengan pengetahuan, promosi, lokasi, dan minat masyarakat untuk mengumpulkan data primer dalam penelitian ini.

### b. Data Sekunder

Peneliti dapat memperoleh data sekunder secara tidak langsung melalui media perantara, yaitu catatan dan informasi yang dikumpulkan oleh instansi terkait dan/atau pihak ketiga.<sup>6</sup> Data sekunder juga merupakan informasi yang dikumpulkan dari sumber yang sudah ada sebelumnya oleh peneliti. Biasanya, informasi ini diperoleh dari perpustakaan atau laporan penelitian terdahulu<sup>7</sup>. Jumlah rumah tangga di Desa Pargarutan Julu, Kecamatan Angkola Timur, Kabupaten Tapanuli Selatan, menjadi data sekunder penelitian ini.

---

<sup>4</sup> Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2018), hlm. 19.

<sup>5</sup> Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik* hlm. 153.

<sup>6</sup> Nur Asanawi dan Masyhuri, *Metedologi Riset Manajemen Pemasaran* (Malang: UIN Maliki Press, 2015), hlm. 131.

<sup>7</sup> Nur Asanawi dan Masyhuri, *Metedologi Riset Manajemen Pemasaran* hlm. 153.

## E. Teknik Pengumpulan Data

Data dan fakta penelitian dikumpulkan melalui prosedur pengumpulan data. Dalam hal ini, peneliti menggunakan instrumen seperti survei dan observasi untuk mengumpulkan data. Penjelasan tentang alat pengumpulan data disediakan di bawah ini.

### 1. Angket (*Kuesioner*)

Kuesioner adalah serangkaian pertanyaan yang diajukan kepada responden untuk memperoleh jawaban atas masalah yang diteliti. Kuesioner terdiri dari pernyataan, pertanyaan, dan jawaban yang harus diberikan oleh responden.<sup>8</sup> Warga Desa Pargarutan Julu diberikan kuesioner. Peneliti menggunakan pertanyaan tertulis dalam kuesioner ini dan memberikan pilihan jawaban ganda kepada peserta penelitian. Skala Likert digunakan sebagai alat ukur kekuatan dalam penelitian ini. Sugiono menyatakan bahwa skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, keyakinan, dan persepsi seseorang atau kelompok terhadap peristiwa atau gejala sosial. Kuesioner penelitian menanyakan tentang cara lokasi, promosi, dan pengetahuan memengaruhi keinginan konsumen untuk berbelanja di Desa Pargarutan Julu. Respons tersebut diberi bobot atau disamakan dengan nilai 1, 2, 3, 4, dan 5 untuk mendapatkan skor skala Likert. Peneliti membuat tabel untuk respons positif di bawah ini untuk informasi lebih lanjut:

### Tabel III.1

---

<sup>8</sup> Zainal A, *Metodologi Penelitian pada Bidang Ilmu Komputer dan Teknologi Informasi*, (Depok: Fasilkom Universitas Indonesia, 2007), hlm. 86

### Nilai Untuk Jawaban

No	Jawaban	Bobot Nilai
1	Sangat setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

**Tabel III.2**  
**Kisi-Kisi Angket**

No	Variable	Indikator	Nomor soal
1	Minat Menjadi nasabah	1. Ketertarikan 2. Perhatian 3. Keinginan	1,2 3,4 5,6
2	Pengetahuan Masyarakat	1. Pengetahuan Produk 2. Pengetahuan pembelian 3. Pengetahuan Pemakaian	1,2 3,4 5,6
3	Promosi	1. Periklanan 2. Sales Promosi	7,8 9,10
4	Lokasi	1. Keterjangkauan lokasi 2. Kelancaran akses menuju lokasi 3. Kedekatan lokasi	1,2 3,4 5,6

## 2. Observasi

Untuk menjawab pertanyaan penelitian, lebih memahami perilaku manusia, dan melakukan evaluasi—yaitu, pengukuran karakteristik spesifik dan umpan balik atas pengukuran tersebut—observasi adalah aktivitas yang

mengumpulkan data yang diperlukan untuk menggambarkan gambaran, peristiwa, atau insiden yang akurat.<sup>9</sup>

### 3. Dokumentasi

Catatan kejadian masa lalu, dokumentasi dapat berupa gambar, momen, atau kata-kata tertulis seseorang. Tujuan dokumentasi adalah untuk menunjukkan bahwa penelitian sedang dilakukan di lapangan. Tulisan dan gambar (foto) digunakan dalam penelitian ini untuk mendukung temuan.<sup>10</sup>

## F. Uji Validitas dan Reliabilitas

menetapkan ukuran yang diterima atau standar dengan menggunakan alat ukur atau instrumen penelitian. Oleh karena itu, alat ukur harus lulus uji validitas dan reliabilitas data. Para ahli mengatakan bahwa uji validitas dapat menggunakan rumus person product moment. Uji t kemudian digunakan untuk mengujinya, dan indeks korelasi ditafsirkan untuk menarik kesimpulan.<sup>11</sup>

### 1. Uji Validitas

Tujuan dari uji keaslian atau validitas adalah untuk menunjukkan seberapa baik alat ukur dapat menangkap subjek pengukuran. Validitas ini berkaitan dengan keakuratan instrumen. Uji korelasi antara skor (nilai) setiap item pertanyaan dan skor keseluruhan kuesioner diperlukan untuk menentukan validitas kuesioner yang dibuat.<sup>12</sup>

---

<sup>9</sup> Surjaweni V. Wiratna, *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi* (Yogyakarta :Pustaka Baru Press, 2015), hlm 29.

<sup>10</sup> Hidayatul, *Metodologi Penelitian (Kualitatif, Kuantitatif, Mix Method)* (Yogyakarta :CV. Budi Utama, 2019), hlm. 69.

<sup>11</sup> Aziz Alimul Hidayat, *Menyusun Instrumen Penelitian & Uji Validitas Reliabilitas* (Surabaya :Health Books Publishing,2021), hlm 11.

<sup>12</sup> Rangkuti Ahmad Nizar, *Statistik Untuk Penelitian Pendidikan* (Medan :Perdana Publishing, 2015),hlm.162.

Teknik korelasi *product moment* merupakan metode korelasi yang paling banyak digunakan. Tabel nilai *product moment* atau SPSS 23 dapat digunakan untuk menentukan apakah nilai korelasi setiap pertanyaan signifikan. Item atau pernyataan yang tidak valid untuk digunakan sebagai instrumen pertanyaan harus dibuang. Landasan pengambilan keputusan adalah:

- a. Jika  $r_{hitung}$  positif serta  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka butir atau item pertanyaan tersebut valid.
- b. Jika  $r_{hitung}$  positif serta  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka butir atau item pertanyaan tersebut tidak valid.<sup>13</sup>

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan bahwa instrumen cukup memuaskan dan dapat diandalkan untuk digunakan sebagai alat ukur data. Stabilitas dan konsistensi hasil pengukuran ditunjukkan oleh reliabilitas. Ketika alat ukur secara konsisten menghasilkan hasil yang sama ketika digunakan berulang kali dalam situasi yang sama, alat tersebut dikatakan stabil atau konsisten. Tingkat ketergantungan atau kepercayaan terhadap alat ukur ditunjukkan oleh reliabilitasnya. Salah satu ukuran reliabilitas internal *consistency* adalah koefisien *Alpha Cronbach*, dimana jika  $\alpha > 0,6$ , menunjukkan instrumen tersebut reliabel.<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup> Rangkuti Ahmad Nizar, *Statistik Untuk Penelitian Pendidikan* hlm. 7.

<sup>14</sup> Satiri, *Agency Problem Dalam Kontrak Mudarabah Di Perbankan Syariah* (Banten :Penerbit A-Empat, 2015),hlm.19.

## G. Analisis Data

### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas menentukan apakah variabel dependen, variabel independen, atau keduanya dalam model regresi memiliki distribusi normal. Uji Kolmogorov-Smirnov adalah teknik yang digunakan untuk memeriksa kenormalan. Uji Kolmogorov-Smirnov satu sampel digunakan untuk pengujian pada SPSS dengan tingkat signifikansi 10%. Jika signifikansi lebih dari  $>0,1$ , data dikatakan terdistribusi secara teratur.

### 2. Uji Asumsi Klasik

Prasyarat statistik untuk analisis regresi linier berganda berdasarkan kuadrat terkecil biasa (OLS) adalah uji asumsi klasik. Oleh karena itu, analisis regresi yang tidak berdasarkan OLS, seperti regresi logistik atau regresi ordinal, dibebaskan dari batasan asumsi tradisional. Demikian pula, tidak semua uji asumsi tradisional harus dilakukan pada analisis regresi linier. Misalnya, uji autokorelasi tidak harus digunakan pada data cross-sectional, dan uji multikolinearitas tidak diperlukan untuk analisis regresi linier sederhana.

#### a. Uji Multikolinearitas

Ragnar Frisch menciptakan istilah "multikolinearitas," yang merujuk pada keberadaan hubungan linear yang sempurna atau pasti antara beberapa atau semua variabel penjelas (independen) dalam model regresi berganda. Ketika dua atau lebih variabel independen dalam model regresi berganda menunjukkan hubungan atau keterkaitan yang kuat, ini

dikenal sebagai multikolinearitas. Karena variabel ekonomi pada dasarnya saling terhubung, multikolinearitas merupakan masalah umum dalam model ekonometrik. Tujuan dari pengujian ini adalah untuk melihat apakah model regresi mendeteksi adanya hubungan antara variabel independen. Variabel independen dalam model regresi yang baik tidak boleh berkorelasi. Variabel independen tidak ortogonal jika memiliki korelasi satu sama lain. Ketika korelasi antara variabel independen adalah nol, variabel tersebut dikatakan ortogonal.<sup>15</sup> Untuk mengetahui ada tidaknya masalah multikolinearitas dapat menggunakan nilai VIF (*variance Inflation Factory*). Jika nilai VIF kurang dari 10 atau nilai tolerance sebesar 0,01%, multikolinearitas tidak terjadi.<sup>16</sup>

b. Uji Heteroskedastisitas

Untuk memastikan apakah terdapat ketidaksetaraan varians antara residual dari satu observasi dan observasi lainnya dalam regresi, digunakan uji heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas tetap digunakan bahkan ketika terdapat kesalahan atau ketika residual dari model regresi yang diamati tidak bervariasi secara konsisten dari satu observasi ke observasi berikutnya.

Dengan menggunakan uji Spearman Rho, yang melibatkan perbandingan residual absolut dari temuan regresi dengan semua variabel

---

<sup>15</sup> Zulaika Matondang, Hamni Fadlilah, *Pengolahan Ekonometrika Dengan Eviews Dan SPSS* (Padangsidempuan :Merdeka Kreasi Group, 2022), hlm 90.

<sup>16</sup> Agus Purwoto, *Panduan Lab Statistik Inferensial* (Jakarta : Grasindo, 2007), hlm 97.

independen, perangkat lunak SPSS versi 23 membantu uji heteroskedastisitas dalam penyelidikan ini.

- 1) Jika korelasi antara variabel independen dengan residual didapat nilai signifikansi  $< 0.1$ , maka dapat dikatakan bahwa terjadi problem heteroskedastisitas.
- 2) Jika korelasi antara variabel independen dengan residual didapat nilai signifikansi  $> 0.1$ , maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi problem heteroskedastisitas.<sup>17</sup>

### 3. Analisis Regresi Linear Berganda

Model regresi atau prediksi yang menggabungkan beberapa variabel independen atau prediktor dikenal sebagai regresi linier berganda. Hubungan linier antara dua variabel independen ( $X_1, X_2, \dots, X_n$ ) dan variabel dependen ( $Y$ ) dikenal sebagai analisis linier berganda. Tujuan analisis ini adalah untuk memprediksi nilai variabel dependen jika faktor independen bertambah atau berkurang, serta untuk memastikan apakah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen berhubungan positif atau negatif. Persamaan linier berganda memiliki bentuk berikut.<sup>18</sup>

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e \dots \dots \dots 3.2$$

Keterangan :

$Y'$  : Minat Menjadi Nasabah

$X_1$  : Pengetahuam

$X_2$  : Promosi

---

<sup>17</sup> Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi Edisi 3* (Jakarta : Erlangga, 2009) hlm 246-247.

<sup>18</sup> Zulaika Matondang, Hamni Fadlilah *Pengolahan Ekonometrika Dengan Eviews Dan SPSS*, hlm 16-17.

$X_3$  : Lokasi  
 $b_1$  : Koefisien pengetahuan  
 $b_2$  : Koefisien promosi  
 $b_3$  : Koefisien lokasi  
 $a$  = Konstanta  
 $b$  = Koefisien Regresi  
 $e$  : Tingkat kesalahan eror

Sehingga persamaan regresi berganda dalam penelitian ini adalah :

$$MN = a + b_1P_e + b_2P_r + b_3L_o + e \dots\dots\dots 3.3$$

Keterangan :

$MN$  : Minat Menjadi Nasabah  
 $a$  : Konstanta  
 $b_1$  : Koefisien untuk Pengetahuan  
 $P_e$  : Pengetahuan  
 $b_2$  : Koefisien untuk Promosi  
 $P_r$  : Promosi  
 $b_3$  : Koefisien untuk Lokasi  
 $L_o$  : Lokasi  
 $e$  : Tingkat kesalahan(error)

#### 4. Uji Hipotesis

##### a. Uji Parsial (Uji t)

Untuk memastikan apakah variabel independen benar-benar memiliki dampak parsial terhadap variabel dependen, digunakan uji. Tingkat signifikansi 0,05 diterapkan. Hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa variabel independen memiliki dampak parsial terhadap variabel dependen, diterima jika nilai signifikansinya kurang dari tingkat keyakinan.

- 1) Uji Parsial Koefisien Regresi dilakukan untuk mengetahui apakah Variabel bebas secara parsial (sendiri-sendiri) signifikan mempengaruhi Variabel terikat.
- 2) Uji Parsial dilakukan dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  sehingga sering disebut Uji t.
- 3) Degree of Freedom pada uji t adalah  $n-1$ .<sup>19</sup>

b. Uji Simultan (Uji F)

Apakah kemiringan (koefisien parameter) secara bersamaan berbeda atau sama dengan nol ditentukan dengan menjalankan uji F secara bersamaan. Untuk melihat persamaan tersebut, pengujian ini dilakukan. Uji F menentukan apakah setiap variabel independen dalam model memengaruhi variabel dependen secara bersama-sama. Pilihan yang dibuat selama pengujian hipotesis bersamaan, khususnya:

- 1) Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, begitu juga sebaliknya.
- 2) Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.<sup>20</sup>

c. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Indikator kontribusi variabel penjelas terhadap variabel respons adalah nilai koefisien. Dengan kata lain, koefisien determinasi menunjukkan jumlah variasi dalam naik turunnya Y yang dapat dijelaskan oleh pengaruh linier X (yaitu, sejauh mana nilai-nilai variabel

---

<sup>19</sup> Lailatus Sa'a Dah, *Statistik Inferensial*, (LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah, 2021), hlm. 35

<sup>20</sup> Muhammad Firdaus, *Ekonometrika Suatu Pendekatan Aplikatif* (Jakarta: Bumi Aksara, 2021), hlm 89.

X yang berbeda menjelaskan variasi dalam variabel Y). Garis regresi yang dibuat sesuai dengan data yang diamati secara tepat jika koefisien determinasi sama dengan satu. Ketika koefisien determinasi sama dengan satu, hal itu menunjukkan bahwa X bertanggung jawab sepenuhnya atas fluktuasi naik turunnya Y. Akibatnya, nilai Y dapat diramalkan secara sempurna.<sup>21</sup>

---

<sup>21</sup> Dergibson Siagian, *Metode Statistika Untuk Bisnis Dan Ekonomi* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2000), hlm 259.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **B. Gambaram Umum Lokasi Penelitian**

##### **1. Sejarah Masyarakat Desa Pargarutan Julu**

Kabupaten Tapanuli Selatan memiliki empat belas kecamatan, termasuk Kecamatan Angkola Timur. Secara administratif, Kabupaten Angkola Timur berbatasan dengan Kecamatan Marancar di sebelah barat, Kota Padangsidempuan di sebelah selatan, dan Kecamatan Sipirok di sebelah utara. Kabupaten Angkola Timur terletak di antara garis lintang 0°28'48" utara dan garis bujur 99°04'00" timur. Luas wilayah Kecamatan Angkola Timur adalah 23.516,38 hektare. Kabupaten Angkola Timur memiliki dua kecamatan dan tiga belas permukiman. Salah satu desa tersebut adalah Desa Pargarutan Julu.

Madrasah Ibtadaiyah dan Sekolah Dasar merupakan dua dari sekian banyak sarana pendidikan yang ada di Desa Pargarutan Julu. Selain itu, Desa Pargarutan Julu juga menjadi wadah bagi berbagai organisasi seperti PKK, Karangtaruna, dan NNB yang masih beroperasi hingga saat ini.

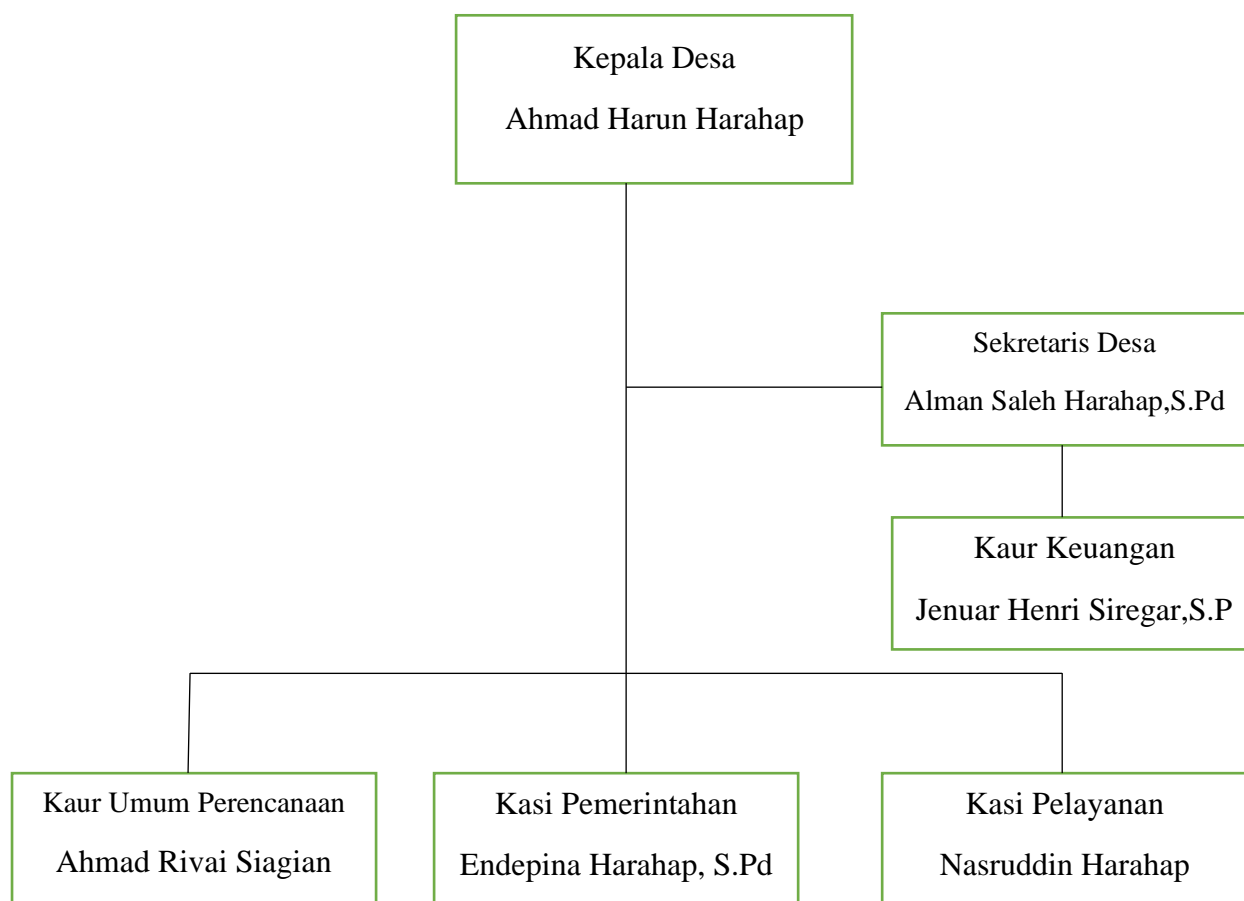
Mantan pemimpin Desa Pargarutan Julu antara lain Muhammad Soman Siregar periode 2003-2008, Yusron Harahap periode 2008-2013, dan Ahmad Harun Harahap periode 2018-2026. Desa Pargarutan Julu, Kecamatan Angkola

Timur, Kabupaten Tapanuli Selatan, berpenduduk 400 KK dengan jumlah keseluruhan 1.524 jiwa.<sup>1</sup>

## 2. Struktur Organisasi Desa Pargarutan Julu

Agar proses kerjasama dalam mencapai tujuan organisasi dapat berjalan sesuai dengan perencanaan yang telah ditetapkan, maka struktur organisasi ini membantu untuk memberitahukan kepada seluruh anggota pengurus tentang tugas dan kegiatan yang harus diselesaikan. Struktur organisasi Desa Pargarutan Julu yaitu:

**Gambar IV.1**  
**Struktur Organisasi Desa Pargarutan Julu**



<sup>1</sup> Buku Induk Kependudukan Desa Pargarutan Julu, dinas kependudukan dan pencatatan sipil

Sumber: Buku induk Kependudukan Desa Pargarutan Julu, dinas kependudukan dan pencatatan sipil

### 3. Visi Misi Desa pargarutan Julu

Proses pelaksanaan sistem pemerintahan desa tidak lepas dari visi dan misi. Adapun Visi dan misi desa Pargarutan Julu yaitu:

#### a. Visi

“ Terwujudnya Kesejahteraan masyarakat Desa Pargarutan Julu yang didukung dengan kesejahteraan dalam pertanian dan pelayanan pemerintahan yang baik serta pengembangan kualitas sumber daya manusia dan sumber daya alam secara berkelanjutan”

#### b. Misi

“Sukses didalam kemajuan, makmur di dalam kesejahteraan, membudidayakan masyarakat agar menganut poila hidup bergotong royong”.<sup>2</sup>

## B. Deskripsi Responden

Deskripsi responden disebut deskripsi responden. Sebanyak 92 warga Desa Pargarutan Julu, Kecamatan Angkola Timur, Kabupaten Tapanuli Selatan, turut serta dalam survei ini sebagai responden. Berdasarkan hasil penelitian, identitas responden dideskripsikan berdasarkan usia dan jenis kelamin, yaitu sebagai berikut:

---

<sup>2</sup> Buku Induk Kependudukan Desa Huraba, dinas kependudukan dan pencatatan sipil

### 1. Responden berdasarkan jenis kelamin

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap 92 responden diperoleh dua kelompok jenis kelamin, yaitu laki-laki dan perempuan, hasil yang di peroleh sebagai berikut:

**Tabel IV.1**  
**Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Jumlah
1	Laki-laki	56
2	Perempuan	36
3		92

Sumber: Data primer diolah, 2024

Jelas dari tabel IV.I. bahwa laki-laki merupakan mayoritas responden. 36 responden, atau 39,13% dari total, adalah perempuan, dan 56 responden, atau 60,87% dari total, adalah laki-laki.

### 2. Responden Berdasarkan Usia

Usia responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini berkisar 17-25 tahun, 26-35 tahun dan >55 tahun. Jumlah responden berdasarkan kelompok umur dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel IV.2**  
**Distribusi Responden Berdasarkan Usia**

No	Umur (Tahun)	Jumlah Responden
1	17-25	43
2	26-35	45
3	>55	4
Jumlah		92

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel IV.2 dapat dipahami responden terbanyak berusia 26-35 tahun. Responden dengan usia 17-25 sebanyak 43 dengan persentase 46,73%, responden dengan usia 26-35 sebanyak 45 dengan persentase 48,91%, dan responden dengan usia 55 sebanyak 4 dengan persentase 4,36%.

### C. Hasil Penelitian

#### 1. Hasil Uji Validitas

Salah satu langkah dalam menentukan tingkat validitas kuesioner adalah prosedur uji validitas. Tujuan dari tahap ini adalah untuk menilai atau menghubungkan keakuratan instrumen. Berikut ini adalah penjelasan mengenai hasil validitas kuesioner dalam penelitian ini.

**Tabel IV.3 Hasil Uji Validitas Variabel Pengetahuan Masyarakat (X1)**

No. Item	Nilai $r_{hitung}$	Nilai $r_{tabel}$	Keterangan
1	0,490	Valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n=92$ pada taraf signifikan 10%, $n-2=90$ , maka diperoleh $r_{tabel} = 0,1726$	Valid
2	0,603		Valid
3	0,414		Valid
4	0,579		Valid
5	0,488		Valid
6	0,481		Valid

Sumber: Data Primer diolah menggunakan SPSS 23, 2024

Dari data pada tabel IV.3 terlihat bahwa variabel pengetahuan menunjukkan bahwa nilai  $r$  hitung setiap item pernyataan lebih besar dari  $r$  tabel. Hal ini menunjukkan bahwa setiap variabel pengetahuan telah dianggap sah. Hasil validitas variabel promosi adalah sebagai berikut.

**Tabel IV.4 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X2)**

No. Item	Nilai $r_{hitung}$	Nilai $r_{tabel}$	Keterangan
1	0,542	Valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n=92$ pada taraf signifikan 10%, $n-2=90$ , maka diperoleh $r_{tabel} = 0.1726$	Valid
2	0,537		Valid
3	0,541		Valid
4	0,550		Valid

Sumber: Data Primer diolah menggunakan SPSS 23, 2024

Dari data pada tabel IV.4 terlihat bahwa variabel promosi menunjukkan bahwa nilai  $r$  hitung setiap item pernyataan lebih besar dari  $r$  tabel. Hal ini menunjukkan bahwa setiap variabel promosi telah dianggap sah. Hasil validitas variabel lokasi adalah sebagai berikut.

**Tabel IV.5 Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi (X3)**

No. Item	Nilai $r_{hitung}$	Nilai $r_{tabel}$	Keterangan
1	0,511	Valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n=92$ pada taraf signifikan 10%, $n-2=90$ , maka diperoleh $r_{tabel} = 0.1726$	Valid
2	0,447		Valid
3	0,838		Valid
4	0,735		Valid
5	0,609		Valid
6	0,825		Valid

Sumber: Data Primer diolah menggunakan SPSS 23, 2024

Dari data pada tabel IV.3 terlihat bahwa variabel Lokasi menunjukkan bahwa nilai  $r$  yang dihitung untuk setiap item pernyataan lebih besar dari nilai  $r$  tabel. Hal ini menunjukkan bahwa setiap variabel lokasi telah dianggap sah. Hasil validitas variabel minat adalah sebagai berikut.

**Tabel IV.6 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Menjadi Nasabah (Y)**

No. Item	Nilai $r_{hitung}$	Nilai $r_{tabel}$	Keterangan
1	0,366	Valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n=92$ pada taraf signifikan 10%, $n-2=90$ , maka diperoleh $r_{tabel} = 0.1726$	Valid
2	0,520		Valid
3	0,325		Valid
4	0,504		Valid
5	0,571		Valid
6	0,507		Valid

Sumber: Data Primer diolah menggunakan SPSS 23, 2024

Variabel minat untuk menjadi nasabah menunjukkan bahwa nilai  $r$  estimasi setiap item pernyataan menunjukkan angka yang lebih besar dari  $r$  tabel, seperti yang terlihat dari data pada tabel IV.3. Hal ini menunjukkan bahwa setiap faktor yang relevan untuk menjadi nasabah telah dianggap sah.

## 2. Hasil Uji Reliabilitas

Adapun hasil uji reliabilitas angket penelitian ini dapat diperoleh sebagai berikut.

**Tabel IV.7 Hasil Uji Reliabilitas**

### Reliability Statistics

No.	Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
1	Pengetahuan	.0787	6
2	Promosi	.795	4
3	Lokasi	.726	6
4	Minat Menjadi nasabah	.686	6

Sumber: Data Primer diolah menggunakan SPSS 23, 2024

Hasil uji reliabilitas seperti yang ditunjukkan pada tabel IV.7 menunjukkan bahwa keempat instrumen memiliki nilai alpha Cronbach

lebih besar dari 0,60. Variabel pengetahuan sebesar 0,787, variabel promosi sebesar 0,795, variabel lokasi sebesar 0,726, dan variabel minat menjadi nasabah sebesar 0,686. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa ketiga instrumen tersebut dapat dipercaya.

### 3. Hasil Uji Normalitas

Hasil perhitungan uji normalitas menggunakan uji *One sample KolmogorovSmirnov* dapat dipahami sebagai berikut.

**Tabel IV. 8 Hasil Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test***

		Unstandardized Residual
N		92
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.71460468
Most Extreme Differences	Absolute	.061
	Positive	.039
	Negative	-.061
Test Statistic		.061
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Data Primer diolah menggunakan SPSS 23, 2024

Berdasarkan data tabel IV.8, maka terlihat bahwa nilai *Asymp Sig. (2-tailed)* sebesar 0,200, karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,1 (0,200 > 0,1), maka nilai residual terdistribusi dengan normal atau berdistribusi normal.

### 4. Hasil Uji Asumsi Klasik

#### a. Hasil Uji Multikolinearitas

Suatu model regresi dinyatakan bebas dari multikolinearitas adalah jika nilai *variance inflation faktor* (VIF) < 10 dan nilai *tolerance* 0,01.

**Tabel IV.9 Hasil Uji Multikolinearitas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	12.866	2.444		5.266	.000		
	Pengetahuan	.014	.102	.015	.142	.888	.854	1.171
	Promosi	.118	.141	.089	.834	.407	.880	1.137
	Lokasi	.281	.106	.287	2.638	.010	.854	1.170

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Data Primer diolah menggunakan SPSS 23, 2024

Tabel IV.9 menunjukkan bahwa variabel lokasi (X3) memiliki nilai toleransi  $0,854 > 0,01$ ; variabel promosi jabatan (X2) memiliki nilai toleransi  $0,880 > 0,01$ ; dan variabel pengetahuan (X1) memiliki nilai toleransi  $0,854 > 0,01$ . Oleh karena itu, dapat dipastikan bahwa variabel pengetahuan, promosi jabatan, dan lokasi memiliki nilai toleransi lebih besar dari 0,01 dan karenanya tidak tunduk pada asumsi multikolinearitas. Selain itu, terbukti bahwa variabel lokasi (X3) memiliki nilai VIF  $1,170 < 10$ , variabel promosi jabatan (X2) memiliki nilai VIF  $1,137 < 10$ , dan variabel pengetahuan (X1) memiliki nilai VIF  $1,171 < 10$ . Oleh karena nilai VIF ketiga variabel di atas lebih kecil dari 10 ( $VIF < 10$ ), maka diketahui bahwa asumsi multikolinearitas tidak berlaku.

#### b. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas, pada penelitian ini menggunakan metode Speatman's Rho yaitu mengkolerasi anatar absolut residul hasil regresi dengan semua variabel bebas.

**Tabel IV. 10 Hasil Uji Heteroskedastisitas**  
**Correlations**

			Pengetahuan	Promosi	Lokasi	Unstandarized Residual
Spearman's rho	Pengetahuan	Correlation Coefficient	1.000	.224*	.247*	.014
		Sig. (2-tailed)	.	.032	.018	.894
		N	92	92	92	92
	Promosi	Correlation Coefficient	.224*	1.000	.221*	.000
		Sig. (2-tailed)	.032	.	.035	.998
		N	92	92	92	92
	Lokasi	Correlation Coefficient	.247*	.221*	1.000	-.045
		Sig. (2-tailed)	.018	.035	.	.671
		N	92	92	92	92
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	.014	.000	-.045	1.000
		Sig. (2-tailed)	.894	.998	.671	.
		N	92	92	92	92

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

Sumber: Data Primer diolah menggunakan SPSS 23, 2024

Variabel pengetahuan (X1) memiliki nilai signifikansi  $0,894 > 0,1$ , variabel promosi (X2) memiliki nilai signifikansi  $0,998 > 0,1$ , dan variabel lokasi (X3) memiliki nilai signifikansi  $0,671 > 0,1$ , sesuai dengan tabel IV.10. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa heteroskedastisitas model regresi tidak menjadi masalah dalam penelitian ini.

## 5. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda adalah regresi atau prediksi yang melibatkan lebih dari satu variabel bebas. Analisis regresi berganda hanya bisa dilakukan jika variabel bebas jumlahnya lebih dari dua.

**Tabel IV. 11 Hasil Uji Regresi Linear Berganda  
Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.866	2.444		5.266	.000
	Pengetahuan	.014	.102	.015	.142	.888
	Promosi	.118	.141	.089	1.834	.047
	Lokasi	.281	.106	.287	2.638	.010

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Data Primer diolah menggunakan SPSS 23, 2024

Berdasarkan tabel IV.11, dipahami bahwa analisis regresi linear berganda terlihat dari *Unstandardized Coefficients* pada kolom B, dengan demikian persamaan analisis regresi linear berganda pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$MN = 12,866 + 0,014P_e + 0,116P_r + 0,281L_o$$

Dari persamaan tersebut dipahami bahwa:

1. Nilai konstanta adalah sebesar 12,866, dapat diartikan bahwa apabila pengetahuan, promosi dan lokasi diasumsikan 0, maka minat masyarakat menjadi nasabah adalah sebesar 12,866 satuan.
2. Nilai koefisien regresi variabel pengetahuan (b1) yaitu 0,014, maka dapat diartikan bahwa apabila peningkatan variabel pengetahuan sebesar 1 satuan maka variabel pengetahuan mengalami penurunan sebesar 0,014 satuan dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap tetap.
3. Nilai koefisien regresi variabel promosi (b2) yaitu 0,118, maka diartikan apabila peningkatan variabel promosi sebesar 1 satuan, maka akan dapat menyebabkan peningkatan minat menjadi nasabah sebesar 0,118 dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap tetap.

4. Nilai koefisiensi regresi variabel lokasi ( $b_3$ ) yaitu 0,281, artinya bahwa apabila nilai lokasi meningkat 1 satuan, maka minat menjadi nasabah akan mengalami peningkatan sebesar 0,281 satuan, dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap tetap.

## 6. Hasil Uji Hipotesis

### a. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Derajat signifikansi ialah sebesar 0,05 dengan  $df=n-k$ , dimana  $n$  sama dengan jumlah sampel, jadi  $df=92-3=89$ . Dengan pengujian ini dua arah (signifikansi 0,1) maka diperoleh  $t_{tabel}$  sebesar 1,662. Hasil uji t dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut.

**Tabel IV. 12 Hasil Uji t Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.866	2.444		5.266	.000
	Pengetahuan	.014	.102	.015	.142	.888
	Promosi	.118	.141	.089	1.834	.047
	Lokasi	.281	.106	.287	2.638	.010

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Data Primer diolah menggunakan SPSS 23, 2024

Tabel IV.12 menunjukkan bahwa nilai  $t$  untuk variabel pengetahuan ( $X_1$ ) sebesar  $0,142 < 1,662$ , yang berarti  $H_01$  diterima dan  $H_{a1}$  ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan tidak berpengaruh terhadap keinginan masyarakat Desa Pargarutan Julu untuk membuka rekening di Bank Sumut Syariah. Dengan nilai  $t$  sebesar  $1,834 > 1,662$  untuk variabel promosi, maka  $H_02$  ditolak dan  $H_{a2}$  diterima, yang berarti promosi berpengaruh terhadap keinginan masyarakat Desa Pargarutan

Julu untuk membuka rekening di Bank Sumut Syariah. Minat masyarakat Desa Pargarutan Julu untuk menjadi nasabah Bank Sumut Syariah dipengaruhi oleh faktor geografi, yang dibuktikan dengan nilai t variabel lokasi sebesar  $2,638 > 1,662$  yang berarti menolak  $H_03$  dan menerima  $H_{a3}$ .

b. Hasil Uji Simultan (Uji F)

Uji F menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama.

**Tabel IV.13 Hasil Uji F  
ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	153.432	3	51.144	3.584	.017 <sup>b</sup>
	Residual	1255.644	88	14.269		
	Total	1409.076	91			
a. Dependent Variable: Minat						
b. Predictors: (Constant), Lokasi, Promosi, Pengetahuan						

Sumber: Data Primer diolah menggunakan SPSS 23, 2024

Berdasarkan tabel IV.12 bahwa nilai  $F_{\text{tabel}}$  untuk taraf signifikansi 0,1 adalah dengan *regression*  $df_1=k-1$  atau  $4-1 = 3$  (k adalah jumlah variabel) dan *residual*  $df_2=n-k-1$  atau  $df_2=92-3-1=88$  (n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel independen), maka hasil yang diperoleh adalah  $F_{\text{tabel}} = 2,36$ .

$H_04$  ditolak dan  $H_{a4}$  diterima berdasarkan hasil uji signifikansi simultan (uji F) yang menunjukkan nilai F hitung sebesar 3,584 dan  $F_{\text{tabel}}$  sebesar 2,36. Selain itu, dengan nilai Sig. sebesar 0,017 yang menunjukkan nilai sig. kurang dari 0,1 maka  $H_{a4}$  diterima yang berarti

keinginan masyarakat Desa Pargarutan Julu untuk menjadi nasabah Bank Sumut Syariah dipengaruhi secara simultan oleh lokasi, promosi, dan pengetahuan.

c. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Adapun hasil perhitungan koefisien determinan ( $R^2$ ) pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

**Tabel IV. 17 Hasil Uji Koefisiensi Determinan Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.330 <sup>a</sup>	.190	.179	3.777
a. Predictors: (Constant), Lokasi, Promosi, Pengetahuan				

Sumber: Data Primer diolah menggunakan SPSS 23, 2024

Faktor pengetahuan, iklan, dan lokasi hanya memberikan kontribusi sebesar 17,9% terhadap minat menjadi nasabah Bank Sumut Syariah di Desa Pargarutan Julu, berdasarkan tabel IV.13 yang menunjukkan nilai koefisien determinan (Adjusted R Square) sebesar 0,179. Sementara itu, faktor lain yang tidak tercakup dalam penelitian ini memberikan kontribusi sebesar 82,1%.

#### **D. Pembahasan Hasil Penelitian**

Proses penelitian ini telah dilakukan dengan secara langsung dengan penyebaran angket penelitian untuk memperoleh data penelitian yang dilakukan kepada masyarakat di Desa Pargarutan Julu terkait dengan minat masyarakat menjadi nasabah di Bank Sumut Syariah, kemudian data tersebut

diolah dengan menggunakan aplikasi SPSS. Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan, maka dapat dipahami bahwasanya:

### **1. Pengaruh Pengetahuan terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Sumut Syariah**

Pengetahuan adalah fakta atau kondisi mengetahui sesuatu secara dekat yang diperoleh melalui pengalaman atau dari pergaulan. Pengetahuan masyarakat adalah segala informasi yang dimiliki masyarakat mengenai berbagai macam produk dan jasa, serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai masyarakat. Hasil penelitian ini menyatakan pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat Desa Pargarutan Julu menjadi nasabah Bank Sumut Syariah.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang memberikan pemahaman bahwa pengetahuan tidak mempengaruhi minat masyarakat menjadi nasabah, sebagai mana hasil penelitian Alwi Iswandi Sitompul menyebutkan pengetahuan secara parsial tidak mempengaruhi minat masyarakat dalam menentukan pilihannya untuk menjadi nasabah.<sup>3</sup>

Pengetahuan yang baik tentang perbankan syariah berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat Desa Pargarutan Julu menjadi nasabah Bank Sumut Syariah karena pemahaman yang lebih mendalam tentang prinsip, manfaat, dan ketertarikan. Masyarakat yang memahami

---

<sup>3</sup> Alwi iswandi Sitompul, "Determinan Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah (Studi di Desa Simaninggir Kecamatan Sipirok)" *Skripsi*, (Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, 2024).

konsep seperti bebas riba, sistem bagi hasil, dan kehalalan transaksi cenderung lebih tertarik untuk memilih Bank Syariah.

## **2. Pengaruh Promosi terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Sumut Syariah**

Promosi adalah suatu alat pemasaran yang digunakan sebagai strategi komunikasi antara penjual dan pembeli, dimana penjual berusaha mempengaruhi dan membujuk pembeli untuk membeli produk atau jasanya. Promosi memiliki tujuan untuk mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk meningkatkan volume penjualan.

Hasil penelitian ini menyatakan promosi berpengaruh terhadap minat masyarakat Desa Pargarutan Julu menjadi nasabah Bank Sumut Syariah.. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa promosi berperan penting dalam mempengaruhi minat masyarakat untuk menjadi nasabah Bank Sumut Syariah, promosi yang efektif dapat meningkatkan pengetahuan dan kesadaran masyarakat tentang produk dan layanan yang ditawarkan oleh Bank Sumut Syariah.<sup>4</sup>

Hasil ini sama dengan hasil yang diteliti oleh Titin Agustin Nengsih, Arsa, dan Pradita Sari Putri menyebutkan bahwa promosi secara parsial mempengaruhi minat masyarakat<sup>5</sup>. Namun berbeda dengan hasil temuan penelitian Rian Irawan, Ahsan Putra Hafiz dan Nurlia Fusfita yang

---

<sup>4</sup> Danang Sunyono, Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Yogyakarta: CAPS,2016), hlm. 161-163

<sup>5</sup> Titin Agustin Nengsih, Arsa, dan Pradita Sari Putri, “Determinan Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah; Studi Empiris di Kota Jambi”, *JBB: Journal Business and BankingI*, Vol. 11, No. 1 (Mei-Oktober 2021): 93-111.

menyatakan bahwa promosi tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah.<sup>6</sup>

Promosi memiliki peran penting dalam meningkatkan minat masyarakat Desa Pargarutan Julu menjadi nasabah Bank Sumut Syariah terutama dalam mengenalkan produk dan layanan berbasis syariah serta membangun kepercayaan. Strategi promosi yang efektif, seperti media digital, iklan, program edukasi dapat meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat tentang manfaat perbankan syariah. Promosi yang tepat sasaran juga membantu menarik calon nasabah baru, terutama di Desa Pargarutan Julu yang masih kurang familiar dengan sistem perbankan syariah.

### **3. Pengaruh Lokasi terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Sumut Syariah**

Lokasi adalah tempat organisasi memilih untuk menemukan produk atau layanan sehingga konsumen sarannya dapat dengan mudah mengaksesnya. Lokasi merupakan salah satu faktor yang menentukan keberhasilan usaha. Lokasi yang strategis dan tepat dapat meningkatkan keinginan konsumen. Hasil penelitian ini menyatakan lokasi berpengaruh terhadap minat masyarakat Desa Pargarutan Julu untuk menjadi nasabah di Bank Sumut Syariah. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang menyatakan lokasi yang dapat dijangkau dan diakses dengan mudah

---

<sup>6</sup> Rian Irawan, Ahsan Putra Hafiz, dan Nurlia Fusfita, "Pengaruh Lokasi dan Promosi terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah pada Masyarakat Kelurahan Kenali Besar Kecamatan Alam Barajo", *JIESA: Jurnal Inovasi Ekonomi Syariah dan Akuntansi*, Vol. 1, No. 4, (Juli 2024), <https://doi.org/10.61132/jiesa.v1i4.305>

menjadi salah satu faktor untuk memutuskan membeli atau menggunakan manfaat produk yang ditawarkan oleh perusahaan karena akan berhubungan hematnya biaya transport dan tidak memakan banyak waktu.<sup>7</sup>

Hasil ini sama dengan temuan penelitian yang dilakukan oleh Rifda Yanti Naimah menyebutkan bahwa lokasi sebagai indikator luar (eksternal) yang dapat mempengaruhi masyarakat dalam menjadi nasabah di Bank Syariah.<sup>8</sup> Temuan tersebut berbeda dengan temuan Salwa Khairussyifa dan Nurul Jannah yang menyebutkan bahwasanya lokasi secara parsial tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap minat masyarakat dalam menentukan pilihannya menjadi nasabah.<sup>9</sup>

Lokasi memiliki pengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank Sumut Syariah, di mana lokasi yang strategis, mudah diakses, dan dekat dengan komunitas muslim dan pusat ekonomi cenderung meningkatkan jumlah nasabah. Aksesibilitas yang baik, keberadaan infrastruktur pendukung, serta minimnya persaingan dengan bank konvensional.

---

<sup>7</sup> Muhammad Yusuf Saleh, Konsep Dan Strategi Pemasaran (CV Sah Media :Makasar, 2019), hlm 207

<sup>8</sup> Rifda Yanti Naimah, "Faktor-faktor Determinan Minat Masyarakat Menjadi Nsabah di Lembaga Keuangan Syariah", *Skripsi*, (IAIN Metro, 2024).

<sup>9</sup> Salwa Khairussyifa dan Nurul Jannah, "Analisis Faktor yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Masyarakat dalam Menabung di Bank Sumut KCP Kota Baru Marelan", *Regress: Journal of Economics & Management*, Vol. 2, No. 1 (Juni 2022).

#### **4. Pengaruh Pengetahuan, Promosi dan Lokasi terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Sumut Syariah**

Minat adalah situasi seseorang sebelum melakukan tindakan, yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi atau tindakan tersebut. Minat menabung diasumsikan sebagai minat beli merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian. Hasil penelitian ini menyatakan ada pengaruh secara simultan pengetahuan, promosi, dan lokasi terhadap minat masyarakat di Desa Pargarutan Julu menjadi nasabah pada Bank Sumut Syariah. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Azis muslim yang menyatakan ada pengaruh secara simultan variabel pengetahuan, promosi dan lokasi terhadap minat menjadi nasabah Bank Sumut Syariah.<sup>10</sup>

Pengetahuan yang baik tentang perbankan syariah meningkatkan pemahaman dan kepercayaan masyarakat terhadap sistem keuangan berbasis syariah, sementara promosi yang efektif membantu memperluas informasi dan menarik calon nasabah baru. Selain itu lokasi yang strategis dan mudah diakses mempermudah masyarakat dalam mendapatkan layanan perbankan, sehingga meningkatkan minat masyarakat Desa Pargarutan Julu untuk menjadi nasabah.

---

<sup>10</sup> Azis Muslim, "Determinan Minat Masyarakat Menabung di Bank Sumut Syariah", *Skripsi* (IAIN Padangsidempuan, 2020),

### **E. Keterbatasan Penelitian**

Keseluruhan rangkaian kegiatan dalam penelitian telah dilaksanakan sesuai dengan langkah-langkah yang sudah ditetapkan dalam metodologi penelitian. Namun, peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan dan masih memiliki kekurangan dan keterbatasan yang dapat memungkinkan mempengaruhi hasil penelitian. Adapun penelitian ini terbatas pada beberapa hal, sebagai berikut :

- a. Penelitian ini terbatas hanya menguji pada variabel pengetahuan, promosi dan lokasi. Padahal masih banyak variabel lain yang mempengaruhi masyarakat Desa Pargarutan Julu menjadi nasabah Bank Sumut Syariah.
- b. Dalam menyebarkan angket ( kusioner) peneliti tidak mengetahui apakah responden mengisi kusioner dengan jujur dalam menjawab setiap pernyataan yang diberikan yang dapat mempengaruhi validitas data yang diperoleh.
- c. Sedikitnya Sampel yang digunakan dalam penelitian ini hanya sebanyak 92 responden.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pengolahan data dan analisis data pada penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat Desa pargarutan Julu menjadi nasabah di Bank Sumut Syariah
2. Promosi berpengaruh terhadap minat masyarakat Desa pargarutan Julu menjadi nasabah Bank Sumut Syariah.
3. Lokasi berpengaruh terhadap minat masyarakat Desa pargarutan Julu menjadi nasabah Bank Sumut Syariah.
4. Berpengaruh secara simultan antara pengetahuan, promosi dan lokasi terhadap minat masyarakat Desa pargarutan Julu menjadi nasabah Bank Sumut Syariah sebesar 17,9% sedangkan 82,1% lagi dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

#### **B. Implikasi**

Dari hasil penelitian ini , maka implikasi dalam hasil penelitian ini bahwa ada pengaruh pengetahuan secara parsial terhadap minat masyarakat Desa pargarutan Julu menjadi nasabaha Bank Sumut Syariah. Ada pengaruh promosi secara parsial terhadap minat masyarakat Desa pargarutan Julu menjadi nasabah Bank Sumut Syariah. Ada pengaruh lokasi secara parsial terhadap minat masyarakat Desa pargarutan Julu menjadi nasabah Bank Sumut Syariah, dan ada pengaruh pengetahuan, promosi, dan lokasi secara simultan terhadap minat masyarakat Desa pargarutan Julu menjadi nasabah Bank Sumut Syariah

### **C. Saran**

Berdasarkan hasil temuan penelitian ini, maka peneliti memberikan beberapa saran yang mencakup kepada:

1. Penelitian ini membahas tentang minat menjadi nasabah di PT Bank Sumut Syariah, maka hal paling penting diperlukan adanya kajian ulang tentang penetapan promosi dan lokasi sehingga menimbulkan minat masyarakat untuk menjadi nasabah di Bank Sumut Syariah, sehingga nasabah dapat dengan mudah mengetahui, memutuskan dan memilih untuk menjadi nasabah tetap di Bank Sumut Syariah.
2. Peneliti selanjutnya diharapkan menggunakan variabel yang dapat dilihat secara utuh dilapangan untuk melihat sejauhmana suatu pengetahuan, promosi dan lokasi bank dapat mempengaruhi minat masyarakat menjadi nasabah suatu bank, apalagi adanya kemungkinan perbedaan cara promosi, dan lokasi tidak selalu menjadi sebab menentukan minat masyarakat untuk menjadi nsabah dalam suatu bank.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adhi Kusumastuti, *Metode Penelitian Kuantitatif* (2020)
- Adnyana, I Made Dwi Mertha, 'Populasi Dan Sampel', *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*, 14.1 (2021), pp. 103–16
- Agus Purwoto, *Panduan Lab Statistik Inferensial* (Grasindo, 2007)
- Assauri, Sofyan, *Manajemen Pemasaran* (Rajawali Press, 2022)
- Asnawi, Nur dan Masyhuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*, hlm, 153
- Azis, Muslim, 'Determinan Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah' (Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, 2020)
- Aziz Alimul Hidayat, *Menyusun Instrumen Penelitian & Uji Validitas Reliabilitas* (Health Books Publishing)
- Buku Induk Kependudukan Desa Pargarutan Julu, Dinas Kependudukan Dan Pencatatan Sipil.
- Baqi, Muhammad Fu'ad Abdul, *Al-Lu'lu' Wal Marjan: Kumpulan Hadis-Hadis Pilihan* (PT. Bina Ilmu, 2022)
- Dasopang, Masdeliana, 'Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan, Dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah' (Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, 2023)
- Dergibson Siagian, *Metode Statistika Untuk Bisnis Dan Ekonomi* (Gramedia Pustaka Utama, 2000)
- Dongoran, Yuliani, Narty, 'Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah Dengan Persepsi Generasi Milenial Sebagai Variabel Moderating' (Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, 2024)
- Fauzi, Nur, Risa, 'Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Pengetahuan Agama, Dan Promosi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah'
- Fauzi, Ahmad, and Indri Murniawaty, 'Pengaruh Religiusitas Dan Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah', *EEAJ Economic Education Analysis Journal*, 9.2 (2020), pp. 473–86, doi:10.15294/eeaj.v9i2.39541
- Fitriana, Rahayu, 'Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Menjadi Donatur Baitul Maal Hidayatullah', *Procedia Manufacturing*, 1.22 Jan (2014), pp. 1–17
- Halim, Fitria, DKK, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Yayasan Kita Menulis, 2021)

- Heriyanti, Pantri, *Strategi Pemasaran Edisi 3*, ed. by Pantri Heriyanti (SCOPINDO, 2022)
- Hidayatul, *Metodologi Penelitian (Kualitatif, Kuantitatif, Mix Method)* (CV. Budi Utama, 2019)
- Hasan, Iqbal, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*(Jakarta: PT.Bumi Aksara, 2018, hlm. 19.
- Irawan, Hery, ‘Determinan Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah Di Padangsidempuan (Studi Kasus Kelurahan Wek III Kecamatan Padangsidempuan Utara’ (Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, 2023)
- Kamisa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi keli (Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, 2018)
- Karimuddin, ‘Metodologi Penelitian Kuantitatif’, in *Penelitian Kuantitatif*, ed. by Nanda Saputra (Yayasan Penerbit Muahammad Zaini, 2022), p. 2
- Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Rajawali Pers, 2015)
- Keuangan, Otoritas Jasa, *Statistik Perbankan Syariah* (OJK (Otoritas Jasa Keuangan), 2024)
- Kuncoro, Mudrajad, *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi Edisi 3* (Erlangga, 2009)
- Masyhuri, Nur Asnawi dan, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran* (UIN Maliki Press, 2015)
- Muhammad Firdaus, *Ekonometrika Suatu Pendekatan Aplikatif* (Bumi Aksara, 2021)
- Nasruddin, Masyarakat Desa Pargarutan Julu, Wawancara
- Nasution, Muhammad Lathief Ilhamy, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, ed. by Muhammad Yafiz (FEBI UIN-SU Press, 2018)
- Nizar, Moh, *Metode Penelitian* (Ghalia Indonesia, 2015)
- Nizar, Rangkuti Ahmad, *Statistik Untuk Penelitian Pendidikan* (Perdana Publishing, 2015)
- Nurmila Rizky, M. Yarham dan Ridwana Siregar, ‘Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Kabupaten Batubara Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia’, *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 17 nomor1 (2024)
- Noor,Juliansyah, *Metode Penelitian* (Jakarta:Kencana Prenada Media Group,2015), hlm.38

- Pratama, Yudi, 'Determinan Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Syariah Kota Kisaran' (Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan)
- Rahardjo, Susilo, *Pemahaman Individu Teknis Nontes* (Prenada Media, 2022)
- Rangkuti, Freddy, *Strategi Promosi Yang Kreatif* (PT Gramedia Pustaka Utama, 2009)
- Rizem, Aizid, *Kupas TunTas Filsafat Ilmu Pengetahuan*, ed. by Rusdianto (IRCisod, 2024)
- Sabrina Nurfalah Hasanah, Andi Amri, dan Mitra Sami Gultom, 'Analisis Determinan Yang Mempengaruhi Keputusan Menggunakan Islam Thailand: Minat Sebagai Variabel Intervening', *Jurnal Ekonomi*, 2 (2024)
- Saleh, Yusuf, Muhammad, *Konsep Dan Strategi Pemasaran* (CV Sah Media, 2019)
- Samosir, Yulio Ashary, 'Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Dan Lokasi Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Moderating' (Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, 2023)
- Satiri, *Agency Problem Dalam Kontrak Mudarabah Di Perbankan Syariah* (Penerbit A-Empat, 2015)
- Setiadi, Nugroho J, *Perilaku Konsumen* (Kencana, 2022)
- Sitompul, Alwi iswandi, 'Determinan Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah (Studi Di Desa Simaninggir Kecamatan Sipirok)' (Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, 2024)
- Sukmadinata, *Landasan Psikologi Proses Pendidikan* (2007)
- Sunyono, Danang, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran* (CAPS, 2016)
- Supar, Ari Muhammad, 'Pengaruh Bagi Hasil Dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah Studi Kasus Pedagang Pasar Raya Kodok Padangsidempuan' (UIN Syahada Padangsidempuan, 2017)
- Surajiyo, *Filsafat Ilmu Dan Perkembangannya Di Indonesia* (Bumi Aksara, 2030)
- Surjaweni V. Wiratna, *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi* (Pustaka Baru Press, 2015)
- Syahputra, Rizki, 'Strategi Pemasaran Dalam Alquran Tentang Promosi Penjualan', *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 6.2 (2019), pp. 83–88, doi:10.36987/ecobi.v6i2.8
- Syifa, Fauziah, *Dasar-Dasar Kewirausahaan* (PT.Sonpedia publishing indonesia, 2024)

Tengku, Musfar firli, *Manajemen Pemasaran* (Media Sains Indonesia, 2020)

Widiawati, Hestin Sri, 'Pengaruh Brand Image Produk Syariah Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Kediri Di Kota Kediri', *Jupeko (Jurnal Pendidikan Ekonomi)*, 5.1 (2020), p. 56

Zebua, Gunawan, Try, *Menggagas Konsep Minat Belajar Matematika* (Guepedia, 2020)

Zulaika Matondang, Hamni Fadlilah, *Pengolahan Ekonometrika Dengan Eviews Dan SPSS* (Merdeka Kreasi Group, 2022)

## LEMBAR VALIDASI

### PENGETAHUAN (X1)

Petunjuk:

Kami mohon, kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang telah di susun.

Barilah tanda Cheklist ( ✓ ) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi) dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.

Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.

Lembar soal terlampir.

<b>Indikator</b>	<b>No.SoaI</b>	<b>V</b>	<b>VR</b>	<b>VT</b>
Pengetahuan Produk	9, 10			
Pengetahuan Pembelian	11, 12			
Pengetahuan Pemakaian	13, 14			

Catatan:

.....

.....

.....

Padangsidempuan, Desember 2024

Validator

**Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd**  
**NIP. 19830317 201801 2001**

**LEMBAR VALIDASI**

**PROMOSI (X2)**

Petunjuk:

Kami mohon, kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang telah di susun.

Barilah tanda Cheklist ( √ ) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi) dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.

Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.

Lembar soal terlampir.

<b>Indikator</b>	<b>No.Soa</b>	<b>V</b>	<b>VR</b>	<b>VT</b>
Periklanan	15, 16			
Sales promosi	19, 20			

Catatan:

.....

.....

.....

Padangsidempuan, Desember 2024

Validator

**Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd**  
**NIP. 19830317 201801 2001**

## LEMBAR VALIDASI (X3)

### LOKASI

Petunjuk:

Kami mohon, kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang telah di susun.

Barilah tanda Cheklist ( ✓ ) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi) dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.

Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.

Lembar soal terlampir.

<b>Indikator</b>	<b>No.Soal</b>	<b>V</b>	<b>VR</b>	<b>VT</b>
Keterjangkauan Lokasi	9, 10			
Kelancaran Akses Menuju Lokasi	11, 12			
Kedekatan Lokasi	13, 14			

Catatan:

.....

.....

.....

Padangsidempuan,      Desember 2024

Validator

**Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd**  
**NIP. 19830317 201801 2001**

## LEMBAR VALIDASI

### MINAT MENJADI NASABAH BANK SUMUT SYARIAH(Y)

Petunjuk:

Kami mohon, kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang telah di susun.

Barilah tanda Cheklist ( ✓ ) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi) dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.

Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.

Lembar soal terlampir.

Indikator	No.Soal	V	VR	VT
Ketertarikan	1, 2			
Perhatian	3, 4			
Keinginan	5, 6			

Catatan:

.....

.....

.....

Padangsidempuan,     Juli 2024

Validator

**Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd**  
**NIP. 19830317 201801 2001**

**ANGKET PENELITIAN**  
**DETERMINAN MINAT MASYRAKAT MENJADI NASABAH BANK**  
**SUMUT SYARIAH DI DESA PARGARUTAN JULU KECAMATAN**  
**ANGKOLA TIMUR**

**IDENTITAS RESPONDEN**

Nama :

Usia :

Jenis kelamin :

Pekerjaan :

**PETUNJUK PENGISIAN**

Bacalah dengan seksama setiap pernyataan dan jawaban yang tersedia.

Jawab dan isilah sesuai dengan pernyataan dibawah ini dengan memberikan tanda centang (√) pada alternatif yang tersedia pada kolom jawaban.

Mohon jawaban diberikan secara objektif untuk akurasi hasil penelitian, pada salah satu pilihan jawaban.

(SS) : Sangat Setuju, dengan skor: 5

(S) : Setuju, dengan skor: 4

(KS) : Kurang Setuju, dengan skor: 3

(TS) : Tidak Setuju, dengan skor: 2

(STS) : Sangat Tidak Setuju, dengan skor: 1

Semua jawaban Bapak/Ibu, saudara/i dijamin kerahasiaannya.

Pernyataan ini semata untuk tujuan penelitian.

## DAFTAR PERTANYAAN

### VARIABEL Y (Minat Menjadi Nasabah Bank Sumut Syariah)

NO	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Saya tertarik menjadi nasabah di Bank Sumut Syariah karena merupakan Bank yang menerapkan bagi hasil					
2	Saya tertarik untuk menjadi nasabah di bank syariah karena saya percaya pada kinerja Bank Sumut Syariah					
3	Saya memperhatikan informasi tentang produk dan layanan yang ditawarkan Bank Sumut Syariah					
4	Saya tertarik untuk mencari tahu lebih banyak tentang bank ini					
5	Saya ingin menggunakan produk-produk Bank Sumut Syariah					
6	Saya ingin menjadi Nasabah Bank Sumut Syariah					

### **VARIABEL X1 ( Pengetahuan)**

<b>NO</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>Tanggapan Responden</b>				
		<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>KS</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
1	Saya mengetahui jenis-jenis produk yang ditawarkan Bank Sumut Syariah					
2	Saya mengetahui prosedur penggunaan produk Bank Sumut Syariah					
3	Saya mengetahui langkah-langkah yang harus dilakukan untuk membeli produk dari Bank Sumut Syariah					
4	Saya mengetahui dokumen atau persyaratan yang diperlukan saat menjadi nasabah Bank Sumut Syariah					
5	Saya mengetahui manfaat produk yang ada di Bank Sumut Syariah					
6	Saya mengetahui cara penggunaan produk dari Bank Sumut Syariah					

**VARIABEL X2 (Promosi)**

NO	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1	iklan yang ditayangkan oleh bank sumut syariah menarik perhatian saya					
2	Saya tertarik untuk mencari tahu lebih banyak tentang bank syariah setelah melihat iklan					
3	Saya tertarik menjadi nasabah Bank Sumut Syariah karna Program undian					
4	Saya tertarik menjadi nasabah Bank Sumut Syariah karna ada bonus/potongan harga yang ditawarkan Bank Sumut Syariah					

### **VARIABEL X3 ( Lokasi)**

<b>NO</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>Tanggapan Responden</b>				
		<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>KS</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
1	Bank Sumut Syariah berada di lokasi yang mudah dijangkau sarana transportasi					
2	Bank Sumut Syariah berada di lokasi yang dapat dilihat jelas dari tepi jalan					
3	Akses menuju Bank Sumut Syariah sangat mudah dijangkau dengan kendaraan pribadi atau kendaraan umum					
4	Jalan menuju Bank Sumut Syariah dalam kondisi baik dan tidak macet					
5	Bank Sumut Syaria dekat dengan tempat tinggal saya					
6	Bank Sumut Syariah berada di area yang mudah dijangkau tanpa perlu perjalanan jauh					



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM HEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sibitang Kota Padang Sidempuan 22733  
Telepon (0634) 22060 Faximili (0634) 24022  
Website: uinsyahada.ac.id

Nomor : 597 /Un.28/G.1/G.4c/TL.00.9/02/2025 28 Februari 2025  
Sifat : Biasa  
Lampiran : -  
Hal : Mohon Izin Riset

Yth; Kepala Desa Pargarutan Julu Kecamatan Angkola Timur.  
Di Tempat

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

Nama : Andi Arianto  
NIM : 2040100089  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Adalah benar Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul "**Determinan Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Sumut Syariah di Desa Pargarutan Julu Kecamatan Angkola Timur**". 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 KABUPATEN TAPANULI SELATAN  
KECAMATAN ANGKOLA TIMUR  
DESA PARGARUTAN JULU

Jln pesantren no.80//email: [julupargarutan@gmail.com](mailto:julupargarutan@gmail.com)

Kode Pos: 22733

Pargarutan Julu, 14 Maret 2025

Nomor : 000.9/057 / 2025

Lampiran : -

Kepada Yth,  
Dekan Fakultas Ekonomi  
dan Bisnis Islam

Perihal : Melaksanakan Penelitian di  
Desa Pargarutan Julu

di-  
Tempat

Sehubungan dengan surat Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, Nomor : 597 /Un.28/G.1/G.4c/Tl.00.9/02/2025 Hal : Izin Riset pada 28 Februari 2025, menugaskan mahasiswa dibawah ini :

Nama : ANDI ARIANTO  
NIM : 2040100089  
Tempat/Tanggal Lahir : Pargarutan Julu, 11 Juni 2002  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Semester : X (Sepuluh)  
Alamat : Pargarutan Julu, Kecamatan Angkola Timur,  
Kabupaten Tapanuli Selatan

Bahwa nama tersebut diatas telah melaksanakan penelitian di Desa Pargarutan Julu, Kecamatan Angkola Timur, Kabupaten Tapanuli Selatan guna memperoleh informasi atau keterangan dan data-data yang berhubungan dengan Skripsi (Karya Ilmiah) yang berjudul: **"Determinan Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Sumut Syariah Di Desa Pargarutan Julu Kecamatan Angkola Timur"**

Demikian surat ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Kepala Desa Pargarutan Julu



AHMAD HARUN HARAHAP

Tembusan :

1. Ketua BPD Desa Pargarutan Julu
2. Arsip/Pertinggal