

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT
MASYARAKAT MENABUNG PADA BANK SYARIAH
KOTA PADANGSIDIMPUAN**



SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam bidang Perbankan Syariah*

**Oleh
ELNADA IKHLILA PANE
NIM 21 401 00149**

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

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT
MASYARAKAT MENABUNG PADA BANK SYARIAH
KOTA PADANGSIDIMPUAN**



SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam bidang Perbankan Syariah*

**Oleh
ELNADA IKHLILA PANE
NIM 21 401 00149**

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

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT
MASYARAKAT MENABUNG PADA BANK SYARIAH
KOTA PADANGSIDIMPUAN**



SKRIPSI

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

Oleh

ELNADA IKHLILA PANE
NIM. 21 401 00149

*ACC. Skripsi
Senin, 13-10-2025*

Pembimbing I

*Acc untuk
disidangkan
24-11-2025*
Windari, M.A.
NIP. 198305102015032003

Pembimbing II

[Signature]
Arti Damisa, M.E.I
NIP. 198912202023212039

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

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

Hal : Skripsi
An. Elnada Ikhilila Pane

Padangsidempuan 9 November 2025
Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam UIN
SYAHADA
Padangsidempuan
Di-
Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **Elnada Ikhilila Pane** yang berjudul **"Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Masyarakat Menabung Pada Bank Syariah Kota Padangsidempuan"**, maka kami berpendapat bahwa skripsi ini, telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

Seiring dengan hal di atas, maka saudara tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah mempertanggungjawabkan skripsinya ini.

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

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

PEMBIMBING I



Windari, M.A.
NIP. 198305102015032003

PEMBIMBING II



Arti Damisa, M.E.I
NIP.198912202023212039

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

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

Nama : Elnada Ikhilila Pane
NIM : 21 401 00149
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Masyarakat Menabung Pada Bank Syariah Kota Padangsidempuan

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah Menyusun Skripsi sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak syah 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 ketidak beneran 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 24 November 2025

Saya yang menyatakan



ELNADA IKHLILA PANE

NIM: 2140100149

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

Sebagai civitas akademik Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad

Addary Padangsidimpuan, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Elnada Ikhilila Pane
NIM : 2140100149
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, atas karya ilmiah saya yang berjudul **“Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Masyarakat Menabung Pada Bank Syariah Kota Padangsidimpuan”** Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan berhak menyimpan, mengalih media/ formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti dan sebagai hak cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Padangsidimpuan
Pada Tanggal 24 November 2025
Saya yang Menyatakan,



Elnada Ikhilila Pane
NIM 2140100149



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 : Elnada Ikhilila Pane
NIM : 21 401 00149
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Masyarakat Menabung Pada Bank Syariah Kota Padangsidimpuan

Ketua

Dr. Rukiah, S.E., M.Si
NIDN. 2024037601

Sekretaris

Windari, M.A
NIDN. 2010058301

Anggota

Dr. Rukiah, S.E., M.Si
NIDN. 2024037601

Windari, M.A
NIDN. 2010058301

Dr. Rizal Ma'ruf Amidy Siregar, M.M
NIDN. 2006118105

Ferri Alfadri, M.E
NIDN. 2028099401

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidimpuan
Hari/Tanggal : Kamis/ 11 Desember 2025
Pukul : 09.00 WIB s/d Selesai
Hasil/Nilai : Lulus/ 74 (B)
Indeks Predikat Kumulatif : 3,85
Predikat : Pujian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan. T. Rizal Nurdin KM. 4.5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telepon. (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

PENGESAHAN

Judul Skripsi : **Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Masyarakat Menabung
Pada Bank Syariah Kota Padangsidimpuan**
Nama : **Elnada Ikhilila Pane**
NIM : **21 401 00149**

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

Padangsidimpuan, 13 Januari 2026

Dekan,



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

ABSTRAK

Nama : Elnada Ikhilila Pane

NIM : 2140100149

**Judul Skripsi : Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Masyarakat
Menabung Pada Bank Syariah Kota Padangsidempuan**

Bank syariah merupakan salah satu lembaga keuangan yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip Islam seperti keadilan, transparansi, dan larangan riba. Kehadiran bank syariah di Indonesia menjadi alternatif bagi masyarakat yang menginginkan sistem keuangan yang selaras dengan nilai-nilai agama. Meskipun dari sisi kelembagaan dan aset bank syariah terus meningkat, akan tetapi masih banyak juga masyarakat yang belum menggunakan bank syariah sebagai sarana pengelola keuangannya. Dalam konteks ini minat menabung masyarakat pada bank syariah dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain pengetahuan, promosi, dan aksesibilitas. Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh secara parsial dan simultan antara pengetahuan, promosi dan aksesibilitas terhadap minat masyarakat menabung pada bank syariah Kota Padangsidempuan. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif dengan sumber data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data menggunakan angket/kuesioner, wawancara dan dokumentasi dengan jumlah sampel sebanyak 94 responden. Teknik pengolahan data dilakukan dengan bantuan alat analisis IBM SPSS, dengan uji instrumen yang terdiri dari uji validitas dan reliabilitas, serta teknik analisis data menggunakan uji statistik deskriptif, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji regresi linear berganda, uji koefisien determinasi, uji parsial, dan uji simultan. Hasil penelitian menunjukkan pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menabung pada bank syariah Kota Padangsidempuan. Kemudian promosi berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menabung pada bank syariah Kota Padangsidempuan. Dan aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menabung pada bank syariah Kota Padangsidempuan. Secara simultan pengetahuan, promosi dan aksesibilitas berpengaruh secara simultan terhadap minat masyarakat menabung pada bank syariah Kota Padangsidempuan.

Kata Kunci: *Minat, Pengetahuan, Promosi, Aksesibilitas, Bank Syariah*

ABSTRACT

Name : Elnada Ikhilila Pane

Reg. Number : 2140100149

**Thesis Title : Factors Influencing Public Interest in Saving at Islamic Banks
in Padangsidempuan City**

Islamic banks are financial institutions that operate based on Islamic principles such as justice, transparency, and the prohibition of usury. Their presence in Indonesia serves as an alternative for communities seeking a financial system aligned with religious values. Although Islamic banking has shown growth in terms of institutions and assets, many people still have not utilized Islamic banks as their financial management option. In this context, the public's interest in saving with Islamic banks is influenced by several factors, including knowledge, promotion, and accessibility. This study aims to examine both the partial and simultaneous effects of knowledge, promotion, and accessibility on the interest of the community in saving at Islamic banks in Padangsidempuan City. This research employed a quantitative approach using both primary and secondary data. Data were collected through questionnaires, interviews, and documentation, with a sample of 94 respondents. The data were processed using IBM SPSS, with instrument tests consisting of validity and reliability tests, while data analysis techniques included descriptive analysis, normality test, linearity test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, multiple linear regression analysis, coefficient of determination test, partial test (t-test), and simultaneous test (F-test). The results indicate that knowledge significantly influences the interest of the community in saving at Islamic banks in Padangsidempuan City. Promotion also has a significant effect on the interest in saving, as does accessibility. Simultaneously, knowledge, promotion, and accessibility significantly affect the community's interest in saving at Islamic banks in Padangsidempuan City.

Keywords: Interest, Knowledge, Promotion, Accessibility, Islamic Bank

خلاصة

اسم : الندى إخليلة باني
رقم هوية الطالب : ٩٤١٠٠١٠٤١٢
عنوان الرسالة : العوامل المؤثرة على المصلحة العامة الادخار في البنك الشرعي لمدينة

البنوك الشرعية هي مؤسسات مالية تعمل وفقاً للمبادئ الإسلامية مثل العدالة والشفافية وتحريم الربا. يوفر وجود البنوك الشرعية في إندونيسيا بديلاً للأشخاص الذين يبحثون عن نظام مالي يتماشى مع القيم الدينية. وعلى الرغم من استمرار نمو القاعدة المؤسسية وأصول البنوك الشرعية، إلا أن الكثير من الناس ما زالوا لا يستخدمون البنوك الشرعية كوسيلة لإدارة أموالهم. وفي هذا السياق، يتأثر اهتمام الناس بالادخار في البنوك الشرعية بعدة عوامل، بما في ذلك المعرفة والترويج وسهولة الوصول. تهدف هذه الدراسة إلى دراسة التأثير الجزئي والمتزامن للمعرفة والترويج وسهولة الوصول على اهتمام الناس بالادخار في البنوك الشرعية في مدينة بادانجسديمبوان. هذا البحث هو دراسة كمية باستخدام مصادر البيانات الأولية والثانوية. استخدمت تقنيات جمع البيانات الاستبيانات والمقابلات والتوثيق، مع عينة من ٩٤ مستجيباً. تم إجراء تقنيات معالجة البيانات بمساعدة أدوات تحليل IBM SPSS الإصدار مع اختبارات الأدوات التي تتكون من اختبارات الصلاحية والموثوقية، بالإضافة إلى تقنيات تحليل البيانات باستخدام التحليل الوصفي واختبارات التوزيع الطبيعي واختبارات الخطية واختبارات التعدد الخطي واختبارات التباين غير المتجانس واختبارات الانحدار الخطي المتعدد واختبارات معامل التحديد واختبارات الجزئية واختبارات المتزامنة. أظهرت نتائج الدراسة أن المعرفة كان لها تأثير كبير على اهتمام الناس بالادخار في البنوك الإسلامية في مدينة بادانجسديمبوان. ثم كان للترويج تأثير كبير على اهتمام الناس بالادخار في البنوك الإسلامية في مدينة بادانجسديمبوان. وكان لإمكانية الوصول تأثير كبير على اهتمام الناس بالادخار في البنوك الإسلامية في مدينة بادانجسديمبوان. في الوقت نفسه، كان للمعرفة والموقف وسهولة الاستخدام تأثير متزامن على اهتمام الناس بالادخار في البنوك الإسلامية في مدينة بادانجسديمبوان.

الكلمات المفتاحية: الفائدة، المعرفة، الترويج، إمكانية الوصول، البنك الإسلامي

KATA PENGANTAR



Syukur *Alhamdulillah*, peneliti panjatkan atas kehadiran Allah *Subhanahu Wata'ala*, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Untaian Salawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada insan mulia Rasulullah Muhammad *Salallahu Alaihi Wassallam* sebagai tauladan bagi kita semua.

Skripsi ini berjudul: **“Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Masyarakat Menabung Pada Bank Syariah Kota Padangsidimpuan”** ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat- syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

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

1. Bapak Prof. Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag, selaku Rektor UIN Syahada Padangsidimpuan, serta Bapak Prof. Dr. Erawadi, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, M.A., selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
2. Bapak Prof. Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si., selaku Dekan Fakultas

Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syahada Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si., Wakil Dekan Bidang Akademik, Ibu Dr. Rukiah, S.E., M.Si., 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 Program Studi Perbankan Syariah, serta seluruh civitas Akademik UIN Syahada Padangsidempuan yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di UIN Syahada Padangsidempuan.
4. Ibu Windari, M.A. selaku pembimbing I peneliti ucapkan banyak terima kasih, yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan, dan petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas setiap kebaikan yang telah ibu berikan.
5. Ibu Arti Damisa, M.E.I selaku pembimbing II peneliti ucapkan banyak terima kasih, yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan, dan petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas setiap kebaikan yang telah ibu berikan.
6. Bapak Yusri Fahmi, M.Hum., selaku Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan UIN Syahada Padangsidempuan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.

7. Bapak serta Ibu dosen UIN Syahada Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di UIN Syahada Padangsidempuan.
8. Teristimewa peneliti sampaikan kepada kedua orang tua peneliti yakni Ayahanda Ali Basa Pane dan Ibunda Afriani Lubis. Terimakasih yang sebesar-besarnya atas cinta dan kasih sayangnya selama ini yang telah mendidik serta selalu menghadiahkan doanya sepanjang waktu kepada peneliti, Dan terimakasih juga atas material yang cukup serta segala perjuangan kerja kerasnya selama ini sehingga bisa mengantar putri pertamanya ini menempuh pendidikan sampai ke jenjang Sarjana. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan kesehatan, umur yang berkah, rahmat dan kasih sayangNya kepada ayahanda dan ibunda tercinta diberi balasan atas perjuangan dengan surga Firdaus-Nya.
9. Teristimewa juga kepada keempat adik-adik peneliti Rahman Sofyan Pane, Adrian Mahadi Pane, Anindita Putri Pane dan Anindiya Putri Pane. Semoga Allah SWT senantiasa dilimpahkan kesehatan, umur yang berkah, rahmat dan kasih sayangNya. Dan semoga nantinya bisa meraih kesuksesan dan cita-citanya masing-masing.
10. Dan juga kepada kakek dan nenek peneliti yakni Kakek Alm. Madnasan Pane, Samsul Bahri Lubis. Dan nenek Masdelina Batubara, Siti Maryam Daulay. Serta seluruh kerabat peneliti terimakasih atas segala kasih sayangnya serta doa dan dukungannya sehingga peneliti bisa sampai ke tahap ini. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan kesehatan, umur yang

berkah, rahmat dan kasih sayangNya kepada keluarga tercinta.

11. Terimakasih kepada teman-teman seperjuangan peneliti dalam meraih gelar yakni Alna Yulanda, Indah Yuliana dan Gufrona Ulfa yang telah memberikan dukungan kepada peneliti dalam menyelesaikan studi ini, serta memberi nasehat kepada peneliti dalam menjalani kehidupan yang lebih baik. Semoga segala urusan di lancarkan dan secepatnya bisa meraih cita-citanya masing-masing.

12. 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.

Disini peneliti mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT, karena atas karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada peneliti sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih kekurangan. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati peneliti mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.

Padangsidempuan, 24 November 2025
Peneliti

Elnada Ikhilila Pane
NIM. 2140100149

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

A. Konsonan

Pedoman 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 translitasinya 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	S	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Kh 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	Es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	e (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	Haw
ء	Hamza	..''..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

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

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	<i>Fathah</i>	A	A
	<i>Kasrah</i>	I	I
	<i>Dammah</i>	U	U

2. Vokal Rangkap

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

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda

Harkat dan Huruf	Nama	huruf dan Tanda	Nama
...ا ...ـ ...ة	<i>fathah dan alif atau ya</i>	a	a dan garis atas
...ِ ...ـ ..	<i>Kasrah dan ya</i>	i	i dan garis di bawah
...و	<i>dommah dan wau</i>	u	u dan garis di atas

C. Ta marbutah

1. Ta marbutah hidup

Ta marbutah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dommah, transliterasinya adalah /t/.

2. Ta marbutah mati

Ta marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

D. Syaddah (Tasydid)

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

E. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

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*.

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu,

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan 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 diakhir kata. Bila *hamzah* itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

G. Penulisan Kata

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

I. Tajwid

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

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

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
DEWAN PENGUJI SIDANG MUNAQASYAH	
PENGESAHAN DEKAN	
ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN.....	viii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Batasan Masalah	7
D. Definisi Operasional Variabel.....	7
E. Rumusan Masalah.....	9
F. Tujuan Penelitian	10
G. Manfaat Penelitian	11
H. Sistematika Pembahasan.....	12
BAB II LANDASAN TEORI.....	14
A. Kerangka Teori	14
1. Teori Perilaku Konsumen (<i>Consumer Behavior Theory</i>)	14
2. Minat (<i>Interest</i>)	14
a. Pengertian Minat (<i>Interest</i>)	15
b. Faktor-Faktor yang mempengaruhi Minat	16
c. Indikator Minat	17
d. Minat Menabung dalam Perspektif Islam	18
3. Pengetahuan (<i>Knowledge</i>)	20
a. Pengertian Pengetahuan (<i>Knowledge</i>)	20
b. Faktor-Faktor yang mempengaruhi Pengetahuan.....	21
c. Indikator Pengetahuan	22
d. Pengetahuan dalam Perspektif Islam	23
4. Promosi (<i>Promotion</i>)	25
a. Pengertian Promosi (<i>Promotion</i>)	25
b. Indikator Promosi	26
c. Promosi dalam Perspektif Islam	27
5. Aksesibilitas (<i>Accessibility</i>)	29
a. Pengertian Aksesibilitas (<i>Accessibility</i>)	29

b. Indikator Aksesibilitas	30
c. Aksesibilitas dalam Perspektif Islam	31
6. Bank Syariah	32
a. Pengertian Bank Syariah	32
b. Prinsip Dasar Bank Syariah	33
c. Fungsi Bank Syariah	34
B. Kajian/ Penelitian Terdahulu	34
C. Kerangka Pikir	39
D. Hipotesis	40
 BAB III METODE PENELITIAN	 42
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	42
B. Jenis Penelitian	42
C. Populasi dan Sampel	43
1. Populasi	43
2. Sampel	43
D. Sumber Data	44
1. Data Primer	44
2. Data Sekunder	44
E. Teknik Pengumpulan Data	45
1. Kuesioner (Angket)	45
2. Wawancara	46
3. Dokumentasi	46
F. Uji Instrumen	47
1. Uji Validitas	47
2. Uji Reliabilitas	47
G. Uji Statistik Deskriptif	48
H. Teknik Analisis Data	48
1. Uji Normalitas	49
2. Uji Asumsi Klasik	49
a. Uji Multikolinearitas	49
b. Uji Heteroskedastisitas	50
3. Uji Regresi Linear Berganda	50
4. Uji Hipotesis	51
a. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)	51
b. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	52
c. Uji Determinasi (R^2)	52
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	 54
A. Gambaran Umum Wilayah Objek Penelitian	54
B. Deskripsi Data Penelitian	55
C. Analisis Data	56
1. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	56
a. Hasil Uji Validitas	56
b. Hasil Uji Reliabilitas	58
2. Hasil Uji Statistik Deskriptif	58

3. Hasil Uji Normalitas	59
4. Hasil Uji Asumsi Klasik	60
a. Hasil Uji Multikolinearitas	60
b. Hasil Uji Heteroskedastisitas	61
5. Hasil Uji Regresi Linear Berganda	62
6. Hasil Uji Hipotesis	63
a. Hasil Uji Koefisien Determinan (R^2)	63
b. Hasil Uji Signifikansi Parsial (t)	63
c. Hasil Uji Signifikansi Simultan (F)	65
D. Pembahasan Hasil Penelitian	65
E. Keterbatasan Penelitian	71
BAB V PENUTUPAN	73
A. Kesimpulan	73
B. Implikasi Hasil Penelitian	73
C. Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN -LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I.1 Hasil Wawancara	5
Tabel I.2 Defenisi Operasional Variabel.....	8
Tabel II.1 Penelitian Terdahulu	33
Tabel III.1 Skala Likert	45
Tabel III.2 Kisi-Kisi Angket	45
Tabel IV. 1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel IV. 2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia	55
Tabel IV. 3 Hasil Uji Validitas Pengetahuan	56
Tabel IV. 4 Hasil Uji Validitas Promosi	56
Tabel IV. 5 Hasil Uji Validitas Aksesibilitas	57
Tabel IV. 6 Hasil Uji Validitas Minat.....	57
Tabel IV. 7 Hasil Uji Reliabilitas	58
Tabel IV. 8 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	59
Tabel IV. 9 Hasil Uji Normalitas.....	59
Tabel IV.10 Hasil Uji Multikolinearitas	60
Tabel IV.11 Hasil Heteroskedastisitas	61
Tabel IV.12 Hasil Regresi Linear Berganda	62
Tabel IV.13 Hasil Uji Koefisien Determinan R^2	63
Tabel IV.14 Hasil Signifikansi Parsial (t)	64
Tabel IV.15 Hasil Signifikansi Simultan (F).....	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Kerangka Pikir	39
----------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Angket
- Lampiran 2 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3 : Tabulasi Angket
- Lampiran 4 : Hasil Uji Validitas
- Lampiran 5 : Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 6 : Hasil Uji Normalitas
- Lampiran 7 : Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 8 : Hasil Uji Regresi Linear Berganda
- Lampiran 9 : Hasil Uji Hipotesis

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sektor keuangan merupakan salah satu pilar penting dalam pembangunan ekonomi suatu negara. Salah satu lembaga yang berperan besar dalam mendukung stabilitas dan pertumbuhan ekonomi adalah perbankan. Ditengah berkembangnya sistem ekonomi global, sistem keuangan syariah hadir sebagai alternatif yang menawarkan prinsip-prinsip keadilan, transparansi, dan keberlanjutan. Di Indonesia, sistem perbankan syariah telah mengalami perkembangan signifikan sejak diterapkannya dual banking sistem yang memungkinkan perbankan syariah dan konvensional berjalan berdampingan.¹

Perbankan syariah merupakan sistem keuangan yang didasarkan pada ajaran Islam yang mengatur segala aspek kehidupan, termasuk keuangan dan bisnis. Perbankan syariah telah berkembang diseluruh dunia, bukan hanya di negara-negara dengan mayoritas Muslim. Kontribusi perbankan syariah terhadap inklusi keuangan menunjukkan peran pentingnya. Perbankan syariah memperluas cakupan layanan dan meningkatkan partisipasi ekonomi dengan memberi akses kepada individu dan bisnis yang sebelumnya tidak terlayani oleh sistem keuangan konvensional. Hal ini berdampak positif pada pengentasan kemiskinan dan pengangguran kesenjangan ekonomi. Sehingga perbankan syariah bukan hanya pilihan bagi pihak yang ingin menjalankan bisnis keuangan sesuai dengan prinsip agama Islam, tetapi juga model yang

¹ Antonio, M. S. *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*. (Jakarta: Gema Insani, 2011), hlm.23.

menarik bagi pihak yang mencari solusi keuangan yang lebih adil, berkelanjutan, dan inklusif.²

Perbankan syariah merupakan lembaga keuangan yang menjalankan operasional berdasarkan prinsip-prinsip Islam, seperti keadilan, transparansi, dan larangan riba. Kehadiran bank syariah di Indonesia menjadi alternatif bagi masyarakat yang menginginkan sistem keuangan yang selaras dengan nilai-nilai agama. Meskipun pertumbuhannya terus meningkat dari sisi kelembagaan dan aset, akan tetapi masih banyak juga masyarakat yang belum menggunakan bank syariah sebagai sarana pengelola keuangannya dikarenakan oleh pengetahuan masyarakat yang minim tentang keberadaan bank syariah.³ Fenomena tersebut juga terjadi pada masyarakat Kelurahan Bintuju yang memiliki jumlah penduduk dengan berusia 17 tahun ke atas sebanyak 1.520 orang.⁴ Minat masyarakat untuk menabung di bank syariah masih belum optimal, terutama jika dibandingkan dengan bank konvensional. Salah satu hambatan utama adalah minimnya pengetahuan masyarakat mengenai produk dan jasa bank syariah. Banyak individu yang belum mengerti perbedaan mendasar antara tabungan syariah dan konvensional, sehingga mereka lebih cenderung memilih produk yang sudah lebih dikenal dan dianggap lebih familiar.⁵

² Husni Ingratubun dan Baharuddin Saleh Ingratubun, *Perbankan Syariah*. (Makassar: Reads Media Corp, 2024), hlm.10.

³ Hasibuan, F. U., & Wahyuni, R. "Pengaruh Pengetahuan Masyarakat dan Minat Penerapan Nilai Islam Terhadap Keputusan Menggunakan Tabungan Perbankan Syariah" (Studi Kasus Masyarakat Kota Langsa). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, volume 6, No. 1, (2020), hlm. 22-33.

⁴ Sunggulon, Lurah di Kelurahan Bintuju, *wawancara* (Kelurahan Bintuju, 1 Agustus 2025. Pukul 10.15 WIB).

⁵ Rahmawati, L. "Pengaruh Pengetahuan dan Kepercayaan terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Tabungan Syariah", *Jurnal Ekonomi Islam*, vol 13, No. 2, (2021), hlm.45-57.

Jumlah perbankan syariah yang berada di Kota Padangsidempuan ada tiga bank, yaitu Bank Muamalat dan Bank Syariah Indonesia dan Bank Sumut Syariah. Pada observasi awal yang peneliti lakukan mewawancarai sebanyak 20 masyarakat di Kelurahan Bintuju. Wawancara yang dilakukan yakni dengan ibu Zummi, ibu Afni, ibu Nur, dan 2 orang lainnya memiliki jawaban yang sama saat di wawancara oleh peneliti mereka mengatakan belum pernah menggunakan bank syariah karena kurang mengetahui tentang produk-produk bank syariah tersebut. Dan juga tidak pernah mendengar sosialisasi ataupun promosi tentang bank syariah.⁶ Wawancara dengan ibu Faulia, ibu Ani, Bastia, Ira, Hajjah, Ega, Hani, Yanti dan 7 orang lainnya mengatakan sudah mengetahui tentang bank syariah akan tetapi belum menggunakannya dikarenakan akses layanan bank syariah masih terbatas dan sulit dijangkau sehingga lebih memilih untuk tetap menggunakan bank konvensional yang lebih efisien menghemat waktu dan biaya serta mudah untuk mengakses nya.⁷

Selanjutnya untuk lebih memperjelas hasil dari wawancara yang dilakukan dengan masyarakat di Kelurahan Bintuju, peneliti juga menyediakan hasil wawancara tersebut dalam bentuk tabel. Adapun tabel dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti adalah sebagai berikut:

⁶ Zummi, dkk, Masyarakat Kelurahan Bintuju, *Wawancara* (Bintuju, 23 Juni 2025, Pukul 15.00 WIB).

⁷ Faulia, dkk, pedagang umkm di Kelurahan Bintuju, *Wawancara* (Kelurahan Bintuju, 23 Juni 2025. Pukul 15.30 WIB).

Tabel I.1
Hasil Wawancara

No	Hasil Wawancara	Jumlah
1.	Belum mengetahui tentang produk-produk yang ditawarkan bank syariah dan belum pernah mendengar sosialisasi atau promosi dari bank syariah.	5 orang
2.	Tidak menggunakan bank syariah dikarenakan akses layanan masih terbatas dan sulit di jangkau.	15 orang
Jumlah Keseluruhan		20 orang

Sumber: Wawancara

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti, temuan ini menunjukkan bahwa pengetahuan masyarakat mengenai bank syariah masih terbatas, promosi belum merata, dan akses layanan bank syariah masih sulit dijangkau. Hal ini berdampak langsung terhadap rendahnya minat masyarakat untuk menabung pada bank syariah. Kurangnya literasi ini menjadi hambatan dalam peningkatan partisipasi masyarakat dalam menggunakan layanan bank syariah.⁸

Dalam penelitian ini, faktor-faktor yang diperhatikan antara lain pengetahuan, promosi, dan aksesibilitas. Minat merupakan bagian dari proses psikologis konsumen yang timbul akibat paparan terhadap informasi dan pengalaman, yang pada akhirnya mendorong seseorang untuk melakukan tindakan tertentu. Pengetahuan merupakan semua informasi serta pengetahuan lainnya yang dimiliki konsumen terkait dengan suatu produk dan

⁸ Puspitasari, D., & Widyaningsih, R. "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Minat Menabung di Bank Syariah". *Jurnal Ekonomi Syariah*, vol 14, No 1 (2022), hlm. 23-34.

jasa yang ditawarkan. Masyarakat terlebih dahulu harus mengetahui bagaimana sistem bank tempatnya menabung serta produk-produk yang ditawarkan oleh bank tersebut. Pengetahuan tentang bank syariah berpengaruh pada minat masyarakat menggunakan bank syariah. Promosi didefinisikan sebagai sarana yang digunakan untuk menginformasikan, membujuk dan mengingatkan konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung mengenai produk dan merek yang akan dijual dengan harapan konsumen membeli produk tersebut. Bank Syariah harus melakukan promosi agar masyarakat lebih banyak mengenal Bank Syariah, produk-produk dan sistem pada bank syariah.⁹

Aksesibilitas berarti kemudahan melakukan pergerakan di antara dua tempat. Aksesibilitas meningkat dari sisi waktu atau uang ketika pergerakan menjadi lebih mudah. Selain itu, kecenderungan untuk berinteraksi juga akan meningkat ketika biaya pergerakan menurun. Kemudahan akses tersebut diimplementasikan pada bangunan gedung, lingkungan, dan fasilitas umum lainnya. Jadi semakin mudah untuk mengakses suatu bank maka minat masyarakat akan meningkat untuk menabung pada bank tersebut.¹⁰

Penelitian ini juga diperkuat oleh beberapa penelitian terdahulu yang memiliki kesamaan dengan penelitian ini. Adapun hasil penelitian dari Abdul Malik, Ahmad Syahrizal, Anisah. Menunjukkan bahwa variabel promosi dan kepercayaan berpengaruh secara signifikan, sedangkan variabel pengetahuan tidak berpengaruh secara signifikan. Adapun hasil penelitian uji- F

⁹ Mila Diana Sari. *Perilaku Konsumen*, (Sidoarjo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2019), hlm. 40.

¹⁰ Diah Puspita Ningrum, *Transportation System: Sistem Transportasi*. (Edu Gorilla Community Pvt.Ltd., 2019), hlm. 24-25.

menyatakan bahwa promosi, pengetahuan dan kepercayaan berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap minat menabung.¹¹

Pada penelitian Nurmila Rizky, M. Yarham, dan Ridwana Siregar. Menunjukkan bahwa variabel promosi dan lokasi berpengaruh signifikan, sedangkan variabel pengetahuan tidak berpengaruh signifikan.¹² Selanjutnya pada penelitian Fikri Wijaya, Addiarrahman, dan M. Taufik Ridho. Menyatakan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menabung, lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menabung.¹³

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, dan wawancara dengan masyarakat di Kelurahan Bintuju, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT MASYARAKAT MENABUNG PADA BANK SYARIAH KOTA PADANGSIDIMPUAN”**

B. Identifikasi Masalah

Dari uraian latar belakang yang dipaparkan di atas, dengan judul Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Masyarakat Menabung Pada Bank Syariah Kota Padangsidimpuan peneliti mengemukakan identifikasi masalah pada penelitian ini yaitu:

¹¹ Malik, A, et al, “Pengaruh Promosi, Pengetahuan dan Kepercayaan terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Singkut pada Masyarakat Desa Pelawan Jaya”. *MARGIN: Journal of Islamic Banking*, 1(1), (2021), hlm 28-43

¹² Rizky, N., Yarham, M., & Siregar, R. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Kabupaten Batubara Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia”. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 17(1), (2024), hlm 760-771.

¹³Wijaya, F., et al. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Indonesia (BSI) (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Merlung)." *Al Itmamiy Jurnal Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)*, 5.1 (2023), hlm 1-16.

1. Kurangnya pengetahuan masyarakat Kelurahan Bintuju tentang bank syariah. Hal ini menjadi salah satu kendala utama dalam meningkatkan minat masyarakat untuk menabung pada bank syariah.
2. Kurangnya promosi atau sosialisasi bank syariah terkait produk dan jasanya, sehingga informasi mengenai manfaat, mekanisme, dan prinsip-prinsip produk syariah belum sepenuhnya sampai kepada masyarakat di Kelurahan Bintuju.
3. Aksesibilitas layanan bank syariah yang terbatas dan sulit dijangkau menjadi hambatan tambahan dalam meningkatkan minat masyarakat menabung di bank syariah.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan beberapa masalah yang terkait dalam penelitian ini, maka peneliti perlu memberikan batasan masalah terhadap penelitian ini. Agar penelitian ini tidak menyebar luas, maka penelitian ini dibatasi hanya pada masyarakat di Kelurahan Bintuju, dengan fokus pada faktor-faktor yang memengaruhi minat masyarakat seperti pengetahuan, promosi serta aksesibilitas dalam menabung pada Bank Syariah Kota Padangsidempuan.

D. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah suatu definisi yang menyatakan secara jelas dan akurat suatu variabel yang diukur. Operasional variabel yang digunakan dalam penelitian ini untuk menjelaskan masing-masing dari keterangan variabel-variabel yang sudah ditentukan. Dalam penelitian ini terdapat empat variabel yang terdiri dari tiga variabel independen (variabel

bebas) dan satu variabel dependen (variabel terikat). Definisi operasional variabel ini adalah sebagai berikut:

Tabel I.2
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
Minat Variabel Dependen (Y)	Minat adalah sebagai sebuah kesukaan (kecenderungan hati) kepada suatu perhatian atau keinginan. ¹⁴	1. Kesukaan 2. Keinginan 3. Kepercayaan ¹⁵	Ordinal
Pengetahuan Variabel Independen (X ₁)	Pengetahuan adalah semua informasi yang dimiliki oleh konsumen tentang berbagai macam produk maupun jasa tertentu dan informasi yang menyangkut dengannya sebagai konsumen. ¹⁶	1. Mengetahui 2. Pemahaman 3. Pengalaman ¹⁷	Ordinal
Promosi Variabel Independen (X ₂)	Promosi adalah sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya karena selain menginformasikan produk juga berfungsi untuk mengingatkan	1. Periklanan 2. Penjualan pribadi 3. Promosi penjualan (<i>Sales Promotion</i>) ¹⁹	Ordinal

¹⁴ Ujang Sumarwan, *Prilaku Konsumen*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2017), hlm. 13.

¹⁵ Ujang Sumarwan, *Prilaku Konsumen*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2017), hlm. 15.

¹⁶ Sunyoto Danang, *Perilaku Konsumen: Panduan Riset Sederhana untuk mengenali Konsumen*, (Yogyakarta: Centre of Academic Publishing Service, 2013), hlm. 53.

¹⁷ Eka Wahyu Hestya Budianto. *Determinan Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah (2020-2021)*, (Kota Malang: PT. Afanin Media Utama, 2025), hlm. 210.

	nasabahnya maupun calon nasabah akan produk yang ditawarkan. ¹⁸		
Aksesibilitas Variabel Independen (X ₃)	Aksesibilitas adalah mengukur seberapa nyaman akses penggunaan yang dapat dicapai, serta tantangan dan alasan apa yang membuat seseorang tidak dapat menjangkau lokasi tersebut dan bagaimana lokasi tersebut dapat di akses melalui system jaringan transportasi. ²⁰	1. Lokasi yang terjangkau 2. Kemudahan mengakses 3. Tepat waktu ²¹	Ordinal

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas dan dengan adanya batasan masalah penelitian. Adapun rumusan masalah yang akan diteliti adalah:

1. Adakah pengaruh pengetahuan terhadap minat masyarakat menabung pada Bank Syariah Kota Padangsidempuan?
2. Adakah pengaruh promosi terhadap minat masyarakat menabung pada Bank Syariah Kota Padangsidempuan?

¹⁹ Warto Ahmad Saifuddin, *Manajemen Pemasaran Perbankan Syariah: Konsep, Strategi, dan Implementasi*, (Bogor: Pustaka Islam, 2025), hlm.168.

¹⁸ Fadilla, Choiriyah, & Aravik, H., *Islamic Marketing: Konsep, Filosofi dan Implementasi*. (Yogyakarta: Deepublish, 2021), hlm. 46.

²⁰ Reza A.A Wattimena, *Filsafat Dan Sains Sebuah Pengantar*. (Jakarta: PT.Grasindo, 2008), hlm. 275.

²¹ Warto Ahmad Saifuddin, *Manajemen Pemasaran Perbankan Syariah: Konsep, Strategi, dan Implementasi*, (Bogor: Pustaka Islam, 2025), hlm.161.

3. Adakah pengaruh aksesibilitas terhadap minat masyarakat menabung pada Bank Syariah Kota Padangsidempuan?
4. Adakah pengaruh pengetahuan, promosi dan aksesibilitas secara simultan terhadap minat masyarakat menabung pada Bank Syariah Kota Padangsidempuan?

F. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan terhadap minat masyarakat menabung pada Bank Syariah Kota Padangsidempuan
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi bank syariah terhadap minat masyarakat menabung pada Bank Syariah Kota Padangsidempuan
3. Untuk mengetahui pengaruh aksesibilitas terhadap minat masyarakat menabung pada Bank Syariah Kota Padangsidempuan
4. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan, promosi dan aksesibilitas secara simultan terhadap minat masyarakat menabung pada Bank Syariah Kota Padangsidempuan

G. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini diuraikan sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi serta menambah wawasan secara umum dalam kajian ekonomi Islam, khususnya terkait faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menggunakan bank

syariah.

2. Secara Praktisi

a. Bagi Peneliti

Sebagai sarana penambah pengetahuan serta dapat juga menjadi media aplikasi teori-teori yang diperoleh semasa di perkuliahan. Manfaat lain yang peneliti dapatkan adalah mengenai Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Masyarakat Menabung Pada Bank Syariah Kota Padangsidempuan.

b. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam meningkatkan kesadaran masyarakat tentang menggunakan bank syariah dan mendorong pertumbuhan perbankan syariah di daerah.

c. Bagi Peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan tambahan referensi bagi mahasiswa/ peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitian yang serupa.

H. Sistematika Pembahasan

Tujuan dari sistematika pembahasan ini adalah untuk memudahkan peneliti dalam menyusun penelitian ini agar mudah dipahami oleh pembaca. Adapun sistematika pembahasan penelitian ini adalah:

BAB I Pendahuluan, pada bagian ini berisi tentang gambaran umum mengenai isi penelitian yang terdiri dari latar belakang masalah yang menguraikan tentang masalah dalam penelitian ini, batasan masalah yang

membatasi masalah penelitian ataupun ruang lingkup permasalahan, batasan istilah untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman atau pemahaman yang berbeda terhadap istilah yang digunakan dalam pembahasan. Selanjutnya dalam rumusan masalah, peneliti merumuskan permasalahan penelitian dan menyebutkan tujuan dari penelitian yang dilakukan serta kegunaan penelitian yang menjelaskan manfaat yang diperoleh dari penelitian.

BAB II Landasan Teori, pada bagian ini berisi tentang landasan teori yang menjelaskan uraian-uraian tentang teori dari masing-masing variabel dari berbagai referensi yang berbeda, kemudian penelitian ini diperkuat dengan penelitian terdahulu.

BAB III Metode Penelitian, pada bagian ini berisi tentang metodologi penelitian yang terdiri dari lokasi dan waktu penelitian. Kemudian jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kuantitatif yang menggunakan data primer dan dan pengumpulan data dari buku, jurnal penelitian, dan wawancara dalam penelitian.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan, membahas mengenai gambaran objek penelitian dan deskripsi data penelitian yang berisi tentang faktor-faktor apa saja yang memengaruhi minat masyarakat menabung pada bank syariah Kota Padangsidimpuan.

BAB V Penutup, yang merupakan kesimpulan dari penelitian yang berisi tentang hasil yang telah diperoleh dan saran-saran kepada peneliti. Selanjutnya terkait dengan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Minat (*Interest*)

a. Pengertian Minat

Kusuma berpendapat bahwa minat adalah suatu kondisi yang terjadi apabila seseorang melihat ciri-ciri atau arti sementara situasi yang dihubungkan dengan keinginan-keinginan atau kebutuhan-kebutuhannya sendiri. Minat merupakan salah satu faktor psikologis yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu tindakan atau perilaku tertentu. Minat dapat dipahami sebagai dorongan batin atau keinginan kuat yang dimiliki seseorang terhadap suatu hal.¹

Menurut Kotler dan Keller dalam teori Perilaku Konsumen (*Consumer Behavior Theory*), minat masyarakat untuk menabung di bank syariah tidak muncul secara tiba-tiba, melainkan merupakan hasil dari proses pertimbangan konsumen terhadap berbagai informasi dan kemudahan yang diterimanya. Teori ini menjelaskan bagaimana individu memilih, menggunakan, dan mengevaluasi produk atau jasa dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginannya.²

Minat diartikan sebagai suatu kondisi yang terjadi apabila seseorang melihat ciri-ciri atau arti sementara situasi yang dihubungkan dengan keinginan-keinginan atau kebutuhan-

¹Aryanti Muhtar Kusuma dkk, Manajemen Pemasaran: Dinamika, Optimasi dan Aplikasi. (Yogyakarta: Diandra Primamitra Media, 2020), hlm. 155.

²Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education.

kebutuhannya sendiri. Minat seseorang terhadap suatu objek tidak muncul secara tiba-tiba, melainkan berkembang melalui proses interaksi dan pengalaman individu dengan objek tersebut. Minat yang mendalam terhadap suatu hal mendorong individu untuk mencari informasi lebih lanjut, memahami secara lebih dalam, dan terlibat aktif dalam aktivitas yang berkaitan dengan objek tersebut. Dengan demikian, minat memiliki peran penting dalam memengaruhi perilaku dan pengambilan keputusan seseorang.³

Pemahaman masyarakat tentang produk perbankan syariah dan kualitas pelayanan yang diberikan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat mereka untuk menabung di bank syariah. Selain itu, reputasi bank juga memainkan peran penting dalam membentuk minat masyarakat, di mana reputasi yang baik dapat meningkatkan kepercayaan dan keinginan masyarakat untuk menggunakan layanan perbankan syariah.

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi minat menurut Kotler dan Keller dalam teori Perilaku Konsumen (*Consumer Behavior Theory*) yaitu sebagai berikut:

1) Faktor Internal

Dalam teori ini pengetahuan merupakan faktor internal yang memengaruhi cara konsumen memahami dan menilai suatu produk

³ Aryanti Muhtar Kusuma dkk, *Manajemen Pemasaran: Dinamika, Optimasi and Aplikasi*, (Yogyakarta: Diandra Primamitra Media, 2020), hlm.155.

atau jasa. Semakin baik pengetahuan masyarakat mengenai bank syariah, maka semakin positif persepsi yang terbentuk, sehingga mendorong munculnya minat menabung.

2) Faktor Eksternal

Dalam teori ini promosi merupakan faktor eksternal yang berfungsi menyampaikan informasi dan membentuk persepsi konsumen. Promosi yang efektif dapat meningkatkan pemahaman dan ketertarikan masyarakat terhadap produk tabungan bank syariah, yang pada akhirnya memperkuat minat untuk menabung.

3) Faktor Situasional

Dalam teori ini aksesibilitas atau lokasi termasuk dalam faktor situasional yang memengaruhi perilaku konsumen. Kemudahan akses terhadap layanan perbankan akan mengurangi hambatan dalam bertransaksi dan meningkatkan kenyamanan, sehingga mendorong konsumen untuk memiliki minat menabung di bank syariah.

Adapun faktor-faktor lain yang mempengaruhi minat yaitu sebagai berikut:⁴

1) Faktor Budaya

Budaya adalah penyebab paling mendasar dari keinginan dan tingkah laku seseorang. Karena budaya tumbuh dalam suatu masyarakat sejak kecil.

⁴ Widhi Wicaksono dkk, *Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi*, (Surabaya: Cipta Media Nusantara, 2023), hlm 34-36.

2) Kelas Sosial

Kelas sosial adalah divisi masyarakat yang relative permanen dan teratur dengan para anggota yang menganut nilai-nilai dan tingkah laku yang serupa.

3) Faktor Pribadi

Konsumsi dibentuk oleh siklus hidup karena orang membeli barang dan jasa yang berbeda-beda sepanjang hidupnya. Membeli juga dibentuk oleh daur hidup keluarga. Oleh karena itu, para pemasar harus memberi perhatian yang besar pada hal tersebut.

c. Indikator Minat

Minat masyarakat dapat diukur dengan menggunakan beberapa indikator. Diantaranya:⁵

1) Kesukaan

Kesukaan (kencenderungan hati) kepada sesuatu keinginan, sedangkan menurut istilah ialah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu

2) Keinginan

Keinginan adalah sesuatu barang atau jasa yang diinginkan, keinginan merefleksikan hasrat seseorang atau yang menjadi pilihan utama untuk mencapai pemuasan kebutuhan. Ini berarti, individu

⁵ Rifyal Dahlawy Chalil, dkk. *Brand, Islamic Branding, & Re-Branding*, (Depok: PT. Raja Grafindo Persada, 2021), hlm 72-73.

menginginkan produk, merek, atau jasa untuk memenuhi keinginannya.

3) Kepercayaan

Kepercayaan didefinisikan sebagai suatu keyakinan yang dimiliki konsumen bahwa dia hanya akan mendapatkan manfaat yang diinginkan melalui produk tertentu. Kepercayaan dianggap penting karena kepercayaan akan membantu menghindarkan maupun mengurangi pengorbanan waktu, energi, serta biaya kerugian lainnya.

d. Minat Menabung dalam Perspektif Islam

Minat menabung dalam perspektif Islam merupakan bagian dari perencanaan yang bijak serta bentuk tanggung jawab dalam mengelola harta. Penabung dalam Islam dikenal sebagai “wakaf” dan merupakan perbuatan terpuji yang dianjurkan Nabi saw. Muslim dituntut menabung untuk kebutuhan masa depan, seperti pendidikan, kesehatan, dan pensiun. Dalam Islam, penabung dianjurkan untuk digunakan membantu orang yang membutuhkan bantuan seperti bersedekah dan zakat. Hal ini juga merupakan persiapan untuk menghadapi situasi yang tidak terduga dimasa depan seperti sakit, kehilangan pekerjaan dan kebutuhan di hari tua nanti.⁶

Adapun firman Allah SWT dalam QS. An-Nisa: 4 ayat 9 yang berhubungan dengan minat menabung:

⁶ Hariyono. *Ekonomi Makro: Kunci Menuju Stabilitas Ekonomi dan Kesejahteraan Rakyat*, (Sleman: Grup Penerbitan CV Budi Utama, 2024), hlm.74.

وَلْيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكَوْا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعَفًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ
وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

Artinya: "Dan hendaklah orang-orang yang takut meninggalkan keturunan yang lemah setelah mereka sehingga mereka khawatir (terhadap mereka), maka hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar." (QS. An-Nisa: 9).

Kisah yang berkaitan dengan ayat ini adalah cerita tentang sahabat Nabi SAW, yaitu Sa'ad bin Abu Waqqash. Suatu hari ia ditimpa sakit, dan ia memiliki harta benda yang sangat banyak. Ia kemudian meminta fatwa kepada Rasulullah SAW karena ia bermaksud hendak mewasiatkan seluruh hartanya bagi kepentingan umum. Mulanya ia hendak mewasiatkan seluruh hartanya, tetapi dilarang oleh Rasulullah SAW. Kemudian ia berniat hendak memberikan separuh saja, itupun dilarang oleh Rasulullah SAW. Kemudian hendak diberikan sebagai wasiat sepertiga saja, lalu berkatalah Rasulullah SAW, "Sepertiga? Dan sepertiga itu pun sudah banyak. Sesungguhnya jika engkau tinggalkan pewaris-pewaris engkau itu di dalam keadaan mampu, lebih baik dari pada engkau tinggalkan mereka dalam keadaan melarat, menadahkan telapak tangan kepada sesama manusia".⁷

Ayat ini menunjukkan pentingnya seorang individu menyisihkan sebagian hartanya sebagai bentuk tanggung jawab terhadap keluarganya, terutama untuk anak-anak yang ditinggalkan. Niat ini sejalan dengan semangat menabung sebagai bagian dari perlindungan

⁷ <https://www.detik.com/hikmah/khazanah/d-7613920/surat-an-nisa-ayat-9-arab-latin-arti-dan-tafsirnya>, diakses pada tanggal 22 Oktober 2025 pukul 10.16 WIB.

dan perencanaan finansial keluarga ke depan.

2. Pengetahuan (*Knowledge*)

a. Pengertian Pengetahuan

Menurut Danang Sunyoto pengetahuan adalah semua informasi yang dimiliki oleh konsumen tentang berbagai macam produk maupun jasa tertentu dan informasi yang menyangkut dengannya sebagai konsumen. Secara umum, pengetahuan konsumen didefinisikan sebagai himpunan bagian dari semua informasi yang relevan yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk, serta pengetahuan lainnya berkenaan dengan fungsinya sebagai konsumen.⁸

Konsumen akan melihat suatu produk berdasarkan kepada karakteristik atau ciri atribut dari produk tersebut. Setiap konsumen mungkin memiliki kemampuan yang berbeda dalam menyebutkan karakteristik atau atribut dari suatu produk. Hal ini disebabkan perbedaan pengetahuan yang dimiliki oleh para konsumen tersebut.⁹

Menurut Susanto pengetahuan akan mempengaruhi tingkat keinginan atau minat seseorang ketika konsumen memiliki pengetahuan lebih banyak, maka akan terjadi lebih baik mengambil keputusan, akan lebih efisien dan lebih tepat dalam mengolah informasi dengan baik. Pengetahuan sangat penting bagi manusia dengan pengetahuan yang dimilikinya, manusia akan tahu mana yang benar mana yang salah, semakin luas pengetahuan manusia,

⁸ Danang Sunyoto, *Perilaku Konsumen: Panduan Riset Sederhana untuk mengenali Konsumen*, (Yogyakarta: Centre of Academic Publishing Service, 2013), hlm. 53.

⁹ Mila Diana Sari, *Perilaku Konsumen*, (Sidoarjo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2019), hlm. 41.

maka semakin luas pula pemikiran seseorang tentang suatu hal.¹⁰

b. Faktor-Faktor yang mempengaruhi Pengetahuan

Adapun yang menjadi faktor-faktor yang mempengaruhi pengetahuan masyarakat adalah sebagai berikut:¹¹

1) Pendidikan

Pendidikan dalam konteks minat nasabah memilih bank syariah memainkan peran yang bersifat fundamental, katalitik, dan multi dimensi. Peran ini tidak hanya menyangkut tingkat pendidikan formal nasaba, tetapi lebih luas lagi mencakup proses edukasi yang dilakukan oleh berbagai pemangku kepentingan termasuk bank syariah itu sendiri.

2) Umur

Semakin cukup umur maka kematangan dalam mendapatkan informasi akan semakin menjadi lebih baik dan paparan informasi yang didapat dari lingkungan sekitar maupun dari dunia maya akan bertambah.

3) Pendapatan

Pendapatan yang siap dibelanjakan yaitu sisa pendapatan individu setelah dikurangi pajak dan kewajiban lainnya, yang bersedia untuk tabungan, investasi, atau konsumsi memainkan peran yang mendasar dan kompleks dalam memengaruhi minat

¹⁰ Susanto, et al. "Analisis Minat Nasabah Dalam Memilih Tabungan Wadiah Pada Bank Syariah Indonesia KCP Soetta Ponorogo." *Wadiah*, vol 7, No 1, (2023), hlm. 20.

¹¹ Eka Wahyu Hestya Budianto. *Determinan Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah (2023-2025)*, (Kota Malang: PT. Afanin Media Utama, 2025), hlm.14-20.

nasabah untuk memilih bank syariah.

c. Indikator Pengetahuan

Pengetahuan dapat diukur dengan menggunakan beberapa indikator:¹²

1) Mengetahui

Ketika seorang calon nasabah tidak hanya sekedar mengetahui keberadaan bank syariah tetapi benar-benar mengerti perbedaan filosofis dan operasional yang mendasar disbanding bank konvensional, terbentuklah kerangka berpikir yang memungkinkan mereka mengevaluasi layanan yang tidak hanya dari sudut pandang finansial semata tetapi juga melalui lensa kesesuaian syariah yang kritis.

2) Pemahaman

Pemahaman yang mendalam tentang prinsip, mekanisme, dan nilai-nilai perbankan syariah berfungsi sebagai fondasi kognitif yang secara signifikan memengaruhi keputusan rasional dan emosional nasabah dalam memilih institusi keuangan syariah.

3) Pengalaman

Pengalaman merupakan hasil dari keterlibatan langsung individu dalam berbagai aktivitas atau situasi yang dihadapi secara berulang. Dari proses tersebut, individu memperoleh pembelajaran kontekstual yang bermanfaat dalam menghadapi dan

¹² Eka Wahyu Hestya Budianto. *Determinan Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah (2020-2021)*, (Kota Malang: PT. Afanin Media Utama, 2025), hlm. 210-213.

menyelesaikan masalah. Dengan demikian, pengalaman menjadi sumber penting dalam membentuk pengetahuan yang bersifat aplikatif dan relevan.

d. Pengetahuan dalam Perspektif Islam

Pengetahuan dalam perspektif Islam merupakan konsep yang sangat dihargai dan memiliki peran fundamental dalam kehidupan umat Muslim. Seiring dengan perkembangan zaman dan kemajuan teknologi yang begitu pesat, pemahaman tentang ilmu pengetahuan dan aplikasinya dalam pendidikan islam semakin relevan untuk dipahami. Di era globalisasi ini, peran ilmu pengetahuan modern dalam kehidupan masyarakat sangat besar, baik dalam bidang teknologi, ekonomi, maupun sosial. Namun, tantangan yang dihadapi adalah bagaimana ilmu pengetahuan ini tetap sejalan dengan nilai-nilai spiritual dan etika Islam. Pendidikan islam yang menekankan pada pemahaman hakikat ilmu pengetahuan akan memperkuat fondasi moral dan sosial dalam kehidupan masyarakat.¹³

Dengan adanya pengetahuan manusia akan lebih bersyukur dan menyadari fitrahnya sebagai makhluk ciptaan Allah SWT. Adapun firman Allah SWT dalam QS. An-Nahl:16 ayat 78 yang berhubungan dengan pengetahuan:

وَاللَّهُ أَخْرَجَكُمْ مِنْ بُطُونِ أُمَّهَاتِكُمْ لَا تَعْلَمُونَ شَيْئًا وَجَعَلَ لَكُمُ السَّمْعَ

¹³ Sabda, Syaifuddin. "Hakikat Ilmu Pengetahuan dalam Perspektif Pendidikan Islam." *Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science, Technology and Educational Research*. 2.2 (2025), hlm. 2965-2973.

وَالْأَبْصَارَ وَالْأَفْئِدَةَ لَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ

Artinya: Allah mengeluarkan kamu dari perut ibumu dalam keadaan tidak mengetahui sesuatu pun dan dia menjadikan bagi kamu pendengaran, penglihatan, dan hati nurani agar kamu bersyukur (QS. An-Nahl: 78).

Allah mahakuasa dan maha mengetahui tidak ada yang luput dari pengetahuan-Nya. Dan di antara bukti kekuasaan dan pengetahuan Allah adalah bahwa Dia telah mengeluarkan kamu, wahai manusia, dari perut ibumu. Kamu sebelumnya tidak ada, kemudian terjadilah suatu proses yang mewujudkanmu dalam bentuk janin yang hidup dalam kandungan ibu dalam waktu yang ditentukan-Nya. Ketika masanya telah tiba, Allah lalu mengeluarkanmu dari perut ibumu dalam keadaan tidak mengetahui sesuatu pun, baik tentang dirimu sendiri maupun tentang dunia di sekelilingmu. Dan Dia memberimu pendengaran agar dapat mendengar bunyi, penglihatan agar dapat melihat objek, dan hati nurani agar dapat merasa dan memahami. Demikianlah, Allah menganugerahkan itu semua kepadamu agar kamu bersyukur.¹⁴

Firman Allah SWT di atas menggambarkan keadaan manusia yang belum mengetahui apa-apa, tetapi dengan belajar dan mendengar, belajar dari pengalaman, belajar dari apa yang mereka lihat dan dengan menggunakan kekuatan akal dan pikiran kemudian menjadi paham dan mengerti.

3. Promosi (*Promotion*)

¹⁴ <https://quran.nu.or.id/an-nahl/78>, diakses pada tanggal 22 Oktober 2025 pukul 10.30 WIB.

a. Pengertian Promosi

Fadilla, dkk, berpendapat bahwa promosi adalah sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya karena selain menginformasikan produk juga berfungsi untuk mengingatkan nasabahnya maupun calon nasabah akan produk yang ditawarkan. Dengan strategi promosi yang tepat, bank syariah dapat menonjolkan keunggulan produk dan nilai-nilai syariah yang diusung, sehingga meningkatkan kepercayaan dan loyalitas nasabah.¹⁵

Strategi promosi merupakan serangkaian tindakan yang dilakukan oleh bisnis untuk mencapai tujuan pemasaran tertentu. Secara umum, tujuan dari strategi promosi adalah untuk mempengaruhi perilaku konsumen agar tertarik membeli dan loyal terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu, bank syariah perlu merancang strategi promosi yang efektif dan sesuai dengan nilai-nilai syariah untuk menarik dan mempertahankan nasabah. Hal ini dapat dilakukan melalui berbagai saluran komunikasi, seperti iklan, pemasaran langsung, hubungan masyarakat, dan promosi penjualan, yang disesuaikan dengan karakteristik target pasar. Dengan menggunakan promosi periklanan yang di pasang melalui media cetak seperti, koran, brosur, dan lain sebagainya, maupun media elektronik seperti, televisi, internet, radio, dan lain sebagainya. Perusahaan berharap iklan tersebut dapat mempengaruhi dan membujuk

¹⁵ Fadilla, Choiriyah, & Aravik, H., *Islamic Marketing: Konsep, Filosofi dan Implementasi*. (Yogyakarta: Deepublish, 2021), hlm. 46.

masyarakat agar menggunakan produk dan jasa bank syariah.¹⁶

b. Indikator Promosi

Promosi dapat diukur dengan menggunakan beberapa indikator:¹⁷

1) Periklanan

Periklanan merupakan promosi yang dilakukan dalam bentuk gambar atau tayangan. Menyampaikan pesan yang faktual, tidak dilebih-lebihkan, serta tidak menimbulkan persepsi yang salah mengenai keuntungan produk.

2) Penjualan Pribadi

Penjualan pribadi pada bank syariah memiliki dimensi moral yang lebih besar, karena petugas harus menjelaskan akad secara benar bukan sekedar mengejar target. Penjualan pribadi mencakup berbicara secara pribadi dengan pelanggan potensial untuk mempelajari kebutuhan mereka dan memasarkan produk penjual. Dengan memungkinkan pembeli untuk terhubung dengan penjual dan mengajukan pertanyaan, pemasaran semacam ini membangun interaksi pribadi antara vendor dan pelanggan, serta meningkatkan kepercayaan perusahaan.

3) Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi penjualan (*sales promotion*) adalah berbagai kumpulan alat insentif, yang sebagian besar berjangka

¹⁶ Muhammad Syarif, dkk, *Pengantar Manajemen Pemasaran*, (Agam, Sumatera Barat: Yayasan Tri Edukasi Ilmiah, 2024), hlm.151.

¹⁷ Warto Ahmad Saifuddin, *Manajemen Pemasaran Perbankan Syariah: Konsep, Strategi, dan Implementasi*, (Bogor: Pustaka Islam, 2025), hlm.168.

pendek, yang dirancang untuk merangsang pembelian produk atau jasa tertentu dengan lebih cepat dan lebih besar oleh konsumen atau pedagang. Alat-alat promosi penjualan meliputi sampel produk, kupon, pengembalian tunai, harga khusus, barang khusus iklan, penghargaan dukungan, pajangan dan demonstrasi titik pembelian, dan kontes, undian serta permainan.

c. Promosi dalam Perspektif Islam

Promosi dalam pandangan Islam memiliki misi ganda yaitu memperkenalkan keunggulan produk serta melakukan dakwah (*advocacy*) terhadap prinsip keuangan Islam. Oleh karena itu, promosi syariah menekankan integritas moral, transparansi, dan tanggung jawab sosial. Promosi tidak boleh berlebihan, tidak boleh menipu, dan tidak boleh menimbulkan ekspektasi yang tidak realistis. Dengan demikian promosi bank syariah harus mampu menciptakan keseimbangan antara efektivitas pemasaran.¹⁸

Adapun firman Allah SWT dalam QS. Ali Imran: 3 ayat 77 yang berhubungan dengan promosi:

إِنَّ الَّذِينَ يَشْتَرُونَ بِعَهْدِ اللَّهِ وَأَيْمَانِهِمْ ثَمَنًا قَلِيلًا أُولَٰئِكَ لَا خَلَاقَ لَهُمْ فِي الْآخِرَةِ وَلَا يُكَلِّمُهُمُ اللَّهُ وَلَا يَنْظُرُ إِلَيْهِمْ يَوْمَ الْقِيَمَةِ وَلَا يُزَكِّيهِمْ وَلَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ

Artinya: Sesungguhnya orang-orang yang menukar janji (nya dengan) Allah dan sumpah-sumpah mereka dengan harga yang sedikit, mereka itu tidak mendapat bahagian (pahala) di akhirat, dan Allah tidak akan berkata-kata dengan mereka dan tidak akan melihat kepada mereka

¹⁸ Warto Ahmad Saifuddin, *Manajemen Pemasaran Perbankan Syariah: Konsep, Strategi, dan Implementasi*, (Bogor: Pustaka Islam, 2025), hlm.167.

pada hari kiamat dan tidak (pula) akan mensucikan mereka bagi mereka azab yang pedih. (QS. Ali Imran: 77).

Ayat ini mengancam kepada siapa saja yang berkhianat, dan menukarnya dengan hal-hal yang bersifat duniawi yang tidak ada nilainya di hadapan Allah. Sesungguhnya orang-orang yang memperjualbelikan atau menukar janji yang dikuatkan dengan nama Allah untuk ditepati, dan sumpah-sumpah mereka dengan hal-hal yang bersifat duniawi, itu sama saja mereka menukarnya dengan harga murah atau nilai yang rendah dibanding balasan yang kelak diterimanya di akhirat jika mereka jujur, mereka justru tidak memperoleh bagian sama sekali di akhirat. Bukan itu saja Allah juga tidak akan menyapa mereka, tidak akan memperhatikan mereka dengan pandangan rahmat pada hari kiamat, dan tidak akan menyucikan atau mengampuni dosa-dosa mereka. Bagi mereka azab yang pedih di neraka, dan mereka kekal di dalamnya.¹⁹

Ayat ini diturunkan berkaitan dengan konsep promosi dalam islam mencoba memberikan petunjuk atas kelemahan promosi yang diajarkan oleh kontemporer, diantaranya adalah tidak memberikan janji yang berlebihan, serta menjelaskan manfaat produk yang sebenarnya. Kejujuran dalam melakukan promosi perlu dilakukan untuk membangun kepercayaan kepada calon konsumen.

¹⁹ <https://quran.nu.or.id/ali-imran/77>, diakses pada tanggal 22 Oktober 2025 pukul 10.43 WIB.

4. Aksesibilitas (*Accessibility*)

a. Pengertian Aksesibilitas

Reza A.A Wattimena berpendapat bahwa aksesibilitas adalah mengukur seberapa nyaman akses penggunaan yang dapat dicapai, serta tantangan dan alasan apa yang membuat seseorang tidak dapat menjangkau lokasi tersebut dan bagaimana lokasi tersebut dapat di akses melalui system jaringan transportasi. Aksesibilitas masih menjadi aspek krusial bagi masyarakat dalam mengakses layanan keuangan.²⁰

Aksesibilitas berarti kemudahan melakukan pergerakan diantara dua tempat. Aksesibilitas meningkat dari sisi waktu atau uang ketika pergerakan menjadi lebih murah. Selain itu, kecenderungan untuk berinteraksi juga akan meningkat ketika biaya pergerakan menurun. Oleh karena itu, perluasan jaringan kantor menjadi langkah strategis yang harus ditempuh perbankan nasional untuk meningkatkan jangkauan layanannya hingga ke pelosok negeri. Meskipun demikian, aksesibilitas tidak dapat berdiri sendiri unsur keamanan, keandalan, dan kualitas pelayanan tetap menjadi perhatian utama nasabah. Inilah alasan mengapa aksesibilitas menjadi salah satu faktor kunci dalam pemanfaatan fasilitas seperti mesin ATM. Agar mampu membentuk persepsi positif mengenai aksesibilitas layanan, perbankan dituntut untuk lebih inovatif dalam strategi pemasaran dan pembangunan citra

²⁰ Reza A.A Wattimena, *Filsafat Dan Sains Sebuah Pengantar*. (Jakarta: PT.Grasindo, 2008), hlm. 275.

merek.²¹

Aksesibilitas dalam keuangan syariah merujuk pada kemampuan masyarakat untuk memperoleh layanan keuangan secara mudah, cepat, aman, dan sesuai kebutuhan mereka. Dimensi ini mencakup aspek ketersediaan yakni keberadaan jaringan layanan baik fisik maupun digital, keterjangkauan yakni biaya layanan yang sejalan dengan prinsip keadilan, kemudahan proses, persyaratan hingga fleksibilitas waktu pelayanan.²²

b. Indikator Aksesibilitas

Aksesibilitas dapat diukur dengan menggunakan beberapa indikator yaitu sebagai berikut:²³

1) Kemudahan Mengakses

Kemudahan mengakses dapat diukur melalui tiga aspek utama: waktu, biaya, dan upaya yang diperlukan untuk berpindah dari satu lokasi ke lokasi lain dalam suatu wilayah atau sistem. Salah satu indikator untuk menilai apakah aksesibilitas di suatu daerah tergolong tinggi atau rendah adalah jumlah jaringan transportasi atau sistem konektivitas yang tersedia. Semakin banyak jaringan yang terhubung di suatu kawasan, maka semakin tinggi tingkat aksesibilitasnya, karena pergerakan menjadi lebih mudah dan

²¹ Diah Puspita Ningrum, *Transportation System: Sistem Transportasi*. (Edu Gorilla Community Pvt.Ltd., 2019), hlm 24.

²² Warto Ahmad Saifuddin, *Manajemen Pemasaran Perbankan Syariah: Konsep, Strategi, dan Implementasi*, (Bogor: Pustaka Islam, 2025), hlm.161.

²³ Warto Ahmad Saifuddin, *Manajemen Pemasaran Perbankan Syariah: Konsep, Strategi, dan Implementasi*, (Bogor: Pustaka Islam, 2025), hlm.163-165.

efisien. Sebaliknya, keterbatasan jumlah jaringan akan menyebabkan rendahnya aksesibilitas, sehingga membuat suatu wilayah menjadi lebih sulit dijangkau dari tempat lain.

2) Lokasi

Lokasi bank merupakan tempat dimana diperjual belikannya produk perbankan dan pusat pengendalian perbankan. Ada beberapa macam lokasi kantor bank yaitu lokasi kantor pusat, cabang utama, cabang pembantu, kantor kas dan lokasi mesin-mesin anjungan tunai mandiri. Pemilihan lokasi yang strategis memiliki pengaruh untuk menentukan tercapainya tujuan badan usaha.

c. Aksesibilitas dalam Perspektif Islam

Aksesibilitas dalam kerangka maqasid *al-syari'ah* berkaitan erat dengan *hifz al-mal*, yakni perlindungan terhadap harta. Masyarakat yang tidak memiliki akses pada lembaga keuangan formal sering kali menyimpan uang tanpa perlindungan, rentan terhadap risiko pencurian, atau mengandalkan transaksi yang tidak aman. Keadilan sosial dalam Islam menuntut agar layanan keuangan tidak boleh hanya dinikmati kelompok masyarakat tertentu. Oleh karena itu, perluasan akses merupakan bagian dari kewajiban institusi keuangan syariah untuk menjaga keamanan asset masyarakat. Ketika perbankan syariah hanya beroperasi di kota besar atau melayani kelas ekonomi menengah keatas, maka terjadi

ketimpangan distribusi manfaat. Dalam kerangka tersebut aksesibilitas menjadi tolok ukur keadilan sosial karena memastikan bahwa layanan bank syariah dapat menjangkau masyarakat marginal, seperti petani, nelayan, pekerja informal, dan komunitas pedesaan.²⁴

5. Bank Syariah

a. Pengertian Bank Syariah

Bank Syariah adalah suatu lembaga keuangan yang berperan sebagai perantara (*arrangeef*) bagi pihak yang berlebihan dana dengan pihak yang kekurangan dana untuk kelancaran kegiatan usahanya dan kegiatan lainnya sesuai dengan hukum Islam. Selain itu bank syariah juga disebut dengan bank Islam (*Islamic Banking*) yaitu suatu sistem bunga (*riba*), spekulasi (*maisir*) dan ketidakpastian atau ketidakjelasan (*gharar*).²⁵

Sesuai UU No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah, bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah, atau prinsip hukum Islam yang diatur dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) seperti prinsip keadilan dan keseimbangan, kemaslahatan, *universalisme*, serta tidak mengandung *gharar*, *maysir*, *riba*, *zalim*, dan objek haram.²⁶

²⁴ Warto Ahmad Saifuddin, *Manajemen Pemasaran Perbankan Syariah: Konsep, Strategi, dan Implementasi*, (Bogor: Pustaka Islam, 2025), hlm.162.

²⁵ Muhammad Wandisyah R Hutagalung, *Analisis Pembiayaan Bank Syariah*, (Medan: Merdeka Kreasi, 2021), hlm.4.

²⁶ Syafril, *Bank dan Lembaga Keuangan Modern Lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2020), hlm.149.

b. Prinsip dasar Bank Syariah

Dalam operasionalnya bank syariah harus selalu dalam menjalankan perusahaan dengan prinsip-prinsip sebagai berikut:²⁷

- 1) Prinsip keadilan, prinsip ini tercermin dari penerapan imbalan atas dasar bagi hasil dan pengambilan margin keuntungan yang disepakati bersama.
- 2) Prinsip kemitraan, yang bank menempatkan nasabah penyimpan dana, maupun bank pada kedudukan yang sama antara nasabah penyimpan dana nasabah pengguna maupun bank yang sederajat bertindak sebagai mitra usaha.
- 3) Prinsip transparansi, yaitu melalui laporan keuangan bank yang terbuka secara berkesinambungan, nasabah dapat mengetahui tingkat keamanan dana kualitas manajemen bank.
- 4) Prinsip universalitas, bank dalam mendukung operasionalnya tidak membedakan suku, agama, ras golongan masyarakat dengan prinsip Islam sebagai *rahmatan lil' alamin*.

c. Fungsi Bank Syariah

Adapun yang menjadi fungsi utama dari Bank syariah adalah sebagai berikut:²⁸

- 1) Menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat.

²⁷ Muhammad Wandisyah R Hutagalung, *Analisis Pembiayaan Bank Syariah*, (Medan: Merdeka Kreasi, 2021), hlm. 6.

²⁸ Syafril, *Bank dan Lembaga Keuangan Modern Lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2020), hlm.151.

- 2) Menjalankan fungsi sosial dalam bentuk lembaga baitulmal, yaitu menerima dana yang berasal dari ZISWAF dan menyalurkannya kepada organisasi pengelola zakat.
- 3) Memberikan pelayanan dalam bentuk jasa perbankan syariah.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini mengacu pada penelitian yang sudah diteliti oleh beberapa peneliti terdahulu. Hasil penelitian tersebut digunakan sebagai perbandingan dalam menganalisa variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Berikut adalah beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya:

Tabel II.1
Penelitian Terdahulu

N o	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Eka Fariani Muhammad, Haris Riyaldi, Yani Prihatina Eka Furda. ²⁹	Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Indonesia	Dari hasil penelitian dengan menggunakan 100 responden masyarakat Kota Banda Aceh maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat Kota Banda Aceh untuk menabung di Bank Syariah Indonesia. Sedangkan Promosi dan fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat Kota Banda Aceh untuk menabung di Bank Syariah Indonesia. Dari hasil uji simultan menunjukkan bahwa pengetahuan, promosi dan fasilitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk menabung di Bank Syariah Indonesia.

²⁹ Fariani, et.al "Analisis faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menabung di Bank Syariah Indonesia." *Al-Ahkam: Jurnal Syariah dan Peradilan Islam*, vol 1, No.2, (2021), hlm. 1-17.

2	Andre Muzakir, Yunia Ulfa Variana, Any Tsalasatul Fitriyah, Suriani. ³⁰	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Desa Lajut Kecamatan Praya Tengah)	Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa uji parsial (uji-t) variabel kepercayaan, persepsi dan promosi berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah. Dengan tingkat signifikansi variabel kepercayaan sebesar $0,028 < 0,05$, tingkat signifikansi variabel persepsi sebesar $0,002 < 0,05$, tingkat signifikansi variabel promosi sebesar $0,000 < 0,05$. Sedangkan variabel pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah, dengan tingkat signifikansi sebesar $0,356 > 0,05$. Dari hasil dari uji simultan (uji-f) variabel kepercayaan, persepsi, pengetahuan dan promosi berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah, dapat dilihat dari nilai f sebesar 23,243 dengan nilai probabilitas (sig.) sebesar $0,000 < 0,05$.
3	Hafizh Dwi Febrianto. ³¹	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa Untuk Menjadi Nasabah Bank Syariah	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa menjadi nasabah bank syariah. (2) Persepsi berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa menjadi nasabah bank syariah. (3) Promosi berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa

³⁰ Andre Muzakir, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Desa Lajut Kecamatan Praya Tengah), "Published by Jurnal Perbankan Syariah Journal Homepage: <https://Journal.Uinmataram.Ac.Id/Index.Php/Jps/Index>", 2.100 (2023), hlm. 37–49.

³¹ Hafizh Dwi Febrianto, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menjadi Nasabah Bank Syariah", *Journal of Macroeconomics and Social Development*, vol 1, no 2 (2023), hlm. 1–22. <<https://doi.org/10.47134/jmsd.v1i2.85>>.

			menjadi nasabah bank syariah. (4) Pengetahuan (X1), Persepsi (X2), Promosi (X3), secara bersama sama memiliki pengaruh positif terhadap minat mahasiswa menjadi nasabah bank syariah. sehingga hasil penelitian ini dapat menjadi pertimbangan bagi bank syariah untuk meningkatkan citra dan sarana promosi agar tingkat kepercayaan calon nasabah akan semakin baik lagi.
4	Awal Habibah dan Afriani Nur Hasanah. ³²	Pengetahuan Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung dibank Syariah (Studi pada Masyarakat Desa Pagar Puding Kec. Tebo Ulu)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Pernah Menabung, Terdapat pengaruh signifikan pengetahuan masyarakat tentang perbankan syariah terhadap minat menabung dibank syariah. Hasil Koefisien Regresinya positif berarti arah hubungannya searah, besar pengaruhnya 12,8% dan sisanya 87,2% dipengaruhi variabel lain. (2) Tidak Pernah Menabung, Terdapat pengaruh signifikan pengetahuan masyarakat tentang perbankan syariah terhadap minat menabung di bank syariah. Hasil Koefisien Regresinya positif berarti arah hubungannya searah, besar pengaruhnya 56,6% dan sisanya 43,4% dipengaruhi variabel lain.
5	Raja Zainal Abidin Harahap, Darwis Harahap, Rukiah, M. Fauzan, Ananda	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menggunakan Jasa Perbankan	Hasil penelitian ini yaitu variabel lokasi dan pengetahuan produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat Desa Pudun Julu Kec. Padangsidempuan Batunadua menggunakan jasa perbankan syariah. Kemudian

³² Awal Habibah, and Afriani Nur Hasanah, "Pengetahuan Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Dibank Syariah (Studi Pada Masyarakat Desa Pagar Puding Kec. Tebo Ulu)", *Telanaipura Jambi*, vol 1, no. 1, (2021), hlm. 44–57.

	Anugrah Nasution. ³³	Syariah	variabel promosi tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat Desa Pudun Julu Kec. Padangsidempuan Batunadua.
6	Devi Amalia Puspa, Mahmudatus Sadiyah. ³⁴	Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Digital Marketing dan Aksesibilitas Terhadap Minat Menabung Generasi Z pada Bank Syariah	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel yaitu variabel literasi keuangan syariah berpengaruh signifikan Terhadap Minat Menabung Generasi Z pada Bank Syariah. Digital marketing berpengaruh signifikan Terhadap Minat Menabung Generasi Z pada Bank Syariah. Dan aksesibilitas berpengaruh signifikan Terhadap Minat Menabung Generasi Z pada Bank Syariah.

Persamaan dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah sebagai berikut:

- 1) Eka Fariani Muhammad, Haris Riyaldi, Yani Prihatina Eka Furda.

Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang minat masyarakat dalam menabung di bank syariah Indonesia. Perbedaannya yaitu pada penelitian terdahulu variabel yang di ukur adalah: pengetahuan, promosi dan fasilitas. Sementara pada penelitian ini variabel yang di ukur adalah: promosi, pengetahuan dan aksesibilitas.

³³ Raja Zainal et al., "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menggunakan Jasa Perbankan Syariah", vol 7, No. 30, (2022), hlm.864–91.

³⁴ Sadiyah, Mahmudah, and Devi Amalia Puspa. "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Digital Marketing dan Aksesibilitas Terhadap Minat Menabung Generasi Z pada Bank Syariah." *Quranomic: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 3.2 (2024): 25-43.

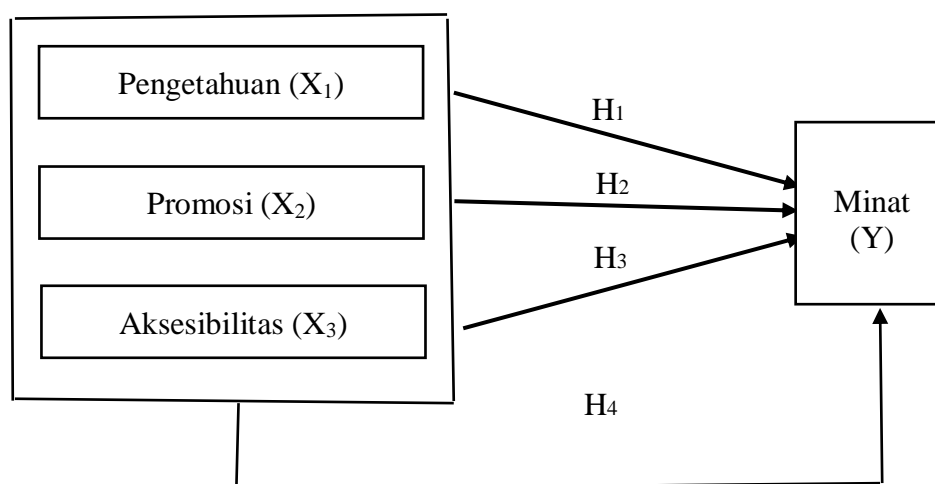
- 2) Andre Muzakir, Yunia Ulfa Variana, Any Tsalasatul Fitriyah, Suriani. Persamaan dengan penelitian ini adalah menggunakan variabel penelitian yang sama yaitu faktor promosi dan faktor pengetahuan. Perbedaan antara penelitian terdahulu dan penelitian ini hanya terletak pada tempat penelitiannya.
- 3) Hafizh Dwi Febrianto. Persamaan dengan penelitian ini adalah menggunakan variabel penelitian yang sama yaitu faktor promosi dan faktor pengetahuan. Perbedaannya yaitu pada penelitian terdahulu sampel yang digunakan pada penelitian adalah mahasiswa. Sementara pada penelitian ini sampel yang digunakan adalah masyarakat.
- 4) Awal Habibah dan Afriani Nur Hasanah. Persamaan dengan penelitian ini yaitu hanya pada variabel pengetahuan dan indikator yang digunakan. Perbedaannya yaitu pada penelitian terdahulu hanya satu faktor yang dibahas sementara pada penelitian ini ada beberapa faktor yang dibahas.
- 5) Raja Zainal Abidin Harahap, Darwis Harahap, Rukiah, M. Fauzan, Ananda Anugrah Nasution. Persamaan dengan penelitian ini adalah menggunakan variabel penelitian yang sama yaitu faktor promosi dan faktor pengetahuan dan faktor lokasi/ aksesibilitas. Perbedaan antara penelitian terdahulu dan penelitian ini hanya terletak pada tempat penelitiannya.
- 6) Devi Amalia Puspa, Mahmudatus Sadiyah. Persamaan dengan penelitian ini adalah menggunakan variabel penelitian yang sama yaitu

aksesibilitas. Perbedaan antara penelitian terdahulu dan penelitian ini hanya terletak 2 variabel yang berbeda dan juga pada tempat penelitiannya.

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir adalah penjelasan sementara terhadap suatu gejala yang menjadi objek permasalahan kita. Kerangka pikir ini disusun dengan berdasarkan pada tinjauan pustaka dan hasil penelitian yang relevan atau terkait. Kerangka pikir ini merupakan suatu argumentasi kita dalam merumuskan hipotesis. Dalam merumuskan suatu hipotesis, argumentasi kerangka pikir menggunakan logika deduktif (untuk metode kuantitatif) dengan memakai pengetahuan ilmiah sebagai dasarnya.³⁵

Gambar II.1
Kerangka Pikir



Keterangan:

Hubungan secara parsial: \longrightarrow

³⁵ Rahman Rahim, *Cara Praktis Penulisan Karya Ilmiah*, (Yogyakarta: Zahir Publishing 2020), hlm.44.

Hubungan secara simultan: —————→

Dari gambar diatas dapat diketahui bahwa Pengetahuan (X_1) secara parsial mempengaruhi minat masyarakat, Promosi (X_2) secara parsial mempengaruhi minat masyarakat, Aksesibilitas (X_3) mempengaruhi minat masyarakat menabung pada Bank Syariah. Terlihat juga bahwa Pengetahuan, Promosi dan Aksesibilitas berpengaruh secara simultan terhadap minat masyarakat menabung pada Bank Syariah.

D. Hipotesis

Dalam konteks penelitian ilmiah, hipotesis merupakan pernyataan sementara atau dugaan yang diajukan peneliti sebagai jawaban atas rumusan masalah yang diajukan. Hipotesis ini berfungsi sebagai landasan teoritis yang menjadi pijakan dalam pengujian empirik di lapangan. Proses pembentukan hipotesis melibatkan sintesis antara kajian pustaka, landasan teori, dan pengamatan terhadap fenomena yang diteliti. Dalam hal ini, hipotesis bukanlah jawaban pasti melainkan dugaan yang sifatnya sementara dan memerlukan verifikasi melalui data empiris.³⁶

Berdasarkan kerangka pikir yang telah dikemukakan, maka hipotesis dari penelitian ini adalah:

H_{a1} = Ada pengaruh pengetahuan terhadap minat masyarakat menabung pada Bank Syariah Kota Padangsidempuan.

H_{a2} = Ada pengaruh promosi terhadap minat masyarakat menabung pada Bank

³⁶ Sijal, M. *Penelitian, hipotesis. Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis*, (2024), hlm.23.

Syariah Kota Padangsidempuan.

H_{a3} = Ada pengaruh aksesibilitas berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung pada Bank Syariah Kota Padangsidempuan.

H_{a4} = Ada pengaruh pengetahuan, promosi dan aksesibilitas secara simultan terhadap minat masyarakat menabung pada Bank Syariah Kota Padangsidempuan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Kelurahan Bintuju, Kecamatan Angkola Muaratais Kabupaten Tapanuli Selatan, Provinsi Sumatera Utara. Adapun waktu penelitian ini dimulai pada bulan Agustus 2025 sampai dengan Oktober 2025.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Karakteristik utama dari pendekatan ini adalah pengukuran variabel secara terstruktur dan penggunaan instrumen penelitian yang telah dibakukan, seperti angket atau kuesioner, untuk memperoleh data primer yang relevan.¹ Pendekatan tersebut dipilih karena fokus penelitian ini untuk menganalisis hubungan serta pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen.

Penelitian ini yang dilakukan dengan cara langsung mendatangi responden bertempat penelitian dengan mengumpulkan seluruh data yang dapat dihitung yang berhubungan dengan data numerik. Dalam hal ini, variabel independen meliputi pengetahuan, promosi, dan aksesibilitas, sedangkan variabel dependen adalah minat masyarakat menabung pada Bank Syariah.

¹ Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2019), hlm.23.

C. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang sudah berusia 17 tahun ke atas dan jumlah masyarakat tersebut sebanyak 1.520 orang.²

b. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang terpilih dan mewakili populasi tersebut. Sampel merupakan prosedur pengambilan data dimana hanya sebagian populasi saja yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dikehendaki dari suatu populasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *Purposive Sampling* yaitu dengan kriteria karakteristik sampel harus sesuai dengan tujuan dari penelitian, sampel berdasarkan individu, kelompok, maupun wilayah harus memenuhi latar belakang yang diinginkan penelitian, dan sampel yang dipilih harus benar-benar menjadi ciri-ciri mayoritas pada populasi yang sesuai dan relevan dengan tujuan penelitian.³

Adapun sampel dalam penelitian ini ditentukan menggunakan rumus

² Sunggulon, Lurah di Kelurahan Bintuju, *wawancara* (Kelurahan Bintuju, 1 Agustus 2025. Pukul 10.15 WIB).

³ Dina Hermina and Nuril Huda, *Memahami Populasi Dan Sampel: Pilar Utama Dalam Penelitian Kuantitatif*, (2024), hlm. 37–48.

slovin:

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

Keterangan:

n = Sampel

N = Populasi

e = error (10 %)

Berdasarkan rumus *slovin* diatas maka dapat disimpulkan jumlah sampel dalam penelitian ini adalah:

$$n = \frac{1.520}{1 + 1.520 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{1.520}{1 + 15,2}$$

$$n = \frac{1.520}{16,2}$$

$$n = 93,82$$

Berdasarkan perhitungan tersebut maka jumlah sampel dalam penelitian ini digenapkan menjadi 94 responden.

D. Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah data yang berasal langsung dari sumber utama melalui hasil pengisian kuesioner (angket), maupun survei, yang dilakukan oleh peneliti.⁴ Penelitian ini akan memperoleh data dari

⁴ Muh. Yani Balaka, *Metodologi Penelitian* (Bandung: Widima Bhakti Persada, 2022), hlm. 21.

penyebaran kuesioner kepada masyarakat Kelurahan Bintuju.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari bentuk dokumen, buku, foto, transkrip dan sebagainya, yang mampu memberikan gambaran terkait keadaan individu atau kelompok tempat dimana penelitian dilakukan.⁵

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner (Angket)

Angket adalah teknik pengumpulan data secara langsung atau tidak langsung atau pengumpulan data yang berisi sejumlah pertanyaan yang harus dijawab oleh responden. Angket dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui internet.⁶

Skala Likert yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari lima tingkatan jawaban sebagai berikut:

Tabel III.1
Skor berdasarkan Skala Likert

No	Simbol	Pernyataan	Skor
1	SS	Sangat Setuju	5
2	S	Setuju	4
3	KS	Kurang Setuju	3
4	TS	Tidak Setuju	2
5	STS	Sangat Tidak Setuju	1

⁵ Sapto Haryako, *Analisis Data Penelitian Kualitatif* (Makassar: Badan Penerbit UNM, 2020), hlm.124.

⁶ Rohman, Siti Sarah, *"Pengembangan Instrumen Angket"* (Banguntapan, Bantul, Yogyakarta: 2021), hlm. 23.

Adapun kisi-kisi angket variabel pada penelitian ini adalah:

Tabel III. 2
Kisi-Kisi Angket

No	Variabel	Indikator	Nomor Pertanyaan
1	Minat (Y)	1. Kesukaan 2. Keinginan 3. Kepercayaan	1,2 3,4 5,6
2	Pengetahuan (X1)	1. Mengetahui 2. Pemahaman 3. Pengalaman	1,2 3,4 5,6
3	Promosi (X2)	1. Periklanan 2. Penjualan pribadi 3. Promosi penjualan (<i>sales promotion</i>)	1,2 3,4 5,6
4	Aksesibilitas (X3)	1. Lokasi yang terjangkau 2. Kemudahan mengakses layanan 3. Tepat waktu	1,2 3,4 5,6

2. Wawancara

Wawancara adalah metode mengumpulkan data dengan cara menanyakan langsung kepada seseorang yang dianggap ahli dalam bidangnya dan juga yang berwenang dalam menyelesaikan suatu permasalahan. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti.⁷

3. Dokumentasi

Metode ini dilakukan dengan cara mencari data tentang hal-hal yang berkaitan dalam pembahasan penelitian, yang berupa arsip-arsip yang

⁷ Slamet Riyanto and Andi Rahman Putera, *Metode Riset Penelitian Kesehatan & Sains* (Yogyakarta: Deepublish (CV Budi Utama), 2022), hlm. 65.

berkaitan dengan penelitian ini.⁸

F. Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui serta menguji ketepatan dan ketetapan suatu alat ukur untuk dipergunakan sebagai pengukur sesuatu yang seharusnya diukur.⁹ Dimana untuk menentukan r_{tabel} diperoleh dari rumus $df = n-2$, $df = (94-2)$ dengan (n) jumlah seluruh sampel dan taraf signifikansi 10% atau 0,1. Sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada kolom *pearson correlation*. Kriteria pengujian uji validitas adalah sebagai berikut:¹⁰

- 1) Jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$, maka instrumen penelitian dikatakan valid
- 2) Jika $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$, maka instrumen penelitian dikatakan tidak valid

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah sebuah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah kusioner yang digunakan dalam pengambilan data penelitian sudah dapat dikatakan reliabel atau tidak pada uji reliabilitas penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *Alpha Cronbach*.¹¹

Uji reliabilitas dilakukan dengan tingkat signifikan yang digunakan.

Dalam penelitian ini tingkat signifikan yang digunakan adalah 0,60

⁸ Slamet Riyanto and Andi Rahman Putera, *Metode Riset Penelitian Kesehatan & Sains* (Yogyakarta: Deepublish CV Budi Utama, 2022), hlm. 65.

⁹ Esi Rosita, et.al, "Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Perilaku Prososial", *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)*, vol 4, No.4 (2021), hlm.279 <<https://doi.org/10.22460/fokus.v4i4.7413>>.

¹⁰ Darma, B. "Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)" *Guepedia*, (2021), hlm.27.

¹¹ Rosita, et.al.

tergantung kebutuhan dalam penelitian. Adapun kriteria pengujiannya sebagai berikut:

- 1) Jika nilai *Cronbach alpha* > tingkat signifikan atau 0,60, maka instrumen dikatakan reliabel.
- 2) Jika nilai *Cronbach alpha* < tingkat signifikan atau 0,60, maka instrumen dikatakan tidak reliabel.

G. Uji Statistik Deskriptif

Metode statistik deskriptif merupakan metode yang membantu menggambarkan, menunjukkan atau meringkas data dengan cara yang konstruktif. Metode ini mengacu pada gambaran statistik yang membantu memahami detail data dengan meringkas dan menemukan pola dari sampel data tertentu.¹² Analisis deskriptif adalah analisis dasar dalam perhitungan statistik, dimana tujuan analisis deskriptif ini untuk mengetahui nilai rata-rata (*mean*), nilai tengah (*median*), nilai yang sering muncul (*modus*), jumlah (*sum*), deviasi standar atau simpangan baku (*standar deviation*), ragam data (*variance*), selisih nilai tertinggi dengan nilai terendah (*range*), nilai terendah (*minimum*), nilai tertinggi (*maximum*).¹³

H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan proses sistematis yang dilakukan untuk mengolah, menafsirkan, dan menarik kesimpulan dari data yang telah dikumpulkan, dengan tujuan untuk menguji hipotesis serta menjelaskan

¹² Sofwatillah and others, 'Teknik Analisis Data Kuantitatif Dan Kualitatif Dalam Penelitian Ilmiah', *Journal Genta Mulia*, 15.2 (2024), 79–91.

¹³ Riyanto and Putera, *Metode Riset Penelitian Kesehatan & Sains*, hlm. 41.

hubungan antar variabel dalam suatu penelitian. Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini dengan bantuan aplikasi IBM SPSS sebagai alat hitung. Adapun teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji data penelitian baik variabel dependen maupun variabel independen terdistribusi normal atau tidak. Jika terdistribusi normal, maka dapat digunakan uji statistik jenis parametrik. Sedangkan jika data tidak terdistribusi normal maka dapat digunakan uji statistik non parametrik. Penelitian ini menggunakan metode *on sample kolmogrov-smirnov*, sehingga kriteria pengujiannya apabila:

- 1) Nilai signifikan $> 0,1$ maka data memiliki distribusi normal.
- 2) Nilai signifikan $< 0,1$ maka data memiliki distribusi tidak normal.¹⁴

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan persyaratan statistik yang harus dipenuhi dalam analisis regresi linear berganda berbasis *Ordinary Least Squares* (OLS). Untuk memastikan bahwa model regresi yang diperoleh adalah yang terbaik dalam hal ketepatan estimasi, ketiadaan bias, dan konsistensi, diperlukan pengujian asumsi klasik.¹⁵

a. Uji Multikolinearitas

¹⁴ Matondang, Z., & Nasution, H. F. *Praktik analisis data: Pengolahan ekonometrika dengan Eviews dan SPSS*. (Merdeka Kreasi Group: 2022), hlm. 26.

¹⁵ Nanda Yoga Aditiya, et al., "Konsep Uji Asumsi Klasik Pada Regresi Linier Berganda", *Jurnal Riset Akuntansi Soedirman*, vol 2, No. 2 (2023), hlm. 10. <<https://doi.org/10.32424/1.jras.2023.2.2.10792>>.

Multikolinearitas adalah keadaan dimana dua atau lebih variabel bebas saling berkorelasi. Uji multikolinearitas adalah untuk melihat apakah terdapat hubungan antara variabel independen dalam suatu model analisis regresi berganda.¹⁶ Untuk mengetahui apakah terdapat multikolinearitas dapat dilihat dari nilai tolerance dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Jika nilai $VIF < 10$ dan $Tolerance > 10$ maka dikatakan multikolinearitas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji model regresi memiliki ketidaksamaan varians dari satu residual pengamatan ke pengamatan lainnya. Heteroskedastisitas muncul karena adanya varian pada variabel model regresi yang tidak sama.¹⁷

1) $Sig > 0,1$ artinya tidak heteroskedastisitas

2) $Sig < 0,1$ artinya heteroskedastisitas

3. Uji Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda adalah model regresi atau prediksi yang melibatkan lebih dari satu variabel bebas atau prediktor. Bertujuan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen pada satu variabel dependen, model ini mengasumsikan adanya hubungan satu garis lurus /linear antara variabel dependen dengan masing-masing prediktornya.

¹⁶ A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan* (Jakarta: Kencana, 2018), hlm 243.

¹⁷ Nanda Yoga Aditiya, et al., "Konsep Uji Asumsi Klasik Pada Regresi Linier Berganda", *Jurnal Riset Akuntansi Soedirman*, hlm. 102–110. <<https://doi.org/10.32424/1.jras.2023.2.2.10792>>.

Adapun persamaan regresi linear berganda adalah.¹⁸

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y	= Variabel dependen
a	= Nilai konstanta
$\beta_1 \beta_2 \beta_3$	= Koefisien Regresi
X_1, X_2, X_3	= Variabel independen
e	= Standar error

Dari rumus regresi linear berganda di atas diperoleh persamaan regresi linear berganda dengan penelitian:

$$MN = a + \beta_1 PG + \beta_2 PR + \beta_3 AKS + e$$

Keterangan:

MN	= Minat
a	= Nilai konstanta
$\beta_1 \beta_2 \beta_3$	= Koefisien Regresi
PG	= Pengetahuan
PR	= Promosi
AKS	= Aksesibilitas
e	= Standar error

4. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial adalah pengujian koefisien regresi parsial individual

¹⁸ Dyah Nirmala Arum Janie, *Statistik Deskriptif & Regresi Linear Berganda Dengan SPSS* (Semarang: University Press, 2016), hlm 11.

yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen. Untuk menentukan t_{tabel} dari uji parsial diperoleh menggunakan rumus $df = (n-k-1)$. Dengan taraf signifikansi 10%. Ketentuan dalam uji parsial adalah:¹⁹

- 1) Jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- 2) Jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji F bertujuan untuk mencari apakah variabel independen secara bersama-sama (simultan) merupakan variabel dependen. Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh dari seluruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Dimana Untuk menentukan F_{tabel} pada uji simultan diperoleh dengan rumus $F_{\text{tabel}} = df1 = k-1$ dan $df2 = n-k$. Adapun ketentuan dari uji F yaitu sebagai berikut:²⁰

- 1) Jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya semua variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
- 2) Jika $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima H_a artinya semua variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

c. Uji Determinasi (R^2)

Uji Determinasi (R^2) adalah mengukur seberapa jauh kemampuan

¹⁹ Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka baru Press 2015), hlm 161.

²⁰ Syaifuddin and Ibnu Al Saudi, *Metode Riset Praktis Regresi Linear Berganda Dengan SPSS* (Palangkaraya: Bobby Digital Center, 2022), hlm. 37.

variabel dependen nilai koefisien determinasi adalah diantara nol dan satu. Nilai r^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Nilai yang mendekati satu berarti dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.²¹

²¹ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 7th ed* (Semarang: Universitas Diponogoro, 2013), hlm.27.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Kelurahan Bintuju merupakan salah satu kelurahan yang ada di Kecamatan Angkola Muaratais, Kabupaten Tapanuli Selatan, Provinsi Sumatera Utara, Indonesia. Kelurahan Bintuju lahir sekitar 200 tahun yang lalu dan terletak di kecamatan Angkola Muaratais, Kabupaten Tapanuli Selatan. Awalnya kelurahan ini adalah sebuah desa dan pada tahun 2009 telah berubah menjadi kelurahan. Secara administratif Kelurahan Bintuju terdiri dari 4 lingkungan. Adapun letak geografis Kelurahan Bintuju Kecamatan Angkola Muaratais Kabupaten Tapanuli Selatan adalah:

1. Sebelah timur berbatasan dengan Desa Holbung
2. Sebelah tenggara berbatasan dengan Muara Tais 2
3. Sebelah selatan berbatasan dengan Muara tais
4. Sebelah barat berbatasan dengan pegunungan Parlayan¹

Luas wilayah Kelurahan Bintuju yaitu seluas 6.030,47 km². Hal ini dimanfaatkan penduduk untuk lahan bisnis perekonomian seperti bertani dan berkebun. Kelurahan Bintuju memiliki jumlah penduduk sebanyak 2.350 jiwa dengan jumlah kepala keluarga sebanyak 625 KK.

¹ https://id.m.wikipedia.org/wiki/Bintuju,_Batang_Angkola,_Tapanuli_Selatan , diakses pada tanggal 15 September 2025 pukul 13.40 WIB

B. Deskripsi Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari angket kemudian dibagikan kepada responden yang dilakukan sejak september 2025 kepada masyarakat Kelurahan Bintuju sebanyak 94 sampel.

1. Karakteristik Responden

Karakteristik responden merupakan ragam latar belakang yang dimiliki responden itu sendiri. Dalam penelitian ini karakteristik responden pada setiap masyarakat Kelurahan Bintuju yang dengan usia minimum 17 tahun. Hasil yang diperoleh yaitu:

a. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel IV.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Keterangan	Jumlah
1	Laki-laki	21
2	Perempuan	73
Total		94

Sumber: Hasil data diolah tahun 2025

Dari tabel IV.1 di atas, karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, menunjukkan terdapat 21 responden berjenis kelamin laki-laki dan 73 responden berjenis kelamin perempuan, dengan keseluruhan jumlah responden 94 orang.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel IV.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia (Tahun)	Jumlah
1	18-28	33
2	29-39	40
3	40-60	21
Total		94

Dari tabel IV.2 di atas, karakteristik responden berdasarkan usia, diketahui usia 18-28 tahun terdapat 33 responden, usia 29-39 tahun terdapat 40 responden, dan usia 40-60 tahun terdapat 21 responden, dengan keseluruhan jumlah responden 94 orang.

C. Analisis Data

1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Adapun hasil uji validitas variabel Pengetahuan sebagai berikut:

Tabel IV.3
Hasil Uji Validitas Variabel Pengetahuan

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,346	Dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 94 - 2 = 92$ maka r_{tabel} pada signifikan 10% = 0,170	Valid
2	0,781		Valid
3	0,573		Valid
4	0,751		Valid
5	0,727		Valid
6	0,770		Valid

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 26 (data diolah 2025)

Berdasarkan Tabel IV. 3 untuk variabel Pengetahuan r_{tabel} dengan jumlah sampel 94 dengan $df = n - 2$ ($94 - 2 = 92$) adalah sebesar 0,170. Sedangkan r_{hitung} nya dapat dilihat pada kolom I *Person Correlation* (r_{hitung}), maka dapat dilihat dari pernyataan 1 sampai 6 dinyatakan valid. Adapun hasil uji validitas Promosi sebagai berikut:

Tabel IV.4
Hasil Uji Validitas Variabel Promosi

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,554	Dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 94 - 2 = 92$ maka r_{tabel} pada signifikan 10% = 0,170	Valid
2	0,725		Valid
3	0,399		Valid
4	0,692		Valid
5	0,611		Valid
6	0,672		Valid

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 26 (data diolah 2025)

Berdasarkan Tabel IV. 4 untuk variabel Promosi r_{tabel} dengan jumlah sampel 94 dengan $df = n-2$ ($94-2 = 92$) adalah sebesar 0,170. Sedangkan r_{hitung} nya dapat dilihat pada kolom I *Person Correlation* (r_{hitung}), maka dapat dilihat dari pernyataan 1 sampai 6 dinyatakan valid. Adapun hasil uji validitas Aksesibilitas sebagai berikut:

Tabel IV.5
Hasil Uji Validitas Variabel Aksesibilitas

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,481	Dikatakan valid jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ dengan $n = 94-2 = 92$ maka r_{tabel} pada signifikan 10% = 0,170	Valid
2	0,572		Valid
3	0,551		Valid
4	0,667		Valid
5	0,563		Valid
6	0,657		Valid

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 26 (data diolah 2025)

Berdasarkan Tabel IV. 5 untuk variabel Aksesibilitas r_{tabel} dengan jumlah sampel 94 dengan $df = n-2$ ($94-2 = 92$) adalah sebesar 0,170. Sedangkan r_{hitung} nya dapat dilihat pada kolom I *Person Correlation* (r_{hitung}), maka dapat dilihat dari pernyataan 1 sampai 6 dinyatakan valid. Adapun hasil uji validitas Minat sebagai berikut:

Tabel IV.6
Hasil Uji Validitas Variabel Minat

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,459	Dikatakan valid jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ dengan $n = 94-2 = 92$ maka r_{tabel} pada signifikan 10% = 0,170	Valid
2	0,608		Valid
3	0,600		Valid
4	0,700		Valid
5	0,617		Valid
6	0,688		Valid

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 26 (data diolah 2025)

Berdasarkan Tabel IV. 6 untuk variabel Minat r_{tabel} dengan jumlah sampel 94 dengan $df = n-2$ ($94-2 = 92$) adalah sebesar 0,170. Sedangkan r_{hitung} nya dapat dilihat pada kolom I *Person Correlation* (r_{hitung}), maka dapat dilihat dari pernyataan 1 sampai 6 dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Adapun hasil uji reliabilitas yaitu sebagai berikut:

Tabel IV. 7
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
Pengetahuan	0,755	6
Promosi	0,668	6
Aksesibilitas	0,610	6
Minat	0,666	6

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 26 (data diolah 2025)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel IV.7 di atas dapat disimpulkan bahwa variabel Pengetahuan dengan nilai *cronbach Alpha* $0,755 > 0,60$ dinyatakan reliabel. Variabel Promosi dengan nilai *cronbach Alpha* $0,668 > 0,60$ dinyatakan reliabel. Variabel Aksesibilitas dengan nilai *cronbach Alpha* $0,610 > 0,60$ dinyatakan reliabel. Variabel Minat dengan nilai *cronbach Alpha* $0,666 > 0,60$ dinyatakan reliabel. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

2. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Adapun hasil analisis deskriptif adalah sebagai berikut:

Tabel IV. 8
Hasil Uji Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pengetahuan	94	17	30	24.67	2.717
Promosi	94	20	30	25.74	2.238
Aksesibilitas	94	21	30	25.65	1.933
Minat	94	20	30	25.87	2.225
Valid N (listwise)	94				

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 26 (data diolah 2025)

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada tabel IV.8 diatas dapat disimpulkan bahwa pada variabel Pengetahuan (X_1) nilai minimum 17, nilai maximum 30, nilai *mean* 24,67 dan nilai Std. Deviation 2,717. Pada variabel Promosi (X_2) nilai minimum 20, nilai maximum 30, nilai *mean* 25,74 dan nilai Std. Deviation 2,238. Pada variabel Aksesibilitas (X_3) nilai minimum 21, nilai maximum 30, nilai *mean* 25,65 dan nilai Std. Deviation 1,933. Pada variabel Minat (Y) nilai minimum 20, nilai maximum 30, nilai *mean* 25,87 dan nilai Std. Deviation 2,225.

3. Hasil Uji Normalitas

Adapun hasil uji normalitas yaitu dengan menggunakan rumus *Kolmogrov Smirnov* adalah sebagai berikut:

Tabel IV. 9
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		94
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.90249190
Most Extreme Differences	Absolute	.065
	Positive	.065

Negative	-.064
Test Statistic	.065
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 26 (data diolah 2025)

Berdasarkan tabel IV. 9 diatas terlihat bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) adalah sebesar 0,200. Nilai signifikansi lebih dari 0,1 ($0,200 > 0,1$). Maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual tersebut berdistribusi normal karena nilai Asymp. Sig. 2-tailed lebih besar dari 0,1 maka data dalam penelitian ini berdistribusi normal dan memenuhi syarat untuk uji parametik.

4. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Multikolinearitas

Adapun hasil uji multikolinearitas yaitu sebagai berikut:

Tabel IV. 10
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	4.995	1.752		2.851	.005		
Pengetahuan X1	.199	.065	.221	3.077	.003	.781	1.280
Promosi X2	.319	.066	.376	4.862	.000	.677	1.477
AksesibilitasX3	.344	.071	.387	4.833	.000	.631	1.586

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 26 (data diolah 2025)

Hasil uji multikolinearitas pada tabel IV.10 menunjukkan bahwa nilai *tolerance* Pengetahuan adalah $0,781 > 0,1$ serta nilai VIF X1 adalah $1,280 < 10$, nilai *tolerance* Promosi adalah $0,677 > 0,1$ serta nilai VIF X2 adalah $1,477 < 10$, dan nilai *tolerance* Aksesibilitas adalah $0,631 > 0,1$ serta nilai VIF X3 adalah $1,586 < 10$. Jadi dapat disimpulkan bahwa nilai *tolerance* dari ketiga variabel tersebut $> 0,1$ dan nilai VIF dari ketiga variabel tersebut < 10 . Kesimpulannya tidak terjadi multikolinieritas antara variabel independen dengan variabel dependen.

b. Hasil Uji Heterokedastisitas

Adapun hasil uji heterokedastisitas dengan menggunakan uji Glejser adalah sebagai berikut:

Tabel IV. 11
Hasil Uji Heterokedastisitas
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.365	2.799		.845	.400
	Pengetahuan	-.012	.054	-.023	-.217	.828
	Promosi	.005	.066	.008	.078	.938
	Aksesibilitas	-.019	.076	-.026	-.246	.806

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 26 (data diolah 2025)

Adapun hasil uji heterokedastisitas pada tabel IV. 11 diperoleh nilai signifikan dari variabel pengetahuan sebesar $0,828 > 0,1$, variabel promosi sebesar $0,938 > 0,1$, dan variabel aksesibilitas sebesar $0,806 > 0,1$. Maka dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel

independen tersebut tidak terjadi masalah heterokedastisitas pada model regresi.

5. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Adapun hasil uji regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel IV. 12
Hasil Uji Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.995	1.752		2.851	.005
	Pengetahuan X1	.199	.065	.221	3.077	.003
	Promosi X2	.319	.066	.376	4.862	.000
	Aksesibilitas X3	.344	.071	.387	4.833	.000

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 26 (data diolah 2025)

Berdasarkan tabel IV.12 menunjukkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$MN = 4,995 + 0,199 PG + 0,319 PR + 0,344 AKS + e$$

Penjelasan dari persamaan di atas adalah sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta (a) sebesar 4,995 mempunyai arti jika variabel pengetahuan, promosi dan aksesibilitas diasumsikan 0, maka minat menabung pada bank syariah yaitu sebesar 4,995.
- b. Nilai koefisien variabel pengetahuan sebesar 0,199 artinya jika setiap variabel pengetahuan dinaikkan sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan minat sebesar 0,199 satuan.
- c. Nilai koefisien variabel promosi sebesar 0,319 artinya jika variabel

promosi dinaikkan sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan minat sebesar 0,319 satuan dengan anggapan variabel lain tetap.

- d. Nilai koefisien aksesibilitas sebesar 0,344 artinya jika variabel aksesibilitas dinaikkan sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan minat sebesar 0,344 satuan dengan anggapan variabel lain tetap.

6. Hasil Uji Hipotesis

a. Hasil Uji Determinasi (R^2)

Adapun dari hasil uji Koefisien Determinasi (R^2) sebagai berikut:

Tabel IV. 13
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.798 ^a	.637	.625	.873

a. Predictors: (Constant), Aksesibilitas, Pengetahuan, Promosi

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 26 (data diolah 2025)

Berdasarkan tabel IV.13 diperoleh nilai *R Square* sebesar 0,637 artinya bahwa variabel pengetahuan, promosi dan aksesibilitas mampu menjelaskan variabel minat menabung pada bank syariah sebesar 63,7% sedangkan 36,3% dijelaskan oleh faktor-faktor lain diluar variabel penelitian yang diteliti.

b. Hasil Uji Parsial (t)

Adapun hasil dari uji signifikansi Parsial (t) adalah sebagai berikut:

Tabel IV. 14
Hasil Uji Signifikansi Parsial (t)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.995	1.752		2.851	.005
	Pengetahuan X1	.199	.065	.221	3.077	.003
	Promosi X2	.319	.066	.376	4.862	.000
	Aksesibilitas X3	.344	.071	.387	4.833	.000

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 26 (data diolah 2025)

Untuk t_{tabel} diperoleh dari rumus $df = (n-k-1)$ dengan jumlah responden (n) adalah 94, jumlah seluruh variabel (k) adalah 4. $df = (94 - 4 - 1) = 89$ pada taraf signifikansi 10% diperoleh nilai $t_{\text{tabel}} = 1,662$. Berdasarkan tabel IV. 14 dapat dilihat bahwa nilai t_{tabel} variabel pengetahuan adalah $3,077 > 1,662$ maka H_{a1} diterima dan H_{01} ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa pengetahuan berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung pada bank syariah Kota Padangsidimpuan.

Nilai t_{tabel} variabel promosi adalah $4,862 > 1,662$ maka H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa promosi berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung pada bank syariah Kota Padangsidimpuan.

Nilai t_{tabel} variabel aksesibilitas adalah $4,833 > 1,662$ maka H_{a3} diterima dan H_{03} ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa aksesibilitas berpengaruh terhadap terhadap minat masyarakat menabung pada bank syariah Kota Padangsidimpuan.

c. Hasil Uji Simultan (F)

Adapun dari hasil uji Signifikansi Simultan (F) adalah sebagai berikut:

Tabel IV. 15
Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	120.310	3	40.103	52.561	.000 ^b
	Residual	68.669	90	.763		
	Total	188.979	93			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), Aksesibilitas, Pengetahuan, Promosi

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 26 (data diolah 2025)

Diketahui nilai $F_{\text{tabel}} = df1 = k-1$ dan $df2 = n-k$, dimana jumlah responden (n) adalah 94 dan jumlah seluruh variabel sebanyak 4, maka $F_{\text{tabel}} df1 = 4-1 = 3$ dan $df2 = 94-4 = 90$ dengan taraf signifikansi 10% dengan nilai F_{tabel} diperoleh sebesar 2,15. Berdasarkan tabel IV. 13 nilai F_{hitung} sebesar 52,561. $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ ($52,561 > 2,15$) maka dapat disimpulkan H_{a4} diterima dan H_{04} ditolak, artinya pengetahuan, promosi dan aksesibilitas berpengaruh secara simultan terhadap minat masyarakat menabung pada bank syariah Kota Padangsidimpuan.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini berjudul Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Masyarakat Menabung Pada Bank Syariah Kota Padangsidimpuan. Data hasil analisis data yang dilakukan pada penelitian ini dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 26. Berdasarkan hasil analisis, pembahasan hasil penelitian yang diperoleh adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Pengetahuan terhadap Minat Masyarakat Menabung pada Bank Syariah Kota Padangsidempuan

Berdasarkan hasil uji t dapat dilihat bahwa t_{hitung} untuk tabel Pengetahuan 3,077 dan untuk t_{tabel} diperoleh rumus $df = (n-k-1)$, $df = (94-4-1) = 89$ hasil yang diperoleh dari t_{tabel} sebesar 1,662 yang artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,077 > 1,662$) dan nilai signifikan ($0,003 < 0,1$) jadi dapat disimpulkan bahwa pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menabung pada bank syariah Kota Padangsidempuan.

Penelitian ini sejalan dengan teori Danang Sunyoto yang berjudul *Panduan Riset Sederhana untuk mengenali Konsumen*. Pengetahuan adalah semua informasi yang dimiliki oleh konsumen tentang berbagai macam produk maupun jasa tertentu dan informasi yang menyangkut dengannya sebagai konsumen. Pengetahuan akan mempengaruhi tingkat keinginan atau minat seseorang ketika konsumen memiliki pengetahuan lebih banyak, maka akan terjadi lebih baik mengambil keputusan, akan lebih efisien dan lebih tepat dalam mengolah informasi dengan baik.

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu dari Hafizh Dwi Febrianto yang berjudul *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa Untuk Menjadi Nasabah Bank Syariah* yang menunjukkan bahwa Pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa menjadi nasabah bank syariah.

Temuan dilapangan menunjukkan bahwa pengetahuan akan mempengaruhi tingkat keinginan atau minat masyarakat menabung pada bank syariah Kota Padangsidempuan. Jika masyarakat memiliki pengetahuan lebih banyak, maka akan terjadi lebih baik mengambil keputusan, akan lebih efisien dan lebih tepat dalam mengolah informasi dengan baik. Artinya pengetahuan sangat penting bagi masyarakat di Kelurahan Bintuju dengan pengetahuan yang dimilikinya, masyarakat akan tahu mana yang benar mana yang salah, semakin luas pengetahuan seseorang, maka semakin luas pula pemikiran seseorang tentang suatu hal.

2. Pengaruh Promosi terhadap Minat Masyarakat Menabung pada Bank Syariah Kota Padangsidempuan

Berdasarkan hasil uji t dapat dilihat bahwa t_{hitung} untuk tabel Promosi 4,826 dan untuk t_{tabel} diperoleh rumus $df = (n-k-1)$, $df = (94-4-1) = 89$ hasil yang diperoleh dari t_{tabel} sebesar 1,662 yang artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,826 > 1,662$) dan nilai signifikan ($0,000 < 0,1$) jadi dapat disimpulkan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menabung pada bank syariah Kota Padangsidempuan.

Penelitian ini sejalan dengan teori Fadilla dkk, yang berjudul *Islamic Marketing: Konsep, Filosofi dan Implementasi*. Promosi adalah sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya karena selain menginformasikan produk juga berfungsi untuk mengingatkan nasabahnya maupun

calon nasabah akan produk yang ditawarkan. Dan promosi berfungsi untuk mengingatkan nasabah tentang produk yang ditawarkan, memengaruhi minat nasabah untuk membeli dan menabung pada bank syariah, akhirnya meningkatkan citra bank di mata para nasabahnya.

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu dari Andre Muzakir,dkk. yang berjudul Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Desa Lajut Kecamatan Praya Tengah) bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah.

Temuan dilapangan menunjukkan bahwa promosi yang baik dan merata akan mempengaruhi tingkat keinginan atau minat masyarakat Kelurahan Bintuju menabung pada bank syariah Kota Padangsidempuan. Promosi memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat menabung pada bank syariah Kota Padangsidempuan. Promosi terbukti menjadi salah satu faktor yang paling kuat dalam menarik minat masyarakat. Artinya, bank syariah harus merancang strategi promosi yang lebih kreatif, konsisten, dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

3. Pengaruh Aksesibilitas terhadap Minat Masyarakat Menabung pada Bank Syariah Kota Padangsidempuan

Berdasarkan hasil uji t dapat dilihat bahwa t_{hitung} untuk tabel Aksesibilitas 4,833 dan untuk t_{tabel} diperoleh rumus $df = (n-k-1)$, $df = (94-4-1) = 89$ hasil yang diperoleh dari t_{tabel} sebesar 1,662 yang artinya

$t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,833 > 1,662$) dan nilai signifikan ($0,000 < 0,1$) jadi dapat disimpulkan bahwa aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menabung pada bank syariah Kota Padangsidimpuan.

Penelitian ini sejalan dengan teori Reza A.A. Wattimena yang berjudul *Filsafat dan Sains sebuah Pengantar*. Aksesibilitas adalah mengukur seberapa nyaman akses penggunaan yang dapat dicapai, serta tantangan dan alasan apa yang membuat seseorang tidak dapat menjangkau lokasi tersebut dan bagaimana lokasi tersebut dapat di akses melalui sistem jaringan dan transportasi. Semakin banyak jaringan yang terhubung di suatu kawasan, maka semakin tinggi tingkat aksesibilitasnya, minat menabung masyarakat pada bank syariah juga akan meningkat karena pergerakan menjadi lebih mudah dan efisien.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu dari Devi Amalia Puspa dan Mahmudatus Sadiyah yang berjudul Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Digital Marketing dan Aksesibilitas Terhadap Minat Menabung Generasi Z pada Bank Syariah.

Temuan dilapangan menunjukkan bahwa aksesibilitas memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat Kelurahan Bintuju menabung pada bank syariah. Kemudahan masyarakat dalam menjangkau layanan bank juga memiliki pengaruh besar terhadap minat menabung. Dengan meningkatnya aksesibilitas, hambatan waktu, biaya, dan jarak yang

selama ini menjadi kendala masyarakat dapat diminimalisir, sehingga minat untuk menabung di bank syariah akan semakin bertambah.

4. Pengaruh Pengetahuan, Promosi dan Aksesibilitas terhadap Minat Masyarakat Menabung pada Bank Syariah Kota Padangsidempuan

Berdasarkan hasil uji F dapat dilihat bahwa nilai $F_{\text{tabel}} = df1 = k-1$ dan $df2 = n-k$, dimana jumlah responden (n) adalah 94 dan jumlah seluruh variabel sebanyak 4, maka $F_{\text{tabel}} df1 = 4-1 = 3$ dan $df2 = 94-4 = 90$ dengan taraf signifikansi 10% dengan nilai F_{tabel} diperoleh sebesar 2,15. Nilai F_{hitung} sebesar 52,561. $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ ($52,561 > 2,15$) maka dapat disimpulkan H_{a4} diterima dan H_{04} ditolak, artinya pengetahuan, promosi dan aksesibilitas berpengaruh secara simultan terhadap minat masyarakat menabung pada bank syariah Kota Padangsidempuan.

Penelitian ini sejalan dengan teori Ujang Sumarwan yang berjudul *Prilaku Konsumen*. Minat adalah sebagai sebuah kesukaan (kecenderungan hati) kepada suatu perhatian atau keinginan. Minat merupakan bagian dari proses psikologis konsumen yang timbul akibat paparan terhadap informasi dan pengalaman, yang pada akhirnya mendorong seseorang untuk melakukan tindakan tertentu.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Eka Fariani Muhammad dkk, yang berjudul Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Indonesia.

Temuan dilapangan menunjukkan bahwa faktor pengetahuan, promosi dan aksesibilitas sama-sama memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat Kelurahan Bintuju menabung pada bank syariah Kota Padangsidempuan. Yang artinya jika tingkat pengetahuan masyarakat tentang bank syariah tinggi maka semakin besar juga minat untuk menabung pada bank syariah. Dan strategi promosi bank syariah dilakukan secara merata dan baik akan lebih kuat menarik minat masyarakat untuk menabung pada bank tersebut. Dan juga aksesibilitas atau kemudahan masyarakat dalam menjangkau layanan bank juga memiliki pengaruh besar terhadap minat masyarakat menabung. Dengan meningkatnya aksesibilitas, hambatan waktu, biaya, dan jarak yang selama ini menjadi kendala masyarakat dapat diminimalisir, sehingga minat masyarakat Kelurahan Bintuju untuk menabung di bank syariah Kota Padangsidempuan akan semakin bertambah. Sehingga dapat disimpulkan variabel minat masyarakat menabung pada Bank Syariah Kota Padangsidempuan dipengaruhi oleh variabel pengetahuan, promosi dan aksesibilitas yaitu sebesar 63,7%, sedangkan sisanya sebesar 36,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

E. Keterbatasan Penelitian

Keseluruhan rangkaian kegiatan dalam penelitian ini telah dilaksanakan sesuai dengan langkah-langkah yang sudah ditetapkan dalam metodologi penelitian. Peneliti menyadari bahwa penelitian ini

masih jauh dari kesempurnaan dan masih memiliki kekurangan. Adapun keterbatasan yang dihadapi peneliti selama melakukan penelitian dan menyusun skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Dalam menyebarkan angket (kuesioner) kepada masyarakat Kelurahan Bintuju yang menjadi responden dalam penelitian ini dengan menggunakan angket (kuesioner) secara langsung membutuhkan waktu yang begitu lama untuk mendapat hasil yang maksimal karena menyesuaikan waktu dengan responden.
2. Dalam menyebarkan angket (kuesioner) peneliti tidak mengetahui apakah responden tersebut mengisi lembar kuesioner itu dengan jujur dalam menjawab setiap pernyataan yang telah diberikan dalam lembaran kuesioner tersebut sehingga mempengaruhi validitas data yang diperoleh.
3. Dalam penelitian ini hanya menggunakan empat variabel yaitu minat sebagai variabel dependen, pengetahuan, promosi dan aksesibilitas sebagai variabel independen.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan judul penelitian “Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Masyarakat Menabung Pada Bank Syariah Kota Padangsidempuan” maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pengetahuan berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung pada bank syariah Kota Padangsidempuan.
2. Promosi berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung pada bank syariah Kota Padangsidempuan.
3. Aksesibilitas berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung pada bank syariah Kota Padangsidempuan.
4. Pengetahuan, Promosi dan Aksesibilitas berpengaruh secara simultan terhadap minat masyarakat menabung pada bank syariah Kota Padangsidempuan.

B. Implikasi Penelitian

Berdasarkan variabel dalam penelitian dapat diimplikasikan sebagai berikut:

1. Pengetahuan memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat menabung pada bank syariah Kota Padangsidempuan. Tingkat pemahaman masyarakat mengenai produk dan layanan bank syariah terbukti berpengaruh pada minat masyarakat untuk menabung. Hal ini menunjukkan bahwa pihak bank syariah perlu meningkatkan program edukasi dan literasi keuangan syariah, baik melalui seminar, penyuluhan langsung, media sosial, maupun brosur yang mudah dipahami. Dengan

adanya pemahaman yang lebih baik, masyarakat akan mampu membedakan karakteristik produk syariah dari produk konvensional, sehingga kepercayaan serta ketertarikan mereka untuk menabung semakin meningkat.

2. Promosi memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat menabung pada bank syariah Kota Padangsidempuan. Promosi terbukti menjadi salah satu faktor yang paling kuat dalam menarik minat masyarakat. Artinya, bank syariah harus merancang strategi promosi yang lebih kreatif, konsisten, dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Misalnya, melalui iklan digital, penyebaran informasi di media lokal, ataupun kegiatan sosial yang bersentuhan langsung dengan masyarakat. Promosi yang dilakukan secara berkesinambungan tidak hanya memperkenalkan produk syariah, tetapi juga mampu membentuk citra positif bank di mata masyarakat.
3. Aksesibilitas memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat menabung pada bank syariah Kota Padangsidempuan. Kemudahan masyarakat dalam menjangkau layanan bank juga memiliki pengaruh besar terhadap minat menabung. Oleh karena itu, bank syariah perlu memperluas jaringan layanan dengan menambah kantor cabang pembantu, menyediakan lebih banyak mesin ATM, serta mengoptimalkan layanan perbankan digital yang praktis dan mudah digunakan. Dengan meningkatnya aksesibilitas, hambatan waktu, biaya, dan jarak yang selama ini menjadi kendala masyarakat dapat diminimalisir, sehingga minat untuk menabung di bank syariah akan semakin bertambah.

C. Saran

Berdasarkan penelitian, peneliti menyadari masih terdapat kekurangan didalamnya, maka peneliti memberikan saran agar mendapatkan gambaran untuk pertimbangan serta penyempurnaan penelitian selanjutnya. Maka peneliti menyarankan, sebagai berikut:

1. Akademisi

Peneliti berharap dapat dijadikan salah satu referensi tentang keputusan mahasiswa yang tertarik untuk mengangkat topik penelitian yaitu Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Masyarakat Menabung Pada Bank Syariah Kota Padangsidempuan. Untuk akademis yang tertarik untuk mempelajari faktor yang mempengaruhi minat masyarakat, peneliti menyarankan untuk memperluas serta memperbesar faktor tersebut untuk dipelajari serta instrumen penelitian selanjutnya untuk mencapai hasil yang lebih baik.

2. Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini mempunyai kekurangan, khususnya dari tingkat jangkauan serta batas-batasan yang dimiliki pada penelitian ini. Maka untuk penelitian selanjutnya adalah bisa menambahkan variabel lainnya yang berbeda dengan penelitian ini. Serta penambahan data dan waktu yang lebih lama agar meningkatkan efektivitas dan akurasi data yang dihasilkan pada penelitian selanjutnya.

3. Bagi UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pihak UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan pada umumnya sebagai pengembangan keilmuan, khususnya di Fakultas Ekonomi dan bisnis islam. Penelitian ini juga diharapkan menjadi referensi tambahan bagi peneliti berikutnya, yang membahas hal yang sama dengan judul ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditiya, et al, (2023). "Konsep Uji Asumsi Klasik Pada Regresi Linier Berganda", *Jurnal Riset Akuntansi Soedirman*, vol 2, No 2, hlm. 10
<<https://doi.org/10.32424/1.jras.2023.2.2.10792>>
- Ahmad Saifuddin, Warto. (2025). *Manajemen Pemasaran Perbankan Syariah: Konsep, Strategi, dan Implementasi*, (Bogor: Pustaka Islam), hlm.168.
- Amalia, R., et al, (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Menggunakan Layanan Perbankan Syariah. *Indonesian Scientific Journal Of Islamic Finance*, vol 1, No 2, hlm. 138-151.
- A.Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan* (Jakarta: Kencana, 2018), hlm. 243.
- Awal Habibah, and Afriani Nur Hasanah, (2021). "Pengetahuan Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Dibank Syariah (Studi Pada Masyarkat Desa Pagar Puding Kec. Tebo Ulu)", *Telanaipura Jambi*, vol 1, No 1, hlm. 44–57
- Dahlawy Chalil, Rifyal, dkk. (2021). *Brand, Islamic Branding, & Re-Branding*, (Depok: PT. Raja Grafindo Persada), hlm 72-73.
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)*. Guepedia, hlm.27.
- Diah Puspita Ningrum, (2019). *Transportation System: Sistem Transportasi*. (Edu Gorilla Community Pvt.Ltd.), hlm 24.
- Dyah Nirmala Arum Janie, (2016). *Statistik Deskriptif & Regresi Linear Berganda Dengan SPSS*, (Semarang: University Press), hlm. 11.
- Fadilla, Choiriyah, & Aravik, H. (2021). *Islamic Marketing: Konsep, Filosofi dan Implementasi*. (Yogyakarta: Deepublish), hlm.46.
- Hariyono. (2024). *Ekonomi Makro: Kunci Menuju Stabilitas Ekonomi dan Kesejahteraan Rakyat*, (Sleman: Grup Penerbitan CV Budi Utama), hlm.74.
- Hasibuan, F. U., & Wahyuni, R. (2020). Pengaruh Pengetahuan Masyarakat dan Minat Penerapan Nilai Islam Terhadap Keputusan Menggunakan Tabungan Perbankan Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kota Langsa). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, vol 6 No (1), hlm. 22-33.
- Hermina, Dina, and Nuril Huda, (2024). "Memahami Populasi Dan Sampel : Pilar Utama Dalam Penelitian Kuantitatif", vol 5, No 12, hlm. 37–48

- Hestya Budianto, Eka Wahyu, (2025). *Determinan Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah (2020-2021)*, (Kota Malang: PT. Afanin Media Utama), hlm. 210-213.
- Hestya Budianto, Eka Wahyu, (2025). *Determinan Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah (2023-2025)*, (Kota Malang: PT. Afanin Media Utama), hlm.14-20.
- Ingratubun Husni dan Saleh Baharuddin Ingratubun, (2024). *Perbankan Syariah*. (Makassar: Reads Media Corp), hlm. 10.
- Kusuma Aryanti Muhtar, dkk, (2020). *Manajemen Pemasaran: Dinamika, Optimasi and Aplikasi* (Yogyakarta: Diandra Primamitra Media), hlm.155.
- Malik, A., et al, (2021). Pengaruh Promosi, Pengetahuan dan Kepercayaan terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Singkut pada Masyarakat Desa Pelawan Jaya. *MARGIN: Journal of Islamic Banking*, 1(1), 28-43.
- Matondang, Z., & Nasution, H. F. (2022). *Praktik analisis data: Pengolahan ekonometrika dengan Eviews dan SPSS*. (Merdeka Kreasi Group), hlm. 26
- Mila Diana Sari, (2019). *Perilaku Konsumen*, (Sidoarjo: Uwais Inspirasi Indonesia), hlm. 41.
- Muh. Yani Balaka, (2022). *Metodologi Penelitian* (Bandung: Widima Bhakti Persada,)
- Nurhayati et al, (2020). “Pengaruh Pengetahuan Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Perbankan Syariah.” *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, Vol. 6 No. 2, hlm. 105–113.
- RahmanRahim. (2020). *Cara Praktis Penulisan Karya Ilmiah*. Yogyakarta:Zahir Publishing.
- Rahmawati, L. (2021). Pengaruh Pengetahuan dan Kepercayaan terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Tabungan Syariah. *Jurnal Ekonomi Islam*, vol 13, No (2), hlm. 45-57.
- Reza A.A Wattimena, (2008). *Filsafat Dan Sains Sebuah Pengantar*, (Jakarta: PT.Grasindo), hlm. 275.
- Riyanto and Putera, *Metode Riset Penelitian Kesehatan & Sains*, hlm. 41.
- Rizky, N., Yarham, M., & Siregar, R. (2024). “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Kabupaten Batubara Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia”. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 17(1), hlm 760-771.

- Rohman, Siti Sarah, "Pengembangan Instrumen Angket" (*Banguntapan, Bantul, Yogyakarta, September 2021*), hlm. 23.
- Rosita, Esi, et al, (2021). "Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Perilaku Prososial", *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)*, vol 4, No 4, hlm. 279 <<https://doi.org/10.22460/fokus.v4i4.7413>>
- Sabda, Syaifuddin. (2025). "Hakikat Ilmu Pengetahuan dalam Perspektif Pendidikan Islam." *Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science, Technology and Educational Research* 2.2. hlm.2965-2973.
- Sadiah, M., & Puspa, D. A. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Digital Marketing dan Aksesibilitas Terhadap Minat Menabung Generasi Z pada Bank Syariah. *Quranomic: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3(2), 25-43.
- Sapto Haryako, *Analisis Data Penelitian Kualitatif* (Makassar: Badan Penerbit UNM, 2020), hlm.124.
- Sijal, M. (2024). Penelitian, hipotesis. *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis*, hlm.23.
- Slamet Riyanto and Andi Rahman Putera, *Metode Riset Penelitian Kesehatan & Sains* (Yogyakarta: Deepublish CV Budi Utama, 2022), hlm. 65.
- Sofwatillah, et al, (2024). "Teknik Analisis Data Kuantitatif Dan Kualitatif Dalam Penelitian Ilmiah", *Journal Genta Mulia*, vol 15, No 2, hlm. 79–91
- Sugiarti, Intan Lilis, (2020). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Pada Produk Tabungan Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Kota Tangerang Selatan)*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, hlm 23.
- Sumarwan, Ujang. (2017). *Prilaku Konsumen*, (Bogor: Ghalia Indonesia), hlm. 13.
- Sunyoto, Danang. (2013). *Perilaku Konsumen: Panduan Riset Sederhana untuk mengenali Konsumen*. (Yogyakarta: Centre of Academic Publishing Service), hlm.53.
- Susanto, et al. (2023). Analisis Minat Nasabah Dalam Memilih Tabungan Wadiah Pada Bank Syariah Indonesia KCP Soetta Ponorogo. *Wadiah*, vol 7, No 1, hlm.20.
- Syafril. (2020). *Bank dan Lembaga Keuangan Modern Lainnya*, (Jakarta: Kencana), hlm.149.

- Syaifuddin and Ibnu Al Saudi, Metode Riset Praktis Regresi Linear Berganda Dengan SPSS (Palangakaraya: Bobby Digital Center, 2022).
- Syarif Muhammad, dkk, (2024). *Pengantar Manajemen Pemasaran*, (Agam, Sumatera Barat: Yayasan Tri Edukasi Ilmiah), hlm.151.
- Wandisyah R Hutagalung, Muhammad, (2021). *Analisis Pembiayaan Bank Syariah*, (Medan: Merdeka Kreasi), hlm.4.
- Widhi Wicaksono dkk, (2023). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi*, (Surabaya: Cipta Media Nusantara), hlm. 34-36.
- Wijaya, F., et al. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Indonesia (BSI)(Studi Pada Masyarakat Kecamatan Merlung). *Al Itmamiy Jurnal Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)*, 5(1), hlm 1-16.
- Zainal, Raja, et al, (2022). "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menggunakan Jasa Perbankan Syariah", vol 7, No 30, hlm.64–91.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTITAS PRIBADI

- | | |
|---------------------------|--|
| 1. NAMA | : Elnada Ikhilila Pane |
| 2. NIM | : 2140100149 |
| 3. Jenis Kelamin | : Perempuan |
| 4. Tempat / Tanggal Lahir | : Bintuju, 10 Oktober 2003 |
| 5. Anak Ke | : 1 (Satu) |
| 6. Kewarganegaraan | : Indonesia |
| 7. Status | : Mahasiswa |
| 8. Agama | : Islam |
| 9. Alamat Lengkap | : Bintuju
Kec. Angkola Muaratais
Kab. Tapanuli Selatan |
| 10. Telp.Hp | : 0812-6409-1709 |
| 11. e-mail | : elnadaikhililapane@gmail.com |

II. IDENTITAS ORANGTUA

- | | |
|--------------|--|
| 1. Ayah | |
| a. Nama | : Ali Basa Pane |
| b. Pekerjaan | : Wiraswasta |
| c. Alamat | : Kelurahan Bintuju, Kec. Angkola
Muaratais |
| 2. Ibu | |
| a. Nama | : Afriani Lubis |
| b. Pekerjaan | : Ibu Rumah Tangga |
| d. Alamat | : Kelurahan Bintuju, Kec. Angkola
Muaratais |
| c. Telp/ Hp | : 0853-7218-3289 |

III. PENDIDIKAN

- | | |
|---------------------------------|--------------------|
| 1. SD Negeri 1001501 Bintuju | : Tamat Tahun 2015 |
| 2. SMP N 1 Batang Angkola | : Tamat Tahun 2018 |
| 3. SMA Negeri 3 Padangsidempuan | : Tamat Tahun 2021 |

Dokumentasi

Pengisian Angket oleh Masyarakat Kelurahan Bintuju



Pengisian Angket oleh Masyarakat Kelurahan Bintuju



Pengisian Angket oleh Masyarakat Kelurahan Bintuju



Lampiran 1: Validasi Angket

ANGKET PENELITIAN

Kepada Yth.
Saudara/Saudari Responden
Di Kelurahan Bintuju

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan Hormat,

Teriring salam dan do'a semoga kita semua tetap dalam lindungan Allah SWT. serta selalu sukses dalam menjalankan aktivitas, Aamiin.

Dalam rangka melaksanakan penelitian Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan tentang **“Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Masyarakat Menabung Pada Bank Syariah Kota Padangsidempuan”**, diperlukan data-data dan informasi yang mendukung penelitian. Maka dengan ini saya mohon kepada Masyarakat Kelurahan Bintuju untuk mengisi angket yang telah disediakan.

Demikian, atas bantuan dan partisipasi dari Saudara/Saudari dalam mengisi lembar angket tersebut saya mengucapkan terimakasih yang sebesar-besanya.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Padangsidempuan, September 2025
Hormat Saya,

ELNADA IKHLILA PANE
NIM. 21 401 00149

Lampiran 2: Kuesioner Penelitian

ANGKET PENELITIAN

Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Masyarakat Menabung Pada Bank Syariah Kota Padangsidempuan

A. IDENTITAS RESPONDEN

Saya mohon kesediaan Saudara/Saudari untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut ini, dengan mengisi identitas dan memberi tanda centang (✓) pada kotak yang tersedia.

Nama :

Jenis Kelamin :

Umur :

Alamat :

B. PETUNJUK PENGISIAN

- Bacalah dengan seksama setiap pernyataan yang tersedia.
- Jawab dan isilah sesuai dengan pernyataan di bawah ini dengan memberikan tanda centang (✓) pada alternatif yang tersedia pada kolom jawaban.
- Setiap pernyataan mohon jawaban diberikan secara objektif untuk akurasi hasil penelitian, berikut ini terdiri atas lima pilihan jawaban, sebagai berikut:
 - a. SS = Sangat Setuju (5)
 - b. S = Setuju (4)
 - c. KS = Kurang Setuju (3)
 - d. TS = Tidak Setuju (2)
 - e. STS = Sangat Tidak Setuju (1)
- Semua jawaban Saudara/Saudari dijamin kerahasiannya.
- Pernyataan ini semata untuk tujuan penelitian.

C. DAFTAR PERNYATAAN

Minat (Y)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya menyukai keberadaan layanan bank syariah di sekitar saya.					
2	Saya menyukai bank syariah karena sistem operasionalnya sesuai dengan prinsip syariah.					
3	Saya memiliki keinginan untuk membuka rekening tabungan di bank syariah.					
4	Saya ingin menabung di bank syariah karena sistem transaksinya sangat mudah dan jelas.					
5	Saya yakin bank syariah dapat dipercaya sebagai tempat penyimpanan dana yang aman.					
6	Kepercayaan saya terhadap bank syariah mendorong minat saya untuk menabung.					

Pengetahuan (X1)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya mengetahui tentang larangan riba dalam agama islam.					
2	Saya mengetahui produk-produk yang ditawarkan bank syariah.					
3	Saya memahami perbedaan antara tabungan syariah dengan tabungan konvensional.					
4	Saya memahami prinsip akad pada bank syariah.					
5	Saya memiliki pengalaman yang menyenangkan menabung di bank syariah.					
6	Saya ingin mengulangi pengalaman saya menggunakan bank syariah.					

Promosi (X2)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya pernah melihat iklan bank syariah di media cetak/elektronik.					
2	Bank syariah melakukan promosi dengan menggunakan spanduk dan brosur.					
3	Saya pernah mendapat penjelasan langsung dari pihak bank syariah mengenai produk-produknya.					
4	Penjelasan petugas bank syariah membuat saya lebih tertarik untuk menabung di bank syariah.					
5	Saya pernah mendapatkan brosur atau promo khusus yang ditawarkan langsung oleh pihak bank syariah.					
6	Adanya hadiah/bonus dalam promosi meningkatkan minat saya untuk menabung di bank syariah.					

Aksesibilitas (X3)

No	Pernyataan	SS	S	KS	ST	STS
1	Lokasi bank syariah yang mudah dijangkau akan meningkatkan minat saya untuk bertransaksi pada bank syariah tersebut.					
2	Bank syariah terletak/ berlokasi di pusat Kota Padangsidempuan.					
3	Saya mudah menemukan mesin ATM dan agen-agen bank syariah terdekat.					
4	Layanan digital/online bank syariah mudah untuk di akses.					
5	Jam operasional bank syariah sesuai dengan kebutuhan saya.					
6	Waktu yang diperlukan untuk menuju ke bank syariah tidak terlalu lama.					

Responden

(.....)

Lampiran 3: Tabulasi Angket

Tabulasi Data Variabel Minat (Y)

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

39	4	3	3	4	4	4	22
40	4	3	4	4	4	4	23
41	4	4	3	3	4	4	22
42	4	4	5	5	4	5	27
43	4	3	4	3	4	3	21
44	4	3	4	5	5	5	26
45	4	5	4	5	5	4	27
46	5	5	4	5	5	4	28
47	4	5	4	5	4	5	27
48	4	5	5	4	4	4	26
49	4	5	4	5	5	4	27
50	4	4	5	4	5	4	26
51	4	5	4	4	5	5	27
52	5	4	3	3	4	4	23
53	5	5	5	4	5	5	29
54	5	5	5	5	5	5	30
55	4	5	4	4	4	5	26
56	4	4	4	4	4	4	24
57	5	4	4	4	4	4	25
58	4	5	4	3	4	4	24
59	4	3	5	3	4	3	22
60	4	5	4	5	4	4	26
61	4	5	4	5	5	5	28
62	4	5	4	5	4	4	26
63	4	5	4	3	3	4	23
64	4	5	4	3	4	4	24
65	4	5	4	5	4	5	27
66	4	4	3	4	5	4	24
67	5	4	5	3	4	4	25
68	4	4	4	5	5	4	26
69	4	4	5	4	5	4	26
70	4	5	4	4	5	5	27
71	5	5	5	5	5	5	30
72	4	4	4	3	5	5	25
73	5	5	4	5	5	4	28
74	5	4	5	4	4	5	27
75	5	4	4	5	5	5	28
76	5	5	4	3	4	4	25
77	4	3	4	3	5	4	23
78	4	4	4	3	4	4	23
79	5	4	4	3	4	5	25
80	5	4	5	4	5	5	28
81	5	5	5	5	5	5	30
82	4	4	4	3	3	4	22

83	4	5	4	5	4	4	26
84	5	5	5	5	5	5	30
85	5	5	4	4	4	4	26
86	4	4	4	4	4	4	24
87	5	4	4	4	4	4	25
88	4	4	4	3	4	4	23
89	4	4	4	4	4	5	25
90	4	5	4	4	4	4	25
91	5	4	4	3	4	5	25
92	4	4	4	4	4	4	24
93	5	5	4	4	5	5	28
94	5	5	5	4	5	5	29

Tabulasi Data Variabel Pengetahuan (X₁)

No.	Pernyataan						Total
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	
1	5	3	4	4	3	4	23
2	4	3	4	3	4	4	22
3	4	3	3	3	3	4	20
4	4	5	4	5	4	5	27
5	4	3	4	4	5	4	24
6	5	5	5	5	5	5	30
7	4	4	4	3	5	5	25
8	5	5	4	5	5	4	28
9	5	4	5	4	4	5	27
10	4	4	4	4	4	4	24
11	5	4	4	3	4	4	24
12	4	3	4	3	4	4	22
13	4	5	5	4	4	4	26
14	4	5	4	5	5	4	27
15	4	4	5	4	5	4	26
16	4	5	4	4	5	5	27
17	5	4	3	3	4	4	23
18	4	4	4	4	4	5	25
19	4	5	4	4	4	4	25
20	5	4	4	4	4	5	26
21	4	3	4	4	4	4	23
22	4	5	4	4	4	4	25
23	5	4	4	3	4	5	25
24	4	4	4	4	4	4	24
25	5	5	4	4	5	5	28
26	5	3	4	4	3	4	23
27	5	4	4	3	3	4	23
28	4	3	4	3	3	3	20
29	4	2	4	3	3	3	19
30	4	3	4	3	3	3	20
31	4	3	4	3	3	3	20
32	4	2	2	3	3	3	17
33	4	5	4	5	4	4	26
34	4	5	4	3	3	4	23
35	4	5	4	3	4	4	24
36	4	5	4	5	4	5	27
37	4	4	3	4	5	4	24
38	5	4	4	3	3	4	23
39	4	3	4	3	3	4	21
40	4	4	4	4	4	5	25
41	5	3	3	3	3	4	21

42	5	4	4	3	4	5	25
43	4	2	3	2	3	3	17
44	4	5	4	5	4	5	27
45	4	3	4	4	5	3	23
46	5	5	5	5	5	5	30
47	4	4	4	3	3	4	22
48	4	5	4	5	4	4	26
49	5	5	5	5	5	5	30
50	4	5	4	5	5	4	27
51	4	4	5	4	5	4	26
52	4	5	4	4	5	5	27
53	5	4	3	3	4	4	23
54	4	4	4	4	4	5	25
55	3	3	3	3	3	3	18
56	5	3	4	4	3	4	23
57	5	3	4	4	3	4	23
58	4	3	4	3	3	3	20
59	4	3	3	3	2	4	19
60	4	4	5	4	5	4	26
61	4	5	4	4	5	5	27
62	5	4	3	3	4	4	23
63	4	4	4	4	4	5	25
64	4	5	4	4	4	4	25
65	4	4	4	5	5	4	26
66	4	4	4	4	3	4	23
67	4	3	4	3	4	3	21
68	5	4	4	5	4	4	26
69	5	5	4	4	4	4	26
70	5	4	4	4	4	5	26
71	5	4	5	4	4	5	27
72	5	4	4	5	5	5	28
73	5	5	4	4	4	4	26
74	4	4	4	4	4	5	25
75	4	3	4	4	4	4	23
76	4	5	4	5	4	5	27
77	5	4	4	3	3	4	23
78	5	5	5	5	5	5	30
79	4	3	4	5	5	5	26
80	4	5	4	3	5	4	25
81	4	3	4	5	5	4	25
82	4	5	4	5	4	5	27
83	4	5	5	4	4	4	26
84	4	5	4	5	5	4	27
85	4	4	5	4	5	4	26

86	4	5	4	4	5	5	27
87	5	4	3	3	4	4	23
88	5	4	5	4	5	5	28
89	5	5	5	5	5	5	30
90	4	5	4	4	4	5	26
91	4	5	5	4	4	4	26
92	4	3	4	3	4	4	22
93	4	3	4	3	3	3	20
94	4	3	4	4	4	4	23

Tabulasi Data Variabel Promosi (X₂)

No.	Pernyataan						Total
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	
1	4	4	4	4	4	4	24
2	5	5	4	4	4	4	26
3	4	4	4	4	4	4	24
4	5	4	4	4	4	4	25
5	4	4	4	3	4	4	23
6	4	4	4	4	4	5	25
7	4	5	4	4	4	4	25
8	5	4	3	4	4	5	25
9	4	4	4	4	4	4	24
10	4	5	3	5	3	5	25
11	4	5	3	5	3	5	25
12	5	5	3	5	5	5	28
13	5	5	4	5	5	4	28
14	4	5	4	5	4	5	27
15	4	5	5	4	4	4	26
16	4	5	4	5	5	4	27
17	4	4	5	4	5	4	26
18	4	5	4	4	5	5	27
19	5	5	5	5	5	5	30
20	4	5	4	5	5	4	27
21	4	4	5	4	5	4	26
22	4	5	4	4	5	5	27
23	5	4	5	4	4	5	27
24	5	4	4	5	5	5	28
25	5	5	4	4	4	4	26
26	4	4	4	4	4	5	25
27	5	5	3	3	3	5	24
28	4	5	4	5	4	5	27
29	4	3	4	4	5	3	23
30	5	5	5	5	5	5	30
31	4	5	4	5	5	5	28
32	4	5	4	3	5	4	25
33	4	5	4	3	5	4	25
34	4	5	4	3	5	4	25
35	4	5	4	3	5	4	25
36	5	5	4	4	4	4	26
37	4	4	4	4	4	4	24
38	5	4	4	4	3	5	25
39	5	5	3	4	2	5	24
40	4	4	4	4	4	5	25
41	5	4	3	3	2	5	22

42	5	4	4	3	4	5	25
43	3	3	2	3	2	4	17
44	5	5	4	4	5	5	28
45	5	5	5	4	5	5	29
46	4	5	4	4	5	5	27
47	5	5	5	5	5	5	30
48	4	5	4	5	5	4	27
49	5	4	5	4	5	5	28
50	5	5	5	5	5	5	30
51	4	4	4	3	3	4	22
52	4	5	4	5	4	4	26
53	5	5	5	5	5	5	30
54	5	4	4	3	4	5	25
55	4	3	4	4	4	4	23
56	4	5	4	5	4	5	27
57	4	3	4	4	5	3	23
58	5	5	5	5	5	5	30
59	3	3	3	3	3	5	20
60	4	4	4	4	3	4	23
61	4	3	4	3	4	3	21
62	5	4	4	5	4	4	26
63	5	5	4	4	4	4	26
64	5	5	3	5	5	5	28
65	5	5	4	5	5	4	28
66	4	5	4	5	4	5	27
67	4	5	4	4	4	4	25
68	4	4	4	5	5	4	26
69	4	4	4	4	3	4	23
70	4	3	4	3	4	3	21
71	4	3	4	3	4	4	22
72	4	5	5	4	4	4	26
73	4	3	4	3	4	4	22
74	4	3	4	3	3	3	20
75	5	5	4	4	4	4	26
76	4	4	4	4	4	4	24
77	4	4	3	3	3	4	21
78	4	4	4	3	4	4	23
79	5	5	5	5	5	5	30
80	5	5	5	5	5	5	30
81	5	4	3	4	4	5	25
82	4	4	4	4	4	4	24
83	4	5	3	5	3	5	25
84	4	5	3	5	3	5	25
85	5	5	3	5	5	5	28

86	4	5	4	5	4	5	27
87	4	4	3	4	5	4	24
88	5	4	5	3	4	4	25
89	4	4	4	5	5	4	26
90	4	4	5	4	5	4	26
91	4	5	4	4	5	5	27
92	4	5	4	5	4	4	26
93	5	5	5	5	5	5	30
94	5	4	4	3	4	5	25

Tabulasi Data Variabel Aksesibilitas (X₃)

No.	Pernyataan						Total
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	
1	4	5	4	4	5	5	27
2	5	4	3	3	4	4	23
3	5	5	5	4	5	5	29
4	5	5	5	5	5	5	30
5	4	5	4	4	4	5	26
6	4	4	4	4	4	4	24
7	5	4	4	4	4	4	25
8	4	5	4	3	4	4	24
9	4	4	3	4	5	4	24
10	4	5	4	5	4	4	26
11	4	5	4	5	5	5	28
12	4	5	4	5	4	4	26
13	4	5	4	3	3	4	23
14	4	5	4	3	4	4	24
15	4	5	4	5	4	5	27
16	4	4	3	4	5	4	24
17	5	4	5	3	4	4	25
18	4	4	4	5	5	4	26
19	4	4	5	4	5	4	26
20	4	5	4	4	5	5	27
21	5	5	5	5	5	5	30
22	4	4	4	3	5	5	25
23	5	5	4	5	5	4	28
24	5	4	5	4	4	5	27
25	5	4	4	5	5	5	28
26	5	5	4	3	4	4	25
27	4	4	4	4	4	4	24
28	4	4	4	3	4	4	23
29	5	4	4	3	4	5	25
30	5	4	5	4	5	5	28
31	5	5	5	5	5	5	30
32	4	4	4	3	3	4	22
33	4	5	4	5	4	4	26
34	5	5	5	5	5	5	30
35	5	5	4	4	4	4	26
36	4	4	4	4	4	4	24
37	5	4	4	4	4	4	25
38	3	4	4	4	4	4	23
39	3	5	4	4	4	3	23
40	4	5	4	4	4	4	25
41	5	4	4	4	5	4	26

42	4	4	4	4	4	4	24
43	3	3	3	3	4	3	19
44	5	5	5	4	5	5	29
45	4	5	5	4	4	4	26
46	4	5	4	5	5	4	27
47	4	4	5	4	5	4	26
48	4	5	4	4	5	5	27
49	5	5	5	5	5	5	30
50	4	5	4	5	5	4	27
51	4	4	5	4	5	4	26
52	4	5	4	4	5	5	27
53	5	4	5	4	4	5	27
54	5	4	4	5	5	5	28
55	5	5	4	4	4	4	26
56	4	4	4	4	4	5	25
57	4	3	4	4	4	4	23
58	4	5	4	5	4	5	27
59	3	4	3	3	4	3	20
60	5	5	5	5	5	5	30
61	4	5	4	5	5	5	28
62	4	5	4	3	5	4	25
63	4	5	4	3	5	4	25
64	4	5	4	3	5	4	25
65	4	5	4	3	5	4	25
66	5	5	4	4	4	4	26
67	4	4	4	4	4	4	24
68	5	4	4	4	4	4	25
69	4	4	4	3	4	4	23
70	4	4	4	4	4	5	25
71	4	4	4	4	5	5	26
72	5	4	4	4	4	5	26
73	4	4	4	4	4	4	24
74	4	4	4	3	4	4	23
75	4	4	4	4	4	5	25
76	4	4	4	4	4	4	24
77	4	5	3	4	4	3	23
78	4	5	4	4	4	5	26
79	4	4	5	4	4	4	25
80	4	4	4	4	5	4	25
81	4	3	4	3	4	3	21
82	5	4	4	5	4	4	26
83	5	4	4	4	4	4	25
84	4	4	4	4	4	5	25
85	4	3	4	4	4	4	23

86	4	5	4	5	4	5	27
87	4	4	4	5	5	5	27
88	4	5	4	3	5	4	25
89	4	3	4	5	5	4	25
90	4	4	4	4	4	5	25
91	4	4	4	4	4	4	24
92	5	4	4	4	4	4	25
93	4	4	4	3	4	4	23
94	4	4	4	4	4	5	25

Lampiran 4: Hasil Uji Validitas

Hasil Uji Validitas Variabel Pengetahuan (X₁)

		Correlations						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	TOTAL.X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.086	.163	.077	.045	.321**	.346**
	Sig. (2-tailed)		.409	.115	.463	.667	.002	.001
	N	94	94	94	94	94	94	94
X1.2	Pearson Correlation	.086	1	.294**	.492**	.463**	.558**	.781**
	Sig. (2-tailed)	.409		.004	.000	.000	.000	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94
X1.3	Pearson Correlation	.163	.294**	1	.344**	.345**	.298**	.573**
	Sig. (2-tailed)	.115	.004		.001	.001	.004	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94
X1.4	Pearson Correlation	.077	.492**	.344**	1	.518**	.458**	.751**
	Sig. (2-tailed)	.463	.000	.001		.000	.000	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94
X1.5	Pearson Correlation	.045	.463**	.345**	.518**	1	.435**	.727**
	Sig. (2-tailed)	.667	.000	.001	.000		.000	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94
X1.6	Pearson Correlation	.321**	.558**	.298**	.458**	.435**	1	.770**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.004	.000	.000		.000
	N	94	94	94	94	94	94	94
TOTAL.X1	Pearson Correlation	.346**	.781**	.573**	.751**	.727**	.770**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	94	94	94	94	94	94	94

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

Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X₂)

		Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	TOTAL.X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.219*	.210*	.181	.240*	.370**	.554**
	Sig. (2-tailed)		.034	.042	.080	.020	.000	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94
X2.2	Pearson Correlation	.219*	1	.048	.514**	.253*	.514**	.725**
	Sig. (2-tailed)	.034		.648	.000	.014	.000	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94
X2.3	Pearson Correlation	.210*	.048	1	-.012	.358**	.004	.399**
	Sig. (2-tailed)	.042	.648		.906	.000	.972	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94
X2.4	Pearson Correlation	.181	.514**	-.012	1	.248*	.432**	.692**
	Sig. (2-tailed)	.080	.000	.906		.016	.000	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94
X2.5	Pearson Correlation	.240*	.253*	.358**	.248*	1	.140	.611**
	Sig. (2-tailed)	.020	.014	.000	.016		.178	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94
X2.6	Pearson Correlation	.370**	.514**	.004	.432**	.140	1	.672**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.972	.000	.178		.000
	N	94	94	94	94	94	94	94
TOTAL.X2	Pearson Correlation	.554**	.725**	.399**	.692**	.611**	.672**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	94	94	94	94	94	94	94

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

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

Hasil Uji Validitas Variabel Aksesibilitas (X₃)

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	TOTAL.X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.105	.359**	.120	.034	.247*	.481**
	Sig. (2-tailed)		.312	.000	.249	.745	.016	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94
X3.2	Pearson Correlation	.105	1	.143	.196	.188	.289**	.572**
	Sig. (2-tailed)	.312		.170	.058	.069	.005	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94
X3.3	Pearson Correlation	.359**	.143	1	.167	.185	.275**	.551**
	Sig. (2-tailed)	.000	.170		.107	.075	.007	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94
X3.4	Pearson Correlation	.120	.196	.167	1	.337**	.308**	.667**
	Sig. (2-tailed)	.249	.058	.107		.001	.003	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94
X3.5	Pearson Correlation	.034	.188	.185	.337**	1	.206*	.563**
	Sig. (2-tailed)	.745	.069	.075	.001		.047	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94
X3.6	Pearson Correlation	.247*	.289**	.275**	.308**	.206*	1	.657**
	Sig. (2-tailed)	.016	.005	.007	.003	.047		.000
	N	94	94	94	94	94	94	94
TOTAL.X3	Pearson Correlation	.481**	.572**	.551**	.667**	.563**	.657**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	94	94	94	94	94	94	94

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

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

Hasil Uji Validitas Variabel Minat (Y)

		Correlations						
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	TOTAL.Y
Y1	Pearson Correlation	1	.125	.356**	-.007	.148	.317**	.459**
	Sig. (2-tailed)		.230	.000	.945	.155	.002	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94
Y2	Pearson Correlation	.125	1	.189	.357**	.140	.296**	.608**
	Sig. (2-tailed)	.230		.069	.000	.178	.004	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94
Y3	Pearson Correlation	.356**	.189	1	.196	.259*	.361**	.600**
	Sig. (2-tailed)	.000	.069		.058	.012	.000	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94
Y4	Pearson Correlation	-.007	.357**	.196	1	.446**	.350**	.700**
	Sig. (2-tailed)	.945	.000	.058		.000	.001	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94
Y5	Pearson Correlation	.148	.140	.259*	.446**	1	.282**	.617**
	Sig. (2-tailed)	.155	.178	.012	.000		.006	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94
Y6	Pearson Correlation	.317**	.296**	.361**	.350**	.282**	1	.688**
	Sig. (2-tailed)	.002	.004	.000	.001	.006		.000
	N	94	94	94	94	94	94	94
TOTAL .Y	Pearson Correlation	.459**	.608**	.600**	.700**	.617**	.688**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	94	94	94	94	94	94	94

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

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

Lampiran 5: Hasil Uji Reliabilitas

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pengetahuan (X₁)

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.755	6

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi (X₂)

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.668	6

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Aksesibilitas (X₃)

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.610	6

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.666	6

Lampiran 6: Uji Normalitas

Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		94
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.90249190
Most Extreme Differences	Absolute	.065
	Positive	.065
	Negative	-.064
Test Statistic		.065
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Lampiran: Hasil Uji Linearitas

Hubungan Minat terhadap Pengetahuan

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat * Pengetahuan	Between Groups	(Combined)	66.919	7	9.560	6.736	.000
		Linearity	53.335	1	53.335	37.579	.000
		Deviation from Linearity	13.583	6	2.264	1.595	.158
	Within Groups		122.060	86	1.419		
	Total		188.979	93			

Hubungan Minat terhadap Promosi

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat * Promosi	Between Groups	(Combined)	93.335	8	11.667	10.369	.000
		Linearity	84.920	1	84.920	75.470	.000
		Deviation from Linearity	8.415	7	1.202	1.068	.391
	Within Groups		95.644	85	1.125		
	Total		188.979	93			

Hubungan Minat terhadap Aksesibilitas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat * Aksesibilitas	Between Groups	(Combined)	96.458	8	12.057	11.077	.000
		Linearity	90.344	1	90.344	83.000	.000
		Deviation from Linearity	6.114	7	.873	.802	.587
	Within Groups		92.521	85	1.088		
	Total		188.979	93			

Lampiran 7: Hasil Uji Asumsi Klasik
Hasil Uji Multikolinearita

Coefficients^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	4.995	1.752		2.851	.005		
Pengetahuan X1	.199	.065	.221	3.077	.003	.781	1.280
Promosi X2	.319	.066	.376	4.862	.000	.677	1.477
AksesibilitasX3	.344	.071	.387	4.833	.000	.631	1.586

a. Dependent Variable: Minat

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.365	2.799		.845	.400
Pengetahuan	-.012	.054	-.023	-.217	.828
Promosi	.005	.066	.008	.078	.938
Aksesibilitas	-.019	.076	-.026	-.246	.806

a. Dependent Variable: Abs_RES

Lampiran 8: Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.995	1.752		2.851	.005
Pengetahuan X1	.199	.065	.221	3.077	.003
Promosi X2	.319	.066	.376	4.862	.000
Aksesibilitas X3	.344	.071	.387	4.833	.000

a. Dependent Variable: Minat

Lampiran 9: Hasil Uji Hipotesis

Hasil Uji Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.798 ^a	.637	.625	.873

a. Predictors: (Constant), Aksesibilitas, Pengetahuan, Promosi

Hasil Uji Parsial

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.995	1.752		2.851	.005
Pengetahuan X1	.199	.065	.221	3.077	.003
Promosi X2	.319	.066	.376	4.862	.000
Aksesibilitas X3	.344	.071	.387	4.833	.000

a. Dependent Variable: Minat

Hasil Uji Simultan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	120.310	3	40.103	52.561	.000 ^b
	Residual	68.669	90	.763		
	Total	188.979	93			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), Aksesibilitas, Pengetahuan, Promosi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kota Padang Sidempuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximili (0634) 24022
Website: uinsyahada.ac.id

Nomor : 2690 /Un.28/G.1/G.4c/PP.00.9/09/2025 30 September 2025
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : **Penunjukan Pembimbing Skripsi**

Yth. Bapak/Ibu;

1. Windari, M.A : Pembimbing I
2. Arti Damisa, M.E.I : Pembimbing II

Dengan hormat, bersama ini disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa, berdasarkan hasil sidang tim pengkajian kelayakan judul skripsi, telah ditetapkan judul skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Elnada Ikhilila Pane
NIM : 2140100149
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : **Faktor-faktor Yang Memengaruhi Minat Masyarakat Menabung Pada Bank Syariah Kota Padangsidempuan.**

Untuk itu, diharapkan kepada Bapak/Ibu bersedia sebagai pembimbing mahasiswa tersebut dalam penyelesaian skripsi dan sekaligus penyempurnaan judul bila diperlukan.

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.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kota Padang Sidempuan 22733

Telepon (0634) 22080 Faximili (0634) 24022

Website: uinsyahada.ac.id

Nomor : 2118/Un.28/G.1/G.4c/TL.00.9/09/2025

23 September 2025

Sifat : Biasa

Lampiran : -

Hal : Mohon Izin Riset

Yth; Lurah Kelurahan Bintuju.
Di Tempat

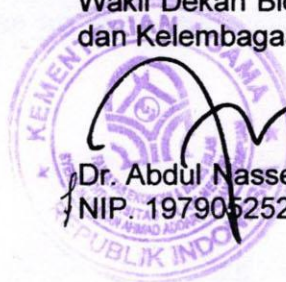
Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa nama yang tersebut dibawah ini:

Nama : Elnada Ikhilila Pane
NIM : 2140100149
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 "**Faktor-faktor Yang Memengaruhi Minat Masyarakat Menabung Pada Bank Syariah Kota Padangsidempuan**". 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 Isla