

**PENGARUH WHATSAPP BLAST DAN INSTAGRAM
TERHADAP MINAT MASYARAKAT MELAKUKAN
PEMBIAYAAN DI BANK SYARIAH**



SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melakukan Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh :

**Zuya Leurenza Siagian
NIM. 21 401 00085**

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

**PENGARUH WHATSAPP BLAST DAN INSTAGRAM
TERHADAP MINAT MASYARAKAT MELAKUKAN
PEMBIAYAAN DI BANK SYARIAH**



SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melakukan Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh :

**Zuya Leurenza Siagian
NIM. 21 401 00085**

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

**PENGARUH WHATSAPP BLAST DAN INSTAGRAM
TERHADAP MINAT MASYARAKAT MELAKUKAN
PEMBIAYAAN DI BANK SYARIAH**



SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melakukan Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh :

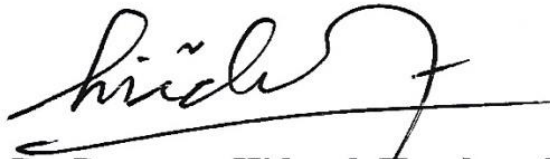
**Zuya Leurenza Siagian
NIM. 21 401 00085**

Pembimbing I



Dr. Utari Evy Cahyani, S.P.,M.M
NIP. 19870521 201503 2 004

Pembimbing II



Dr. Purnama Hidayah Harahap, S.H.I., M.H
NIP. 198812132019031009

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

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

Hal : Skripsi
An. Zuya Leurenza Siagian

Padangsidempuan, 22 September 2025
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN SYAHADA Padangsidempuan
di-
Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **Zuya Leurenza Siagian** yang berjudul "*Pengaruh WhatsApp Blast dan Instagram Terhadap Minat Masyarakat Melakukan Pembiayaan di Bank Syariah*". 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 diatas, maka saudara tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggungjawabkan skripsinya ini.

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

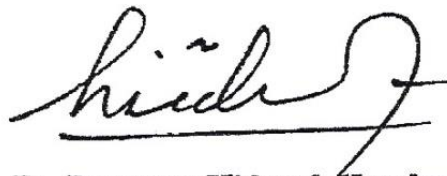
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I



Dr. Utari Evy Cahyani, S.P., M.M
NIP. 19870521 201503 2 004

PEMBIMBING II



Dr. Purnama Hidayah Harahap, S.H.I., M.H
NIP. 19881213 201903 1 009

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

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

Nama : Zuya Leurenza Siagian
NIM : 21 401 00085
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Pengaruh WhatsApp Blast dan Instagram Terhadap Minat Masyarakat Melakukan Pembiayaan di Bank Syariah

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

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam Pasal 19 Ayat 2 Tahun 2023 tentang Kode Etik Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 22 September 2025
Saya yang Menyatakan



Zuya Leurenza Siagian
NIM. 21 401 00085

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

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

Nama : Zuya Leurenza Siagian
NIM : 21 401 00085
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non Exclusive Royalti-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **“Pengaruh WhatsApp Blast dan Instagram Terhadap Minat Masyarakat Melakukan Pembiayaan di Bank Syariah”**. Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/ formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan
Pada Tanggal : 22 September 2025
Saya yang Menyatakan,



Zuya Leurenza Siagian

NIM. 21 401 00085



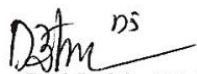
KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN
Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Kota Padangsidimpuan 22733
Telephone (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Nama : Zuya Leurenza Siagian
NIM : 21 401 00085
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Pengaruh WhatsApp Blast dan Instagram Terhadap Minat Masyarakat Melakukan Pembiayaan di Bank Syariah

Ketua

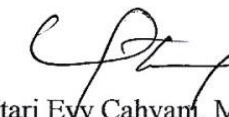
Sekretaris

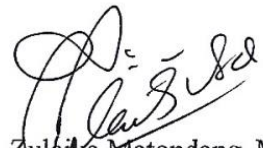

Delima Sari Lubis, M.A
NIDN. 2012058401


Dr. Utari Evy Cahyani, M.M
NIDN. 0621058703

Anggota


Delima Sari Lubis, M.A
NIDN. 2012058401


Dr. Utari Evy Cahyani, M.M
NIDN. 0621058703


Zulhika Matondang, M.Si
NIDN. 2017058302


Nando Fahrizal, M.E
NIDN. 2019109402

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidimpuan
Hari/Tanggal : Selasa / 07 Oktober 2025
Pukul : 10.00 WIB s.d. Selesai
Hasil/ Nilai : Lulus / 81,25 (A)
IPK : 3,56
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, Padangsidimpua 22733
Telepon. (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh WhatsApp Blast dan Instagram Terhadap Minat Masyarakat Melakukan Pembiayaan di Bank Syariah

Nama : Zuya Leurenza Siagian

Nim : 21 401 00085

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

Padangsidimpuan, 05 November 2025
Dekan,




Prof. Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si.
NIP. 19780818 200901 1015

ABSTRAK

NAMA : ZUYA LEURENZA SIAGIAN
NIM : 2140100085
JUDUL : PENGARUH WHATSAPP BLAST DAN INSTAGRAM
TERHADAP MINAT MASYARAKAT MELAKUKAN
PEMBIAYAAN DI BANK SYARIAH

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh WhatsApp Blast dan Instagram terhadap minat masyarakat dalam menggunakan pembiayaan Bank Syariah. Latar belakang penelitian ini didasari oleh belum optimalnya pemanfaatan whatsapp blast dan instagram sebagai pemasaran digital untuk menarik minat masyarakat menggunakan produk pembiayaan bank syariah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Penentuan jumlah sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Krejcie dan Morgan berdasarkan populasi masyarakat Kecamatan pulau rakyat sebanyak 36.281 jiwa, yang menghasilkan sampel sebanyak 380 responden. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode simple random sampling. Pengolahan data dilakukan dengan metode Structural Equation Modeling–Partial Least Square (SEM-PLS) menggunakan bantuan software SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel WhatsApp Blast positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk Bank Syariah . Strategi promosi digital dengan menggunakan whatsapp blast mampu meningkatkan ketertarikan masyarakat terhadap pembiayaan yang ditawarkan. Namun, variabel Instagram tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan, yang menunjukkan bahwa konten promosi belum cukup untuk mendorong keputusan konsumen dalam menggunakan pembiayaan bank syariah. Temuan ini memberikan implikasi bahwa Bank Syariah perlu memperkuat strategi meningkatkan visual konten instagram dan interaksi digital dengan masyarakat.

Kata Kunci: WhatsApp Blast, Instagram, Minat, Bank Syariah.

ABSTRACT

NAME : ZUYA LEURENZA SIAGIAN
Student ID : 21 401 00103
TITLE : THE EFFECT OF WHATSAPP BLAST AND INSTAGRAM
ON PUBLIC INTEREST IN FINANCING AT ISLAMIC
BANKS

This study aims to analyze the influence of WhatsApp Blast and Instagram on public interest in using Islamic Bank financing. The background of this study is based on the suboptimal use of WhatsApp Blast and Instagram as digital marketing to attract public interest in using Islamic bank financing products. This study uses a quantitative approach with a survey method. The determination of the number of samples was carried out using the Krejcie and Morgan formula based on the population of the Pulau Rakyat District of 36,281 people, resulting in a sample of 380 respondents. The sampling technique was carried out using the simple random sampling method. Data processing was carried out using the Structural Equation Modeling–Partial Least Square (SEM-PLS) method using the help of SmartPLS software. The results showed that the WhatsApp Blast variable was positive and significant on interest in using Islamic Bank products. The digital promotion strategy using WhatsApp Blast was able to increase public interest in the financing offered. However, the Instagram variable did not have a significant effect on interest in using, which indicates that promotional content is not enough to encourage consumer decisions in using Islamic bank financing. This finding implies that Islamic Banks need to strengthen their strategy of increasing visual Instagram content and digital interaction with the public.

Keywords: WhatsApp Blast, Instagram, Interest, Islamic Bank.

ملخص

الاسم: زويا لورينزا سياجيان

رقم الهاتف: ٠٠١٠٣ ٤٠١ ٢١

العنوان: تأثير حملات واتساب وإنستغرام على المصلحة العامة في التمويل في البنوك الإسلامية

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل تأثير انفجار واتسابو إنستغرام على الاهتمام العام باستخدام تمويل البنك الإسلامي. تستند خلفية هذه الدراسة إلى الاستخدام غير الأمثل لـ انفجار واتساب و إنستغرام كتسويق رقمي لجذب الاهتمام العام باستخدام منتجات التمويل المصرفي الإسلامي. تستخدم هذه الدراسة نهجاً كمياً مع طريقة المسح. تم تحديد عدد العينات باستخدام صيغة كريجي مورغان بناءً على عدد سكان مقاطعة جزيرة الشعب البالغ ٢٨١.٣٦ شخصاً، مما أدى إلى عينة من ٣٨٠ مستجيباً. تم تنفيذ أسلوب أخذ العينات باستخدام طريقة أخذ العينات العشوائية البسيطة. تمت معالجة البيانات باستخدام طريقة نمذجة المعادلات الهيكلية -المربعات الصغرى الجزئية سمارت بلز بمساعدة برنامج سمارت بلز أظهرت النتائج أن متغير انفجار واتساب كان إيجابياً وهاماً بشأن الاهتمام باستخدام منتجات البنك الإسلامي. تمكنت استراتيجية الترويج الرقمي باستخدام انفجار واتساب من زيادة الاهتمام العام بالتمويل المقدم. مع ذلك، لم يكن لمتغير إنستغرام تأثيرٌ يُذكر على الاهتمام بالاستخدام، مما يشير إلى أن المحتوى الترويجي لا يكفي لتشجيع المستهلكين على اتخاذ قرارات استخدام التمويل المصرفي الإسلامي. تشير هذه النتيجة إلى أن البنوك الإسلامية بحاجة إلى تعزيز استراتيجيتها لزيادة المحتوى المرئي على إنستغرام والتفاعل الرقمي مع الجمهور.

الكلمات المفتاحية: رسائل واتساب، إنستغرام، الاهتمام ، البنوك الإسلامية.

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, segala puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, seorang pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani, pencerah dunia dari kegelapan, berserta keluarga dan parasahabatnya. Amin.

Skripsi ini berjudul **“Pengaruh WhatsApp Blast dan Instagram Terhadap Minat Masyarakat Melakukan Pembiayaan Di Bank Syariah”**, ditulis untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ekonomi Syariah, di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

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

1. Bapak Prof. Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag, selaku Rektor UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, serta Bapak 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 Hubungan Institusi.

2. Bapak Prof. Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, Bapak Dr.Abdul Nasser Hasibuan, S.E.,M.Si, selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Ibu Dr. Rukiah, S.E.,M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Ibu Dra.Hj. Replita.M.Si. selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

3. Terima kasih penulis ucapkan kepada Ibu Dr. Sarmiana Batubara, M.A., S.E.I., selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, Ibu Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Serta Ibu Indah Sari, M.E yang telah membantu saya untuk mendapatkan judul skripsi ini. Dan juga tidak lupa kepada Bapak/Ibu dosen juga staf dilingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

4. Ibu Dr. Utari Evy Cahyani, S.P., M.M selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Dr. Purnama Hidayah Harahap, S.H.I, M.H selaku Dosen Pembimbing II yang bukan hanya membimbing secara akademik, tetapi juga menjadi pengarah, penyemangat dan motivator yang luar biasa. Terima kasih yang sebesar-besarnya atas waktu,

kesabaran, dan perhatian yang Ibu dan Bapak berikan selama proses penulisan skripsi ini. Tanpa bimbingan dan dukungan Ibu, Bapak yang tulus, mungkin skripsi ini belum bisa selesai. Setiap nasehat dan motivasi yang Ibu dan Bapak berikan selalu menjadi penyemangat saat penulis merasa lelah. Terima kasih telah mempermudah setiap proses, selalu membuka pintu konsultasi dengan lapang, dan memahami setiap kesulitan yang penulis hadapi. Ibu dan Bapak bukan hanya membimbing dengan ilmu, tetapi juga dengan hati. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan kesehatan, keberkahan, serta balasan terbaik untuk setiap kebaikan yang Ibu dan Bapak berikan.

5. Bapak Yusri Fahmi M.Hum selaku Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Segenap Bapak dan Ibu Dosen, Pegawai dan Civitas Akademik Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang dengan ikhlas memberikan ilmu pengetahuan, dorongan, dan motivasi yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di Universitas Islam Negeri Syahada Padangsidempuan.
7. Secara khusus, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang paling dalam dan penuh cinta kepada Bapakku tercinta, Juli Zulkarnaen Siagian, dan Mamakku tersayang, Siti Murniati Ritonga, yang telah menjadi penerang dan kekuatan dalam setiap langkah hidup ini. Terima kasih untuk setiap doa yang tak pernah putus, kerja keras yang tak terlihat, peluh yang mengalir demi pendidikan penulis, serta

cinta dan pengorbanan yang tak ternilai. Terimakasih banyak ayah dan mamak yang selalu memberikan semangat dan dukungan disaat penulis sedang dikeadaan kebingungan dan down dengan dunia kuliah ini, terimakasih juga telah ada didunia ini. Tanpa kasih dan restumu, peneliti takkan pernah sampai sejauh ini. Doaku selalu agar Allah SWT membalas setiap kebaikan kalian dengan keberkahan dan kebahagiaan dunia akhirat.

8. Penulis menyampaikan terima kasih yang tak terbatas kepada Adekku, Zuya Libyfanaza Siagian yang selalu memberikan support kepada penulis. Terima kasih atas nasehat-nasehat dan kepercayaan yang adek berikan, yang membuat langkah ini terasa lebih ringan. Terima kasih atas canda yang bisa membuat penulis kuat menghadapi dunia ini dan hadirmu selalu menjadi penghibur di tengah penatnya perjuangan penulis, banyak terimakasih buat adekku tersayang yang rela berkorban demi penulis.
9. Penulis juga menyampaikan terima kasih yang tulus kepada teman seperjuangan dari semester tiga sampai selesai, Tiara Febryanti Daulay yang selalu menjadi garda terdepan disaat penulis sedang menghadapi masalah diperantauan ini, menjadi orang yang selalu mendengar keluh kesah saya, memberikan effort dan support buat saya, dan menjadi tempat pulang diperantauan ini, banyak terimakasih buat selalu setia menemani penulis disaat susah dan senang.
10. Secara khusus, penulis ingin mengucapkan terima kasih penuh rasa sayang kepada teman jaga bumi Wira Atmaja dan Reyhan Natata Ritonga yang selalu menjadi penolong dan tempat mengeluh saya, terimakasih sudah menjadi laki-laki

yang baik dan bertanggung jawab didunia ini, terimakasih sudah memberikan dukungan dan motivasi, selalu membayarkan makan setiap nongkrong dan menjadi tempat ternyaman untuk bercerita.

11. Penulis juga ingin menyampaikan rasa terima kasih yang hangat dan penuh kenangan kepada teman-teman di kampung, Anzeli Miranda, Saranadila dan Suci Mardiamah. Terimakasih karena selalu ada, tidak hanya di saat-saat bahagia, tetapi juga saat peneliti merasa terpukul. Kalian adalah sandaran terbaik, di mana aku bias menjadi diriku sendiri tanpa rasa takut dihakimi. Setiap detik yang kita habiskan bersama adalah kenangan berharga yang tidak akan pernah peneliti lupakan.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat peneliti harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga Skripsi ini bermanfaat, khususnya bagi peneliti dan umumnya bagi para pembacanya serta dapat memberikan kontribusi bagi peningkatan kualitas pendidikan.

Amin ya robbal alamin.

Padangsidempuan, 2025
Peneliti

Zuya Leurenza Siagian
NIM. 21 401 00085

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

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

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

2. Vokal

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

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
—	fathāh	A	A
—	Kasrah	I	I
و	ḍommah	U	U

- b. Vokal Rangkap adalah vocal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

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

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

Harkat dan huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
..... ا ي	fathāh dan alif atau ya	a>	a dan garis atas
ي	Kasrah dan ya	i<	i dan garis di bawah
و	ḍommah dan wau	u>	u dan garis di atas

3. *Ta Marbutah*

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua yaitu:

a. *Ta marbutah* hidup

Ta marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah /t/.

b. *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).

4. *Syaddah (Tasydid)*

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

5. *Kata Sandang*

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

- a. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* ditransliterikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf

yang langsung diikuti kata sandang itu.

- b. Kata sandang yang diikuti huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

6. *Hamzah*

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

7. **Penulisan Kata**

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

8. **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.

9. Tajwid

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

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERSETUJUAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
SURAT PERNYATAAN HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI DEWAN	
PENGUJI SIDANG	
PENGESAHAN DEKAN	
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
خلاصة	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	ix
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	10
C. Batasan Masalah.....	11
D. Definisi Operasional Variabel.....	11
E. Rumusan Masalah	12
F. Tujuan Masalah.....	12
G. Manfaat Penelitian	13
BAB II LANDASAN TEORI	14
A. Kerangka Teori.....	14
1. Teori Bank Syariah	14
2. Teori Perilaku Konsumen	16
3. Teori Minat.....	17
4. Teori Pembiayaan.....	24
5. Teori WhatsApp Blast.....	35
6. Teori Instagram	37
B. Penelitian Terdahulu	38
C. Kerangka Pikir	46
D. Hipotesis Penelitian.....	47

BAB III METODE PENELITIAN	48
A. Waktu dan Lokasi Penelitian	48
B. Jenis Penelitian.....	48
C. Populasi dan Sampel	49
D. Sumber Data.....	52
E. Instrument Pengumpulan Data.....	54
F. Teknik Analisis Data.....	55
 BAB IV HASIL PENELITIAN.....	 60
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	60
1. Sejarah Kecamatan Pulau Rakyat.....	60
2. Struktur Organisasi Kecamatan Pulau Rakyat	62
B. Deskripsi Data Penelitian	63
1. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	63
2. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
C. Pengujian dan Hasil Analisis Data	64
1. Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	64
a. Uji Validitas Kovergen	64
b. Uji Validitas Diskriminan.....	65
c. Uji Validitas Reliabilitas.....	66
2. Model Pengukuran (<i>Inner Model</i>)	67
a. <i>R-Square</i>	67
b. <i>F-Square</i>	68
3. Hipotesis.....	69
a. <i>Path Coeffisien</i>	69
D. Pembahasan Hasil Penelitian	70
1. Pengaruh <i>WhatsApp Blast</i> terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah.....	71
2. Pengaruh <i>Instagram</i> terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah.....	72
 BAB V PENUTUP	 75
A. Kesimpulan	75
B. Implikasi Hasil Penelitian	76
C. Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Defenisi Operasional Variabel.....	12
Tabel I.2 Penelitian Terdahulu.....	40
Tabel III.1 Jumlah Penduduk Kecamatan Pulau Rakyat.....	49
Tabel III.2 Jumlah Penentuan Sampel	51
Tabel III.3 Skala Likert	54
Tabel III.4 Kriteria Outer Model.....	55
Tabel III.5 Kriteria Inner Model	56
Tabel IV.1 Hasil Nilai AVE (<i>Avarage Extracted</i>)	69
Tabel IV.2 Hasil Nilai <i>Cross Loading</i>	69
Tabel IV.3 Hasil <i>Composite Realibility dan Cronbach's Alph</i>	71
Tabel IV.4 Hasil <i>R-Square</i>	71
Tabel IV.5 Hasil <i>Effect Size</i>	72
Tabel IV.6 Hasil <i>Path Coeffisien</i>	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Peringkat Media Sosial di Indonesia.....	4
Gambar I.2 Perkembangan Internet dan Media Sosial di Indonesia	5
Gambar I.3 Kerangka Pikir	46
Gambar IV.1 Struktur Organisasi Kelurahan Pandan	65
Gambar IV.2 Jumlah Responden Berdasarkan Usia	66
Gambar IV.3 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	67
Gambar IV.4 Nilai <i>Factor Load</i>	68

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Surat Penunjukan Pembimbing Skripsi
- Lampiran 2 : Surat Izin Riset
- Lampiran 3 : Surat Selesai/ Balasan Riset
- Lampiran 4 : Lembar Validasi Angket
- Lampiran 5 : Tabulasi Angket
- Lampiran 6 : Hasil Output Smart PLS
- Lampiran 7 : Dokumentasi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia adalah negara yang menjaga keberagaman budaya, ras dan Agama, dengan salah satu negara dengan umat muslim terbesar di dunia, Indonesia sangat membutuhkan segala sesuatu yang memiliki label halal, baik dari segi makanan, industri, pariwisata, dan termasuk hukum ekonomi syariah yang tertuang dalam ekonomi Islam. Interaksi perekonomian masyarakat dan kelembagaan pendanaan dengan misi mengumpulkan dan mendistribusikan uang, peranan perbankan memiliki posisi strategis sebagai lembaga intermediasi. Secara teori, lembaga keuangan Indonesia terbagi menjadi dua bank konvensional dan syariah. Bank konvensional adalah entitas yang melakukan kegiatan menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan dana kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan atau melaksanakan fungsi intermediasi keuangan. Sedangkan, bank syariah adalah bank yang menjalankan operasionalnya baik dalam menghimpun dana, menyalurkan dan maupun jasa keuangan lainnya dengan menerapkan prinsip syariah yang berpedoman pada Al-Qur'an dan Hadist.¹

Menggeliatnya bank syariah merupakan tanda semarak pembaharuan. Hampir di semua sektor melabelkan produknya dengan syariah, tidak terkecuali perbankan. Sejak undang-undang perbankan syariah ditandatangani pada 1992 semarak

¹ Wahid Ikhsanudin, Imam Sopingi, and Kusnul Ciptanila Yuni Kusuma, "Pengaruh Digital Marketing Dan Religiusitas Nasabah Terhadap Minat Penggunaan Produk Pembiayaan Di Bank Syariah" 4, no. 1 (2024).

perbankan syariah di Indonesia semakin pesat, terlebih ketika terjadi krisis keuangan dunia tahun 2008, dan di saat yang sama disahkannya undang-undang baru tentang perbankan syariah, yang mengatur secara fundamental bagaimana perbankan syariah beroperasi, banyak bank-bank syariah bermunculan. OJK mencatat sebanyak 202 lembaga keuangan syariah terdiri dari bank umum syariah sebanyak 14 bank, bank perkreditan rakyat syariah sebanyak 168 BPRS, dan unit usaha syariah sebanyak 20 usaha.²

Kemajuan di atas cukup menggembirakan dari sisi kuantitas, namun hal yang masih dipertanyakan bagaimana perannya bagi kemajuan ekonomi di Indonesia. Data OJK (2025) menunjukkan bahwa perolehan laba rugi bank umum syariah tahun 2021 sebesar 1.977 Miliar Rupiah, pada tahun 2022 sebesar 2.059 Miliar Rupiah, pada tahun 2023 sebesar 2.295 Miliar Rupiah, pada tahun 2024 sebesar 9.893 Miliar Rupiah dan pada tahun 2025 bulan Februari sebesar 1.623 Miliar Rupiah. Sisi asset produktif per bulan Desember tahun 2021 sebesar 1,77%, tahun 2022 sebesar 1,95%, tahun 2023 1,56%, tahun 2024 sebesar 1,51%. Data tersebut menunjukkan angka fluktuasi.

OJK (2025) juga melaporkan kontribusi bank umum syariah dari sisi pembiayaan atau dalam istilah bank konvensional dikenal dengan pemberian kredit, di mana total pembiayaan pada tahun 2021 sebesar 26.926 Miliar Rupiah, tahun 2022 sebesar 30.175 Miliar Rupiah, tahun 2023 sebesar 34.855 Miliar Rupiah, dan tahun

² Fitri Sagantha, "Meninjau Kinerja Bank Syariah Di Indonesia," *Scientific Journal Of Reflection : Economic, Accounting, Management and Business* 3, no. 1 (January 1, 2020): 31–40.

2024 sebesar 244.193 Miliar Rupiah.³

Era syariah telah menarik minat ekonom dunia, bahkan banyak negara-negara maju di Eropa dan Amerika sebagian unit usahanya telah beralih ke model syariah. Mengingat kekuatan pada sistem syariah ada pada konsep fundamental, yakni mengedepankan hak dan keuntungan konsumen ketimbang keuntungan perusahaan. Tentu di era digital dan modern, konsumen telah berkembang menjadi lebih cerdas dalam bersikap, khususnya pada saat berekonomi. Mereka akan mencari hal yang lebih menguntungkan baginya, melihat sisi mana yang pas bagi keadaan ekonomi dan kesejahteraan.

Banyaknya minat pengguna bank syariah tentu mengharuskan bank syariah memikirkan strategi pemasaran yang mengikuti zaman. Pemasaran lewat sosial media pasti menjadi salah satu solusi yang bisa diterapkan bank syariah.

Sejumlah perusahaan juga menggunakan media sosial sebagai sarana pemasaran ataupun sebagai wadah untuk menampung pendapat, kritikan, dan masukan oleh konsumen. Dengan semakin meningkatnya jumlah pengguna media sosial, menjadi penguat bagi perusahaan, khususnya bagi Bank Syariah untuk mempromosikan produk dan jasa perbankannya di media sosial.⁴

Fenomena penggunaan media sosial sebagai media komunikasi sudah tidak asing lagi bagi masyarakat. Meningkatnya kualitas bank syariah kepada masyarakat,

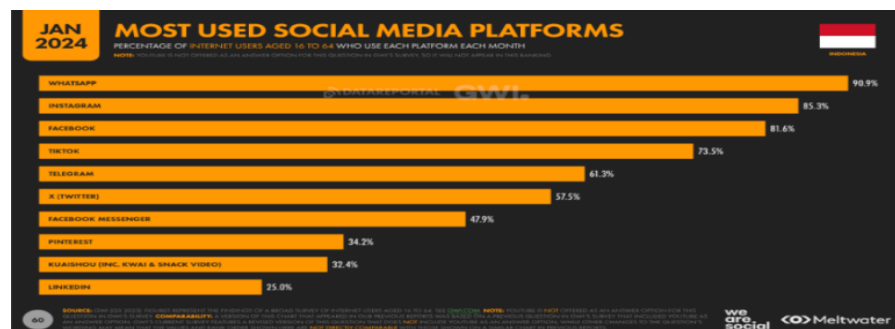
³ OJK “Statistik Perbankan Syariah - Februari 2025”.

⁴ Dea Naza Refilia, Suharto Suharto, and Nuzulya Pahlawi, “Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pemasaran Produk Bank Syariah Indonesia,” *Jurnal Manajemen dan Bisnis (JMB)* 4, no. 1 (February 1, 2023): 11–18.

membuat manajemen perbankan yang berbasis syariah islam ini semakin bergairah dalam melakukan kegiatan promosi. Kegiatan promosi yang dilakukan pun semakin beragam. Ini ditunjukkan keseriusan perbankan syariah dalam meningkatkan minat masyarakat terhadap perbankan syariah.⁵

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang terus meningkat membuat jumlah pengguna internet juga semakin tinggi di Indonesia. Pemasaran Internet merupakan pemasaran yang menggunakan internet sebagai saluran penyampaian isi pesan kepada banyak orang secara bersamaan dan seketika dalam kurun waktu tertentu. Salah satu tempat pemasaran internet yaitu media sosial, terdapat berbagai macam media sosial dan pengguna yang bertambah. Berikut merupakan beberapa media sosial populer di Indonesia.

Gambar 1.1 Peringkat Media Sosial di Indonesia



Sumber : Hootsuite (We Are Social) 2024

Menurut gambar diatas, WhatsApp memiliki pengguna terbanyak di Indonesia yaitu sebanyak 92,1%, Intragram peringkat kedua dengan pengguna 86,5%, diikuti Facebook 83,8%, dan Tiktok 70,8% pengguna. Di urutan berikutnya ada Telegram

⁵ Almida Elit Puteri., "Strategi Promosi Melalui Media Sosial Dalam Pengembangan Produk-Produk Bank Syariah (Studi Pada BNI Syariah Cabang Bengkulu), *Skripsi* (2019).

Efisien.⁷ WhatsApp blast adalah fitur yang didapat melalui WhatsApp API dari pihak ketiga. Aplikasi program pengirim pesan masal ke ribuan nomor sekaligus tanpa harus menyimpan nomor tujuan ke kontak smartphone pengguna. Tetapi nomor tujuan Blast dapat dibuat daftar nomor tujuan menggunakan database Microsoft excel yang kemudian diimpor ke dalam aplikasi WhatsApp Blast.⁸

Keunggulan WhatsApp Blast terletak pada kemampuannya menjangkau audiens yang luas dalam waktu singkat, sehingga mempercepat penyebaran informasi promosi, penawaran produk, dan informasi penting lainnya kepada pelanggan. Selain itu, WhatsApp Blast juga menawarkan fitur personalisasi, memungkinkan bank untuk menyesuaikan pesan dengan segmentasi pasar tertentu, meningkatkan relevansi pesan dan membangun hubungan yang lebih personal dengan nasabah. Diperlukan aplikasi WhatsApp Blast, yang di rancang dan di buat dengan menggunakan sistem WhatsApp API dengan basis web. WhatsApp Blast dapat menjadi alat strategis dalam upaya pemasaran digital yang lebih luas.⁹

Peringkat kedua pengguna media sosial terbanyak di Indonesia ada Instagram. Instagram sendiri merupakan salah satu media sosial yang dapat digunakan sebagai media pemasaran suatu produk atau jasa. Sehingga para calon konsumen dapat melihat jenis-jenis barang atau jasa yang ditawarkan. Terdapat beberapa fitur canggih

⁷ Sutanto dkk., “Efektivitas Iklan Melalui Whatsapp Blast Terhadap Keputusan Pembelian di Tunas Toyota Cimone.”

⁸ Rukmanah, Firdaus Yuni Dharta, and Ema, “Komunikasi Pemasaran Digital Campaign WhatsApp Blast di PT. Telkomsel branch Karawang Dalam Menarik Minat Konsumen,” *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 9, no. 24 (December 28, 2023): 647–654.

⁹ Elsa Diana Putri and Tri Ismardiko Widyawan, “Pengembangan Prototipe Aplikasi Blast Message Untuk Efektivitas Pemasaran,” *IKRA-ITH Informatika : Jurnal Komputer dan Informatika* 8, no. 3 (23 November 2024).

dalam aplikasi Instagram seperti berbagi foto dan video, komentar dan like, fitur yang sama dengan aplikasi lainnya *explore* yaitu fitur pencarian, menampilkan foto atau video terpopuler, dan lokasi terdekat, instagram story yaitu fitur pengambilan foto atau video untuk kemudian ditampilkan di kilas cerita Instagram, dan IGTV yaitu fitur pemutaran video berdurasi hingga 60 menit.¹⁰ Fitur lainnya yang dimiliki Instagram sebagai media promosi atau periklanan adalah Instagram Ads. Dimana pemilik akun dapat menayangkan iklan bentuk foto ataupun video dengan jangkauan yang lebih luas, sehingga tujuan promosi dapat tercapai.¹¹

Sejalan dengan penjelasan diatas, dalam penelitian ini lokasi yang dipilih oleh peneliti adalah Kecamatan Pulau Rakyat, Asahan. Data dari BPS (2024) jumlah penduduk Kecamatan Pulau Rakyat, Asahan mencapai 36.281 jiwa dengan komposisi 18.161 jiwa laki-laki dan 18.114 jiwa perempuan.¹²

Sebagai kecamatan yang terus berkembang, masyarakat kecamatan Pulau Rakyat memiliki tingkat adopsi pengguna media sosial yang signifikan. Hal ini menciptakan ruang menarik untuk mengamati bagaimana strategi pemasaran digital ini bekerja. Peneliti mengindikasikan bahwa tingkat pemahaman masyarakat pulau rakyat tentang produk dan layanan bank syariah masih perlu ditingkatkan. Dari penjelasan ini maka Kecamatan Pulau Rakyat berperan penting dalam proses berlangsungnya penelitian ini karena dijadikan sebagai wilayah penelitian untuk judul

¹⁰ Sari dan Fasa, "Analisis Konten Instagram Sebagai Strategi Digital Marketing Bank Syariah Indonesia."

¹¹ Rachmawaty, "Strategi Marketing Menggunakan Instagram."

¹² Badan Pusat Statistik, "Jumlah Penduduk di Kecamatan Pulau Rakyat".

penelitian yang diambil oleh peneliti.

Hasil observasi sementara menyatakan sebagian besar responden masyarakat Kecamatan Pulau Rakyat pernah mendapatkan pesan promosi dari WhatsApp mengenai pembiayaan Bank Syariah dan melihat promosi melalui Instagram Bank Syariah. Hasil wawancara peneliti dengan Bapak Juli yang mengatakan “Saya pernah beberapa kali mendapatkan pesan seperti itu, biasanya tentang promo pembiayaan atau produk baru, kalau menurut saya bagus sih promosi lewat whatsapp gitu jadi memudahkan kami untuk mendapatkan informasi, ya mana tau tiba-tiba butuh pinjaman”.¹³ Dari hasil wawancara ini dapat disimpulkan promosi dengan WhatsApp Blast memiliki peran yang cukup penting karena masyarakat jadi mengenal produk bank syariah namun, tidak dipungkiri jika terlalu sering bisa dianggap sebagai spam karena mengganggu pengguna WhatsApp.

Hasil wawancara peneliti dengan Ibu Dinda yang menyatakan “saya belum pernah menerima pesan dari bank syariah, tapi kalau di ig sering lewat iklan video bsi tentang pengenalan produk baru mereka, saya jadi sedikit tertarik dengan bsi karna sering lewat iklan nya gitu”.¹⁴ Dari hasil wawancara ini bisa disimpulkan, tidak meratanya pesan dari bank syariah ke masyarakat Pulau Rakyat, itu bisa menjadi penyebab kurangnya pemahaman masyarakat Pulau Rakyat tentang pembiayaan di bank syariah. Namun, ada sebagian yang tertarik dengan Instagram Bank Syariah melihat pembiayaan dan produk di Bank Syariah.

¹³ Juli, Wirausaha, *PNS* (Pulau Rakyat, Mei 09 2025, Pukul 15:00 WIB).

¹⁴ Dinda, Ketua Dusun, *wawancara* (Mei 09 2025, Pukul 17:00 WIB).

Peneliti terdahulu yang dilakukan oleh Anisa Khoirul Khasanah (2022) dengan judul skripsi “pengaruh brand image dan digital marketing terhadap minat masyarakat sukoharjo menggunakan bank syariah”. Dari penelitian ini digital marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat Sukoharjo menggunakan bank syariah. Semakin baik pelaksanaan digital marketing maka akan meningkatkan minat masyarakat.¹⁵ Fenomena penggunaan media sosial sebagai media komunikasi sudah tidak asing lagi bagi masyarakat. Meningkatnya kualitas dari Bank Syariah kepada masyarakat, membuat manajemen perbankan yang berbasis Islam ini semakin bergairah dalam melakukan kegiatan promosi. Kegiatan promosi yang dilakukan pun semakin beragam..

Penulis termotivasi untuk melakukan penelitian ini guna mengetahui seberapa besar pengaruh WhatsApp Blats dan Instagram terhadap minat masyarakat melakukan pembiayaan di Bank Syariah pada masyarakat Pulau Rakyat. Penulis ingin memberikan informasi bahwa melalui faktor WhatsApp Blats dan Instagram dapat meningkatkan minat masyarakat melakukan pembiayaan di Bank Syariah sehingga pangsa pasar terus meningkat.

Berdasarkan pemaparan yang telah diuraikan diatas maka topik ini menjadi menarik untuk dibahas. Demikian penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh WhatsApp Blast dan Instagram Terhadap Minat Masyarakat Melakukan Pembiayaan di Bank Syariah”**.

¹⁵ Anisa Khoirul Khasanah., "Pengaruh Brand Image Dan Digital Marketing Terhadap Minat Masyarakat Sukoharjo Menggunakan Bank Syariah" *Skripsi* (UIN Raden Mas Said Surakarta, 2022).

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan konteks masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, maka secara khusus, identifikasi masalah dalam penelitian yaitu :

1. Bank Syariah masih belum maksimal dalam mempromosikan produknya lewat WhatsApp Blast
2. Rendahnya pengetahuan masyarakat mengenai bank syariah disebabkan karena kurangnya sosialisasi dari pihak bank syariah sendiri
3. Terdapat indikasi bahwa masyarakat pulau rakyat dalam menggunakan produk pembiayaan bank syariah belum optimal.

C. Batasan Masalah

Setiap permasalahan pada dasarnya sangat kompleks, sehingga penulis tidak dapat meneliti secara keseluruhan dikarenakan keterbatasan waktu yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis memberikan batasan masalah pada penelitian ini, yaitu:

1. Objek penelitian hanya berfokus pada masyarakat Kecamatan Pulau Rakyat.
2. Variable independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah WhatsApp Blast dan Instagram sedangkan variable dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah minat masyarakat melakukan pembiayaan di bank syariah.
3. Penelitian ini menggunakan metode regresi linear berganda.

D. Definisi Operasional Variabel

Penelitian ini menggunakan tiga variabel yang terdiri atas dua variabel X dan satu variabel Y yaitu minat masyarakat melakukan pembiayaan di bank syariah,

dimana variable X1 adalah WhatsApp Blast dan variable X2 adalah Instagram. Defenisi operasional variable ini dibuat untuk menerangkan beberapa istilah sebagai berikut :

Tabel I.1 : Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1.	Minat masyarakat melakukan pembiayaan di Bank Syariah (Y)	Keinginan atau kecenderungan masyarakat untuk melakukan pembiayaan di bank syariah setelah terpapar oleh WhatsApp Blat dan Instagram.	1. <i>Attention</i> 2. <i>Interest</i> 3. <i>Desire</i> 4. <i>Action</i>	Ordinal
2.	WhatsApp Blast (X1)	Strategi pemasaran yang dilakukan melalui saluran WhatsApp untuk mempromosikan produk pembiayaan di bank syariah.	1. Konten Pesan 2. Frekuensi Pengiriman 3. Personalisasi Pesan	Ordinal
3.	Instagram (X2)	Strategi pemasaran yang dilakukan melalui Instagram untuk promosi produk pembiayaan di bank syariah.	1. Kualitas Informasi 2. Keterlibatan Pengguna (<i>Engagement</i>) 3. Estetika Visual Instagram 4. Dampak Kepercayaan dan Minat	Ordinal

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan konteks masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, maka secara khusus perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Apakah WhatsApp Blast berpengaruh dalam meningkatkan minat masyarakat melakukan pembiayaan di Bank Syariah?
2. Apakah Instagram berpengaruh dalam meningkatkan minat masyarakat melakukan pembiayaan di Bank Syariah?
3. Bagaimana pengaruh WhatsApp Blast dan Instagram terhadap pembentukan niat masyarakat dalam menggunakan pembiayaan bank syariah berdasarkan teori *Attention, Interest, Desire, and Action (AIDA)*?

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dibuat, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis pengaruh *WhatsApp Blast* terhadap minat masyarakat melakukan pembiayaan di Bank Syariah.
2. Menganalisis pengaruh *Instagram* terhadap minat masyarakat melakukan pembiayaan di Bank Syariah.
3. Menganalisis pengaruh WhatsApp Blast dan Instagram terhadap pembentukan niat masyarakat dalam menggunakan pembiayaan bank syariah berdasarkan teori *Attention, Interest, Desire, and Action (AIDA)*.

G. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini akan memperluas pemahaman peneliti mengenai pengaruh WhatsApp Blast dan Instagram terhadap minat masyarakat melakukan pembiayaan di Bank Syariah. Peneliti dapat menggali lebih dalam tentang bagaimana strategi

pemasaran digital yang dilakukan oleh Bank Syariah dapat mempengaruhi keputusan nasabah dan calon nasabah untuk melakukan pembiayaan di Bank Syariah.

2. Bagi Akademik

Penelitian ini dapat memperkaya wawasan akademik terkait penerapan teori-teori pemasaran, khususnya dalam konteks Bank Syariah. Peneliti dan mahasiswa dapat memahami lebih dalam mengenai hubungan antara WhatsApp Blast, Instagram dan minat masyarakat melakukan pembiayaan di Bank Syariah yang mungkin berbeda dengan Bank Konvensional.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Kerangka Teori

a. Bank Syariah

Pasal 1 Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008, bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah yang terdiri atas bank umum syariah (BUS) dan bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS). Prinsip syariah adalah prinsip hukum islam dalam kegiatan-kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa di bidang syariah.¹

BUS adalah bank umum syariah yang kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. BPRS adalah bank syariah yang dalam melaksanakan kegiatan usahanya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Unit usaha syariah (UUS) adalah unit kerja dari kantor pusat bank umum konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor atau unit yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah,²

Terkait dengan asas operasional bank syariah, berdasarkan Pasal 2 UU Nomor 21 Tahun 2008, disebutkan bahwa perbankan syariah dalam melakukan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah, demokrasi ekonomi

¹ Undang-Undang (UU) Nomor 21 Tahun 2008, Pasal 1 tentang Perbankan Syariah.

² Rizal Yaya, Aji Erlangga Martawireja, Ahim Abdurahim., *Akuntansi Perbankan Syariah* (Jakarta Selatan : Salemba Empat, 2015) hlm 34.

dan prinsip kehati-hatian.³ Selanjutnya, terkait dengan tujuan bank syariah, pada pasal 3 dinyatakan bahwa perbankan syariah bertujuan untuk menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat. Serta penggunaan riba sangat di tentang prinsip syariah.⁴

Berdasarkan pasal 4 UU Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah, disebutkan bahwa bank syariah wajib menjalankan fungsi menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat. Bank syariah juga dapat menjalankan fungsi sosial dalam bentuk lembaga baitulmal, yaitu menerima dana yang berasal dari zakat, infak, sedekah, hibah, atau dana sosial lainnya (antara lain denda terhadap nasabah atau *ta'zir*) dan menyalurkan kepada organisasi pengolahan zakat.⁵

Bank syariah juga dapat menghimpun dana sosial yang berasal dari wakaf uang dan menyalurkan kepada pengelola wakaf (*nazhir*) sesuai dengan kehendak pemberi wakaf (*wakif*). Dalam beberapa literature perbankan syariah, bank syariah dengan beragam skema transaksi yang dimiliki setidaknya empat fungsi, yaitu (1) fungsi manajer investasi; (2) fungsi investor; (3) fungsi sosial; (4) fungsi jasa keuangan.⁶

Menentukan harga atau mencari keuntungan bagi bank yang berdasarkan

³ Undang-Undang (UU) Nomor 21 Tahun 2008, Pasal 2 tentang Perbankan Syariah .

⁴ Undang-Undang (UU) Nomor 21 Tahun 2008, Pasal 3 tentang Perbankan Syariah .

⁵ Undang-Undang (UU) Nomor 21 Tahun 2008, Pasal 4 tentang Perbankan Syariah .

⁶ Rizal Yaya, Aji Erlangga Martawireja, Ahim Abdurahim., *Akuntansi Perbankan Syariah* (Jakarta Selatan : Salemba Empat, 2015) hlm 48.

prinsip syariah adalah sebagai berikut :

- 1) Pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (*mudharabah*)
- 2) Pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal (*musyarakah*)
- 3) Prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan (*murabahah*)
- 4) Pembiayaan barang modal berdasarkan sewa murni tanpa pilihan (*ijarah*)
- 5) Atau dengan adanya pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain (*ijarah wa iqtina*).⁷

b. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen (*consumer behavior*) didefinisikan sebagai kegiatan-kegiatan yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan menggunakan barang-barang atau jasa termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan. Ada dua elemen penting dalam perilaku konsumen yaitu: proses pengambilan keputusan, dan kegiatan fisik Semua ini melibatkan individu dalam menilai, mendapatkan dan mempergunakan barang atau jasa secara ekonomis.⁸

Perilaku konsumen (*consumer behavior*) adalah suatu studi yang mendeskripsikan bagaimana individu atau kelompok memilih, membeli, menggunakan, atau menolak produk sesuai keinginan dan kebutuhannya. Studi perilaku konsumen terpusat pada cara individu mengambil keputusan untuk memanfaatkan sumber daya mereka yang tersedia (waktu, uang, usaha)

⁷ Kasmir, *Dasar-dasar perbankan* (PT Raja Grafindo Persada, 2005).

⁸ Danang Suyonto, *Konsep Dasar Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta : CAPS) Cet ke-1 hlm 225.

guna membeli barang-barang yang berhubungan dengan konsumsi. Hal ini mencakup apa yang mereka beli, mengapa mereka membeli dan seberapa sering menggunakannya.

Industri jasa keuangan adalah salah satu produk yang sangat kompleks dilihat dari keragaman produk, banyaknya regulasi yang harus dipenuhi serta berbagai kondisi dan persyaratan yang menyertainya. Industri jasa keuangan terdiri dari beberapa sektor yaitu, sektor perbankan, sektor pasar modal, sektor peransurians, sektor dana pensiun, sektor pembiayaan, sektor pegadaian, dan sektor jasa keuangan lainnya.⁹ Efisiensi di Industri Jasa Keuangan untuk mewujudkan Industri Jasa Keuangan yang berdaya saing guna mendukung peningkatan daya saing dan upaya penurunan suku bunga kredit.

Perilaku konsumen adalah perilaku yang ditunjukkan konsumen dalam memilih dan memutuskan beberapa alternatif produk barang jasa atau jasa untuk selanjutnya dibeli atau dimiliki.¹⁰ Perilaku berkaitan dengan minat. Minat dianggap sebagai suatu penangkap atau perantara antara faktor-faktor motivasional yang mempengaruhi perilaku. Minat menunjukkan seberapa banyak upaya yang direncanakan seseorang untuk melakukan sesuatu dan minat berhubungan dengan perilaku.

c. Minat

Minat merupakan suatu dorongan yang timbul dalam diri sendiri yang

⁹ J.Widijantoro, "Hukum Perlindungan Konsumen Jasa Keuangan di Era Otoritas Jasa Keuangan" (Yogyakarta: Cahaya Atma Pustaka, 2019), hal.

¹⁰ Irwansyah, *Perilaku Konsumen*.

melakukan aktivitas pada objek tertentu seperti pekerjaan, pelajaran. Minat adalah komponen internal dalam diri individu yang sangat berpengaruh terhadap tindakannya. Seseorang individu akan merasa ingin untuk melakukan sesuatu atau mendalami ssuatu jika muncul rasa tertarik dalam dirinya. Menurut Slameto minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal tanpa ada yang menyuruh.¹¹ Minat berhubungan dengan sesuatu yang menguntungkan dan dapat menimbulkan kepuasan bagi dirinya. Kesenangan merupakan minat yang sifatnya sementara. Adapun minat bersifat tetap dan ada unsur memenuhi kebutuhan dan memberikan kepuasan. Semakin sering minat diekspresikan dalam kegiatan akan semakin kuat minat tersebut sebaliknya minat akan menjadi pupus kalau tidak ada kesempatan untuk mengekspresikannya.

Minat adalah sesuatu pribadi yang dan berhubungan dengan sikap. Individu yang berminat terhadap suatu objek akan mempunyai kekuatan atau dorongan untuk melakukan serangkaian tingkah laku untuk mendekati atau mendapatkan objek tersebut.¹² Minat merupakan suatu keinginan yang timbul dari diri sendiri tanpa ada paksaan dari orang lain untuk mencapai suatu tujuan.

¹¹ Anawati Matondang, "Pengaruh Antara Minat Dan Motivasi," *Jurnal Pendidikan Bahasa* Vol. 2, No. 2, 2018, hlm 25.

¹² Muhammad Dayyan, "Analisis Minat Masyarakat Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Di Gampong Pondok Kemuning)" *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, Vol. 1 No 1, 2017, 7 .

1) Macam-Macam Minat

- a) Berdasarkan timbulnya, dapat dibedakan menjadi dua yaitu minat primitif dan minat kultural. Minat primitif adalah minat yang timbul karena kebutuhan biologis, misalnya kebutuhan akan makan atau kebutuhan kebebasan beraktivitas. Sedangkan minat kultural atau minat sosial adalah minat yang timbul karena proses belajar, minat ini tidak secara langsung berhubungan dengan diri kita. Contoh: keinginan untuk memiliki mobil.
- b) Berdasarkan arahnya, minat dapat dibedakan menjadi minat intrinstik dan minat ekstrinstik. Minat intrinstik adalah minat yang langsung berhubungan dengan aktivitas itu sendiri. Ini merupakan minat yang lebih mendasar atau minat asli. Sedangkan minat ekstrinsik adalah minat yang berhubungan dengan tujuan akhir dari kegiatan tersebut, ketika tujuan sudah tercapai ada kemungkinan minat tersebut hilang.
- c) Berdasarkan cara mengungkapkan minat dapat dibagi menjadi empat yaitu:
 - a. *Expressed Interest* adalah minat yang diungkapkan dengan cara meminta kepada subjek untuk menyatakan atau menuliskan kegiatan kegiatan baik yang berupa tugas maupun bukan tugas yang di senangi dan yang paling tidak di senangi. Dari jawabanya dapat diketahui minatnya.
 - b. *Manifest Interest* adalah minat yang di ungkapkan dengan cara mengobservasi atau melakukan pengamatan secara langsung terhadap

aktivitas-aktivitas yang dilakukan subjek atau dengan mengetahui hobinya.

- c. *Tested interest* adalah minat yang diungkapkan cara menyimpulkan dari hasil jawaban tes objektif yang diberikan, nilai-nilai yang tinggi pada suatu objek atau masalah biasanya menunjukkan minat yang tinggi pula terhadap hal tersebut.
- d. *Inventoried Interest* adalah minat yang diungkapkan dengan menggunakan alat-alat yang sudah di standarisasikan, dimana subjek apakah ia senang atau tidak senang terhadap sejumlah aktivitas atau sesuatu objek yang ditanyakan.¹³

Faktor merupakan suatu hal (keadaan, peristiwa) yang dapat mempengaruhi atau menyebabkan terjadinya sesuatu. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat yaitu faktor internal dan faktor eksternal:

a. Faktor Internal

1) Kepribadian

Kepribadian adalah karakteristik psikologi seseorang yang menyebabkan respon yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan orang itu sendiri. Kepribadian dapat digunakan untuk menganalisis perilaku konsumen untuk produk dan pemilihan merek tertentu. Dalam hal ini banyak seorang pemasar menggunakan konsep

¹³ Pipit Oktaviani, “Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Terhadap Bank Syariah” , *Skripsi Perpustakaan IAIN Metro*: 2020, 21.

yang berhubungan dengan.¹⁴

2) Persepsi

Persepsi adalah proses yang digunakan oleh individu untuk memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasi masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti. Persepsi tidak hanya bergantung pada ransangan fisik, tetapi juga berhubungan dengan lingkungan sekitar dan keadaan individu yang bersangkutan.¹⁵

3) Motivasi

Motivasi dapat digambarkan sebagai tenaga pendorong dalam diri individu yang memaksa mereka untuk bertindak. Tenaga pendorong tersebut dihasilkan yang timbul sebagai akibat dari kebutuhan yang tidak terpenuhi. Motivasi merupakan kekuatan yang enerjik yang menggerakkan perilaku dan memberikan tujuan dan arah perilaku.¹⁶

4) Sikap

Sikap adalah suatu keadaan pada diri seseorang untuk berperilaku secara konsisten suka atau tidak suka dihadapkan pada satu situasi baik yang menguntungkan atau tidak menguntungkan sehubungan dengan suatu objek.¹⁷ Pengaruh sikap terhadap konsumen sangat jelas misal

¹⁴ Jefri Putri Nugraha et al., *Teori Perilaku Konsumen* (PT. Nasya Expanding Management, 2021) hlm 37.

¹⁵ Manshur Razak, *Perilaku Konsumen* (Makassar : Alaudin University Press, 2016,) hlm 68.

¹⁶ Manshur Razak, *Perilaku Konsumen* (Makassar : Alaudin University Press, 2016,) hlm 33.

¹⁷ Jefri Putri Nugraha et al., *Teori Perilaku Konsumen* (PT. Nasya Expanding Management, 2021) hlm 19.

produk yang bermanfaat akan di sukai pembeli, produk yang berkualitas akan menarik banyak peminat dan menyebabkan tindakan membeli.

5) Kepercayaan

Kepercayaan adalah suatu gagasan deskriptif yang dianut oleh seseorang tentang sesuatu. Kepercayaan ini mungkin bisa berlandaskan pada pengetahuan, opini (pendapat), persepsi. Konsep kepercayaan ini membentuk citra terhadap produk dan orang akan berbuat sesuai kepercayaan.

6) Pengalaman

Pengalaman menjadi salah satu faktor internal dalam pengambilan keputusan konsumen melalui pengalaman konsumen dapat mempertimbangkan atau memilih produk dari brand lain. Pengalaman pribadi seseorang atau pengalaman orang lain yang telah berhasil dalam melakukan sesuatu. Pengalaman merupakan pedoman atau guru agar tidak melakukan kesalahan dalam menjalankan sesuatu nantinya.¹⁸

7) Agama

Karena bervariasi, serta sifatnya yang pribadi, kelompok Agama mempunyai pengaruh yang sangat penting bagi konsumsi suatu masyarakat, kelompok keagamaan akan memperhatikan preferensi dan tabu yang spesifik. Pemasar hendaknya dapat memperhatikan secara seksama dan tabu yang spesifik atas barang yang dihasilkan karena akan

¹⁸ Rudy Irwansyah, *Perilaku Konsumen* (Bandung: Widina Bhakti Persada, 2021) hlm 110.

mempengaruhi perilaku pembeli dari kelompok keagamaan yang dimaksud.

b. Faktor Eksternal

1) Budaya

Faktor budaya termasuk penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar untuk mendapatkan nilai, persepsi, dan perilaku dari lembaga-lembaga paling luas pada tingkah laku konsumen dan perilaku yang dipelajari oleh anggota masyarakat dari keluarga dan lembaga lainnya.¹⁹

2) Sosial

Faktor sosial merupakan pembagian masyarakat relatif homogen dan permanen yang tersusun secara hierarkis yang menganut nilai-nilai, minat, dan perilaku yang sama. Kelas sosial ditentukan oleh faktor-faktor seperti pendapatan, pendidikan, kekayaan dan variabel lainnya.

3) Pelayanan

Wasustiono berpendapat pelayanan publik adalah pemberian jasa baik oleh pemerintah, pihak swasta atas nama pemerintah ataupun pihak swasta kepada masyarakat, dengan atau tanpa pembayaran uang untuk memenuhi kebutuhan atau kepentingan masyarakat.

4) Lokasi

Lokasi merupakan sebuah tempat dimana dapat digunakan sebagai tempat produksi atau tempat melayani konsumen. Konsumen pasti

¹⁹ Rudy Irwansyah, *Perilaku Konsumen* (Bandung: Widina Bhakti Persada, 2021) hlm 150.

menginginkan lokasi yang mudah dijangkau dan benar-benar strategis dari seluruh penjuru agar mempermudah nasabah yang ingin berinvestasi.

d. Pembiayaan

1) Pengertian Pembiayaan

Pembiayaan secara umum adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dan pihak lain yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.²⁰

Menurut M. Nur Rianto Al-Arif, pembiayaan atau *financing* adalah pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak yang lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun lembaga.²¹

Pembiayaan di bank syariah yang banyak diminati adalah salah satunya pembiayaan murabahah pada akad jual beli dimana harga barang yang pertama akan ditambah dengan jumlah keuntungan yang sudah disepakati diawal akad sebelum melakukan transaksi sehingga nasabah yang mengambil pembiayaan *murabahah* tidak merasa dirugikan oleh pihak bank. Menurut UUD No. 7 tahun 1992 tentang perbankan sebagaimana yang telah

²⁰ Kasmir, *Bank dan Lembaga Lainnya*.

²¹ Al-Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*.

diubah menjadi UU No.10 tahun 1998 tentang perbankan dalam pasal 1 no (12) : pembiayaan yang berdasarkan syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum syariah antara bank dan pihak nasabah untuk penyimpanan dana atau bentuk lainnya.²² Dalam menjalankan pembiayaan ada lima aturan yang tidak boleh dilanggar yaitu:

- a) Dalam transaksi keuangan tidak berbasis bunga.
- b) Produksi barang serta jasa yang tidak sesuai dengan nilai-nilai islam dilarang
- c) Pengenalan pajak atau sedekah ,zakat
- d) Penyediaan tafakul (asuransi Islam)
- e) Aktivitas ekonomi yang mengandung maysir atau judi dan gharar (ketidakpastiaan) akan di hindari.²³

Maka dengan itu seluruh kegiatan usaha tersebut haruslah kegiatan yang diperbolehkan menurut Islam jadi prinsip keuangan syariah mengacu pada prinsip rela sama rela tidak ada pihak yang disalimi dan mensalimi, hasil muncul dengan biaya dan untung muncul bersama resiko.

2) Unsur Pembiayaan Bank Syariah

Pembiayaan pada dasarnya diberikan atas dasar kepercayaan. Dengan demikian, pemberian pembiayaan adalah pemberian kepercayaan. Hal ini berarti presentasi yang diberikan benar-benar harus diyakini dapat

²² Bambang Murdadi, "Urgensi Perubahan Undang-Undang Di Bidang Perbankan." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol 8. No 1. 2011.

²³ alquod dan lewis, *Perbankan Syariah: Prinsip Praktik Dan Prospek*.

dikembalikan oleh penerima pembiayaan sesuai dengan waktu dan syarat-syarat yang telah disepakati bersama. Berdasarkan hal di atas unsur-unsur pembiayaan antara lain.²⁴

a) Adanya dua pihak

Yaitu pemberi pembiayaan atau *shahibul maal* dan penerima pembiayaan atau *mudharib* dimana kedua pihak tersebut sepakat atas perjanjian pembiayaan yang telah dilakukan di awal akad.

b) Adanya kepercayaan

Suatu keyakinan pemberi pinjaman (bank) pembiayaan yang diberikan berupa uang. Barang ataupun jasa akan benar-benar diterima kembali dimana akan ditentukan dimasa yang akan datang. Kepercayaan ini diberikan oleh bank.

c) Adanya persetujuan

Berupa kesepakatan dimana masing-masing pihak menandatangani hak dan kewajiban pembiayaan. Janji membayar tersebut dapat berupa lisan, tertulis (akad pembiayaan) Adanya penyerahan barang, jasa atau uang dari *shahibul mal* kepada *mudharib*.

d) Adanya unsur waktu (*time element*)

Setiap pinjaman yang dilakukan memiliki jangka waktu yang ditentukan. Hal ini mencakup masa pengembalian pembiayaan yang telah disepakati jadi apabila telah tiba masa jatuh tempo yang telah disepakati

²⁴ Kasmir, *Manajemen Perbankan*.

maka pihak peminjam berhak untuk mengembalikan pembiayaan yang telah diberikan.

e) Adanya unsur resiko (*degree of risk*)

Resiko ini menjadi tanggungan bank, baik resiko yang disengaja ataupun tidak disengaja. Resiko yang disengaja yaitu resiko yang diakibatkan oleh nasabah sengaja tidak mau membayar padahal mampu untuk memebayar. Sedangkan resiko yang tidak disengaja adalah resiko yang di akibatkan karena nasabah tertimpa masalah seperti bencana alam yang tidak mampu dihindari oleh nasabah.

f) Balas jasa

Dalam bank konvensional yang dimaksud balas jasa dalam bentuk bunga, biaya profisi dan komisi serta biaya administrasi yang merupakan keuntungan bank. Sedangkan dalam prinsip syariah, balas jasanya dalam bentuk bagi hasil. Jadi balas jasa itu merupakan keuntungan atau pendapatan yang diperoleh atas pengambilan suatu kredit dalam sebuah Bank sebagai kompensasi karena sudah menyimpan dananya di sebuah Bank.

3) Tujuan Pembiayaan

Secara umum tujuan pembiayaan dibedakan menjadi dua kelompok yaitu tujuan pembiayaan untuk tingkat mikro dan tingkat untuk makro. Secara makro dijelaskan bahwa pembiayaan bertujuan untuk :

a) Peningkatan ekonomi umat

Masyarakat yang tidak dapat akses secara ekonomi, dengan adanya pembiayaan mereka dapat melakukan akses ekonomi, dengan memanfaatkan pembiayaan yang diberikan untuk membangun sebuah usaha yang telah direncanakan sebelumnya sehingga dengan adanya pembiayaan tersebut dapat meningkatkan ekonomi keluarga serta dapat meningkatkan kesejahteraan.

b) Tersedianya dana bagi peningkatan usaha

Untuk pengembangan usaha membutuhkan dana tambahan dana tambahan ini dapat diperoleh melalui aktivitas pembiayaan. Pihak yang surplus dana menyalurkan kepada pihak yang kekurangan dana, sehingga dapat digulirkan.

c) Meningkatkan produktivitas

Adanya pembiayaan memberikan peluang bagi masyarakat agar mampu meningkatkan daya produksi dan meningkatkan hasil usaha sehingga dapat berkembang dan tetap selalu berjalan lancar sesuai dengan yang diharapkan.

d) Membuka lapangan kerja baru

Dengan dibuka sektor-sektor usaha melalui penambahan dana pembiayaan, maka sektor usaha tersebut akan menyerap tenaga kerja sehingga dengan bertambahnya lapangan kerja tersebut dapat mengurangi angka pengangguran di sebuah negara.

e) Penyaluran kelebihan dana

Kehidupan masyarakat ini ada pihak yang memiliki kelebihan sementara dan ada pihak yang kekurangan. Dalam kaitanya dengan masalah dana, maka mekanisme pembiayaan dapat menjadi sarana penghubung dalam penyeimbangan dan penyaluran kelebihan dana dari pihak yang kelebihan (surplus) Kepada pihak kekurangan (deficit) dana.²⁵

4) Jenis-Jenis Akad Pembiayaan dalam Islam

Masing-masing akad memiliki kekhususan dan karesteristik tersendiri. Selain itu masing-masing akad memiliki objek transaksi berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan dalam transaksi itu sendiri. Berikut jenis-jenis akad pembiayaan dalam Islam yang terbagi menjadi tiga kategori, produk-produk tersebut yaitu sebagai berikut :

a) Produk Penghimpunan

Dana Penghimpunan dana dari masyarakat oleh bank konvensional dilakukan dengan menggunakan dana pihak ketiga (DPK). Akan tetapi, pada bank syariah klasifikasi penghimpunan dana tidak didasarkan pada nama instrumen tersebut melainkan berdasarkan pada prinsip yang digunakan. Prinsip penghimpunan dana yang digunakan dalam bank syariah ada dua yaitu *wadiah* dan *mudharabah*.

²⁵ In, *Konsep Kelembagaan Bank Syariah*.

- a. *Wadiah* adalah titipan dari satu pihak kepada pihak lain yang harus dijaga dan dikembalikan oleh penerima titipan kapanpun si penitip menghendaki. *Wadiah* terbagi atas dua jenis yaitu *wadiah yad-dhamanah* dan *wadiah yad-amanah*. *Wadiah yad-dhamanah* merupakan suatu jenis *wadiah* yang dimana pihak bank diperbolehkan untuk mendayagunakan barang yang dititipkan oleh pihak nasabah selama barang yang dititipkan belum dikembalikan dan *wadiah yad-amanah* merupakan suatu jenis *wadiah* yang dimana pihak bank tidak diperbolehkan sama sekali untuk mendayagunakan barang yang dititipkan oleh pihak nasabah sampai diambil kembali oleh nasabah tersebut.
- b. *Mudharabah* adalah perjanjian atas suatu jenis kerja sama, dimana pihak pertama berperan menyediakan dana (*shahibul maal*) dan pihak kedua bertanggung jawab atas pengelolaan usaha (*mudharib*). *Mudharabah* terbagi atas tiga jenis yaitu *mudharabah muthlaqah*, *mudharabah muqayyadah*, dan *mudharabah musytarakah*.

b) Produk Penyaluran Dana

Penyaluran dana bank syariah dilakukan dengan skema jual beli, skema investasi, dan skema sewa atau ijarah. Ketiga skema tersebut sebagai berikut :

- a. Skema jual beli memiliki beberapa bentuk yaitu *murabahah*, *salam*, dan *isthisna*. *Murabahah* merupakan jual beli yang dimana penjual

(pihak bank) menegaskan harga asal belinya kepada pembeli dengan tambahan keuntungan yang disepakati, *salam* merupakan jual beli yang pelunasannya dilakukan terlebih dahulu oleh pembeli (pihak nasabah) sebelum barang pesanan diterima, dan *isthisna* merupakan jual beli yang didasarkan atas pesanan pembeli (pihak nasabah) kepada penjual (pihak bank) untuk menyediakan barang sesuai dengan spesifikasi pesanan yang diisyaratkan oleh pembeli (pihak nasabah).

- b. Skema *investasi* terdiri atas dua jenis yaitu *mudharabah* dan *musyarakah*. *Mudharabah* merupakan suatu bentuk kerja sama yang dimana pihak bank sebagai pemilik dana (*shahibul maal*) sedangkan pihak nasabah sebagai pengelola dana (*mudharib*) dan *musyarakah* merupakan suatu bentuk kerja sama antara kedua belah pihak atau lebih yang dimana saling memberikan kontribusi berupa modal untuk suatu usaha dengan syarat risiko ditanggung bersama.
- c. Skema sewa atau *ijarah* terdiri atas dua pula yaitu *ijarah* dan *ijarah muntahiya bittamlik*. *Ijarah* merupakan jenis sewa yang bertujuan untuk mendapatkan imbalan atas suatu barang yang disewakan dengan tidak diikuti pemindahan hak kepemilikan atas barang yang disewakan dan *ijarah muntahiya bittamlik* merupakan jenis sewa yang diakhiri dengan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewakan.

d. Akad pelengkap digunakan untuk mempermudah pelaksanaan pembiayaan. Akad pelengkap terdiri dari *hiwalah*, *rahn*, *qardh*, *wakalah*, dan *kafalah*. *Hiwalah* adalah pengalihan utang dari orang yang berutang (*muhil*) kepada orang lain yang menanggungnya (*muhalalaih*). *Rahn* adalah menahan salah satu harta milik nasabah sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya. *Qardh* adalah pemberian pinjaman oleh pihak bank kepada nasabah yang digunakan dalam keadaan atau kebutuhan mendesak. *Wakalah* adalah pelimpahan kekuasaan oleh seseorang (*muwakkil*) kepada orang lain (*wakalah*) dalam hal-hal yang diwakilkan.

c) Produk Layanan Jasa

Pelaksanaan fungsi pelayanan jasa perbankan syariah yaitu *sharf* dan *ijarah*. Kedua produk layanan jasa tersebut sebagai berikut :

- a. *Sharf* berkaitan dengan transaksi jual beli mata uang, baik antara mata uang sejenis maupun antar mata uang yang berlainan jenis. Jual beli mata uang asing, penyerahannya harus dilakukan pada waktu yang sama (*spot*).
- b. *Ijarah* dari segi objeknya untuk mendapatkan manfaat dari penggunaan barang atau jasa. Artinya bahwa apabila *ijarah* diterapkan untuk mendapatkan manfaat barang disebut sewa-menyewa sedangkn apabila *ijarah* diterapkan untuk mendapatkan manfaat dari seseorang disebut upah-mengupah. Jenis kegiatan *ijarah*

antara lain penyewaan kotak simpanan (*safe deposit box*) dan jasa tata laksana administrasi dokumen (*custodian*). Dari kegiatan penyewaan tersebut, bank mendapat imbalan dari jasa penyewaan yang dilakukan.²⁶

5) Prinsip-prinsip Pembiayaan

Manajemen bank syariah akan menerima permohonan dari calon nasabah untuk melakukan pembiayaan setelah melakukan analisa permohonan dengan menggunakan prinsip 5C. Adapun prinsip-prinsip pembiayaan tersebut sebagai berikut:

a) *Character* (kepribadian atau watak)

Character adalah suatu keyakinan bahwa sifat atau watak seseorang yang akan diberikan pembiayaan benar-benar dapat dipercaya, hal ini tercermin dari latar belakang nasabah baik latar belakang pekerjaan maupun yang bersifat pribadi seperti cara hidup atau gaya hidup yang dijalannya, keadaan keluarga, hobi dan lingkungan sosialnya.

Untuk mengetahui *charcter* nasabah, ada beberapa hal yang harus dilakukan oleh bank, pertama melihat data yang ada di bank itu sendiri. Hal ini dapat dilakukan apabila permohonan pembiayaan telah ataupun pernah berhubungan baik dengan bank, baik pembiayaan maupun bukan. Disamping itu, bank juga berusaha mencari informasi ke bank lain, yaitu bank yang biasa berhubungan dengan nasabah pembiayaan dan ke bank

²⁶ Frena Fardillah, dkk, *Perbankan Syariah Indonesia* (Cirebon: Penerbit Insania, 2021).

Indonesia

Oleh karena itu, karakter merupakan aset terpenting dalam pembiayaan. Maka satu proposal pembiayaan biasanya tidak akan diproses lebih lanjut apabila bank menemukan hal-hal yang negatif tentang calon debitur.

b) *Capacity* (Kemampuan dan Kesanggupan)

Capacity adalah kemampuan nasabah untuk menjalankan usaha berguna untuk memperoleh laba atau keuntungan. Intinya kita sebagai calon debitur yang lagi mengajukan pembiayaan harus bisa meyakinkan pihak bank bahwa kita mampu untuk mengelolah bisnis dengan baik sehingga dapat menghasilkan kinerja keuntungan yang baik untuk memenuhi kewajiban pembiayaannya.

c) *Capital* (Modal atau Kekayaan)

Capital adalah penilaian atas besarnya modal calon nasabah yang diserahkan dalam perusahaan. Faktor lain yang dianalisa oleh pihak bank adalah aspek modal sendiri (*capital*) yang disetor oleh calon debitur kepada bank. Pada bank ini, setiap calon debitur yang ingin melakukan pembiayaan biasanya tidak akan dibiayai sepenuhnya oleh bank. Bank akan melihat terlebih dahulu berapa *capital* sendiri yang dimiliki oleh calon debitur untuk mengelola usahanya. Setelah bank melihat berapa modal sendiri dari calon debitur barulah bank menutupi berapa kekurangan dari modal yang dibutuhkan.

d) *Condition of economic* (Kondisi Ekonomi)

Condition of economic adalah bahwa didalam pemberian pembiayaan oleh bank. Kondisi ekonomi secara umum dan kondisi sektor usaha pemohon calon debitur perlu memperoleh perhatian dari bank untuk memperkecil resiko yang mungkin terjadi yang diakibatkan oleh kondisi ekonomi tersebut.

e) *Collateral* (jaminan)

Collateral adalah jaminan yang diberikan oleh nasabah. Jaminan ini bersifat sebagai jaminan tambahan, karena jaminan utama pembiayaan adalah pribadi calon nasabah dan usahanya. Disamping sifatnya sebagai tambahan, jaminan juga bisa dikatakan sebagai benteng penyelamat, dengan adanya jaminan bank mendapat kepastian bahwa pembiayaan yang diberikan dapat diterima kembali pada suatu saat yang telah ditentukan.²⁷

e. WhatsApp Blast

1) Pengertian WhatsApp Blast

WhatsApp sudah menjadi aplikasi yang sering digunakan perusahaan kecil maupun besar karena mampu menjangkau banyak orang. Biasanya, WhatsApp digunakan sebagai media untuk berinteraksi dengan pelanggan, namun ada juga yang menggunakan untuk keperluan pemasaran.

²⁷ Ismail, *Manajemen Perbankan*.

Dengan adanya keperluan ini dibentuk sebuah aplikasi khusus yaitu WhatsApp Business API. Aplikasi inilah yang menawarkan fitur WhatsApp Blast. Fitur ini digunakan untuk mengirim pesan massal secara bersamaan tanpa harus menyimpan nomor pengguna. Jadi, dengan adanya fitur ini akan sangat memudahkan untuk perusahaan-perusahaan untuk menjangkau banyak pengguna sekaligus.

2) Manfaat WhatsApp Blast

Ada 4 manfaat dari menggunakan WhatsApp Blast. Berikut penjelasannya :

a. Personifikasi Pesan

Personifikasi pesan adalah pesan yang terlihat seperti ditunjukkan untuk orang tertentu. Personifikasi pesan sangat penting dilakukan dalam *content marketing* agar terbentuk hubungan erat dengan pembaca pesan, sehingga nantinya pelanggan tersebut menjadi loyal. Jika bisa membuat pesan *blast* yang menarik, tentu akan bisa meningkatkan penjualan *brand*-mu dengan pesat.

b. Menjangkau lebih banyak pelanggan baru

Satu keunggulan dari ini adalah menjangkau Masyarakat secara massal, bahkan kepada orang yang mungkin belum mengenal produk tersebut. Tentunya, hal ini akan membuat produk menjadi lebih menarik dan banyak yang mengenal produk.

c. Membuat iklan yang *mobile-friendly*

Kegiatan membuat iklan atau promosi juga harus disalurkan ke media sosial atau alat komunikasi seperti whatsapp. Dengan menggunakan fitur WhatsApp Blast, para pengusaha akan bisa lebih mudah menyebarkan iklan dan promosi yang akan diadakan.

d. Dapat *feedback* langsung dari pelanggan

Fitur ini juga bisa menjadi cara untuk berinteraksi dua arah dengan para pelanggan. Mulai dari membicarakan produk hingga meminta *feedback* juga bisa dilakukan. Informasi, saran ataupun kritik yang didapatkan bisa digunakan untuk membangun *brand* yang lebih baik. Selain itu, pelanggan juga akan merasa senang karena ada brand memperhatikan pendapatnya dan ingin berkembang lebih baik lagi.

f. Instagram

Instagram merupakan sebuah aplikasi yang digunakan untuk membagikan foto dan video. Instagram merupakan salah satu bagian dari facebook setelah di beli oleh Mark Zuckerberg pada tahun 2012 lalu. Dengan hal ini semakin mempermudah pemilik perusahaan untuk mempromosikan barang dan juga jasa yang dimilikinya. Instagram sebagai salah satu aplikasi yang diminati banyak pengguna, Instagram menjadi media sosial yang banyak sekali peluang untuk berbisnis bagi para penggunanya.

Instagram merupakan salah satu bentuk dari media jejaring sosial yang banyak dimanfaatkan perusahaan dan juga pelaku usaha untuk membantu

mempromosikan produk dan jasa yang dimiliki. Dengan adanya visualisasi yang menarik yang dimiliki fitur insagram menjadikannya salah satu sosial media yang banyak diminati masyarakat. Pengguna Instagram di dunia setiap tahunnya selalu mengalami peningkatan.

Instagram memiliki berbagai manfaat, antara lain adalah:

- 1) Memanfaatkan Instagram untuk portofolio, apabila seseorang memiliki sebuah karya, berhasil melakukan suatu pencapaian atau mengikuti kegiatan penting, dia dapat mempublikasikan nya melalui Instagram.
- 2) Instagram dapat dimanfaatkan untuk menawarkan endorsement, jika seseorang memiliki banyak pengikut maka dapat menawarkan jasa endorsement.
- 3) Instagram dapat dimanfaatkan untuk promosi, melalui media sosial instagram, seseorang dapat mempromosikan produk atau pun jasa yang dimiliki kepada khalayak di media sosial instagram.²⁸

B. Peneliti Terdahulu

Penelitian terdahulu dalam landasan teori adalah seperangkat konstruk, konsep, definisi, dan proposisi yang membantu melihat fenomena secara sistematis melalui hubungan antar variabel, sehingga berguna untuk menjelaskan dan meramalkan fenomena

²⁸ Rifki Nurcahyani, "Pengaruh Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Pemasaran Digital Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Bank Syariah Badan Usaha Milik Negara Di Yogyakarta" *Skripsi* , UIN Yogyakarta.

Tabel 1.2 Peneliti Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Peneliti	Hasil Peneliti
1	Isna Anggitasari (Skripsi program studi Perbankan Syariah UIN Prof.K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto 2024) ²⁹	Pengaruh Media Sosial Instagram, Isi Konten @Lifewithbsi Terhadap Minat Generasi Z Menggunakan Produk Perbankan Syariah (Survei Terhadap Nasabah Dan Follower Akun Instagram BSI)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) Variabel media sosial secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap minat generasi Z dalam menggunakan produk perbankan syariah yang dibuktikan dengan t-hitung > t-tabel ($4.123 > 1.6607$) dan koefisien regresi sebesar 0.000. (2) Variabel konten instagram berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat generasi Z dalam menggunakan produk perbankan syariah yang di buktikan dengan t-hitung > t-tabel ($6.008 > 1.6607$) dan koefisien regresi sebesar 0.000. (3) Variabel media sosial dan konten instagram secara simultan berpengaruh terhadap minat menabung siswa di bank syariah yang di buktikan dengan nilai F-hitung sebesar (20.79) > F-tabel (3,09) dan tingkat signifikan sebesar 0.000.
2	Renzyana Tirtayassa Utami	Pengaruh Media Sosial Terhadap	Pendekatan yang digunakan kuantitatif dengan jenis

²⁹Isna Anggitasari "Pengaruh Media Sosial Instagram, Isi Konten @Lifewithbsi Terhadap Minat Generasi Z Menggunakan Produk Perbankan Syariah (Survei Terhadap Nasabah Dan Follower Akun Instagram BSI)," *Skripsi* UIN Prof.K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto 2024.

	(Skripsi program studi Perbankan Syariah UIN Ar-Raniry Banda Aceh 2022) ³⁰	Minat Menabung Siswa Pada Bank Syariah (Studi Pada Sekolah Menengah Atas Insan Madani Meukek)	deskriptif. Populasi dan sampel yaitu 91 siswa termasuk kedalam Teknik convinance sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan angket dengan uji coba alat ukur dan asumsi klasik menggunakan uji normalitas, uji heteroskedastisitas. Metode analisis data menggunakan regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung pada bank Syariah.
3	Rifky Nurcahyani (Skripsi program studi Ekonomi Islam 2020) ³¹	Pengaruh Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Pemasaran Digital Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Bank Syariah Badan Usaha Milik Negara Di Yogyakarta	Hasil penelitian menunjukkan bahwa media pemasaran Instagram mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan Bank Syariah di Yogyakarta dengan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 39,1% yang artinya sebesar 39,1% minat nasabah menggunakan bank Syariah dipengaruhi oleh adanya pemasaran produk perbankan melalui media

³⁰ Renzyana Tirtayassa Utami "Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Menabung Siswa Pada Bank Syariah (Studi Pada Sekolah Menengah Atas Insan Madani Meukek)," *Skripsi* UIN Ar-Raniry Banda Aceh 2022.

³¹ Rifky Nurcahyani, "Pengaruh Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Pemasaran Digital Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Bank Syariah Badan Usaha Milik Negara Di Yogyakarta" *Skripsi*, UIN Yogyakarta 2020.

			promosi Instagram.
4	Rukmanah, Firdaus Yuni Dharta, Ema (Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, Desember 2023) ³²	Komunikasi Pemasaran Digital Campaign WhatsApp Blast di PT.Telkomsel Branch Karawang dalam Menarik Minat Konsumen	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa PT. Telkomsel cabang Karawang menggunakan WhatsApp blast sebagai media periklanan untuk menarik minat konsumen terhadap produknya. PT. Telkomsel memanfaatkan fitur WhatsApp blast untuk menyampaikan kampanye promosi produk Telkomsel. Pendekatan ini sejalan dengan teori IMC yang mengintegrasikan berbagai saluran komunikasi pemasaran untuk menjangkau audiens sasaran yang tepat. Dengan menyampaikan pesan iklan yang menarik dan menggunakan pengukuran kinerja yang efektif, perusahaan bertujuan untuk menciptakan strategi pemasaran yang lebih fokus dan sukses.
5	Rifta Melina (Skripsi UIN Kiai Haji	Strategi Promosi Melalui Sosial Media Dan Word	Dalam meningkatkan volume strategi promosi pada BSI KCP Genteng

³² Rukmanah, Dharta, and Ema, "Komunikasi Pemasaran Digital Campaign WhatsApp Blast di PT. Telkomsel branch Karawang Dalam Menarik Minat Konsumen", *Jurnal Ilmiah Wahanan Pendidikan* Desember 2023.

	Achmad Siddiq Jember 2023) ³³	Of Mouth Marketing Dalam Menarik Minat nasabah Untuk Melakukan Pembiayaan Pada Bsi Kcp Genteng Gajah Mada	Gajah Mada menerapkan strategi promosi melalui sosial media antara lain, WhatsApp Blast, Facebook dan Instagram terlebih dahulu, kemudian mencari pertemanan. Dan Strategi Promosi melalui Word of Mouth Marketing dalam menarik minat nasabah untuk melakukan pembiayaan pada BSI KCP Genteng Gajah Mada, yaitu promosi melalui Word Of Mouth memiliki beberapa bentuk diantaranya testimony dan rekomendasi yang di dapatkan oleh BSI KCP Genteng Gajah Mada merupakan bentuk kepuasan dari nasabah BSI KCP Genteng Gajah Mada, karena testimony dan rekomendasi tidak hanya bermanfaat bagi BSI KCP Genteng Gajah Mada, tetapi bermanfaat juga bagi calon nasabah.
6	Nura Safira, Abd aziz, Maula Nasrifah (Economic	Strategi Pemasaran Cicil Emas (CILEM) untuk	Metode penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif, teknik pengumpulan data yang

³³Rifta Melina "Strategi Promosi Melalui Sosial Media Dan Word Of Mouth Marketing Dalam Menarik Minatnasabah Untuk Melakukan Pembiayaan Pada Bsi Kcp Genteng Gajah Mada," *Skripsi UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember 2023*.

	Reviews Journal 2024) ³⁴	Meningkatkan Minat Nasabah di BSI KCP Probolinggo	digunakan meliputi teknik wawancara, observasi dan dokumentasi yang dilakukan dengan pihak BSI KCP Probolinggo. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa Strategi Wa blast penawaran cilem merupakan strategi yang paling efektif pada nasabah lama, sementara itu pendekatan personal selling merupakan strategi yang paling efektif untuk menarik minat nasabah baru di BSI KCP Probolinggo. Dengan adanya kedua strategi tersebut merupakan strategi yang paling baik dan dapat tereduksi untuk investasi jangka panjang.
7	Iffah Nabila (Skripsi UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember 2024) ³⁵	Strategi promosi melalui media sosial dalam Menarik minat nasabah untuk memilih produk Pada pt bank pembangunan daerah jawa barat Dan banten	Hasil peneltian ini menunjukkan bahwa: 1. Dalam meningkatkan volume strategi promosi pada Bank BJB KCP Jember menerapkan strategi promosi melalui media sosial antara lain, WhatsApp Blast, Facebook dan Instagram. Dengan mengunggah

³⁴ Safira dkk., "Strategi Pemasaran Cicil Emas (CILEM) Untuk Meningkatkan Minat Nasabah Di BSI KCP Probolinggo."

³⁵ Nabilah, " Strategi promosi melalui media sosial dalam enarik minat nasabah untuk memilih produk Pada pt bank pembmangunan daerah jawa barat dan banten kantor cabang pembantu jember" *Skripsi* Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam November 2024.

		kantor cabang pembantu jember	pamflet maupun konten semenarik mungkin. 2. Tantangan dalam proses strategi promosi melalui media sosial pada Bank BJB KCP Jember ada 4 yaitu: Persaingan yang ketat, menjangkau audiens yang tepat, tren yang berubah-ubah, menangani komentar dan pesan negatif. Sedangkan peluang dalam promosi melalui media sosial pada Bank BJB KCP Jember ada 3 yaitu: menjaga interaksi antar pelanggan, meningkatkan Brand Awareness, menghemat biaya promosi.
--	--	-------------------------------	---

Dilihat dari penelitian terdahulu diatas, adapun persamaan dan perbedaan peneliti terdahulu dengan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Isna Anggitasari, persamaan yang terdapat pada penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang menggunakan Instagram sebagai media pemasaran di bank syariah sedangkan perbedaan pada peneliti ini terdapat pada penelitian Isna Anggitasari meneliti minat generasi z sedangkan peneliti meneliti minat masyarakat.
2. Renzyana Tirtayassa Utami, persamaan yang terdapat pada penelitian ini adalah membahas tentang media sosial sebagai marketing di bank syariah sedangkan

perbedaan terdapat pada peneliti Renzyana Tirtayassa Utami meneliti minat menabung siswa dan peneliti meneliti minat masyarakat melakukan pembiayaan.

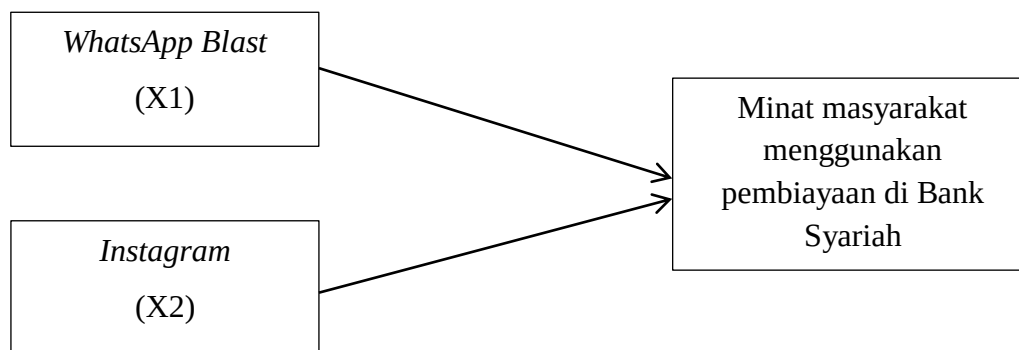
3. Rifky Nurcahyani, persamaan dengan penelitian ini adalah sama sama menggunakan Instagram sebagai media pemasaran terhadap minat nasabah menggunakan bank syariah dan menggunakan metode penelitian kuantitatif sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitiannya, Rifky Nurcahyani meneliti di Yogyakarta dan peneliti meneliti di Pulau Rakyat.
4. Rukmanah, Firdaus Yuni Dharta, Ema, persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang WhatsApp Blast sebagai media promosi sedangkan perbedaannya adalah Rukmanah, Firdaus Yuni Dharta, Ema menggunakan metode kualitatif dengan objek penelitian PT. Telkom dan peneliti menggunakan metode kuantitatif dengan objek penelitian Bank Syariah.
5. Riffa Melina, persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan media sosial seperti WhatsApp Blast dan Instagram untuk menarik minat melakukan pembiayaan di Bank Syariah sedangkan perbedaannya terletak pada penelitian Riffa Melina menggunakan metode deskriptif kualitatif dan peneliti menggunakan metode kuantitatif.
6. Nura Safira, Abd aziz, Maula Nasrifah, persamaan dengan penelitian ini adalah metode pemasarannya sama-sama menggunakan WhatsApp Blast untuk meningkatkan minat nasabah sedangkan perbedaannya adalah peneliti Nura Safira, dkk menggunakan metode kualitatif dan fokus penelitiannya pada cicil

emas di BSI KCP Probolinggo sedangkan peneliti menggunakan metode kuantitatif dan fokus penelitiannya terhadap pembiayaan di Bank Syariah.

7. Iffah Nabila, persamaan dengan penelitian ini adalah menggunakan penerapan strategi promosi melalui sosial media seperti WhatsApp Blast dan Instagram sedangkan perbedaannya adalah Iffah Nabila pada objek penelitiannya, peneliti meneliti Bank Syariah dan Iffah Nabila meneliti PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten KCP Jember.

C. Kerangka Pikir

Gambar 1.3 Kerangka Pemikiran



Sumber: Dimodifikasi oleh peneliti

Dari kerangka pikir diatas dijelaskan bahwa WhatsApp Blast (X1) berhubungan langsung dengan peningkatan minat masyarakat untuk melakukan pembiayaan Bank Syariah. Secara parsial, ini berarti meskipun faktor lain juga mempengaruhi minat melakukan pembiayaan, WhastApp Blast memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan seseorang untuk tertarik melakukan pembiayaan tersebut. Instagram (X2) juga mempengaruhi minat melakukan pembiayaan. Dalam hal ini, Instagram akan meningkatkan keinginan masyarakat melakukan pembiayaan

di Bank Syariah. Jadi, semakin banyak orang yang mengenal bank tersebut dan produk-produk yang ditawarkannya, semakin besar pula minat mereka untuk menggunakan pembiayaan di Bank Syariah.

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis dapat diartikan sebagai jawaban sementara terhadap permasalahan yang diteliti, hipotesis merupakan pernyataan sementara berupa dugaan yang mengenai apa saja yang sedang kita amati dalam usaha untuk memahaminya. Hipotesis merupakan kebenaran sementara yang masih harus diuji. Oleh karena itu, hipotesis berfungsi sebagai cara untuk menguji kebenaran.

Berdasarkan kerangka pikir yang dikemukakan maka hipotesis penelitian ini adalah:

H1: WhatsApp Blast berpengaruh positif terhadap minat masyarakat untuk melakukan pembiayaan di Bank Syariah.

H2: Instagram berpengaruh positif terhadap minat masyarakat untuk melakukan pembiayaan di Bank Syariah.

H3: WhatsApp Blast dan Instagram berpengaruh positif terhadap pembentukan niat masyarakat dalam menggunakan pembiayaan bank syariah berdasarkan teori AIDA

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Pulau Rakyat, Asahan. Waktu penelitian pada Desember 2024 sampai selesai. Melakukan observasi terkait minat masyarakat Kecamatan Pulau Rakyat dalam melakukan pembiayaan di Bank Syariah dapat dilakukan dengan mengamati perilaku konsumen, preferensi mereka terhadap pembiayaan keuangan syariah, serta faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mereka dalam memilih bank syariah. Observasi ini penting untuk memahami sejauh mana kesadaran, pengetahuan, dan kepercayaan masyarakat terhadap prinsip-prinsip syariah dalam pembiayaan perbankan, sehingga dapat membantu bank dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dan tepat sasaran.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya. Tujuan penelitian kuantitatif adalah mengembangkan dan menggunakan model matematis, teori dan hipotesis yang berkaitan dengan fenomena alam.¹ Metode analisis datanya yaitu statistik deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan profil responden dan variabel-variabel yang diteliti. *Structural Equation Modeling – Partial Least Square*(SEMPLS) untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen

¹ Hardani dkk., *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*.

(whatsapp blast dan instagram) terhadap variabel dependen (minat melakukan pembiayaan).

C. Populasi dan Sampel

Populasi adalah seluruh objek atau subjek yang menjadi fokus penelitian sedangkan sampel secara sederhana dapat diartikan sebagai bagian dari populasi yang menjadi sumber data yang sebenarnya dalam suatu penelitian.² Tujuan penting sampel adalah untuk memperoleh keterangan mengenai objek penelitian dengan cara mengamati hanya sebagian dari populasi. Berikut jumlah populasi di Kecamatan Pulau Rakyat.

Tabel 1.3 : Jumlah Penduduk Kecamatan Pulau Rakyat

No	Desa	Jumlah Penduduk
1	Sei Piring	735
2	Pulau Rakyat Tua	5.960
3	Pulau Rakyat Pekan	2.729
4	Orika	789
5	Manis	4.286
6	Tunggul 45	768
7	Bangun	1.885
8	Persatuan	3.727
9	Padang Mahondang	6.871

² Subhaktiyasa, "Menentukan Populasi dan Sampel."

10	Ofa Padang Mahondang	1.454
11	Baru	2.445
12	Mekar Sari	4.632
	Total	36.281

Sumber : Badan Pusat Statistik Kecamatan Pulau Rakyat

Berdasarkan tabel di atas total penduduk di Kecamatan Pulau Rakyat sebanyak 36.281 orang. Metode ini digunakan untuk menentukan ukuran sampel yang representatif dari suatu populasi tertentu. Dalam penelitian ini, kita menggunakan rumus Krejcie dan Morgan yang terkenal untuk menentukan jumlah sampel yang tepat. Populasi dalam penelitian ini terdiri dari 36.281 responden.

Rumus Krejcie dan Morgan

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

S = Ukuran sampel yang diperlukan

X² = Nilai chi kuadrat untuk derajat bebas 1 pada tingkat keyakinan yang ditentukan (3.841)

N = Ukuran populasi (36.281)

P = Proporsi (jika tidak diketahui, biasanya digunakan 0,5)

E = Margin of error yang diinginkan (biasanya 0,05 untuk 5%)

Perhitungan Sampel

$$S = \frac{3.841 \times 36.281 \times 0,5 \times (1 - 0,5)}{(36.281 - 1) \cdot 0,05^2 + 3.841 \times 0,5 \times (1 - 0,5)}$$

$$S = \frac{3.841 \times 36.281 \times 0,5 \times 0,5}{(36.280) \cdot 0,0025 + 3,841(0,5 \times 0,5)}$$

$$S = \frac{3.814 \times 36.281 \times 0,25}{(36.280) \cdot 0,0025 + 3,841 (0,25)}$$

$$S = \frac{34.838.4}{90.7 + 0,960}$$

$$S = 380$$

Jadi, untuk sampel yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 380. metode penentuan sampelnya sebagai berikut:

Untuk menentukan jumlah sampel per desa menggunakan metode **Proporsional Stratified Sampling** (penentuan sampel berstrata proporsional), kita menggunakan rumus berikut:

$$\text{Jumlah Sampel per Strata } (n_h) = \frac{\text{Jumlah Populasi Strata } (N_h)}{\text{Total Populasi } (N)} \times \text{Total Sampel yang Diinginkan } (n)$$

Total Populasi (N): 36.281 jiwa

Total Sampel yang Diinginkan (n): 380 jiwa

Strata adalah masing-masing Desa.

Berikut adalah perhitungan jumlah sampel untuk setiap desa (strata):

$$n_h = \frac{N_h}{36,281} \times 380$$

Tabel 1.4 : Jumlah Penentuan Sampel

Desa	Jumlah Penduduk	Jumlah Sampel
Sei Piring	735	8 Jiwa
Pulau Rakyat Tua	5.960	62 Jiwa
Pulau Rakyat Pekan	2.729	29 Jiwa
Orika	789	8 Jiwa
Manis	4.286	45 Jiwa
Tunggul 45	768	8 Jiwa
Bangun	1.885	20 Jiwa
Persatuan	3.727	39 Jiwa
Padang Mahondang	6.871	72 Jiwa
Ofa Padang Mahondang	1.454	15 Jiwa
Baru	2.445	26 Jiwa
Mekar Sari	4.632	48 Jiwa
Total	36.281	380 Jiwa

D. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini ada dua yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

a. Sumber Data Primer

Data primer adalah data basis atau utama yang digunakan dalam penelitian.

Data primer adalah jenis data yang dikumpulkan secara langsung dari sumber

utamanya seperti melalui wawancara, survei, eksperimen, dan sebagainya. Peneliti menggunakan kuesioner atau survei untuk mengumpulkan data dari sampel yang telah ditentukan (380 orang, sesuai dengan perhitungan sampel menggunakan Krejcie dan Morgan). Pertanyaan dalam kuesioner bisa bersifat tertutup (pilihan ganda) atau terbuka (untuk jawaban lebih luas). Cara pengumpulan data primer pada peneliti ini merupakan sampling ataupun sampel yang telah ditentukan melalui Krejcie dan Morgan (380 orang dari populasi 36.281) dipilih dengan menggunakan teknik simple random sampling, Dimana setiap individu dalam populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih menjadi responden. Peneliti menggunakan platform survei online (seperti Google Forms) atau mengumpulkan data secara langsung (misalnya, dengan wawancara atau kuesioner cetak).³

b. Sumber Data Sekunder

Data Sekunder adalah data penunjang yang berkaitan dengan penelitian dapat berupa buku-buku, jurnal-jurnal, rekaman video, foto dan dokumen dari hasil penelitian. Dalam penelitian ini peneliti mendapatkan data dari perpustakaan, buku-buku literatur dan telaah jurnal yang berkaitan dengan permasalahan penelitian ini. Data sekunder digunakan untuk melengkapi data primer atau untuk memberi konteks lebih dalam mengenai permasalahan yang sedang diteliti.⁴

³ Muh. Yani Balaka., *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Bandung : Grup CV. Widina Media Utama 2022) hlm 21.

⁴ Muh. Yani Balaka., *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Bandung : Grup CV. Widina Media Utama 2022) hlm 25.

E. Instrument Pengumpulan Data

Instrumen pengumpulan data merupakan alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatan mengumpulkan data, agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan memudahkan peneliti. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh data yang relevan dan akurat dengan masalah yang dibahas. Adapun teknik yang digunakan dalam pengumpulan data penelitian ini, yaitu:

a. Observasi

Metode observasi adalah pengamatan yang meliputi kegiatan pemusatan perhatian terhadap suatu objek dengan menggunakan seluruh indera.⁵ Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini langsung pada masyarakat Kecamatan Pulau Rakyat. Pada saat peneliti melakukan observasi langsung di lokasi Kecamatan Pulau Rakyat, peneliti meneliti seberapa paham masyarakat dengan bank syariah.

b. Kuesioner (Angket)

Arikunto menjelaskan bahwa kuesioner disebut juga angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner berupa pernyataan tertutup atau terbuka yang diberikan kepada responden secara langsung.⁶ Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini bersifat tertutup yaitu responden hanya bisa

⁵ Arikunto Suharsini, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2014) Hal 199.

⁶ Arikunto Suharsini, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2014) Hal 194.

menjawab sesuai pilihan jawaban yang telah disediakan. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Untuk menjawab pertanyaan dalam kuesioner tersebut, maka menggunakan skala ordinal. Pada penggunaan skala ordinal, variabel yang akan diukur, dijabarkan menjadi indikator-indikator variabel. Berdasarkan indikator-indikator tersebut akan dibuat suatu pertanyaan yang akan digunakan sebagai objek atau jawaban pada instrument. Dalam penelitian ini peneliti menyediakan alternatif jawaban untuk WhatsApp Blast dan Instagram mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju dengan skor 1 sampai 5.

Tabel 1.5 Skala Likert

Pernyataan	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral/Ragu-Ragu (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang dipakai pada penelitian ini adalah analisis jalur (*Path analysis*) yang digunakan untuk melakukan analisis model-model yang lebih kompleks dan tidak bisa dilakukan oleh regresi linier berganda. *Path analysis* juga dapat digunakan untuk mengetahui hubungan langsung maupun tidak langsung, salah

satunya melalui variabel intervening, kemudian data diolah menggunakan *software SmartPLS*. Metode ini digunakan sebagai salah satu alternatif dari SEM berbasis varian dan memiliki keunggulan bahwa dengan metode ini dapat diestimasi dengan sampel dalam jumlah yang sedikit. Penelitian ini menggunakan bantuan *software SmartPLS* yang dibangun dengan tujuan mengukur persamaan struktural yang berbasis varian.

a. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Model pengukuran (*outer model*) sering juga disebut *outer relation* atau *measurement model*, mendefenisikan tata cara setiap blok indikator berhubungan dengan variabel latennya. Evaluasi model pengukuran atau *outer model* dilakukan untuk menilai validitas dan reliabilitas model. Hubungan antar variabel laten dengan indikatornya dispesifikasikan oleh analisa *outer model*. Berikut merupakan kriteria *outer model*:

Tabel 1.6 : Kriteria *Outer Model*

Evaluasi	Parameterl	Kritelri
Validitas	<i>Loading Factor</i>	<i>Outer Loading</i> >0,7
	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	>0,5
Reliabilitas	<i>Composite reliability</i>	>0,6
	<i>Cronbach's Alpha</i>	>0,6

Berdasarkan tabel 1.4 yang disajikan di atas, maka dapat dijelaskan bahwa:

- 1) Validitas konvergen (*convergent validity*) yaitu berhubungan dengan prinsip bahwa indikator - indikator dari sebuah variabel seharusnya berkorelasi tinggi. Nilai convergent dilihat dari outer loading $\geq 0,7$, Selanjutnya, Uji *Average Variance Extracted* (AVE), yaitu digunakan untuk mengetahui nilai validitas suatu konstruk. Adapun suatu variabel dikatakan valid apabila nilai AVE $\geq 0,50$.⁷
- 2) Uji Reliabilitas dengan *Composite Reliability* digunakan untuk menguji reliabilitas suatu variabel. Rule of thumb nilai alpha atau *Composite Reliability* harus lebih besar dari 0,7 meskipun 0,6 masih dapat diterima. Selanjutnya, *Cronbach's Alpha* yang memperkuat nilai *Composite Reliability* yang mana suatu variabel dapat dikatakan reliabel apabila nilainya $> 0,7$.

b. Evaluasi Model Struktural (*inner models*)

Inner model (*inner relation*), struktural model, dan *substantive theory* menggambarkan hubungan antar variabel laten berdasarkan pada teori substantif. Model struktural dievaluasi dengan menggunakan *Rsquare* untuk konstruk dependen, Stone Geisser (q^2) square test untuk *predictive relevance*, dan uji t serta signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural. Perubahan nilai R^2

⁷ Prana Ugiana Gio et al., *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan Software SmartPLS Contoh Kasus Artikel di Jurnal Nasional & Internasional* (Uwais Inspirasi Indonesia, 2024) hlm 14.

dapat digunakan untuk menilai pengaruh variabel laten independen tertentu terhadap variabel laten dependen apakah mempunyai pengaruh yang substansif.⁸

Tabel 1.7 : Kriteria Inner Model

Evaluasi Kriteria	Evaluasi Kriteria
<i>Coefficient Of Determination</i> (R^2)	Baik (0,67), Moderat (0,33) Lemah (0,19).
<i>Effect Size</i> (f^2) Semakin besar f^2 , semakin besar pengaruhnya.	Semakin besar f^2 , semakin besar pengaruhnya

Berdasarkan tabel 8 yang telah dijelaskan di atas, maka dapat dijelaskan:

- 1) *Coefficient of determination* (R^2) nilai R^2 digunakan untuk mengukur tingkat variasi perubahan variable independen teradap variable dependen. Hasil R^2 sebesar 0,67 (baik), 0,33 (moderat), dan 0,19 (lemah).
- 2) *Effect Size* (f^2), pengujian ini untuk memprediksi pengaruh dari variabel tertentu terhadap variabel lainnya dalam struktur model. Standar pengukuran yaitu 0,02 (kecil), 0,15 (menengah), dan 0,35 (besar).⁹

c. Uji Hipotesis (*Bootstrapping*)

Nilai *Path Coefficients*, *T-Statistics* dan *P-Values* dapat dilakukan dengan cara melakukan pengujian pada hipotesis yang telah ditentukan pada penelitian ini. Cara untuk melakukannya yaitu dengan mengetahui. nilai signifikansi antara

⁸ Prana Ugiana Gio et al., *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan Software SmartPLS Contoh Kasus Artikel di Jurnal Nasional & Internasional* (Uwais Inspirasi Indonesia, 2024) hlm 14.

⁹ Azuar Juliandi, *Structural Equation Model Based Partial Least Square (SEM-PLS): Menggunakan SmartPLS, Modul Pelatihan* (Universitas Batam 2018).

variabel. Pengujian hipotesis memiliki tujuan untuk mengetahui diterima atau ditolaknya suatu hipotesis. Jika nilai *Path Coefficients* > 0 menunjukkan bahwa hipotesis berpengaruh positif, sebaliknya jika nilai *Path Coefficients* < 0 menunjukkan bahwa hipotesis berpengaruh negatif. Nilai *T-Statistics* dalam pengujian hipotesis harus menghasilkan nilai $> 1,96$ dan nilai *P-Values* dalam pengujian hipotesis harus menghasilkan nilai $< 0,05$ dapat dikatakan memiliki pengaruh signifikan.¹⁰

$$\text{Minat Menggunakan} = \beta_1 \text{ WhatsApp Blast} + \beta_2 \text{ Instagram} + \epsilon$$

¹⁰ Utari Evy Cahyani, Siswanto Masruri, and Syafiq Mahmadah Hanafi, "Does Entrepreneurship Education Matter For Islamic Higher Education Students' Entrepreneurial Readiness?," *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan* 11, no. 2 (August 31, 2022): 258.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Kecamatan Pulau Rakyat

Pulau Rakyat adalah sebuah kecamatan di Kabupaten Asahan, Sumatera Utara. Kecamatan ini dikenal karena dilintasi oleh sungai yang mengalirkan air dari Danau Toba dan bermuara di Selat Malaka, tepatnya di Tanjung Balai, Asahan. Pulau Rakyat juga memiliki potensi pertanian dan perkebunan karena jenis tanahnya yang beragam, termasuk dataran rendah, lempung, liat berpasir, dan gambut.

Koordinat geografis Kecamatan Pulau Rakyat kira-kira berada di sekitar 2°43'30 LU (Lintang Utara) dan 99°38'49.2 BT (Bujur Timur). Posisi ini menjadikan Kecamatan Pulau Rakyat sebagai aktivitas ekonomi seperti perkebunan di Kabupaten Asahan.

Pulau Rakyat pada awalnya merupakan salah satu temuan pulau dari Kesultanan Melayu Asahan. Struktur kerajaannya tidak jauh berbeda dari negeri-negeri Melayu di Semenanjung Malaka pada masa itu. Kesultanan Asahan sendiri berdiri sekitar tahun 1630 dengan dilantiknya Sultan Abdul Jalil sebagai Sultan Asahan I.

Pada masa pemerintahan kolonial Belanda, wilayah yang lebih kecil dibagi menjadi distrik-distrik, dan salah satunya adalah Distrik Pulau Rakyat. Ini

menunjukkan bahwa nama Pulau Rakyat sudah dikenal sebagai sebuah wilayah administratif sejak masa Belanda.

Setelah berakhirnya pemerintahan fasisme Jepang pada 14 Agustus 1945 dan proklamasi kemerdekaan Indonesia pada 17 Agustus 1945, struktur pemerintahan di Asahan mengalami penyempurnaan. Pada Juni 1946, dalam Konferensi Pamong Praja se-Keresidenan Sumatera Timur, sebutan "Wilayah Asahan" diganti menjadi Kabupaten Asahan.

Kecamatan Pulau Rakyat kemudian menjadi bagian dari Kabupaten Asahan. Pada tahun 1993, berdasarkan SK Mendagri Nomor 185.1-409 K/Tahun 1993 tanggal 5 Maret 1993, dibentuk perwakilan kecamatan di beberapa wilayah, termasuk Perwakilan Kecamatan Aek Kuasan di Kecamatan Pulau Rakyat.

Seiring waktu, terjadi pemekaran desa di Kecamatan Pulau Rakyat. Sebagai contoh, Desa Mekar Sari dibentuk dari pemekaran Desa Pulau Rakyat Tua berdasarkan Peraturan Bupati Nomor 9 Tahun 2006. Peraturan ini kemudian diperkuat dengan Peraturan Daerah Kabupaten Asahan Nomor 7 Tahun 2013.

Masyarakat Kecamatan Pulau Rakyat sangat majemuk, terdiri dari berbagai suku bangsa, agama, ras, dan adat istiadat. Suku Jawa merupakan mayoritas penduduk di Kecamatan Pulau Rakyat, disusul oleh suku Melayu, Batak, dan Banjar. Keberadaan suku Jawa yang dominan ini juga berpengaruh pada adat istiadat dan mazhab yang dianut, di mana sebagian besar masyarakat Muslim di sana menganut mazhab Syafi'i.

Struktur organisasi adalah sistem yang digunakan dalam mendefinisikan susunan dalam suatu organisasi. Adapun struktu organisasi Kecamatan Pulau Rakyat adalah sebagai berikut :

[illegible]

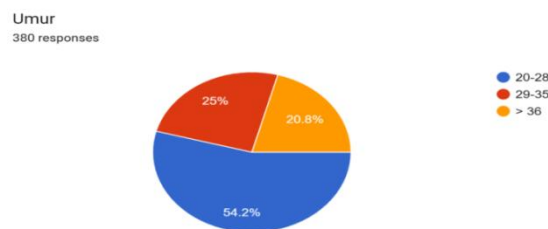
Sumber : Arsip Kecamatan Pulau Rakyat

B. Deskripsi Data

Penelitian ini menggunakan data primer dan penelitian ini dilakukan dengan penyebaran angket kepada 380 responden masyarakat Kecamatan Pulau Rakyat, Kabupaten Asahan. Dimana dalam penyebaran Google Form pada penelitian ini para responden memberikan nilai atau jawaban terhadap pernyataan yang dianggap sesuai dengan yang dirasakan responden pada setiap variabel.

1. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Gambar IV.2 Jumlah Responden Berdasarkan Usia

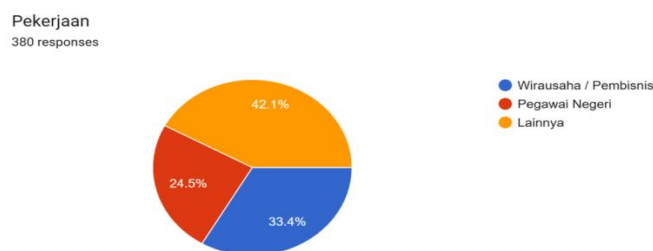


Sumber : Google Form

Berdasarkan gambar di atas dapat dilihat bahwa jumlah responden berdasarkan usia 20-28 tahun sebanyak 205 orang (54,2 %), usia 29-35 tahun sebanyak 95 orang (25%), dan usia >36 sebanyak 80 orang (20,8%)

2. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Gambar IV.2 Jumlah Responden Berdasarkan Usia



Sumber : Google Form

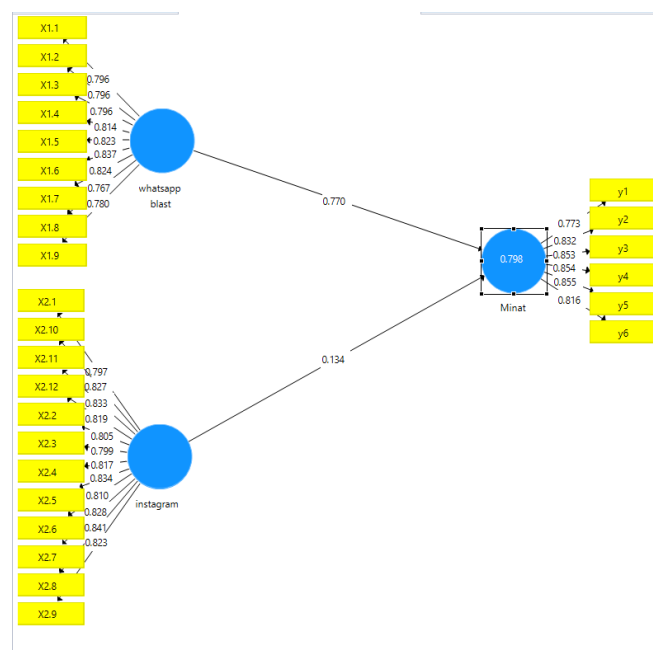
Berdasarkan gambar di atas dapat dilihat responden pekerjaan wirausaha/pembisnis sebanyak 126 orang (33,4%), pegawai negeri sebanyak 94 orang (24,5%), dan pekerjaan lainnya seperti petani, buruh dsb sebanyak 160 orang(42,1%).

C. Analisis Data

1. Model Pengukuran (*Outer Model*)

a. Uji Validitas Kovergen

Gambar IV.4 Nilai *Factor Load*



Sumber : SmartPls, 2025

Dari gambar IV.4 diatas, dapat dilihat seluruh Indikator memenuhi syarat nilai *Factor Loading* > 0,70. Sehingga dapat dikatakan indikator dalam model ini telah memenuhi syarat uji validasi konvergen.

Tabel IV.1 Nilai AVE (*Average Extracted*)

Variabel	Kriteria	(AVE)
Instagram (X2)	>0,5	0,672
WhatsApp Blast (X1)		0,646

Berdasarkan tabel IV.1 di atas dapat dilihat nilai AVE (*Average Variant Extracted*) pada semua variabel bernilai > 0,50 hal tersebut sesuai dengan kriteria yang ditentukan.

b. Uji Validitas Diskriminan

Tabel IV.2 Nilai Cross Loading

Indikator	Instagram (X2)	WhatsApp Blast (X1)	Minat Menggunakan Produk Bank Syariah (Y)
X1.1	0,711	0,661	0,758
X1.2	0,700	0,677	0,742
X1.3	0,719	0,673	0,712
X1.4	0,726	0,683	0,712
X1.5	0,739	0,823	0,714
X1.6	0,733	0,837	0,707
X1.7	0,772	0,824	0,721
X1.8	0,769	0,767	0,697
X1.9	0,721	0,780	0,682
X2.1	0,797	0,738	0,684
X2.2	0,805	0,747	0,695
X2.3	0,799	0,744	0,712
X2.4	0,817	0,744	0,683
X2.5	0,834	0,759	0,672
X2.6	0,810	0,724	0,671
X2.7	0,828	0,762	0,701
X2.8	0,841	0,757	0,687
X2.9	0,823	0,743	0,662
X2.10	0,827	0,740	0,672
X2.11	0,833	0,750	0,679
X2.12	0,819	0,743	0,685
y1	0,631	0,682	0,773

y2	0,696	0,748	0,832
y3	0,712	0,743	0,853
y4	0,701	0,756	0,854
y5	0,726	0,775	0,855
y6	0,690	0,737	0,816

Selanjutnya salah satu kriteria yang dilakukan untuk uji validitas diskriminan yaitu dengan melihat nilai cross loading pada setiap indikator variabel yang diukur. Dimana nilai cross loading pada indikator variabel itu sendiri harus lebih besar dibandingkan dengan indikator variabel lainnya. Berdasarkan Tabel IV.2 di atas dapat dilihat bahwa nilai cross loading pada setiap indikator variabel itu sendiri dalam model ini sudah lebih besar jika dibandingkan dengan nilai cross loading indikator variabel lainnya. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa indikator dalam penelitian ini dinyatakan valid karena telah memenuhi kriteria dalam uji validitas diskriminan.

c. Uji Reliabilitas

Pada uji reliabilitas dapat dilihat dengan melihat nilai *composite reliability* dan *Cronbach's alpha* yang mana suatu variabel dapat dikatakan reliabel ketika nilai *composite reliability* dan *cronbach's alpha* >0.70. Berikut pada Tabel untuk melihat nilai *composite reliability* dan *cronbach's alpha* pada setiap variabel dalam penelitian.

Tabel IV.3 *Composite Reliability dan Cronbach's Alpha*

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Keterangan
Instagram (X2)	0,956	0,961	Reliabel
WhatsApp Blast (X1)	0,932	0,943	Reliabel
Minat Menggunakan Produk Bank Syariah (Y)	0,910	0,943	Reliabel

Dari Tabel diatas dapat dilihat bahwa semua variabel telah memenuhi syarat yang telah ditentukan yakni pada *nilai composite realibility* dan *cronbach's alpha* > 0,60 hal ini dapat dikatakan semua variabel dalam penelitian ini memiliki tingkat realibilitas yang sesuai.

2. Model Pengukuran (*Inner Model*)

a. *R-Square*

Nilai R-Square digunakan untuk melihat seberapa besar variabel independent dapat menjelaskan variabel dependent. Kriteria nilai R-Square sebesar 0-1 dengan kategori yang digunakan 0.1-0.3 (model lemah) 0.3-0.6 (model moderat). 0.6-1.0 (model kuat). Berikut Tabel untuk melihat besarnya nilai R-Square pada peneliti ini.

Tabel IV.4 *R-Square*

Indikator	R Square
Minat Menggunakan Produk Bank Syariah (Y)	0,798

Berdasarkan Tabel diatas dapat dilihat bahwa variabel Minat Menggunakan Produk Bank Syariah memiliki nilai *R-Square* sebesar 0,798 yang berarti dinyatakan model pada penelitian ini dinyatakan model kuat, yang mana dapat dijelaskan bahwa variabel WhatsApp Blast dan Instagram mampu menjelaskan variabel minat menggunakan produk Bank Syariah 79,8% dan sisanya sebanyak 20,2% dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

b. F-Square

Tabel IV.5 Hasil *Effect Size*

	<i>Brand Awareness (X3)</i>	<i>Brand Image (X2)</i>	<i>Digital Marketing (X1)</i>	Minat Menggunakan Produk Bank Syariah (Y)
Instagram (X2)				0,015
WhatsApp Blast (X1)				0,502

Berdasarkan tabel dapat dijelaskan bahwa :

- 1) Nilai *F-Square* sebesar 0,502 maka pengaruh *WhatsApp Blast (X1)* terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah (Y) termasuk dalam kategori pengaruh besar.
- 2) Nilai *F-Square* sebesar 0,015 maka pengaruh *Instagram (X2)* terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah (Y) termasuk dalam kategori menengah.

3. Uji Hipotesis

a. *Path Coeffisien*

Tabel IV.6 *Path Coeffisien*

Variabel	Original Sample (O)	P Values
WhatsApp Blast (X1) -> Minat Menggunakan Produk Bank Syariah (Y)	0,770	0,000
Instagram (X2) -> Minat Menggunakan Produk Bank Syariah (Y)	0,134	0,057

Berdasarkan Tabel diatas maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Berdasarkan hasil analisis, nilai koefisien jalur (*original sample*) antara *WhatsApp Blast (X1)* terhadap minat menggunakan pembiayaan (Y) sebesar 0,770 dengan nilai $p = 0,000$. Nilai p yang lebih kecil dari 0,05

menunjukkan bahwa pengaruh WhatsApp Blast terhadap minat menggunakan pembiayaan Bank Syariah adalah positif dan signifikan. Ini berarti semakin baik strategi WhatsApp Blast yang dilakukan oleh Bank Syariah, maka semakin tinggi pula minat masyarakat untuk menggunakan produk pembiayaan.

- 2) Berbeda dengan variabel sebelumnya, hasil analisis menunjukkan bahwa Instagram (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan pembiayaan Bank Syariah, dengan nilai koefisien 0,134 dan $p = 0,057$. Nilai p yang jauh di atas 0,05 menunjukkan bahwa meskipun iklan Instagram Bank Syariah sering muncul di feed tapi konten visual nya kurang menarik, hal tersebut belum cukup untuk memengaruhi minat masyarakat secara langsung.

$\text{Minat Pembiayaan} = 0,770 \text{ WhatsApp Blast} + 0,134 \text{ Instagram} + 0,35 \epsilon$
--

Keterangan :

1. 0,770 adalah β_1 (Pengaruh WhatsApp Blast). Ini menunjukkan pengaruh yang positif dan kuat (karena nilainya besar).
2. 0, 134 adalah β_2 (Pengaruh Instagram). Ini menunjukkan pengaruh yang positif namun lemah dan tidak signifikan ($P\text{-Value } 0,057 > 0,05$).
3. $0,35\epsilon$ adalah *error term* (pengaruh variable lain diluar model).

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh WhatsApp Blast dan Instagram terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah, menggunakan pendekatan teori AIDA (*Attention, Interest, Desire And Action*). Model AIDA merupakan proses pengambilan keputusan pembelian yaitu suatu proses psikologis yang dilalui oleh konsumen atau pembeli, prosesnya yang diawali dengan tahap menaruh perhatian (*Attention*) terhadap barang atau jasa, kemudian jika berkesan dia melangkah ke tahap ketertarikan (*Interest*) untuk mengetahui lebih jauh tentang keistimewaan produk atau jasa tersebut, jika intensitas ketertarikannya kuat maka berlanjut ketahap memiliki hasrat atau keinginan (*Desire*) karena barang atau jasa yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan kebutuhannya.

Menurut Kotler dan Keller formula AIDA/ Teori AIDA merupakan formula yang paling sering digunakan untuk membantu perencanaan suatu iklan secara menyeluruh, dan formula itu dapat diterapkan pada suatu iklan. Untuk melakukan penjualan, perusahaan harus merancang atau mendesain pesan pesan menjadi efektif. Idealnya, pesan harus mendapat perhatian (*Attention*), mempertahankan minat (*Interest*), membangkitkan hasrat (*Desire*), dan meraih tindakan (*Action*) (kerangka kerja dikenal sebagai model AIDA). Aspek ini dalam penelitian direpresentasikan oleh whatsapp blast dan Instagram. Data diolah dengan menggunakan bantuan SmartPLS 3. Berdasarkan hasil analisis maka pembahasan tentang hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh WhatsApp Blast terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah.

Berdasarkan hasil analisis kuantitatif, whatsapp blast berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk Bank Syariah Indonesia. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien sebesar 0,770 dan nilai $p = 0,000$, yang berarti hipotesis diterima. Nilai ini menunjukkan bahwa *whatsapp blast* merupakan variabel paling dominan dalam memengaruhi minat masyarakat. Artinya, semakin baik pelaksanaan strategi pemasaran melalui whatsapp blast di bank syariah, maka semakin tinggi pula minat masyarakat untuk menggunakan pembiayaan bank syariah.

Dalam teori AIDA whatsapp blast mempresetasikan *Attention* (perhatian) yang dimana whatsapp blast memberikan pesan singkat yang langsung masuk ke perangkat pengguna memiliki potensi tinggi untuk menarik perhatian awal, terutama jika isi pesan awal menarik, lalu *Interest* (minat) pesan melalui whatsapp blast yang memiliki informasi yang lebih rinci tentang produk pembiayaan syariah, manfaatnya, atau penawaran khusus dapat memicu minat, kemudian *desire* (keinginan) pesan melalui whatsapp blast menonjolkan keuntungan spesifik pembiayaan syariah (misalnya tanpa riba, sesuai prinsip syariah, cicilan tetap), memberikan studi kasus keberhasilan, atau menanggapi kekhawatiran umum, dan yang terakhir *action* (tindakan) whatsapp blast menyediakan link langsung ke akun instagram bank syariah, formulir pengajuan, nomor telepon CS, atau ajakan langsung ke cabang.

Temuan ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Hanum Muti Salshabila, Marsha Amina, Maulydia Hasanah dan Nani (2024) yang menyimpulkan bahwa *blast messaging* di WhatasApp efektif dalam meningkatkan penyebaran dan pemahaman informasi. Meskipun fokusnya lebih pada penyebaran informasi secara umum, hasil ini dapat dianalogikan dengan penyebaran informasi mengenai produk pembiayaan syariah yang pada akhirnya dapat membangkitkan minat. Dinyatakan pula bahwa 97% dari responden melakukan tindakan sesuai informasi yang diterima dari pesan blast di grup WhatsApp. Ini menunjukkan potensi kuat WhatsApp Blast mendorong tindakan, termasuk minat pada produk pembiayaan bank syariah.

2. Pengaruh Instagram terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah

Berbeda dengan variabel sebelumnya, hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan produk Bank Syariah Indonesia, dengan nilai koefisien 0,134 dan nilai $p = 0,057$. Nilai ini menunjukkan bahwa meskipun banyak followers instagram bank syariah, hal tersebut tidak cukup untuk memengaruhi niat mereka dalam menggunakan pembiayaan bank syariah. Tingkat pengenalan dengan konten-konten di instagram tidak selalu sejalan dengan keputusan aktual untuk menggunakan layanan yang ditawarkan.

Dalam teori AIDA instagram bisa di kaitkan dengan *attention* (perhatian) yang dimana untuk menarik perhatian di Instagram, bank syariah perlu menempatkan iklan promosi di Instagram Stories Ads, iklan yang muncul di

antara Stories pengguna. Dalam teori ini juga instagram bisa dikaitkan dengan *interest* (minat) tentang pembuatan konten edukasi tentang prinsip-prinsip syariah dalam pembiayaan, infografis yang menjelaskan alur pembiayaan syariah secara sederhana, testimoni atau kisah sukses nasabah yang telah merasakan manfaat pembiayaan syariah, sesi *live* instagram dengan ahli keuangan syariah untuk menjawab pertanyaan dan konten yang menunjukkan solusi dari permasalahan finansial yang dihadapi masyarakat dengan pembiayaan syariah. Namun dalam penelitian ini, meskipun bank syariah sudah menerapkan teori AIDA ternyata belum cukup kuat untuk menarik minat calon nasabah untuk menggunakan produk pembiayaan di bank syariah.

Berbeda dengan penelitian Dela Novita Sari (2023) yang menemukan bahwa menyatakan hasil signifikan dengan konten instagram BSI sebagai strategi pemasaran digital dan menyimpulkan bahwa pembuatan konten digital media sosial instagram perlu meningkatkan kualitas visual konten baik foto ataupun video, karena dengan visual yang baik akan lebih mudah menarik minat masyarakat untuk menjadi nasabah. Ini secara langsung menunjukkan peran instagram dalam menarik minat calon nasabah.

E. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan dimana hasil penelitian hanya berlaku spesifik untuk masyarakat Pulau Rakyat dan tidak dapat digeneralisasi pada populasi yang lebih luas, terutama yang memiliki karakteristik sosio-ekonomi dan literasi keuangan syariah yang berbeda, kemudian

karena penelitian hanya fokus pada pengaruh WhastApp Blast dan Instagram, mengabaikan faktor-faktor penentu minat lainnya seperti kualitas layanan bank, faktor religiusitas, dan tingkat literasi keuangan syariah masyarakat, yang secara signifikan dan dapat memengaruhi keputusan pembiayaan yang terakhir karena efektivitas WhatsApp Blast dan keterpaparan Instagram diukur berdasarkan persepsi subjektif dan ingatan responden, yang berpotensi menyebabkan adanya bias respons dalam data yang terkumpul.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh whatsapp blast dan instagram terhadap minat masyarakat pulau rakyat melakukan pembiayaan di bank syariah, maka peneliti menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. WhatsApp Blast berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan pembiayaan Bank Syariah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin optimal strategi pemasaran lewat promosi pesan whatsapp yang dilakukan, maka semakin tinggi pula minat masyarakat untuk menggunakan produk pembiayaan yang ditawarkan oleh Bank Syariah.
2. Instagram tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan pembiayaan Bank Syariah. Meskipun iklan-iklan bank syariah sering muncul di feed ig namun jika konten visual nya kurang menarik, itu salah satu pemicu kurang minat nya masyarakat dengan pembiayaan bank syariah.
3. Berdasarkan pendekatan *Attention, Interest, Desire and Action (AIDA)*, *WhatsApp Blast* berkontribusi pada komponen *Attention, Interest, Desire and Action*. *Instagram* pada *Attention and Interest*. Temuan ini menunjukkan bahwa pembentukan niat dalam menggunakan pembiayaan bank syariah dipengaruhi oleh persepsi perhatian, minat, hasrat dan tindakan, dengan intensitas pengaruh yang berbeda-beda.

B. Implikasi Hasil Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mencari hubungan antara variabel X_1 yaitu WhatsApp Blast, X_2 yaitu Instagram dengan variabel Y yaitu Minat Masyarakat untuk Menggunakan Pembiayaan Bank Syariah. Berdasarkan kerangka teori AIDA, hasil penelitian di Bab IV, serta kesimpulan yang telah diperoleh, implikasi dari penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Bagi Institusi

Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel WhatsApp Blast (X_1) memiliki pengaruh signifikan terhadap minat masyarakat (Y) untuk menggunakan pembiayaan Bank Syariah Indonesia, sedangkan Instagram (X_2) belum cukup mendorong niat tersebut. Bagi institusi UIN Syahada Padangsidimpuan, penting untuk menghadirkan kurikulum dan program pembelajaran yang berbasis praktik di bidang digital marketing dan branding syariah. Misalnya, melalui mata kuliah yang mencakup pembuatan konten edukatif, studi kasus pemasaran produk syariah, serta kolaborasi dengan Bank Syariah dalam program magang atau penelitian. Hal ini tidak hanya memperkaya wawasan mahasiswa tentang teori AIDA secara teoritis, tetapi juga mempersiapkan kompetensi mereka dalam menghadapi tantangan dunia digital perbankan syariah di era digital.

2. Bagi Masyarakat

Dengan temuan bahwa *WhatsApp* mempengaruhi minat, sedangkan *Instagram* saja tidak cukup, masyarakat Pulau Rakyat sebaiknya aktif mengikuti sumber informasi resmi dari BSI melalui media digital seperti

instagram. Masyarakat juga perlu memanfaatkan konten edukatif dan testimoni nasabah untuk membentuk persepsi positif terhadap layanan. Partisipasi aktif di komunitas, berbagi pengalaman antarwarga, serta mendukung kampanye digital dari Bank Syariah akan meningkatkan kontrol dan keyakinan dalam memilih produk syariah, sekaligus memperkuat norma sosial bahwa penggunaan produk syariah didukung oleh lingkungan sekitar.

3. Bagi Bank Syariah

Temuan bahwa WhatsApp Blast paling dominan (X_1) namun Instagram (X_2) belum efektif, membawa implikasi strategis: Bank Syariah harus sering memanfaatkan layanan whatsapp blast untuk menarik minat masyarakat. Selain itu, perlu mengintensifkan strategi *digital* melalui konten instagram yang *interaktif*, *edukatif*, dan *testimonial* yang meningkatkan rasa ketertarikan masyarakat.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini membuka ruang untuk mengkaji lebih jauh peran *Instagram* yang ternyata tidak langsung mempengaruhi minat. Peneliti lanjutan dianjurkan memasukkan variabel mediasi atau moderasi seperti religiusitas, kepercayaan, atau dukungan sosial untuk melihat perannya dalam meningkatkan efektivitas *awareness*. Selain itu, penggunaan metode campuran (*mixed methods*) atau *studi longitudinal* dapat membantu memahami proses perubahan niat dari awal pengenalan ke tindakan nyata. Studi komparatif antar daerah juga perlu dilakukan agar

rekomendasi yang dihasilkan bersifat *kontekstual* dan dapat diimplementasikan secara luas.

C. Saran

Berdasarkan hasil dan kesimpulan penelitian, peneliti memberikan beberapa saran yang dapat dijadikan masukan bagi pihak terkait:

1. Untuk Bank Syariah, disarankan untuk mengoptimalkan media digital, khususnya media sosial resmi, sebagai saluran promosi produk dan komunikasi dengan nasabah. Melakukan kampanye edukatif secara rutin agar masyarakat lebih sadar dan paham mengenai produk-produk syariah dan perbedaannya dengan produk konvensional.
2. Untuk Masyarakat, diharapkan agar lebih aktif mencari informasi terkait produk keuangan syariah dan memanfaatkan layanan perbankan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Perlu adanya partisipasi dalam kegiatan sosialisasi yang diselenggarakan oleh bank atau lembaga keuangan syariah agar lebih memahami manfaatnya.
3. Untuk peneliti selanjutnya, Penelitian ini masih terbatas pada satu wilayah dan menggunakan pendekatan kuantitatif. Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan wilayah serta mempertimbangkan pendekatan kualitatif atau campuran untuk menggali pemahaman yang lebih dalam dari responden.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Arif, M. Nur Rianto. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Alguad, Lativa m, and mevny lewis. *Perbankan Syariah: Prinsip Praktik Dan Prospek*. Jakarta: Serambi Ilmu Semesta, 2015.
- Anggitasari Isna "Pengaruh Media Sosial Instagram, Isi Konten @Lifewithbsi Terhadap Minat Generasi Z Menggunakan Produk Perbankan Syariah (Survei Terhadap Nasabah Dan Follower Akun Instagram BSI)," *Skripsi UIN Prof.K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto* 2024.
- Antonio, Muhamaad syafii. *Dari Teori Ke Praktik*. Jakarta: jl. kalibata utara II no.84, 2016.
- Balaka Muh. Yani., *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Bandung : Grup CV. Widina Media Utama 2022) hlm 21.
- Cahyani, Utari Evy, Siswanto Masruri, and Syafiq Mahmadah Hanafi. "Does Entrepreneurship Education Matter For Islamic Higher Education Students' Entrepreneurial Readiness?" *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan* 11, no. 2 (August 31, 2022): 258.
- Dayyan, Muhammad. "Analisis Minat Masyarakat Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Di Gampong Pondok Kemuning)" *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, Vol. 1 No 1, 2017, 7 .
- Diana Putri, Elsa, and Tri Ismardiko Widyawan. "Pengembangan Prototipe Aplikasi Blast Message Untuk Efektivitas Pemasaran." *IKRA-ITH Informatika : Jurnal Komputer dan Informatika* 8, no. 3.
- Dwi Riyanto, Andi. "Hootsuite (We Are Social): Data Digital Indonesia 2024," 2025. Accessed May 9, 2025. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2024/>.
- Fardillah, Frena. *Perbankan Syariah Indonesia*. Cirebon: Penerbit Insania, 2021.
- Gio, Prana Ugiana, Balqis Ika Putri Hermanto, Dina Nazriani, and Rahmi Lubih. *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan Software SmartPLS Contoh Kasus Artikel di Jurnal Nasional & Internasional*. Uwais Inspirasi Indonesia, 2024.
- Hardani, Nur Hikmatul Auliya, Helmina Andriani, Roushandy Asri Fardani, Jumari Ustiawaty, Evi Fatmi Utami, Dhika Juliana Sukmana, and Ria

- Rahmatul Istiqomah. Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. CV. Pustaka Ilmu, 2020.
- Ikhsanudin, Wahid, Imam Sopingi, and Kusnul Ciptanila Yuni Kusuma. "Pengaruh Digital Marketing Dan Religiusitas Nasabah Terhadap Minat Penggunaan Produk Pembiayaan Di Bank Syariah" 4, no. 1 (2024).
- In, Sumar. Konsep Kelembagaan Bank Syariah. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2015.
- Irwansyah, Rudy. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Widina Bhakti Persada, 2021.
- Ismail. Manajemen Perbankan. Jakarta: Prendamedia Group, 2015.
- Juliandi, Azuar. "Structural Equation Model Based Partial Least Square (SEM-PLS): Menggunakan SmartPLS," December 16, 2018. Accessed May 24, 2025. <https://zenodo.org/records/2532119>.
- Juli. Wirausaha, wawancara (Sibolga, Mei 09 2025, Pukul 15:00 WIB).
- Kasmir. Bank Dan Lembaga Lainnya. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2018.
- . Manajemen Perbankan. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2015.
- Kasmir,. Dasar-dasar perbankan. PT RajaGrafindo Persada, 2005.
- Khasanah Anisa Khoirul., "Pengaruh Brand Image Dan Digital Marketing Terhadap Minat Masyarakat Sukoharjo Menggunakan Bank Syariah" Skripsi (UIN Raden Mas Said Surakarta, 2022).
- Mahrani, Windy. "Peranan Perbankan Dalam Meningkatkan Perekonomian Indonesia." *Jurnal Al Wadiah* 1, no. 2 (December 31, 2023): 164–177.
- Melina Rifta "Strategi Promosi Melalui Sosial Media Dan Word Of Mouth Marketing Dalam Menarik Minatnasabah Untuk Melakukan Pembiayaan Pada Bsi Kcp Genteng Gajah Mada," Skripsi UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember 2023
- Matondang, Anawati. "Pengaruh Antara Minat Dan Motivasi." *Jurnal Pendidikan Bahasa* Vol. 2, No. 2, 2018, (n.d.): 25.
- Murdadi, Bambang. "Urgensi Perubahan Undang-Undang Di Bidang Perbankan." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol 8. No 1. 2011.
- Nabilah, " Strategi promosi melalui media sosial dalam menarik minat nasabah untuk memilih produk Pada pt bank pembangunan daerah jawa barat dan banten kantor cabang pembantu jember" *Skripsi* Universitas Islam Negeri

Kiai Haji Achmad Siddiq Jember Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
November 2024

Nugraha, Jefri Putri, Dian Alfiah, Gairah Sinulingga, Umi Rojiati, Gazi Saloom, Rosmawati, Fathihani, et al. *Teori Perilaku Konsumen*. Penerbit NEM, 2021.

Nurchayani, Rifki. “Pengaruh Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Pemasaran Digital Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Bank Syariah Badan Usaha Milik Negara Di Yogyakarta” *Skripsi* , UIN Yogyakarta.

Oktaviani Pipit, “Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Terhadap Bank Syariah” , Skripsi Perpustakaan IAIN Metro: 2020, 21.

OJK “Statistik Perbankan Syariah - Februari 2025”.

Puteri Almida Elit.,”Strategi Promosi Melalui Media Sosial Dalam Pengembangan Produk-Produk Bank Syariah (Studi Pada BNI Syariah Cabang Bengkulu), *Skripsi* (2019).

Rachmawaty, Asye. “Strategi Marketing Menggunakan Instagram: Studi Kasus: Akun Sapinesia.” *ATRABIS Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)* 7, no. 1 (June 30, 2021): 39–51.

Razak, Manshur. *Perilaku Konsumen*. Makassar : Alaudin University Press, 2016, n.d.

Refilia, Dea Naza, Suharto Suharto, and Nuzulya Pahlawi. “Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pemasaran Produk Bank Syariah Indonesia.” *Jurnal Manajemen dan Bisnis (JMB)* 4, no. 1 (February 1, 2023): 11–18.

Rukmanah, Rukmanah, Firdaus Yuni Dharta, and Ema Ema. “Komunikasi Pemasaran Digital Campaign WhatsApp Blast di PT. Telkomsel branch Karawang Dalam Menarik Minat Konsumen.” *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 9, no. 24 (December 28, 2023): 647–654.

Safira, Nura, Abd Aziz, and Maula Nasrifah. “Strategi Pemasaran Cicil Emas (CILEM) Untuk Meningkatkan Minat Nasabah Di BSI KCP Probolinggo.” *Economic Reviews Journal* 3, no. 1 (February 28, 2024): 251–262.

Sagantha, Fitri. “Meninjau Kinerja Bank Syariah Di Indonesia.” *Scientific Journal Of Reflection : Economic, Accounting, Management and Business* 3, no. 1 (January 1, 2020): 31–40.

- Sari, Dela Novita, and Muhammad Iqbal Fasa. "Analisis Konten Instagram Sebagai Strategi Digital Marketing Bank Syariah Indonesia." *Jurnal Manajemen dan Bisnis (JMB)* 4, no. 1 (February 3, 2023): 1–10.
- Pulau Rakyat, Badan Pusat Statistik Kota. "Jumlah Penduduk di Kecamatan Pulau Rakyat - Tabel Statistik". Yati, Pedagang Grosir, wawancara (Mei 09 2025, Pukul 17:00 WIB).
- Subhaktiyasa, Putu Gede. "Menentukan Populasi dan Sampel: Pendekatan Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif." *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan* 9, no. 4 (November 19, 2024): 2721–2731.
- Suharsini, Arikunto. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2014.
- Sutanto, Titania Febriyanti, Faisal Tomi Saputra, and Mochammad Mirza. "Efektivitas Iklan Melalui Whatsapp Blast Terhadap Keputusan Pembelian di Tunas Toyota Cimone." *Social Science Academic* 1, no. 2 (October 24, 2023): 601–606.
- Utami Renzyana Tirtayassa., "Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Menabung Siswa Pada Bank Syariah (Studi Pada Sekolah Menengah Atas Insan Madani Meukek)," Skripsi UIN Ar-Raniry Banda Aceh 2022
- Undang-Undang (UU) Nomor 21 Tahun 2008, Pasal 1 tentang Perbankan Syariah.
- Widijantoro J., "Hukum Perlindungan Konsumen Jasa Keuangan di Era Otoritas Jasa Keuangan" (Yogyakarta: Cahaya Atma Pustaka, 2019).
- Yaya Rizal, Aji Erlangga Martawireja, Ahim Abdurahim., *Akuntansi Perbankan Syariah* (Jakarta Selatan : Salemba Empat, 2015).
- Yati, Pedagang Grosir, wawancara (Mei 09 2025, Pukul 17:00 WIB).

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTITAS PRIBADI

1. Nama : Zuya Leurenza Siagian
2. NIM : 21 401 00085
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Tempat/ Tanggal Lahir : Sei Piring/ 30 Januari 2004
5. Kewarganegaraan : Indonesia
6. Agama : Islam
7. Alamat Lengkap : Mekar Sari Dusun II Kec. Pulau Rakyat
8. No. Hp : 083143512384
9. E-mail : zuyasiagian98@gmail.com

II. IDENTITAS ORANG TUA

1. Ayah
 - a. Nama : Juli Zulkarnaen Siagian
 - b. Pekerjaan : Wirausaha
10. Alamat : Mekar Sari Dusun II Kec. Pulau Rakyat
 - c. No. Hp : 081251519176
2. Ibu
 - a. Nama : Siti Murniati Ritonga
 - b. Pekerjaan : Wirausaha
 - c. Alamat : Mekar Sari Dusun II Kec. Pulau Rakyat
 - d. No. Hp : 081396678471

III. PENDIDIKAN

1. SD Negeri 017137 Mekar Sari Tamat Tahun 2015
2. SMP Negeri 3 Pulau Rakyat Tamat Tahun 2018
3. SMA Negeri 1 Pulau Rakyat Tamat Tahun 2021

ANGKET PENELITIAN

Kepada:

Yth. Bapak/Ibu/Saudara/Saudari

Masyarakat Kecamatan Pulau Rakyat, Asahan.

Assalamualaikum warohmatullohi wabarokatuh,

Dalam rangka menyelesaikan karya ilmiah (skripsi) pada program studi S-1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Maka saya:

Nama : Zuya Leurenza Siagian

NIM : 21 401 00085

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Perguruan tinggi : UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan

Untuk membantu kelancaran penelitian ini, saya mohon dengan hormat kesediaan kepada Bapak/Ibu/Saudara/i untuk dapat berpartisipasi dengan mengisi angket yang telah disediakan. Peran serta dari Bapak/Ibu/Saudara/i akan sangat bermanfaat bagi keberhasilan penelitian yang dilaksanakan kerahasiannya jawabannya tetap terjamin. Dengan judul penelitian “**Pengaruh WhatsApp Blast dan Instagram Terhadap Minat Masyarakat Melakukan Pembiayaan di Bank Syariah**”.

Atas kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk menjawab pernyataan pada kuisioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Padangsidempuan,.....2025
Peneliti,

Zuya Leurenza Siagian
NIM. 21 401 00085

SURAT VALIDASI ANGKET

Menerangkan bahwasanya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dr. Utari Evy Cahyani, S.P.,M.M

NIP : 198705212015032004

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket untuk kelengkapan penelitian yang berjudul: **Pengaruh *WhatsApp Blast* dan *Instagram* Terhadap Minat Masyarakat Melakukan Pembiayaan di Bank Syariah**

Yang disusun oleh:

Nama : Zuya Leurenza Siagian

NIM : 21 401 00085

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Adapun masukan yang telah saya berikan adalah sebagai berikut:

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

Dengan harapan, masukan dan penilaian yang saya berikan dapat dipergunakan untuk menyempurnakan dan memperoleh kualitas angket yang baik.

Padangsidimpuan,2025

Validator

Dr. Utari Evy Cahyani, S.P.,M.M
NIP. 198705212015032004

LEMBAR VALIDASI
ANGKET PEMBELIAN IMPULSIF (Y)

Petunjuk:

1. Kami mohon kiranya Bapak/Ibu/Saudara/i memberikan penilaian dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Berikan tanda (√) pada kolom V (valid), VR (valid dengan revisi), TV (tidak valid).
3. Untuk revisi Bapak/Ibu/Saudara/i dapat langsung menuliskan pada nasakah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

Indikator	Nomor Soal	V	VR	TV
Riba (Bunga)	1, 2			
Gharar (Keidakjelasan)	3, 4			
Maisir (Judi)	5, 6			

Kritik dan saran:

.....

.....

.....

.....

Padangsidempuan,2025

Validator

Dr. Utari Evy Cahyani, S.P.,M.M
NIP. 198705212015032004

LEMBAR VALIDASI
ANGKET ATMOSPHERE STORE (X1)

Petunjuk:

1. Kami mohon kiranya Bapak/Ibu/Saudara/i memberikan penilaian dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Berikan tanda (√) pada kolom V (valid), VR (valid dengan revisi), TV (tidak valid).
3. Untuk revisi Bapak/Ibu/Saudara/i dapat langsung menuliskan pada nasakah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

Indikator	Nomor Soal	V	VR	TV
Site Desain (Desain Situs)	1, 2			
Incentive Program (Program Insentif)	3, 4			
Interactivity (Interaktivitas)	5, 6			
Cost (Biaya)	7, 8			

Kritik dan saran:

.....

.....

.....

.....

Padangsidempuan,2025

Validator

Dr. Utari Evy Cahyani, S.P.,M.M
NIP. 198705212015032004

LEMBAR VALIDASI
ANGKET LINGKUNGAN SOSIAL (X2)

Petunjuk:

1. Kami mohon kiranya Bapak/Ibu/Saudara/i memberikan penilaian dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Berikan tanda (√) pada kolom V (valid), VR (valid dengan revisi), TV (tidak valid).
3. Untuk revisi Bapak/Ibu/Saudara/i dapat langsung menuliskan pada nasakah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

Indikator	Nomor Soal	V	VR	TV
Nama Baik	1, 2			
Reputasi	3, 4			
Pesaing	5, 6			
Dikenal Luas dan Kemudahan Diingat	7, 8			

Kritik dan saran:

.....

.....

.....

.....

Padangsidempuan,2025

Validator

Dr. Utari Evy Cahyani, S.P.,M.M
NIP. 198705212015032004

LEMBAR VALIDASI
ANGKET SUASANA HATI (X3)

Petunjuk:

1. Kami mohon kiranya Bapak/Ibu/Saudara/i memberikan penilaian dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Berikan tanda (√) pada kolom V (valid), VR (valid dengan revisi), TV (tidak valid).
3. Untuk revisi Bapak/Ibu/Saudara/i dapat langsung menuliskan pada nasakah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

Indikator	Nomor Soal	V	VR	TV
Top Of Mind (Puncak Pikiran)	1, 2			
Brand Recall (Peningat Kembali)	3, 4			
Brand Recognition (Pengenalan Merek)	5, 6			

Kritik dan saran:

.....

.....

.....

.....

Padangsidempuan,2025

Validator

Dr. Utari Evy Cahyani, S.P.,M.M
NIP. 198705212015032004

ANGKET (KUESIONER) PENELITIAN

PENGARUH *WHATSAPP BLAST* DAN *INSTAGRAM* TERHADAP MINAT MASYARAKAT MELAKUKAN PEMBIAYAAN DI BANK SYARIAH

I. Identitas Responden

Kami memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk menjawab pernyataan-pernyataan berikut ini. Dengan mengisi titik-titik dan memberi tanda ceklist (✓) pada kotak yang tersedia.

Nama :

Alamat :

Usia :

Jenis kelamin : ☐ laki-laki ☐ Perempuan

II. Petunjuk Pengisian

1. Bacalah dengan seksama setiap pernyataan dari jawaban yang tersedia.
2. Jawab dan isilah sesuai dengan pernyataan dibawah ini dengan memberikan tanda ceklist (✓) pada alternative yang tersedia pada kolom jawaban.
3. Setiap pernyataan mohon berikan jawaban secara objektif untuk ukuran hasil penelitian. Berikut ini terdiri atas tiga pilihan jawaban, sebagai berikut

Alternative Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

4. Semua jawaban Bapak/Ibu/Saudara/i dijamin kerahasiaannya.
5. Pernyataan ini semata untuk tujuan penelitian

III. Daftar Pernyataan

A. Minat Menggunakan Pembiayaan Bank Syariah Indonesia (Y)

No	Pernyataan	Alternative Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Pengetahuan bahwa produk Bank Syariah Indonesia bebas dari riba meningkatkan minat saya untuk menggunakan pembiayaan mereka.					
2.	Saya memilih Bank Syariah Indonesia karena pembiayaan mereka bebas dari riba.					
3.	Saya lebih tertarik menggunakan produk Bank Syariah Indonesia jika mereka menyediakan informasi yang jelas dan transparan, tanpa adanya ketidakjelasan (gharar).					
4.	Ketidakjelasan terkait pembiayaan Bank Syariah Indonesia membuat saya lebih berhati-hati dalam memilih produk mereka.					
5.	Saya tahu bahwa produk Bank Syariah Indonesia bebas dari praktik maisir (judi), saya lebih tertarik untuk menggunakannya.					
6.	Bebas dari maisir (judi) adalah faktor penting yang mendorong saya untuk memilih pembiayaan Bank Syariah Indonesia.					

B. WhatsApp Blast (X1)

No	Pernyataan	Alternative Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Informasi produk pembiayaan Bank Syariah yang disampaikan dalam pesan WhatsApp Blast jelas dan lengkap.					
2.	Keunggulan atau manfaat pembiayaan syariah disampaikan secara meyakinkan dalam pesan WhatsApp Blast.					
3	Pesan WhatsApp Blast memuat informasi yang relevan dengan kebutuhan finansial saya.					
4.	Frekuensi pengiriman pesan WhatsApp Blast dari Bank Syariah terlalu sering sehingga mengganggu saya.					
5.	Saya merasa frekuensi pengiriman pesan WhatsApp Blast cukup untuk saya mendapatkan informasi terbaru.					
6.	Saya tidak merasa terganggu dengan jumlah pesan WhatsApp Blast yang saya terima dari Bank Syariah					
7.	Pesan WhatsApp Blast yang saya terima terasa relevan karena disesuaikan dengan riwayat interaksi saya.					
8.	Saya merasa pesan WhatsApp Blast yang saya terima ditunjukkan secara personal kepada saya.					
9.	Penggunaan nama saya dalam pesan WhatsApp Blast membuat saya merasa lebih dihargai.					

C. Instagram (X2)

No	Pernyataan	Alternative Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Konten informasi mengenai produk pembiayaan syariah yang disajikan di instagram bank syariah mudah dipahami.					
2.	Informasi mengenai syarat dan prosedur pembiayaan syariah yang diunggah di Instagram bank syariah sangat jelas.					
3.	Instagram bank syariah menyediakan informasi yang lengkap dan akurat mengenai keuntungan melakukan pembiayaan syariah.					
4.	Saya sering berinteraksi (misalnya: like, koment dan share) dengan postingan bank syariah di instagram terkait pembiayaan.					
5.	Bank syariah aktif merespon pertanyaan atau komentar saya di instagram mengenai produk pembiayaan syariah					
6.	Fitur interaktif (polling, Q&A) di instagram bank syariah membantu saya memahami lebih jauh tentang pembiayaan syariah.					
7.	Desain grafis dan tata letak postingan bank syariah di instagram menarik perhatian saya terhadap pembiayaan syariah.					
8.	Penggunaan gambar dan video di instagram bank syariah membuat informasi pembiayaan syariah lebih mudah dicerna.					
9.	Tampilan keseluruhan akun					

	instagram bank syariah terlihat profesional dan meyakinkan.					
10.	Informasi yang saya peroleh dari instagram bank syariah meningkatkan kepercayaan saya terhadap produk pembiayaan syariah.					
11.	Setelah melihat konten instagram bank syariah, saya merasa lebih termotivasi untuk mencari tahu lebih lanjut tentang pembiayaan syariah.					
12.	Instagram bank syariah memengaruhi keputusan saya untuk mempertimbangkan bank syariah sebagai pilihan pembiayaan.					

**Pulau Rakyat,
Responden**

2025

Lampiran 1. Tabulasi Data Mentah

TABULASI DATA MENTAH

1. Minat melakukan pembiayaan di Bank Syariah

No	y1	y2	y3	y4	y5	y6	Total Skor
1	1	2	1	1	1	1	7
2	4	3	4	3	4	4	22
3	3	3	3	3	4	4	20
4	4	4	4	4	4	4	24
5	4	3	4	3	4	3	21
6	2	3	1	2	3	3	14
7	3	3	2	3	2	2	15
8	2	2	3	4	2	1	14
9	4	2	2	3	3	3	17
10	2	3	3	2	3	4	17
11	2	3	3	3	2	3	16
12	4	4	4	3	2	2	19
13	3	3	2	4	2	1	15
14	3	2	2	3	3	4	17
15	2	3	3	2	3	3	16
16	2	1	1	2	3	2	11
17	2	1	2	3	3	2	13
18	2	2	2	2	3	4	15
19	3	4	2	3	2	2	16
20	2	2	3	2	1	3	13
21	2	3	1	4	4	5	19
22	4	4	4	2	3	2	19
23	1	1	2	2	2	1	9
24	2	3	1	2	2	2	12
25	3	2	1	3	2	2	13
26	4	2	3	3	2	2	16
27	3	4	3	2	2	3	17
28	3	2	2	2	2	3	14
29	2	4	4	4	4	3	21
30	2	2	2	2	2	2	12
31	2	2	2	3	2	2	13
32	5	5	5	5	5	5	30
33	5	5	5	5	5	5	30
34	4	5	5	5	5	5	29
35	2	2	4	4	2	1	15
36	2	4	4	2	1	5	18
37	5	2	2	3	2	2	16

38	4	2	4	2	4	2	18
39	3	3	3	3	3	3	18
40	2	2	2	3	1	2	12
41	3	1	2	3	2	2	13
42	3	2	4	5	1	2	17
43	2	3	3	2	2	2	14
44	1	2	1	3	3	3	13
45	1	1	1	1	1	1	6
46	4	5	4	3	5	4	25
47	4	4	5	5	5	4	27
48	3	4	4	4	4	4	23
49	4	4	4	3	4	2	21
50	4	5	5	4	4	5	27
51	4	3	4	5	4	4	24
52	4	4	4	4	5	5	26
53	4	5	5	4	3	4	25
54	4	5	5	5	3	3	25
55	4	3	4	4	4	4	23
56	4	5	4	4	5	4	26
57	2	4	2	4	5		17
58	3	4	4	4	5	5	25
59	4	2	1	1	1	2	11
60	4	4	5	5	4	4	26
61	2	4	3	1	1	2	13
62	3	4	4	5	4	4	24
63	4	2	1	1	2	2	12
64	4	4	5	1	2	2	18
65	5	4	5	4	4	3	25
66	4	2	1	1	1	1	10
67	3	4	4	4	3	4	22
68	2	3	3	3	3	4	18
69	4	5	5	4	4	4	26
70	3	3	2	2	1	2	13
71	4	4	4	4	4	4	24
72	4	4	3	4	3	4	22
73	2	4	1	2	3	2	14
74	4	4	4	3	4	4	23
75	4	4	4	3	4	4	23
76	2	3	4	2	2	2	15
77	3	4	3	4	4	5	23
78	4	3	2	3	3	2	17
79	3	4	4	4	5	5	25
80	4	4	4	4	4	4	24
81	3	2	1	2	2	3	13

82	1	2	2	4	1	2	12
83	4	4	4	3	3	3	21
84	3	3	3	3	3	3	18
85	4	4	4	2	2	5	21
86	5	5	5	5	5	5	30
87	4	4	4	4	4	4	24
88	1	3	2	2	2	2	12
89	4	3	5	3	2	2	19
90	1	2	2	2	1	2	10
91	1	2	1	2	2	3	11
92	3	2	2	1	3	4	15
93	2	1	1	3	3	5	15
94	4	5	2	2	1	2	16
95	2	2	2	3	4	4	17
96	3	1	2	1	2	3	12
97	1	2	1	3	4	5	16
98	4	2	2	2	2	2	14
99	3	1	2	2	2	1	11
100	1	1	1	1	1	1	6
101	2	2	1	1	2	2	10
102	2	4	1	2	2	2	13
103	2	2	2	2	2	2	12
104	1	2	2	2	1	2	10
105	2	1	2	1	3	4	13
106	1	1	1	3	4	4	14
107	2	2	2	2	2	2	12
108	1	2	2	2	2	2	11
109	2	1	1	1	2	1	8
110	2	2	2	1	2	2	11
111	1	2	1	2	2	2	10
112	2	1	2	1	3	3	12
113	3	3	2	2	2	1	13
114	1	3	1	4	3	2	14
115	2	3	1	2	2	2	12
116	1	2	2	3	2	2	12
117	1	1	2	2	1	2	9
118	1	1	1	1	2	2	8
119	2	2	1	1	2	1	9
120	2	1	2	1	1	1	8
121	1	5	2	2	2	4	16
122	2	1	2	1	1	1	8
123	1	2	1	2	3	2	11
124	2	2	2	3	1	1	11
125	2	1	2	2	2	2	11

126	2	1	1	2	1	2	9
127	2	2	1	2	2	2	11
128	3	2	1	1	1	1	9
129	2	1	2	1	2	1	9
130	2	1	2	2	1	1	9
131	1	1	2	1	2	2	9
132	1	1	1	4	4	4	15
133	1	2	2	2	1	2	10
134	3	2	2	2	1	1	11
135	1	2	2	3	3	2	13
136	2	3	3	2	1	1	12
137	2	2	1	2	2	1	10
138	1	1	2	2	2	1	9
139	2	5	2	1	1	3	14
140	1	2	1	2	2	2	10
141	2	2	1	5	3	2	15
142	3	3	3	2	2	1	14
143	1	2	1	1	2	2	9
144	5	3	1	1	2	1	13
145	2	1	2	1	2	2	10
146	2	1	1	3	2	1	10
147	1	1	1	1	1	2	7
148	1	1	1	1	1	2	7
149	2	2	1	2	2	1	10
150	4	4	5	4	4	4	25
151	4	4	4	4	5	4	25
152	4	4	4	4	5	4	25
153	4	4	5	4	5	4	26
154	4	4	4	5	4	4	25
155	4	4	4	4	5	4	25
156	4	5	4	5	4	5	27
157	4	4	4	5	5	4	26
158	5	4	5	5	5	5	29
159	4	5	4	4	5	4	26
160	4	4	4	4	4	4	24
161		4	4	4	4	5	21
162	4	4	4	5	5	4	26
163	4	5	5	4	5	4	27
164	4	5	5	4	4	4	26
165	4	5	5	5	4	5	28
166	2	1	1	2	3	2	11
167	3	1	2	3	3	2	14
168	5	2	5	2	2	2	18
169	3	2	1	1	2	2	11

170	1	2	2	2	2	2	11
171	2	2	2	2	2	2	12
172	2	2	2	2	2	2	12
173	4	4	4	4	4	4	24
174	3	3	3	3	3	3	18
175	1	1	1	1	1	1	6
176	2	2	2	2	2	2	12
177	2	2	2	2	3	3	14
178	2	2	2	2	2	2	12
179	1	2	3	4	5	5	20
180	5	4	3	2	1	1	16
181	4	3	2	1	5	4	19
182	1	2	3	4	5	1	16
183	4	3	4	4	4	4	23
184	1	2	1	2	1	2	9
185	1	1	1	1	1	1	6
186	2	2	1	1	1	2	9
187	1	2	1	2	1	2	9
188	2	1	2	1	2	1	9
189	2	1	1	2	1	2	9
190	1	2	1	2	1	2	9
191	1	2	1	2	1	2	9
192	1	2	1	1	1	1	7
193	1	2	1	1	1	2	8
194	3	3	3	3	3	3	18
195	1	1	2	1	1	1	7
196	2	2	3	2	3	2	14
197	1	1	1	1	1	1	6
198	1	2	1	2	1	2	9
199	2	2	2	2	2	3	13
200	1	2	2	1	1	1	8
201	2	2	2	2	2	2	12
202	1	1	2	2	2	1	9
203	2	3	2	3	2	3	15
204	2	3	3	2	3	2	15
205	2	2	3	2	2	3	14
206	2	3	2	2	2	3	14
207	4	4	3	4	3	4	22
208	4	4	4	4	4	4	24
209	3	4	4	3	3	4	21
210	3	4	3	4	4	4	22
211	3	2	3	3	3	2	16
212	4	3	4	3	4	3	21
213	4	3	4	3	4	4	22

214	4	3	4	3	4	4	22
215	4	4	3	4	4	4	23
216	1	2	2	2	3	4	14
217	5	4	3		2	1	15
218	3	3	3	3	3	3	18
219	3	4	4	5	4	3	23
220	4	5	4	4	5	4	26
221	4	4	4	4	4	4	24
222	5	5	5	5	5	5	30
223	2	2	2	2	1	1	10
224	5	5	5	5	4	4	28
225	4	3	2		3		12
226	4	4	4	4	4	3	23
227	3	5	5	5	5	4	27
228	3	3	3	3	3	4	19
229	4	4	4	4	4	4	24
230	3	4	4	3	3	4	21
231	2	4	2	1	2	3	14
232	3	5	5	5	4	3	25
233	3	4	3	3	3	3	19
234	2	3	2	3	4	3	17
235	3	3	3	3	3	4	19
236	4	4	3	4	3	4	22
237	4	5	5	4	5	5	28
238	4	4	4	3	3	3	21
239	3	4	4	5	5	4	25
240	5	5	4	5	5	4	28
241	3	2	3	3	3	3	17
242	3	3	4	3	4	3	20
243	2	3	4	4	3	4	20
244	2	3	3	3	4	4	19
245	4	4	4	3	4	5	24
246	3	3	5	5	4	4	24
247	3	4	3	3	3	4	20
248	2	3	3	5	4	4	21
249	2	4	3	3	4	4	20
250	3	3	3	4	4	5	22
251	3	4	3	4	3	4	21
252	3	4	5	5	4	3	24
253	3	4	4	4	5	4	24
254	3	5	5	5	3	3	24
255	3	3	5	4	3	5	23
256	2	3	3	3	4	5	20
257	2	4	2	5	4	2	19

258	5	3	4	5	5	5	27
259	2	4	2	1	5	1	15
260	4	3	1	4	2	5	19
261	1	4	3	2	2	2	14
262	3	2	2	4	3	4	18
263	2	1	2	2	2	2	11
264	3	3	2	5	5	5	23
265	2	1	4	2	4	4	17
266	3	2	5	3	4	1	18
267	5	1	2	3	1	3	15
268	1	4	2	2	3	2	14
269	3	4	3	4	1	2	17
270	3	2	4	2	4	5	20
271	4	4	5	5	4	5	27
272	3		2	3		3	11
273	2	2	2	2	3	4	15
274	4	2	4	4	3	2	19
275	3	3	3	3	3	3	18
276	3	3	3	3	3	3	18
277	1	1	2	2	1	1	8
278	3	3	3	3	3	3	18
279	2	3	1	2	4	2	14
280	1	3	2	2	4	4	16
281	5	4	4	4	5	5	27
282	5	5	4	4	4	5	27
283	2	3	4	2	4	3	18
284	2	4	3	2	3	3	17
285	2	3	4	3	2	4	18
286	2	3	4	3	4	2	18
287	2	4	3	4	2	3	18
288	2	3	3	4	2	3	17
289	3	4	2	3	3	2	17
290	2	3	4	3	2	4	18
291	3	4	2	3	3	3	18
292	4	3	2	4	2	3	18
293	3	4	3	2	4	2	18
294	3	3	4	2	3	4	19
295	2	4	3	3	4	2	18
296	4	4	2	3	3	4	20
297	2	2	2	2	2	2	12
298	2	2	2	2	2	2	12
299	4	3	1	2	2	1	13
300	2	2	2	2	2	1	11
301	4	5	4	5	4	5	27

302	1	2	2	2	2	2	11
303	2	2	2	2	2	2	12
304	1	2	2	2	1	2	10
305	2	2	2	2	2	2	12
306	2	2	2	2	2	2	12
307	1	2	2	2	2	2	11
308	3	4	2	2	2	2	15
309	1	2	2	2	1	2	10
310	1	2	2	2	2	2	11
311	1	2	2	2	2	2	11
312	1	2	2	2	2	1	10
313	3	4	2	3	3	2	17
314	2	3	4	3	2	4	18
315	3	4	2	3	3	3	18
316	4	3	2	4	2	3	18
317	3	4	3	2	4	2	18
318	3	3	4	2	3	4	19
319	2	4	3	3	4	2	18
320	4	4	2	3	3	4	20
321	2	2	2	2	2	2	12
322	2	2	2	2	2	2	12
323	4	3	1	2	2	1	13
324	2	2	2	2	2	1	11
325	4	5	4	5	4	5	27
326	1	2	2	2	2	2	11
327	2	2	2	2	2	2	12
328	1	2	2	2	1	2	10
329	2	2	2	2	2	2	12
330	2	2	2	2	2	2	12
331	1	2	2	2	2	2	11
332	3	4	2	2	2	2	15
333	1	2	2	2	1	2	10
334	1	2	2	2	2	2	11
335	1	2	2	2	2	2	11
336	1	2	2	2	2	1	10
337	3	4	4	5	5	4	25
338	5	5	4	5	5	4	28
339	3	2	3	3	3	3	17
340	3	3	4	3	4	3	20
341	2	3	4	4	3	4	20
342	2	3	3	3	4	4	19
343	4	4	4	3	4	5	24
344	3	3	5	5	4	4	24
345	3	4	3	3	3	4	20

346	2	3	3	5	4	4	21
347	2	4	3	3	4	4	20
348	3	3	3	4	4	5	22
349	3	4	3	4	3	4	21
350	3	4	5	5	4	3	24
351	3	4	4	4	5	4	24
352	3	5	5	5	3	3	24
353	3	3	5	4	3	5	23
354	2	3	3	3	4	5	20
355	2	4	2	5	4	2	19
356	5	3	4	5	5	5	27
357	2	4	2	1	5	1	15
358	4	3	1	4	2	5	19
359	1	4	3	2	2	2	14
360	3	2	2	4	3	4	18
361	2	1	2	2	2	2	11
362	4	5	5	4	4	4	26
363	5	4	5	5	5	4	28
364	4	5	4	5	5	4	27
365	4	5	4	5	5	4	27
366	4	5	4	5	4	5	27
367	4	5	4	4	4	5	26
368	4	5	4	4	4	4	25
369	4	5	4	4	5	4	26
370	4	4	4	4	4	4	24
371	4	5	4	4	5	4	26
372	4	5	4	5	5	4	27
373	4	5	4	5	5	4	27
374	4	5	4	5	4	5	27
375	5	4	4	5	5	5	28
376	5	4	5	5	5	5	29
377	5	5	5	4	5	5	29
378	4	5	4	5	5	5	28
379	5	4	5	5	5	4	28
380	5	4	5	5	5	4	28

2. WhatsApp Blast (X1)

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	Total Skor
1	1	1	1	1	1	2	3	3	3	16
2	4	4	3		4	4	3	3	5	30
3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	31
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
5	4	3	4	3	4	3	4	3	4	32

6	2	2	3	1	3	3	3	1	1	19
7	3	2	2	2	2	3	2	2	2	20
8	2	3	4	3	2	3	3	2	3	25
9	2	4	2	2	3	1	2	3	3	22
10	2	4	3	2	2	2	3	2	3	23
11	2	3	2	3	2	2	2	3	3	22
12	3	3	3	4	2	2	2	3	3	25
13	2	2	2	2	3	2	2	2	3	20
14	2	3	3	3	2	3	2	2	3	23
15	3	3	4	2	3	3	2	1	1	22
16	2	3	3	2	2	2	2	3	2	21
17	2	3	2	3	4	2	3	3	5	27
18	2	3	2	3	3	2	3	2	3	23
19	3	2	2	3	4	1	1	2	2	20
20	4	2	2	3	2	3	3	1	3	23
21	5	5	2	3	4	2	2	2	2	27
22	2	3	4	3	2	2	1	3	3	23
23	2	2	1	2	2	3	3	2	2	19
24	1	2	2	2	2	3	2	2	1	17
25	3	2	2	2	2	4	4	4	4	27
26	1	2	2	3	2	3	2	1	1	17
27	2	3	3	2	2	2	3	4	2	23
28	1	3	2	2	3	4	2	2	2	21
29	3	4	4	3	3	2	2	3	2	26
30	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
31	1	3	3	3	4	3	2	2	1	22
32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
35	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9
36	5	1	2	4	4	2	2	4	4	28
37	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
38	2	3	1	1	1	1	1	1	1	12
39	3	3	3	1	3	3	3	3	3	25
40	1	1	1	1	2	3	2	3	2	16
41	2	1	1	2	3	1	1	1	1	13
42	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
43	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
44	1	2	1	4	4	3		2	3	20
45	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9
46	5	3	4	5	4	4	4	3	5	37
47	4	3	3	4	3	3	4	4	4	32
48	3	4	4	4	5	5	5	5	5	40
49	4	5	2	4	4	3	5	4	4	35

50	5	2	5	5	3	3	4	5	4	36
51	4	4	5	5	4	4	3	4	5	38
52	5	5	4	4	4	5	3	3	5	38
53	3	5	3	4	4	4	4	4	3	34
54	4	4	4	4	4	3	4	4	4	35
55	3	4	4	4	4	4	4	4	4	35
56	3	4	4	2	4	4	3	5	3	32
57	3	2	5	1	5	4	2	2	1	25
58	4	5	5	5	4	5	5	4	4	41
59	2	2	1	2	2	4	1	1	1	16
60	4	3	4	4	3	4	4	5	4	35
61	2	3	4	2	1	5	1	1	1	20
62	5	4	4	4	4	4	4	5	4	38
63	2	5	5	1	1	2	2	2	1	21
64	2	3	4	1	1	5	5	2	1	24
65	3	4	4	4	4	5	5	4	4	37
66	2	3	2	2	3	3	3	3	2	23
67	5	5	4	4	4	4	5	5	4	40
68	4	5	4	2	1	1	3	1	2	23
69	4	4	5	3	3	4	4	4	3	34
70	1	2	2	3	3	2	4	1	2	20
71	5	5	5	2	5	5	3		5	35
72	3	4	4	3	5	4	4	4	2	33
73	2	1	4	2	2	3	1	1	2	18
74	4	4	4	4	5	5	5	5	5	41
75	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
76	3	4	2	4	3	2	3	4	2	27
77	5	5	4	4	4	4	4	4	4	38
78	4	2	2	2	2	2	2	3	3	22
79	5	5	5	5	5	5	5	5	4	44
80	4	3	5	4	4	5	5	4	4	38
81	3	4	1	4	2	2	1	3	2	22
82	3	4	1	1	2	4	3	2	4	24
83	5	5	5	1	1	1	1	2	2	23
84	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
85	5	5	1	2	3	4	5	1	2	28
86	5	5	2	1	1	1	2	3	1	21
87	4	4	4	4	4	4	1	1	1	27
88	1	1	2	2	2	3	3	2	1	17
89	2	2	2	4	2	1	2	2	2	19
90	2	2	3	1	2	2	2	2	2	18
91	2	3	2	2	4	2	1	2	2	20
92	2	2	1	2	2	2	1	4	1	17
93	4	4	3	1	1	1	1	2	3	20

94	2	3	1	1	2	1	2	1	1	14
95	2	2	2	3	2	1	1	2	2	17
96	4	4	5	2	1	1	1	1	2	21
97	2	4	1	1	1	2	2	3	1	17
98	5	5	2	2	2	3	1	1	1	22
99	3	4	4	2	1	1	2	2	3	22
100	1	1	1	1	1	2	3	2	1	13
101	2	2	2	1	1	1	2	2	2	15
102	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
103	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
104	1	2	2	1	2	1	2	2	2	15
105	5	3	2	4	2	2	1	1	1	21
106	4	2	1	2	3	2	2	2	2	20
107	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
108	3	3	3	3	3	4	3	3	3	28
109	2	2	2	2	1	2	3	1	1	16
110	2	1	1	2	2	1	2	1	2	14
111	1	2	1	1	2	2	1	1	1	12
112	1	1	1	1	2	2	1	1	1	11
113	2	1	2	2	2	2	3	1	1	16
114	1	3	3	1	2	3	3	1	5	22
115	2	1	1	1	2	2	3	3	1	16
116	3	2	1	2	2	2	3	2	1	18
117	1	3	2	1	1	2	1	1	3	15
118	2	2	1	1	1	1	2	2	2	14
119	1	2	2	2	2	2	3	1	2	17
120	2	1	3	2	2	1	1	1	2	15
121	3	1	1	2	2	1	1	2	2	15
122	2	1	2	2	1	1	1	2	2	14
123	1	1	2	2	2	1	2	2	2	15
124	1	1	1	1	2	2	2	1	2	13
125	2	1	1	1	1	1	2	2	1	12
126	2	2	1	1	2	1	2	2	2	15
127	2	2	1	2	2	2	1	2	2	16
128	1	1	1	2	4	5	2	4	3	23
129	2	2	1	2	1	1	2	2	2	15
130	1	2	1	1	2	2	2	1	2	14
131	3	3	1	2	2	1	1	2	1	16
132	1	1	1	1	1	1	2	2	2	12
133	1	1	2	4	2	2	3	2	1	18
134	1	3	3	3	3	2	4	3	1	23
135	2	2	3	2	2	2	2	2	2	19
136	2	2	1	2	3	3	2	4	3	22
137	1	2	2	1	2	2	2	2	1	15

138	1	2	2	2	1	1	1	1	3	14
139	3	4	4	4	1	1	1	2	2	22
140	1	2	2	2	2	1	2	2	1	15
141	4	2	1	2	2	1	1	4	4	21
142	5	5	2	1	1	1	2	2	1	20
143	2	2	2	2	2	1	1	2	1	15
144	1	2		2	2	2	2	1	2	14
145	1	1	1	1	2	1	2	2	1	12
146	1	1	2	1	1	2	1	2	1	12
147	2	1	1	1	1	1	1	1	2	11
148	2	2	1	1	1	2	1	2	2	14
149	1	2	2	3	2	1	2	2	1	16
150	5	4	5	4	5	5	4	5	4	41
151	4	5	4	5	4	5	4	5	4	40
152	5	4	5	5	4	4	4	4	4	39
153	5	5	4	5	5	5	4	4	4	41
154	4	4	5	4	4	5	4	4	5	39
155	5	4	5	4	5	5	4	5	5	42
156	4	5	5	5	4	4	5	5	5	42
157	4	5	4	5	4	4	4	4	4	38
158	5	5	4	4	5	5	5	5	5	43
159	5	5	4	4	5	5	5	5	5	43
160	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
161	4	4	4	4	4	4	5	4	4	37
162	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
163	5	4	5	4	4	5	5	4	4	40
164	5	4	4	5	4	5	5	5	4	41
165	5	5	4	5	4	5	5	4	5	42
166	1	2	1	1	2	1	1	2	1	12
167	4	5	4	4	4	4	4	4	4	37
168	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
169	1	1	2	3	2	2	2	2	2	17
170	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
171	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
172	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
173	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
174	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
175	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9
176	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
177	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
178	2	2	2	2	2	2	3	3	3	21
179	4	3	2	1	1	2	3	4	5	25
180	2	3	4	5	5	4	3	2	1	29
181	3	2	1	5	4	3	2	1	4	25

182	2	3	4	5	1	2	3	4	5	29
183	3	3	3	4	3	3	4	4	3	30
184	1	2	2	1	2	1	2	1	2	14
185	1	1	1	1	1	1	1	2	2	11
186	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
187	1	2	1	2	1	2	1	2	1	13
188	2	1	2	1	2	1	2	1	2	14
189	2	2	1	2	2	1	1	2	2	15
190	1	2	1	2	1	2	1	2	1	13
191	1	2	1	2	2	2	1	1	2	14
192	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9
193	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
194	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
195	1	1	1	1	2	2	2	2	2	14
196	3	3	2	2	3	3	3	3	3	25
197	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
198	1	2	2	1	2	1	2	1	1	13
199	3	2	2	2	3	2	2	2	2	20
200	1	1	1	2	1	2	1	1	1	11
201	2	2	3	2	2	2	3	2	2	20
202	1	2	1	1	2	1	2	1	1	12
203	2	2	3	3	2	2	2	2	2	20
204	3	2	2	3	3	2	3	2	2	22
205	2	2	3	3	2	2	2	2	2	20
206	2	2	2	3	2	2	3	2	2	20
207	3	4	3	4	3	3	4	4	4	32
208	4	4	4	3	4	4	4	3	4	34
209	4	3	4	3	4	3	4	3	4	32
210	4	4	4	4	3	4	4	3	4	34
211	3	3	3	4	4	4	3	4	3	31
212	3	4	3	3	4	4	3	3	3	30
213	3	4	3	4	3	3	4	4	3	31
214	4	3	4	3	4	3	4	4	4	33
215	3	4	4	4	4	3	4	4	4	34
216	5	1	2	2	3	4	5	1	2	25
217	1	3	4	3	5	4	2	3	4	29
218	3	3	3	3	3	3	2	2	2	24
219	4	4	3	3	3	4	4	3	3	31
220	4	4	4	4	4	4	4	4		32
221	3	3	3	3	3	2	3	3	3	26
222	4		4	4	4	4	5	4	4	33
223	1	4	4	3	3	3	2	4	4	28
224	5	5	4	3	4	4	4	4	3	36
225	4	4	3	4	4	4	4	4	4	35

226	3	3	4	3	3	3	4	3	4	30
227	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
228	2	2	2	2	3	3	3	3	2	22
229	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
230	4	3	3	4	3	4	4	4	3	32
231	2	3	4	4	3	3	3	3	2	27
232	4	2	2	3	3	4	3	3	4	28
233	3	4	4	3	3	4	4	4	4	33
234	4	3	4	2	3	4	3	2	3	28
235	4	4	4	4	3	4	3	4	3	33
236	3	3	4	4	3	3	4	2	3	29
237	5	4	4	4	4	3	4	5	4	37
238	3	3	4	2	3	4	3	4	4	30
239	3	3	3	4	3	4	4	4	4	32
240	3	5	4	4	5	4	5	5	4	39
241	2	3	3	1	3	2	3	3	1	21
242	3	4	3	4	3	3	4	5	3	32
243	4	4	3	3	5	5	3	2	3	32
244	5	5	5	4	4	4	4	3	4	38
245	4	5	4	4	5	3	3	2	3	33
246	3	3	4	5	4	4	4	2	2	31
247	2	4	4	5	3	5	4	4	4	35
248	4	5	5	3	4	3	3	1	1	29
249	3	4	3	4	3	4	3	4	3	31
250	4	4	4	3	3	3	3	3	3	30
251	4	4	3	2	4	4	3	2	2	28
252	3	4	3	3	3	3	3	4	5	31
253	3	4	3	2	1	2	3	3	2	23
254	3	4	2	2	4	3	3	3	4	28
255	3	2	4	3	2	3	4	4	2	27
256	3	4	4	3	4	4	4	3	1	30
257	5	5	4	5	4	5	5	2	1	36
258	5	5	5	5	5	5	3	2	5	40
259	3	2	1	4	2	2	4	2	2	22
260		5	3	4	4	4	1	1	3	25
261	4	4	3	2	3	1	2	1	2	22
262	5	3	5	1	3	2	5	3	1	28
263	2	3	4	1	3	4	2	2	1	22
264	3	4	4	5	2	3	5	2	1	29
265	1	1	1	2	2	3	2	4	3	19
266	4	3	5	5	2	1	1	2	1	24
267	2	2	2	2	1	3	2	5	4	23
268	3	2	2	2	2	5	5	1	2	24
269	4	4	1	1	2	2	2	1	3	20

270	5	5	2	1	2	3	2	2	4	26
271	3	3	3	5	5	5	5	5	5	39
272	5	4	2	3	1	2	2	3	2	24
273	2	1	2	1	3	2	2	5	2	20
274	4	5	1	1	2	3	3	5	5	29
275	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
276	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
277	1	1	3	2	4	2	3	3	2	21
278	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
279	3	2	5	3	3	2	2	1	1	22
280	4	3	3	2	5	3	4	3	3	30
281	4	4	4	4	4	5	5	5	4	39
282	4	4	5	5	5	5	5	4	4	41
283	2	4	3	4	2	3	3	2	4	27
284	4	2	4	3	2	4	4	2	3	28
285	3	4	2	3	2	4	2	3	4	27
286	4	2	3	2	3	4	2	3	2	25
287	2	3	3	3	2	2	4	2	4	25
288	2	4	3	2	4	3	2	4	2	26
289	4	2	4	3	3	2	4	2	4	28
290	3	2	4	3	2	4	3	2	4	27
291	4	3	2	3	4	2	3	2	4	27
292	2	3	4	2	3	2	4	2	2	24
293	3	3	2	4	2	3	2	4	3	26
294	2	4	2	3	4	2	3	2	4	26
295	2	3	4	2	4	3	2	4	2	26
296	2	4	3	2	4	3	2	4	3	27
297	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
298	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
299	2	2	2	2	3	2	1	2	1	17
300	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
301	4	5	5	4	4	4	5	5	4	40
302	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
303	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
304	2	1	2	2	2	1	2	2	2	16
305	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
306	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
307	2	2	3	2	2	2	2	2	2	19
308	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
309	2	1	2	2	2	2	2	2	2	17
310	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
311	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
312	1	2	2	2	2	1	1	2	2	15
313	4	2	4	3	3	2	4	2	4	28

314	3	2	4	3	2	4	3	2	4	27
315	4	3	2	3	4	2	3	2	4	27
316	2	3	4	2	3	2	4	2	2	24
317	3	3	2	4	2	3	2	4	3	26
318	2	4	2	3	4	2	3	2	4	26
319	2	3	4	2	4	3	2	4	2	26
320	2	4	3	2	4	3	2	4	3	27
321	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
322	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
323	2	2	2	2	3	2	1	2	1	17
324	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
325	4	5	5	4	4	4	5	5	4	40
326	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
327	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
328	2	1	2	2	2	1	2	2	2	16
329	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
330	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
331	2	2	3	2	2	2	2	2	2	19
332	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
333	2	1	2	2	2	2	2	2	2	17
334	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
335	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
336	1	2	2	2	2	1	1	2	2	15
337	3	3	3	4	3	4	4	4	4	32
338	3	5	4	4	5	4	5	5	4	39
339	2	3	3	1	3	2	3	3	1	21
340	3	4	3	4	3	3	4	5	3	32
341	4	4	3	3	5	5	3	2	3	32
342	5	5	5	4	4	4	4	3	4	38
343	4	5	4	4	5	3	3	2	3	33
344	3	3	4	5	4	4	4	2	2	31
345	2	4	4	5	3	5	4	4	4	35
346	4	5	5	3	4	3	3	1	1	29
347	3	4	3	4	3	4	3	4	3	31
348	4	4	4	3	3	3	3	3	3	30
349	4	4	3	2	4	4	3	2	2	28
350	3	4	3	3	3	3	3	4	5	31
351	3	4	3	2	1	2	3	3	2	23
352	3	4	2	2	4	3	3	3	4	28
353	3	2	4	3	2	3	4	4	2	27
354	3	4	4	3	4	4	4	3	1	30
355	5	5	4	5	4	5	5	2	1	36
356	5	5	5	5	5	5	3	2	5	40
357	3	2	1	4	2	2	4	2	2	22

358	3	5	3	4	4	4	1	1	3	28
359	4	4	3	2	3	1	2	1	2	22
360	5	3	5	1	3	2	5	3	1	28
361	2	3	4	1	3	4	2	2	1	22
362	5	5	4	4	5	4	4	4	4	39
363	4	4	5	4	4	4	4	4	4	37
364	4	4	4	4	4	5	4	4	5	38
365	5	4	4	4	4	5	4	5	4	39
366	4	5	4	4	5	4	4	5	5	40
367	4	4	5	5	4	4	4	4	5	39
368	5	5	4	5	4	4	5	4	5	41
369	4	4	5	5	4	4	5	4	4	39
370	4	4	4	4	5	4	4	5	4	38
371	4	5	4	5	4	5	4	4	5	40
372	5	4	5	4	5	4	5	4	5	41
373	5	4	4	5	5	4	5	5	4	41
374	5	4	5	5	4	5	5	5	4	42
375	5	5	4	4	5	4	4	5	5	41
376	5	4	4	4	5	5	5	5	5	42
377	5	5	5	5	5	4	5	5	5	44
378	5	5	5	5	4	4	5	5	5	43
379	5	5	4	5	4	5	4	5	5	42
380	5	5	4	5	4	5	4	5	5	42

3. Instagram (X2)

No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	Total Skor
1	3	3	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	22
2	4	4	4	5	3	4	4	4	3	4	4	5	48
3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	51
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	47
5	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	42
6	1	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	27
7	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	23
8	3	2	1	3	4	2	3	2	3	4	3	3	33
9	3	2	3	2	3	3	3	4	2	2	2	3	32
10	3	2	3	3	2	2	3	3	4	2	3	3	33
11	2	3	3	2	2	2	2	4	2	3	4	3	32
12	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	34
13	2	3	3	2	2	2	3	2	3	2	3	3	30
14	2	3	3	4	2	3	2	2	3	3	4	2	33
15	1	1	1	3	2	3	2	2	3	2	3	3	26
16	3	3	2	2	3	3	4	3	2	3	2	3	33
17	5	3	2	3	4	3	2	2	4	4	2	3	37

18	2	2	3	2	2	3	2	3	2	2	1	1	25
19	2	2	2	1	3	2	3	3	3	2	1	1	25
20	3	3	3	2	2	4	4	2	2	3	4	2	34
21	3	1	1	1	1	1	1	1	2	4	2	1	19
22	3	3	4	2	2	3	3	4	2	4	2	4	36
23	1	2	2	3	3	2	2	2	3	4	5	4	33
24	2	2	2	3	2	3	3	4	2	2	2	4	31
25	4	4	3	3	4	3	4	2	3	4	5	4	43
26	3	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	30
27	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	26
28	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	27
29	4	3	3	2	2	2	3	4	3	3	2	3	34
30	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
31	1	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	29
32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
35	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
36	2	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
37	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
38	1	1	1	1	1	4	2	2	2	2	3	2	22
39	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
40	2	2	3	3	2	2	3	1	1	1	2	2	24
41	1	3	3	1	3	2	2	2	3	3	2	2	27
42	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	27
43	2	2	2	1	3	3	4	5	5	5	5	5	42
44	2	4	4	4	4	4	2	2	4	2	2	2	36
45	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
46	4	4	3	3	3	4	4	4	3	5	5	4	46
47	5	4	5	5	5	4	3	5	5	5	4	4	54
48	5	4	3	3	3	5	4	4	4	4	2	4	45
49	2	1	3	4	4	5	5	5	5	5	4	4	47
50	4	5	4	4	3	5	4	3	5	5	5	4	51
51	5	4	3	5	4	4	4	3	4	4	4	5	49
52	4	4	3	5	4	4	5	4	4	4	4	4	49
53	2	5	5	4	2	3	4	3	4	4	4	4	44
54	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	48
55	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	3	55
56	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	48
57	2	3	1	1	1	4	1	1	4	5	1	2	26
58	4	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	49
59	1	1	1	1	1	1	2	2	4	2	1	1	18
60	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	5	5	50
61	4	4	5	2	1	5	2	2	2	2	3	1	33

[illegible]

106	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
107	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
108	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	21
109	1	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	20
110	2	2	3	2	1	1	1	1	1	2	2	2	20
111	1	2	3	2	1	1	2	2	1	1	2	1	19
112	1	2	3	3	2	2	2	2	2	2	1	1	23
113	2	2	2	3	2	1	1	1	2	3	2	3	24
114	2	4	5	5	4	3	3	1	2	2	1	1	33
115	3	3	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	19
116	2	2	2	2	3	2	1	1	2	2	2	3	24
117	2	3	2	3	1	1	3	1	1	1	1	1	20
118	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2	2	3	21
119	1	2	2	1	1	1	2	3	1	2	2	1	19
120	3	3	2	2	1	2	2	2	2	1	1	1	22
121	1	1	2	2	2	1	2	3	2	2	3	2	23
122	2	2	2	1	1	2	1	1	2	2	2	2	20
123	3	2	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	18
124	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	1	24
125	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	2	1	15
126	1	2	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	16
127	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	21
128	4	1	1	1	3	1	1	2	2	3	3	3	25
129	1	2	1	2	2	1	2	1	2	2	3	2	21
130	2	2	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	16
131	3	2	3	1	1	2	1	2	1	3	1	1	21
132	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2	1	1	19
133	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	1	2	18
134	2	3	2	3	1	2	2	1	3	3	3	4	29
135	1	2	2	2	1	3	1	1	1	3	2	2	21
136	3	4	4	5	5	4	3	3	3	4	2	2	42
137	2	2	3	1	2	1	1	1	1	2	2	2	20
138	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	2	2	17
139	2	1	1	2	3	3	3	3	5	5	3	2	33
140	1	2	2	3	1	1	1	1	3	2	2	2	21
141	3	2	1	4	4	1	2	1	1	1	2	4	26
142	1	1	1	1	1	3	2	2	2	2	1	1	18
143	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	23
144	2	1	2	1	2	2	2	1	1	1	1	2	18
145	1	1	2	1	1	2	2	1	1	2	2	2	18
146	2	1	2	2	2	1	1	1	1	1	2	2	18
147	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	18
148	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	2	2	17
149	3	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	3	23

[illegible]

194	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
195	1	1		1	2	1	1	1	1		1	1	11
196	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	30
197	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
198	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	13
199	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
200	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	13
201	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3	29
202	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	15
203	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	2	29
204	3	2	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	30
205	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	29
206	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	29
207	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
208	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	47
209	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	41
210	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	44
211	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	43
212	4	4		4	4	3	4	4	4	3	4	3	41
213	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	43
214	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	41
215	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	42
216	3	4	5	1	2	3	3	4	4	5	5	5	44
217		1	3	1	1	3	4	3	2	4	5	3	30
218	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	38
219	3	3	4	5	4	3	3	4	4	5	4	3	45
220	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
221	3	3	3	3	2	3	4	3	3	4	3	3	37
222	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
223	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	40
224	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	44
225	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	46
226	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	44
227	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	45
228	3	3	3	2	2	2	2	3	3	4	3	3	33
229	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
230	3	4	3	4	4	4	3	5	3	3	3	3	42
231	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	42
232	4	2	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	39
233	3	3	4	3	5	3	4	2	2	4	4	4	41
234	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	4	4	40
235	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	5	4	44
236	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	2	39
237	5	5	4	3	4	5	4	5	4	5	5	5	54

238	3	4	3	3	3	2	2	2	1	3	3	4	33
239	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	2	3	42
240	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	55
241	4	4	3	4	4	3	3	2	3	2	4	3	39
242	3	3	4	5	4	4	4	3	3	4	4	4	45
243	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	38
244	5	5	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	45
245	3	2	4	5	4	3	3	2	4	4	5	5	44
246	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	42
247	5	5	5	4	3	2	4	4	3	3	3	4	45
248	1	3	5	4	3	4	5	3	3	3	2	4	40
249	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	43
250	3	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	4	48
251	2	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	42
252	4	3	4	3	3	1	2	2	2	4	3	4	35
253	3	5	4	2	2	2	3	1	2	1	2	3	30
254	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	37
255	3	1	3	4	2	3	1	3	3	3	3	3	32
256	3	5	5	3	3	3	4	5	3	2	3	2	41
257	2	2	3	3	3	1	2	4	5	4	5	4	38
258	1	4	4	2	1	1	3	1	1	1	1	1	21
259	4	3	1	5	3	1	4	2	1	4	3	1	32
260	3	4	3	2	3	1	4	1	2	4	4	3	34
261	4	2	4	3	2	1	1	3	3	2	3	5	33
262	5	5	4	4	1	3	2	3	1	3	3	5	39
263	4	4	1	1	3	2	4	4	4	4	4	4	39
264	2	5	5	3	3	2	1	4	5	5	2	1	38
265	1	5	1	1	2	3	4	3	1	4	3	4	32
266	3	3	5	4	3	4	5	3	2	4	4	4	44
267	2	1	5	1	2	3	2	4	2	2	2	2	28
268	1	3	2	1	1	2	5	3	5	1	2	1	27
269	5	2	2	1	1	4	5	1	2	2	3	4	32
270	5	5	2	4	2	2	1	5	1	2	3	1	33
271	5	4	4	4	5	3	5	4	4	5	5	4	52
272	4	4	3	5	3	3	3	2	3		3	3	36
273	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	25
274	5	5	5	5	4	4	4	3	2	3	2	2	44
275	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
276	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
277	2	2	2	2	1	1	5	3		4	3	1	26
278	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
279	2	3	4	2	3	4	5	4	3	3	3	1	37
280	3	4	4	4	2	2	2	5	2	4	5	4	41
281	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	55

282	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	54
283	3	4	2	3	4	2	3	3	2	4	3	2	35
284	4	3	3	4	2	2	3	4	2	4	2	3	36
285	3	4	2	4	4	2	3	3	2	4	3	4	38
286	4	3	4	2	2	3	4	4	4	3	2	3	38
287	4	2	3	2	2	4	3	3	3	4	2	4	36
288	2	3	4	2	4	4	2	3	3	2	4	3	36
289	3	2	2	3	4	3	4	3	2	2	3	4	35
290	2	3	2	4	3	2	4	3	4	2	2	3	34
291	3	3	4	3	2	3	4	2	3	3	4	2	36
292	3	4	3	2	4	2	3	4	2	4	3	2	36
293	2	4	3	4	2	2	3	3	4	2	3	2	34
294	3	2	4	3	2	4	3	2	4	3	2	3	35
295	3	4	2	4	3	2	4	3	3	2	4	4	38
296	2	3	2	3	4	2	4	3	2	3	4	2	34
297	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
298	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
299	1	1	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	24
300	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
301	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	56
302	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
303	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
304	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
305	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
306	2	2	1	2	2	2	2	3	2	2	3	3	26
307	2	2	2	2	2	3	2	1	2	1	2	2	23
308	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
309	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	20
310	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	25
311	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	25
312	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	23
313	3	2	2	3	4	3	4	3	2	2	3	4	35
314	2	3	2	4	3	2	4	3	4	2	2	3	34
315	3	3	4	3	2	3	4	2	3	3	4	2	36
316	3	4	3	2	4	2	3	4	2	4	3	2	36
317	2	4	3	4	2	2	3	3	4	2	3	2	34
318	3	2	4	3	2	4	3	2	4	3	2	3	35
319	3	4	2	4	3	2	4	3	3	2	4	4	38
320	2	3	2	3	4	2	4	3	2	3	4	2	34
321	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
322	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
323	1	1	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	24
324	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
325	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	56

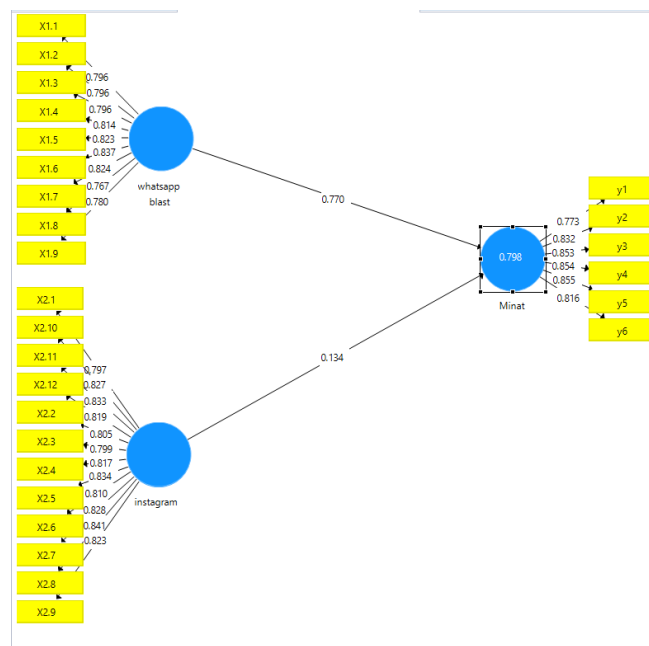
326	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
327	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
328	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
329	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
330	2	2	1	2	2	2	2	3	2	2	3	3	26
331	2	2	2	2	2	3	2	1	2	1	2	2	23
332	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
333	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	20
334	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	25
335	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	25
336	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	23
337	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	2	3	42
338	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	55
339	4	4	3	4	4	3	3	2	3	2	4	3	39
340	3	3	4	5	4	4	4	3	3	4	4	4	45
341	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	38
342	5	5	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	45
343	3	2	4	5	4	3	3	2	4	4	5	5	44
344	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	42
345	5	5	5	4	3	2	4	4	3	3	3	4	45
346	1	3	5	4	3	4	5	3	3	3	2	4	40
347	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	43
348	3	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	4	48
349	2	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	42
350	4	3	4	3	3	1	2	2	2	4	3	4	35
351	3	5	4	2	2	2	3	1	2	1	2	3	30
352	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	37
353	3	1	3	4	2	3	1	3	3	3	3	3	32
354	3	5	5	3	3	3	4	5	3	2	3	2	41
355	2	2	3	3	3	1	2	4	5	4	5	4	38
356	1	4	4	2	1	1	3	1	1	1	1	1	21
357	4	3	1	5	3	1	4	2	1	4	3	1	32
358	3	4	3	2	3	1	4	1	2	4	4	3	34
359	4		4	3	2	1	1	3	3	2	3	5	31
360	5	5	4	4	1	3	2	3	1	3	3	5	39
361	4	4	1	1	3	2	4	4	4	4	4	4	39
362	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	54
363	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	52
364	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	53
365	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	52
366	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	54
367	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	51
368	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	53
369	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	51

370	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	54
371	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	54
372	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	56
373	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	55
374	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	53
375	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	58
376	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	57
377	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59
378	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	56
379	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	58
380	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	58

Lampiran 2. Hasil Outer Model

1. Uji Validitas Konvergen

Nilai Factor Load



a. Hasil Nilai AVE (Averange Extracted)

Variabel	Kriteria	(AVE)
Instagram (X2)		0,672
WhatsApp Blast (X1)	>0,5	0,646

1. Uji Validitas Diskriminan

Nilai *Cross Loading*

Indikator	Instagram (X2)	WhatsApp Blast (X1)	Minat Menggunakan Produk Bank Syariah (Y)
X1.1	0,711	0,661	0,758
X1.2	0,700	0,677	0,742
X1.3	0,719	0,673	0,712
X1.4	0,726	0,683	0,712
X1.5	0,739	0,823	0,714
X1.6	0,733	0,837	0,707
X1.7	0,772	0,824	0,721
X1.8	0,769	0,767	0,697
X1.9	0,721	0,780	0,682
X2.1	0,797	0,738	0,684
X2.2	0,805	0,747	0,695
X2.3	0,799	0,744	0,712
X2.4	0,817	0,744	0,683
X2.5	0,834	0,759	0,672
X2.6	0,810	0,724	0,671
X2.7	0,828	0,762	0,701
X2.8	0,841	0,757	0,687
X2.9	0,823	0,743	0,662
X2.10	0,827	0,740	0,672
X2.11	0,833	0,750	0,679
X2.12	0,819	0,743	0,685
y1	0,631	0,682	0,773
y2	0,696	0,748	0,832
y3	0,712	0,743	0,853
y4	0,701	0,756	0,854
y5	0,726	0,775	0,855
y6	0,690	0,737	0,816

2. Uji Reliabilitas

Nilai *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha*

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Keterangan
Instagram (X2)	0,956	0,961	Reliabel
WhatsApp Blast (X1)	0,932	0,943	Reliabel
Minat Menggunakan Produk Bank Syariah (Y)	0,910	0,943	Reliabel

Lampiran 3. Hasil *Inner Model*

1. Hasil R-Square

Indikator	R Square
Minat Menggunakan Produk Bank Syariah (Y)	0,798

2. Hasil F-Square

Hasil *Effect Size*

	<i>Brand Awareness</i> (X3)	<i>Brand Image</i> (X2)	<i>Digital Marketing</i> (X1)	Minat Menggunakan Produk Bank Syariah (Y)
<i>Instagram</i> (X2)				0,015
WhatsApp Blast (X1)				0,502

Lampiran 4. Hasil Uji Hipotesis

1. Hasil *Path Coeffisien*

Variabel	Original Sample (O)	P Values
WhatsApp Blast (X1) -> Minat Menggunakan Produk Bank Syariah (Y)	0,770	0,000
Instagram (X2) -> Minat Menggunakan Produk Bank Syariah (Y)	0,134	0,057

DOKUMENTASI





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 : 1398 /Un.28/G.1/G.4c/PP.00.9/05/2025

21 Mei 2025

Sifat : Biasa

Lampiran : -

Hal : **Penunjukan Pembimbing Skripsi**

Yth. Bapak/Ibu;

1. Dr. Utari Evy Cahyani, M.M : Pembimbing I

2. Dr. Purnama Hidayah Harahap, M.H : 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 : Zuya Leurenza Siagian

NIM : 2140100085

Program Studi : Perbankan Syariah

Judul Skripsi : **Pengaruh WhatsappBlast dan Instagram Terhadap Minat Masyarakat Melakukan Pembiayaan di Bank Syariah.**

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 Faksimili (0634) 24022

Website: uinsyahada.ac.id

Nomor : 1639/Un.28/G.1/G.4c/TL.00.9/06/2025
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : Mohon Izin Riset

04 Juni 2025

Yth; Camat Pulau Rakyat Kabupaten Asahan.
Di Tempat

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

Nama : Zuya Leurenza Siagian
NIM : 2140100085
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 "Pengaruh Whatsapp Blast dan Instagram Terhadap Minat Masyarakat Melakukan Pembiayaan di Bank Syariah Indonesia" (Tujuan Kecamatan Pulau Rakyat). 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 Kelambagaan



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

Tembusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Isla



PEMERINTAH KABUPATEN ASAHAN KECAMATAN PULAU RAKYAT

Jl. Istana Dusun I Pulau Rakyat Tua Pulau Rakyat – 21273

Laman : kecpulaurakyat.asahankab.go.id Pos-el : pulaurakyat@asahankab.go.id

Pulau Rakyat, 10 Juni 2025

Nomor : 400.3/ 0363 /VI/2025
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Perihal : **Izin Riset**

Kepada Yth :
Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan
Universitas Islam Negeri
Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Tempat

Sehubungan dengan surat Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Nomor : 1639/Un.28/G.1/G.4c/TL.00.9/06/2025 tanggal 04 Juni 2025 perihal Mohon Izin Riset.

Berkenaan dengan hal tersebut diatas, dengan ini kami dapat menerima mahasiswa tersebut mengadakan riset di Kecamatan Pulau Rakyat Kabupaten Asahan untuk mendapatkan informasi dan data yang berhubungan dengan penyelesaian Skripsi atas nama:

Nama : ZUYA LEURENZA SIAGIAN
NIM : 2140100085
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Whatsapp Blast dan Instagram Terhadap Minat Masyarakat Melakukan Pembiayaan di Bank Syariah Indonesia

Demikian kami sampaikan, untuk dapat dimaklumi bersama.

CAMAT PULAU RAKYAT
Kabupaten Asahan



Ditandatangani secara elektronik

MUHAMMAD SYARIF AR, S.STP

Penata TK.I / IIId

NIP. 19900629 201206 1 003

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE). Dokumen digital yang asli dapat diperoleh dengan memindai QR-Code atau melalui website arsip-tte.asahankab.go.id, kemudian masukkan nomor dokumen ini di kolom pencarian