

**PENGARUH PEMAHAMAN BAGI HASIL DAN PROMOSI
TERHADAP MINAT MASYARAKAT MENJADI NASABAH
BANK SYARIAH**



SKRIPSI

*Diajukan sebagai Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi
Dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh

NANDA PRAMANA
NIM. 20 401 00091

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

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

2026

**PENGARUH PEMAHAMAN BAGI HASIL DAN PROMOSI
TERHADAP MINAT MASYARAKAT MENJADI NASABAH
BANK SYARIAH**



SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh

**NANDA PRAMANA
NIM: 20 401 00091**

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2024**

**PENGARUH PEMAHAMAN BAGI HASIL DAN
PROMOSI TERHADAP MINAT MASYARAKAT
MENJADI NASABAH BANK SYARIAH**



SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh

NANDA PRAMANA

NIM: 20 401 00091

PEMBIMBING I

Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd
NIP. 198006052011011003

PEMBIMBING II

Ja'far Nasution, M.E.I
NIDN. 2004088205

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

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

2024



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

Hal: Skripsi

Padangsidimpuan, Desember 2024

An. **NANDA PRAMANA**

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Syahada Padangsidimpuan
Di-
Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi an. **NANDA PRAMANA** yang berjudul Pengaruh Pemahaman Bagi Hasil dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah 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 Padangsidimpuan.

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

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

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Pembimbing I,

Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd
NIP. 198006052011011003

Pembimbing II,

Ja'far Nasution, M.E.I
NIDN. 2004088205

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

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

Nama : NANDA PRAMANA

NIM : 2040100091

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul Skripsi : **Pengaruh Pemahaman Bagi Hasil dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah Menyusun skripsi/ tesis ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak syah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa UIN Syahada 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 3 Tahun 2023 tentang Kode Etik Mahasiswa UIN Syahada Padangsidempuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, Desember 2024

Saya yang menyatakan,



NANDA PRAMANA
NIM. 20 401 00091

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Universitas Agama Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Ad-Darry Padangsidempuan. Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : **Nanda Pramana**
Nim : **204010091**
Program Studi : **Perbankan Syariah**
Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis Islam**
Jenis Karya : **Skripsi**

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addarry Padangsidempuan Hak Bebas *Royalti Non eksklusif (Non Exclusive Royalty Free Right)* atas karya Ilmiah saya yang berjudul **“Pengaruh Pemahaman Bagi Hasil Dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah”**. Dengan Hak Bebas *Royalti Noneksklusif* ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addarry Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai penulis dan sebagai pemilik hak cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan
Pada tanggal : Desember 2024
Yang Menyatakan,



NANDA PRAMANA
NIM. 20 401 00091



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

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Nama : Nanda Pramana
NIM : 20 401 00091
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Pemahaman Bagi Hasil Dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah

Ketua

Muhammad Wandisyah R Hutagalung, M.E
NIDN. 2027029303

Sekretaris

Ja'far Nasution, M.E.I
NIDN. 2004088205

Anggota

Muhammad Wandisyah R Hutagalung, M.E
NIDN. 2027029303

Ja'far Nasution, M.E.I
NIDN. 2004088205

Aliman Syahuri Zein, M.E.I
NIDN. 2028048201

M. Yarham, M.H
NIDN. 2009109202

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidimpuan
Hari/Tanggal : Kamis/ 19 Desember 2024
Pukul : 09.00 WIB s/d Selesai
Hasil/Nilai : Lulus/ 72 (B)
Indeks Prediksi Kumulatif : 3,32



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, Padangsidempuan 22733
Telepon.(0634) 22080 Faximile. (0634) 24022

PENGESAHAN

Nomor : 1648 /Un.28/G/G.4a/PP.00.4/06/2026

Judul Skripsi : **Pengaruh Pemahaman Bagi Hasil Dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah**

Nama : **Nanda Pramana**

NIM : **2040100091**

Indeks Prestasi Kumulatif : **3,33**

Predikat : **Sangat Memuaskan**

Telah Dapat Diterima Untuk Memenuhi Salah Satu Tugas Dan Syarat- Syarat Dalam Memperoleh Gelar **Sarjana Ekonomi (S.E)** Dalam Bidang Perbankan Syariah

Padangsidempuan, 04 Juni 2026
Dekan



Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag.
NIP-19731128 200112 1 001

ABSTRAK

Nama : NANDA PRAMANA
NIM : 20 401 00091
Judul Skripsi : **Pengaruh Pemahaman Bagi Hasil dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah**

Masyarakat Desa Tangsi Atas mayoritas beragama Islam namun mereka kurang berminat untuk menjadi nasabah bank syariah. Kebanyakan masyarakat tersebut menjadi nasabah bank konvensional meskipun mereka sudah mengetahui bahwa ada bagi hasil di bank syariah padahal bank syariah tersebut sudah pernah melakukan promosi kedesa tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pemahaman bagi hasil dan promosi secara simultan terhadap minat masyarakat Tangsi Atas menjadi nasabah bank syariah. Pembahasan dalam penelitian ini yaitu promosi yang efektif dapat meningkatkan pengetahuan dan kesadaran masyarakat tentang produk dan layanan yang ditawarkan oleh bank syariah. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang melibatkan sampel sebanyak 78 sampel. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil wawancara langsung ke masyarakat desa tangsi atas. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat desa Tangsi Atas menjadi nasabah bank syariah. Pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS 23. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda dan uji normalitas, uji validitas dan reliabilitas dan uji asumsi klasik. Hasil penelitian ini menunjukkan ada pengaruh pemahaman bagi hasil terhadap minat masyarakat Tangsi Atas menjadi nasabah bank syariah, ada pengaruh promosi terhadap minat masyarakat Tangsi Atas menjadi nasabah bank syariah, ada pengaruh pemahaman bagi hasil dan promosi secara simultan terhadap minat masyarakat Tangsi Atas menjadi nasabah bank syariah.

Kata Kunci:Minat, Pemahaman Bagi Hasil, Promosi

ABSTRACT

Name : NANDA PRAMANA
Reg. Number : 20 401 00091
Thesis Title : *The Effect of Understanding Profit Sharing and Promotion on Public Interest in Becoming Customers of Islamic Banks*

The majority of the people of Tangsi Atas Village are Muslims, but they are not interested in becoming customers of Islamic banks. Most of these people become customers of conventional banks even though they already know that there is profit sharing in Islamic banks even though the Islamic bank has already promoted to the village. The purpose of this study is to determine the influence of profit sharing and simultaneous promotion on the interest of the Tangsi Atas community in becoming Islamic bank customers. The discussion in this study is that effective promotion can increase public knowledge and awareness about the products and services offered by Islamic banks. This study is a quantitative study involving a sample of 78 samples. The data used in this study are the results of direct interviews with the people of Upper Tangsi Village. The population in this study is the people of Tangsi Atas village who are customers of Islamic banks. Data processing using the SPSS 23 application. The data analysis technique uses multiple linear regression and normality test, validity and reliability test and classical assumption test. The results of this study show that there is an influence of profit sharing understanding on the interest of the Tangsi Atas community to become an Islamic bank customer, there is an influence of promotion on the interest of the Tangsi Atas community to become an Islamic bank customer, there is an influence of profit sharing understanding and simultaneous promotion on the interest of the Tangsi Atas community to become an Islamic bank customer.

Keywords: *Interest, Understanding Profit Sharing, Promotion*

ملخص البحث

الاسم : ناندا برامانا
رقم التسجيل : ٢٠٤٠١٠٠٠٩١
عنوان البحث : تأثير فهم تقاسم الأرباح والترويج على إقبال الجمهور على أن يصبحوا عملاء للبنوك الإسلامية

غالبية الناس في قرية تنجسي أتاس هم من المسلمين ولكنهم أقل اهتماماً بأن يصبحوا عملاء للبنوك الإسلامية. فمعظم هؤلاء الأشخاص أصبحوا عملاء للبنوك التقليدية على الرغم من معرفتهم بوجود تقاسم الأرباح في البنوك الإسلامية على الرغم من أن البنك الإسلامي قد قام بالفعل بالترويج للقرية. والغرض من هذه الدراسة هو تحديد تأثير فهم تقاسم الأرباح والترويج في أن واحد على اهتمام مجتمع تنجسي أتاس بأن يصبحوا عملاء للبنوك الإسلامية. وتتلخص المناقشة في هذه الدراسة في أن الترويج الفعال يمكن أن يزيد من معرفة الجمهور ووعيه بالمنتجات والخدمات التي تقدمها البنوك الإسلامية. هذا البحث عبارة عن دراسة كمية شملت عينة مكونة من ٧٨ عينة. البيانات المستخدمة في هذه الدراسة هي نتائج المقابلات المباشرة مع مجتمع قرية تانجسي العليا. السكان في هذه الدراسة هم سكان قرية تانجسي أتاس العليا من عملاء البنوك الإسلامية. معالجة البيانات باستخدام التطبيق. تقنيات تحليل البيانات باستخدام تقنيات الانحدار الخطي المتعدد واختبارات الانحدار الخطي المتعدد واختبارات المعيارية واختبارات الصلاحية والموثوقية واختبارات الافتراضات الكلاسيكية. تشير نتائج هذه الدراسة إلى أن هناك تأثير لفهم تقاسم الأرباح على اهتمام أهالي قرية تانجسي أتاس العليا بأن يصبحوا عملاء للبنوك الإسلامية، وهناك تأثير للترويج على اهتمام أهالي قرية تانجسي العليا بأن يصبحوا عملاء للبنوك الإسلامية، وهناك تأثير لفهم تقاسم الأرباح والترويج في أن واحد على اهتمام أهالي قرية تانجسي العليا بأن يصبحوا عملاء للبنوك الإسلامية.

الكلمات المفتاحية: الفائدة، فهم تقاسم الأرباح، الترويج

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Untaian *Shalawat* serta Salam senantiasa tercurahkan kepada insan mulia Nabi besar Muhammad SAW, figur seorang pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani, *madinatul 'ilmi*, pencerah dunia dari kegelapan beserta keluarga dan para sahabatnya.

Skripsi ini berjudul: “Pengaruh Pemahaman Bagi Hasil dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah” ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Pada bidang Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

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

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary, 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 Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.H.I, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si., Wakil Dekan Bidang Akademik, Ibu Dr. Rukiah SE, M,SI., Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Ibu Dra. Hj. Replita, M.Si. Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Dr. Sarmiana Batubara, M.A. selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah. Serta seluruh civitas Akademika Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary.
4. Ibu Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd. selaku Pembimbing I dan Bapak Ja'far Nasution, L.C, M.E.I. selaku Pembimbing II yang telah menyediakan waktu untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Yusri Fahmi, M.Hum. selaku Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku referensi dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Bapak serta Ibu dosen Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan

dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary.

7. Teristimewa kepada Ayahanda tercinta Asman, Ibunda tersayang Surdiana yang mempercayai peneliti menempuh pendidikan strata satu dan telah menjadi orangtua terhebat yang selalu memberikan kasih sayang, cinta, doa serta dukungannya serta tidak bosan-bosannya menasehati peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah nantinya dapat membalas perjuangan mereka dengan surga firdaus-Nya.
8. Terimakasih juga buat adikku Dinda Apriyanti dan Novita Keysha Zahra serta seluruh keluarga besar yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah mempermudah langkah kita menggapai cita-cita yang nantinya kita dapat membahagiakan orangtua.
9. Terimakasih juga untuk sahabat-sahabat seperjuangan di Program Studi Perbankan Syariah dan seluruh keluarga yang berada di kelas Perbankan Syariah 3, Aldi Hidayat Lubis, Eko Surya, Fajar Ramadhan Matondang, Muhammad Ahwil Chan, Dean Rifki Hidayat yang telah berjuang bersama-sama meraih gelar S.E dan semoga kita semua sukses dalam meraih cita-cita dan segala urusan dipermudah Allah SWT.
10. Terimakasih juga kepada Sahabat-sahabati Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII) Komisariat Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary dan Sahabat-sahabati Rayon FEBI Perjuangan yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak mensupport dan memberikan

masuk sampai tahap ini sehingga membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

11. Terimakasih juga kepada teman-teman Kepengurusan Dewan Eksekutif Mahasiswa Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary serta Kepengurusan Persatuan Mahasiswa Islam Labuhan Batu Selatan yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak memberikan motivasi dan masuk sampai tahap ini sehingga membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.
12. Terimakasih juga kepada Sahabat-sahabatku seperjuangan Kontrakan Bising dan Pergerakan Mahasiswa Berantas Korupsi, MHD. Irfansyah Nasution, Khoirul Anwar Siregar, Riko Alfandy, Syukran Chaniago, Ahmad Ridongan, Mansyuriah Panggabean, dan Diki Kurniawan, yang telah banyak memberikan semangat, nasehat dan motivasi sampai tahap ini sehingga membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman peneliti sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan dan peneliti berharap semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.

Padangsidempuan, Juni 2024
Peneliti,

NANDA PRAMANA
NIM. 20 401 00091

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

A. Konsonan

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

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṡa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	Ḍ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	er
ز	Zai	Z	zet
س	Sin	S	es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	·	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	ge

ف	Fa	F	ef
ق	Qaf	Q	ki
ك	Kaf	K	ka
ل	Lam	L	el
م	Mim	M	em
ن	Nun	N	en
و	Wau	W	we
هـ	Ha	H	ha
ء	Hamzah	..‘..	apostrof
ي	Ya	Y	ye

B. Vokal

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

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	fathah	A	A
ـِ	Kasrah	I	I
ـُ	dommah	U	U

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

Tanda dan Huruf	Nama	gabungan	Nama
ـِ.....ي	hah dan ya	Ai	a dan i
ـُ.....و	hah dan wau	Au	a dan u

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

Harkandan Huruf	Nama	HarkatdanHuruf	Nama
ا...آ...إ...أ...	fathah dan alif atau ya	ā	dan garis diatas
ى...ي...إ...	Kasrah dan ya	ī	dan garis dibawah
و...وَ...	ḍommah dan wau	ū	dan garis diatas

C. *Ta Marbutah*

Transliterasi untuk *Ta Marbutah* ada dua:

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

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

D. *Syaddah (Tasydid)*

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

E. Kata Sandang

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

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

F. Hamzah

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

G. Penulisan Kata

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

H. Huruf Kapital

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

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

I. Tajwid

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

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

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
PENGESAHAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
DEWAN PENGUJI SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	
PENGESAHAN DEKAN	
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
ملخص البحث	iii
KATA PENGANTAR	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	ix
DAFTAR ISI	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	7
C. Batasan Masalah	8
D. Definisi Operasional Variabel.....	8
E. Rumusan Masalah.....	9
F. Tujuan Penelitian	10
G. Kegunaan Penelitian	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
A. Landasan Teori.....	12
1. Minat.....	12
2. Pemahaman Bagi Hasil.....	15
3. Promosi.....	22
B. Penelitian Terdahulu.....	26
C. Kerangka Pikir	31
D. Hipotesis.....	32
BAB III METODE PENELITIAN	33
A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	33
B. Jenis Penelitian	33
C. Populasi dan Sampel.....	33
D. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data	35
E. Teknik Analisis Data	37
a. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	37
b. Uji Normalitas	38
c. Uji Asumsi Klasik	39
d. Analisis Regresi Linier Berganda.....	40
e. Koefisien Determinasi.....	42
f. Uji Hipotesis	42
BAB IV HASIL PENELITIAN	44
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	44
1. Sejarah Masyarakat Desa Tangsi Atas.....	44
2. Struktur Organisasi Desa Tangsi Atas.....	45

3. Visi Misi Desa Tangsi Atas.....	46
B. Hasil Analisi Data.....	46
1. Hasil Uji Validitas.....	46
2. Hasil Uji Reliabilitas.....	48
3. Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	48
4. Hasil Jawaban Responden.....	49
5. Hasil Uji Normalitas.....	52
6. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	53
a. Hasil Uji Multikolineritas.....	53
b. Hasil Uji Heterokeditas.....	54
7. Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	54
8. Hasil Uji Koefesien Derteminasi.....	56
9. Hasil Uji Hipotesis.....	56
a. Hasiil Uji Parsial.....	56
b. Hasil Uji Simultan.....	57
C. Pembahasan Penelitian.....	58
1. Pemahaman Bagi Hasil Dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat.....	59
2. Pengaruh Promosi Terhadap Minat Masyarakat.....	60
3. Pengaruh Pemahaman Bagi Hasil Dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat.....	62
D. Keterbatasan Penelitian.....	63
BAB V PENUTUP.....	65
A. Kesimpulan.....	65
B. Implikasi.....	65
C. Saran.....	65

DAFTAR PUSTAKA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya ke masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat. Dengan demikian fungsi dasar Bank adalah menyediakan tempat untuk menitipkan uang dengan aman dan menyediakan alat pembayaran untuk membeli barang atau jasa. Bank syariah terdiri atas dua kata, yaitu Bank dan syariah. Kata Bank suatu lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara keuangan dari dua pihak, yaitu pihak yang berkelebihan dana dan pihak yang kekurangan dana. Kata Syariah dalam versi Bank Syariah di Indonesia adalah aturan perjanjian berdasarkan yang dilakukan oleh pihak bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan pembiayaan kegiatan usaha dan kegiatan lainnya sesuai dengan hukum Islam.¹

Di Indonesia sebagai negara muslim terbesar di dunia, telah muncul pula adanya bank yang melakukan kegiatannya berdasarkan prinsip syariah seperti itu. Keinginan ini kemudian tertampung dengan dikeluarkannya Undang-undang No. 7 Tahun 1992 sekalipun belum dengan istilah yang tegas, tetapi baru dimunculkan dengan istilah “bagi hasil”. Baru setelah Undang-undang No.7 Tahun 1992 itu diubah dengan Undang-undang No.10 Tahun 1998, istilah yang dipakai lebih terang-terangan. Dalam Undang-undang No. 10 Tahun 1998 di sebut dengan

¹ Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011), ed. 1, hlm. 30.

tegas-tegas istilah “prinsip syariah”.²

Desa Tangsi Atas memiliki sejarah yang kaya dan menjadi bagian penting dari kehidupan masyarakat di wilayah tersebut. dengan pemandangan alam yang indah dan kehidupan masyarakat yang beragam. Masyarakat Desa Tangsi Atas berjumlah 338 jiwa, yang dimana mayoritas masyarakat tersebut bersuku Jawa dan beragama Islam.³ Kegiatan sehari-hari Masyarakat Desa Tangsi Atas yaitu bekerja sebagai petani kelapa sawit dan karet. Masyarakat Desa Tangsi Atas mayoritas penduduknya beragama Islam akan tetapi masih banyak masyarakat Desa Tangsi Atas lebih memilih menjadi nasabah bank konvensional daripada bank syariah.

Minat merupakan proses memberikan perhatian dan melakukan suatu tindakan terhadap sesuatu yang disertai dengan perasaan senang. dengan kata lain seseorang akan memberikan perhatian lebih terhadap suatu objek yang sedang diamati, dengan adanya perhatian lebih tersebut secara tidak langsung seseorang akan berkeinginan mendapatkan objek tersebut. Minat sangat identik dengan sikap. Sikap seseorang terhadap objek merupakan keyakinan seseorang untuk mengevaluasinya. Faktor yang mempengaruhi munculnya suatu minat seseorang tergantung pada kebutuhan fisik, emosi, sosial dan pengalaman. Minat diawali oleh perasaan senang dan sikap positif.⁴

Berdasarkan hasil wawancara dengan Saudara Juntak selaku Masyarakat

² Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Islam dan Kedudukannya Dalam Tata Hukum Perbankan Indonesia*, (Jakarta: PT. Pustaka Utama Grafiti, 2007), hlm. 20.

³ Agung, Masyarakat Desa Tangsi Atas, *Wawancara* (Desa Tangsi Atas, 07 Mei 2024, Pukul 16.00 WIB).

⁴ Abdul Wahab Shaleh, dan Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Kencana, 2004), hlm. 262.

Desa Tangsi Atas menyatakan bahwa minat masyarakat Tangsi Atas untuk menjadi nasabah bank syariah yaitu masyarakat Desa Tangsi Atas tertarik menjadi nasabah bank syariah karena mereka percaya pada prinsip-prinsip Islam yang mendasari operasi bank tersebut, seperti larangan riba dan investasi yang sesuai dengan syariah. Mereka juga menemukan produk dan layanan sesuai dengan kebutuhan mereka. Selain itu masyarakat Desa Tangsi Atas minat menjadi nasabah bank syariah salah satunya adalah ketidakpuasan terhadap sistem keuangan konvensional yang dianggap tidak sesuai dengan nilai-nilai atau keyakinan agama mereka, seperti adanya bunga atau riba yang dianggap haram dalam Islam. Dan adapun masyarakat Desa Tangsi Atas menjadi nasabah bank syariah berjumlah 20 orang sedangkan yang menjadi nasabah bank konvensional berjumlah 50 orang.⁵

Masyarakat masih banyak yang menabung di Bank konvensional, padahal bank syariah sebelumnya sudah pernah melakukan promosi kepada masyarakat Desa Tangsi Atas, namun masyarakat Tangsi Atas masih juga belum berminat untuk menjadi nasabah bank syariah. Menurut Kotler dan Keller adapun faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menjadi nasabah bank syariah yaitu faktor lingkungan, seperti tingkat permintaan dari nasabah, keadaan ekonomi, biaya tingkat perubahan teknologi, dan perkembangan teknologi. Namun faktor individu seperti pendidikan merupakan sangat penting bagi dunia perbankan syariah karena ini berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk

⁵ Juntak, Masyarakat Desa Tangsi Atas, *Wawancara* (Desa Tangsi Atas, 07 Mei 2024. Pukul 12.00 WIB).

menjadi nasabah bank syariah.⁶

Pemahaman merupakan suatu proses, cara memahami, mempelajari sesuatu dengan seksama agar menambah pengetahuan seseorang. Salah satu upaya timbal balik dari pemahaman bagi hasil yaitu akan menimbulkan minat masyarakat menjadi nasabah bank syariah.⁷ Semakin banyak memahami tentang bank syariah terutama bagi hasil maka masyarakat semakin berminat untuk menjadi nasabah di bank syariah. Bagi hasil dikenal dengan *profit sharing*. *Profit sharing* dalam kamus ekonomi adalah pembagian laba, secara defenitif *profit sharing* diartikan distribusi beberapa bagian dari laba para pegawai dari suatu perusahaan.⁸ Jumlah bagi hasil di bank syariah dipengaruhi oleh beberapa faktor. Tingkat pemahaman masyarakat terhadap pemahaman bagi hasil menjadi hal yang dapat mempengaruhi minat untuk menjadi nasabah pada bank syariah. Pemahaman bagi hasil adalah suatu kondisi dimana seseorang mengerti secara menyeluruh dengan apa itu bagi hasil. Setelah proses pemahaman selesai, maka akan diikuti keinginan untuk melakukan timbal balik kepada objek.⁹

Promosi merupakan kegiatan pengenalan akan produk atau jasa yang dimiliki bank syariah kepada nasabaha/konsumen sesuai dengan kebutuhan calon nasabah tersebut. Promosi ini dilakukan untuk memberikan informasi, membujuk, mempengaruhi atau mendorong agar calon nasabah berminat menjadi nasabah bank syariah. Selain itu, promosi juga berperan penting dalam mempengaruhi

⁶ Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 29.

⁷ Anand dan Kayati, "Analisis Pemahaman Masyarakat Terhadap Minat Menggunakan Produk Bagi Hasil dan Bank Syariah", *Jurnal E-Prosiding Akutansi*, 2020, hlm. 4.

⁸ Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Yogyakarta: EKONISIA, 2005), Cet. 2, hlm. 105.

⁹ Muanas and Arif, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: CV Gerbang Media Aksara, 2014), hlm. 63.

minat masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah, promosi yang efektif dapat meningkatkan pengetahuan dan kesadaran masyarakat tentang produk dan layanan yang ditawarkan oleh bank syariah. Adapun tujuan utama promosi produk dan jasa perbankan tentu untuk menarik calon nasabah. Namun, selain peningkatan jumlah nasabah, promosi juga dapat meningkatkan citra perusahaan perbankan.¹⁰

Masyarakat pada umumnya memiliki pengalaman yang luas di bidang perbankan namun yang berbasis konvensional, karena bank syariah masih terlalu sedikit jika dibandingkan dengan bank konvensional. Sehingga masih banyak masyarakat atau para nasabahnya yang belum memahami benar atas produk jasa yang ditawarkan, mekanisme, sistem dan seluk-beluk bank syariah. Berdasarkan nasabah dan masyarakat yang ada di Desa Tangsi Atas menunjukkan bahwa bank syariah sudah pernah melakukan sosialisasi dan promosi secara maksimal kepada para Masyarakat Desa Tangsi Atas atau para nasabahnya. Namun Masyarakat Desa Tangsi Atas masih belum juga tertarik untuk menjadi nasabah bank syariah.

Peneliti juga melakukan wawancara dengan Masyarakat Desa Tangsi Atas, adapun hasil wawancara dengan Ibu Elvi yaitu;

Bank syariah sebelumnya sudah pernah melakukan sosialisasi dan promosi di Desa Tangsi Atas namun Masyarakat Desa tangsi atas belum juga tertarik untuk menjadi nasabah bank syariah.¹¹

Wawancara dengan Bapak Dedi Susanto mengatakan bahwa;

Masyarakat Desa Tangsi Atas sudah memahami bagi hasil dan produk jasa bank syariah namun Masyarakat tersebut masih tetap memilih bank

¹⁰ Boone dan Kurtz, *Pemasaran Kontemporer*, (USA: Thomson Higher Education, 2008), hlm. 448.

¹¹Elvi, Masyarakat Desa Tangsi Atas, *Wawancara* (Desa Tangsi Atas, 08 Mei 2024, Pukul 10.00 WIB).

konvensional.¹²

Wawancara dengan Bapak Hendri mengatakan bahwa;

Masyarakat Desa Tangsi Atas beragama Islam namun mereka kurang berminat untuk menjadi nasabah bank syariah dan kebanyakan masyarakat tersebut menjadi nasabah bank konvensional pada mereka sudah mengetahui atau memahami produk dan jasa bank syariah.¹³

Masyarakat Desa Tangsi Atas adalah mayoritas penduduknya beragama Islam dan Sebagian Masyarakat tersebut sudah memahami bagi hasil namun masyarakat Desa Tangsi masih kurang berminat untuk menjadi nasabah bank syariah padahal sebelumnya pun bank syariah sudah pernah melakukan promosi atau sosialisasi keDesa Tangsi Atas dan ternyata masyarakat tersebut masih juga belum tertarik untuk menjadi nasabah bank syariah kebanyakan masyarakat tersebut masih tertarik untuk menjadi nasabah bank konvensional.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dewi Lestari, dkk menyimpulkan bahwa tingkat pemahaman bagi hasil dengan minat menabung nasabah memiliki hubungan hal yang kuat. Hal ini karena pemahaman bagi hasil berpengaruh terhadap minat menabung atau menjadi nasabah bank syariah.¹⁴ Namun ada penelitian lain yang menyatakan pemahaman bagi hasil tidak berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah.¹⁵

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ari Muhammad Supar menyimpulkan bahwa promosi berpengaruh signifikan minat masyarakat

¹² Dedi Susanto, Masyarakat Desa Tangsi Atas ,*Wawancara* (Desa Tangsi Atas, 08 Mei 2024, Pukul 13.00 WIB).

¹³ Hendri, Masyarakat Desa Tangsi Atas ,*Wawancara* (Desa Tangsi Atas, 08 Mei 2024, Pukul 11.00 WIB).

¹⁴ Wardayani Wahab, “Pengaruh Tingkat Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 01, No. 02, 2018, hlm. 44.

¹⁵ Dewi Lestari, Rafidah, Mellya Embun Baining, “Pengaruh Pemahaman Bagi Hasil dan Lokasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Pada Masyarakat Kecamatan Alam Barjo”, *Jurnal Margin*, Vol. 2, No. 1, 2022, hlm. 23.

menabung atau menjadi nasabah bank syariah.¹⁶ Namun ada penelitian lain yang menyatakan promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah bank syariah.¹⁷

Melalui penelitian ini diharapkan diketahui sejauh mana pemahaman masyarakat tentang bagi hasil dan pengaruh promosi terhadap minat masyarakat menjadi nasabah bank syariah terkhususnya pada masyarakat Desa Tangsi Atas. Hasil penelitian ini akan memberikan masukan berharga bagi bank syariah dan pihak terkait dalam mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dalam memberikan informasi yang lebih baik kepada masyarakat tentang produk dan layanan perbankan syariah. Berdasarkan latar belakang masalah dan fenomena penelitian yang dilakukan, saya tertarik untuk melakukan penelitian lebih dalam lagi dengan judul **“Pengaruh Pemahaman Bagi Hasil dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah.”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah sebagaimana yang telah di uraikan di atas, maka dapat dilakukan identifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Masyarakat Desa Tangsi Atas mayoritas beragama Islam namun kurang berminat menjadi nasabah bank syariah.
2. Masyarakat Desa Tangsi Atas sudah memiliki pemahaman bagi hasil namun tetap memilih bank konvensional.

¹⁶ Wahyu Antika, “Pengaruh Promosi, Pemahaman Bagi Hasil Dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Sribha Wono Lampung Timur”, *Skripsi*, (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Raden Intan Lampung, 2023), hlm. 5.

¹⁷Ari Muhammad Supar, “Pengaruh Bagi Hasil dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah Studi Kasus Pedagang Pasar Raya Kodok Padangsidempuan”, *Thesis*, (UIN Syahada Padangsidempuan, 2017), hlm. 6.

3. Bank syariah sudah pernah melakukan promosi namun masyarakat Desa Tangsi Atas masih belum tertarik untuk menjadi nasabah bank syariah.

C. Batasan Masalah

Agar pembahasan masalah tidak meluas dan tidak menimbulkan penyimpangan, maka peneliti perlu melakukan pembatasan masalah karena keterbatasan peneliti, yang tujuannya memudahkan peneliti dalam menganalisis permasalahan yang akan diteliti sehingga lebih fokus. Maka Peneliti memfokuskan pada dua variabel idenpendent (X), yaitu pemahaman bagi hasil (X_1), dan promosi (X_2), serta variabel dependent yaitu Minat (Y).

D. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel I.1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Minat (Y)	Minat adalah perhatian, kesukaan (kecenderungan hati) kepada sesuatu keinginan, sedangkan menurut istilah ialah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu. ¹⁸	1. Minat eksploratif 2. Minat transaksional 3. Minat reflensial 4. Minat prefrensial	Ordinal
Pemahaman Bagi Hasil (X_1)	Bagi hasil menurut <i>terminology</i> asing (inggris) dikenal dengan sebutan <i>Frofit Sharring</i> dalam	1. Persentase 2. Bagi untung dan bagi rugi 3. Jaminan	Ordinal

¹⁸ Daryanto, *Belajar dan Mengajar*, (Bandung: CV Yrama Widya, 2010), hlm. 38.

	kamus ekonomi diartikan dengan pembagian laba. secara definisi, <i>Profit Sharing</i> adalah pembagian bonus uang tunai atas usaha yang dilakukan berdasarkan keuntungan yang diperoleh pada tahun-tahun sebelumnya. Keuntungan tersebut harus dibagi sesuai dengan kesepakatan bersama. Hal ini terjadi antara <i>Shahibul Maal</i> dengan <i>Mudharib</i> . ¹⁹		
Promosi (X ₂)	Promosi adalah komunikasi yang persuasif, mengajak mendesak, membujuk, meyakinkan. Ciri dari komunikasi yang persuasif (komunikasi) adalah ada komunikator yang secara terencana mengatur berita dan cara penyampainnya untuk mendapatkan akibat tertentu dalam sikap dan tingkah laku si penerima (target pendengar). ²⁰	<ol style="list-style-type: none"> 1. Periklanan 2. <i>Personal selling</i> 3. Sales promosi 	Ordinal

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah ada pengaruh pemahaman bagi hasil terhadap minat masyarakat Tangsi atas menjadi nasabah bank syariah?
2. Apakah ada pengaruh promosi terhadap minat masyarakat Tangsi atas menjadi nasabah bank syariah?

¹⁹ Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Yogyakarta: EKONISIA, 2005), cet. 2, hlm. 105.

²⁰ M. Mursid, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2010), Cet. 6, Ed.1, hlm. 95.

3. Apakah ada pengaruh pemahaman bagi hasil dan promosi secara simultan terhadap minat masyarakat Desa Tangsi Atas menjadi nasabah bank syariah?

F. Tujuan Penelitian

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

1. Untuk mengetahui pengaruh pemahaman bagi hasil terhadap minat masyarakat Desa Tangsi Atas menjadi nasabah bank syariah.
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap minat masyarakat Desa Tangsi Atas menjadi nasabah bank syariah.
3. Untuk mengetahui pengaruh pemahaman bagi hasil dan promosi secara simultan terhadap minat masyarakat Desa Tangsi Atas menjadi nasabah bank syariah.

G. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan masalah tersebut maka kegunaan penelitian ini sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Yakni sebagai karya ilmiah, hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk menambah pengetahuan tentang pengaruh pemahaman tentang bagi hasil dan promosi terhadap masyarakat Desa Tangsi Atas agar tertarik untuk menjadi nasabah bank syariah.

2. Manfaat Praktis:

- a. Bagi Peneliti

penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan dan

pengetahuan peneliti mengenai pengaruh pemahaman tentang bagi hasil dan promosi terhadap minat masyarakat Tangsi atas menjadi nasabah bank syariah.

b. Bagi Bank Syariah

Penelitian ini dapat memberikan ilmu pengetahuan baru mengenai hal yang mempengaruhi minat masyarakat Desa Tangsi Atas menjadi nasabah bank syariah sehingga dapat dijadikan pertimbangan dalam memperluas sosialisasi dan pemasaran.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Minat

a. Pengertian Minat

“Wahab menjelaskan bahwa minat merupakan proses yang memberikan perhatian dan melakukan tindakan terhadap orang lain yang disertai dengan perasaan senang”. “Menurut Syah minat merupakan sikap positif dari seseorang terhadap sesuatu yang dilakukan dengan perasaan senang dan semangat sehingga dapat menerima tanpa mendengarkannya”.

Minat masyarakat dapat diartikan sebagai kecenderungan terhadap sesuatu yang muncul dari dalam individu dan telah menjadi kebiasaan umum dalam lingkungan masyarakat. Yang bisa diukur dengan faktor yang menentukan minat individu. Untuk melihat indikator dari seseorang berminat atau tidak maka dibutuhkan deskripsi yang jelas mengenai keberminatan seseorang, hal ini biasa kita lihat dari keaktifan seseorang dalam mencari informasi, mengidentifikasi semua persoalan yang diminati, menganalisis, dan membuat daftar tabel tentang sesuatu yang diminati hingga penetapan bidang yang diminati.

b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat seseorang yaitu:¹

- 1) Faktor individu seperti pendidikan, karena pendidikan ini berpengaruh terhadap pemahaman masyarakat mengenai bagi hasil.
- 2) Faktor lingkungan seperti tingkat permintaan dari nasabah, keadaan ekonomi, biaya, tingkat perubahan teknologi, perkembangan teknologi.

c. Macam-Macam Minat

Minat dibagi menjadi tiga macam (berdasarkan timbulnya, berdasarkan arahnya, dan era mengungkapkannya).² yaitu sebagai berikut:

- 1) Berdasarkan timbulnya, minat dibedakan menjadi minat primitif dan minat kultural. Minat primitif adalah minat yang timbul karena kebutuhan biologis atau jaringan-jaringan tubuh. Sedangkan minat kultural atau minat sosial adalah minat yang timbul karena proses belajar.
- 2) Berdasarkan arahnya, minat dapat dibedakan menjadi minat intrinsik dan ekstrinsik. Minat intrinsik adalah minat yang berhubungan langsung dengan aktivitas itu sendiri. Minat ekstrinsik adalah minat yang berhubungan dengan tujuan akhir dari kegiatan tersebut.

¹ Aris Tri Cahyono, dkk, "Pengaruh Pemahaman Bagi Hasil Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Tahun 2022", *Jurnal Eksis: Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Samarinda*, Vol. 19, No. 1, 2023, hlm. 101.

² Abdul Rahman Shaleh dan Muhibid Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Prenada Media, 2004), hlm. 265.

3) Berdasarkan cara mengungkapnya minat dapat dibedakan menjadi empat yaitu:

- a) *Expressed interest*: Minat yang diungkapkan dengan cara meminta kepada subjek untuk kenyataan kegiatan yang disenangi maupun tidak.
- b) *Manifest interest*: Minat yang dilakukan dengan pengamatan langsung
- c) *Tested interest*: Minat yang diungkapkan dengan cara menyimpulkan dari hasil jawabannya diketahui minatnya.
- d) *Inventoried interest*: Minat yang diungkapkan dengan menggunakan alat-alat yang sudah distandarisasikan.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa minat terdiri dari tiga macam yaitu minat berdasarkan timbulnya, minat berdasarkan arahnya dan minat berdasarkan cara mengungkapkannya.

d. Indikator Minat

Menurut Ferdinand, minat beli dapat didefinisikan melalui indikator-indikator sebagai berikut:³

- 1) Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
- 2) Minat refrensial, yaitu kecenderunga seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.

³ Augusty Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006), hlm. 129.

- 3) Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut.
- 4) minat eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

2. Pemahaman Bagi Hasil

a. Pengertian Pemahaman Bagi Hasil

Pemahaman adalah upaya yang dilakukan oleh seseorang untuk mengetahui dan mengartikan suatu objek. Selain itu pemahaman merupakan suatu proses, cara memahami, mempelajari sesuatu dengan seksama agar menambah pengetahuan seseorang. Tujuannya agar seseorang mampu mengenali suatu objek dan mengembangkan potensi yang ada, sehingga dapat menyelesaikan masalah yang sedang berlangsung dimasa yang akan datang. Salah satu upaya timbal balik dari pemahaman bagi hasil yaitu akan menimbulkan minat masyarakat menjadi nasabah bank syariah.⁴ Semakin banyak memahami tentang bank syariah terutama bagi hasil maka masyarakat semakin berminat untuk menjadi nasabah di bank syariah. Bagi hasil dikenal dengan *profit sharing*.⁵

Bagi hasil dikenal dengan *profit sharing*. *Profit sharing* dalam

⁴ Anand dan Kayati, Analisis Pemahaman Masyarakat Terhadap Minat Menggunakan Produk Bagi Hasil Dan Bank Syariah” *Op cit*.

⁵ Rizal Yaya, *Akuntansi Perbankan Syariah: Teori dan Praktek Kontemporer Berdasarkan PAPS I 2013. Edisi 2*, (Jakarta: Salemba Empat, 2014)

kamus ekonomi adalah pembagian laba, secara defenitif *profit sharing* diartikan distribusi bebrapa bagian dari laba pada para pegawai dari suatu perusahaan. Lebih lajut dikatakan bahwa hal itu dapat berbentuk suatu bonus uang tunai tahunan yang didasarkan pada laba yang diperoleh pada tahun sebelumnya atau dapat berbentuk pembayaran mingguan atau bulanan.⁶

Bagi muslim terdapat sumber pokok yang diyakininya yaitu Al-Qur'an. Manusia menjalankan berbagai aktivitas ekonomi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya untuk bertahan hidup. Maka diperlukannya saling tolong menolong, kerjasama, dan saling membantu antar pelaku ekonomi untuk permasalahan-permasalahan ekonomi yang ada. Pemahaman bagi hasil adalah suatu kondisi dimana seseorang mengerti secara menyeluruh dengan apa itu bagi hasil. Setelah proses pemahaman selesai, maka akan diikuti keinginan untuk melakukan timbal balik kepada objek.⁷

b. Jenis-Jenis Akad Bagi Hasil

Bentuk-bentuk kontrak kerja sama bagi hasil dalam perbankan syariah secara umum dapat dilakukan dalam empat akad, yaitu *musyarakah*, *mudharabah*, *muzara'ah* dan *musaqah*. Namun pada penerapan prinsip yang digunakan dalam sistem bagi hasil, pada umumnya bank syariah menggunakan kontrak kerja sama pada akad

⁶ Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Yogyakarta: EKONISIA, 2005) cet. 2, h.105

⁷ Muanas dan Arif, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: CV Gerbang Media Aksara, 2014), hlm. 63.

musyarakah dan *mudharabah*.

1) *Musyarakah (Joint Venture Profit & Loss Sharring)*

Musyarakah adalah mencampurkan salah satu dari macam harta dengan harta lain sehingga tidak dapat dibedakan antara keduanya. Dalam pengertian lain *musyarakah* adalah akad kerja sama antara kedua belah pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana (*amal expertise*) dengan kesempatan bahwa keuntungan dan risiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan.⁸ Dalam PSAK 106 tentang Akuntansi *Musyarakah* memberikan beberapa pengertian yang berhubungan dengan transaksi *musyarakah*. *Musyarakah* adalah akad kerjasama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu, dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan ketentuan bahwa keuntungan dibagi berdasarkan kesepakatan sedangkan risiko berdasarkan porsi kontribusi dana.⁹

Menurut syariat Islam, *syirkah* atau *musyarakah* dibagi menjadi dua jenis yaitu :¹⁰

a) *Syirkah Al-Milk*.

Syirkah al-Milk dapat diartikan sebagai kepemilikan bersama antara pihak yang berserikat dan keberadaannya muncul pada saat dua orang atau lebih secara kebetulan memperoleh

⁸ M. Syafei Antonio, *Bank Syariah Suatu Pengenalan Umum*, (Jakarta: Tazkia institute dan BI, 1999) Cet. Ke-I, hlm. 129.

⁹ Rafidah, *Produk Perbankan Syari'ah Teori dan Praktik*, (Yogyakarta: Magnum Pustaka Utama, 2018), hlm.164.

¹⁰ Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011), hlm. 183.

kepemilikan bersama atas suatu kekayaan tanpa adanya perjanjian kemitraan yang resmi. *Syirkah Al-Milk* biasanya berasal dari warisan. Misalnya tanah warisan, sebelum tanah ini dijual maka bila tanah ini menghasilkan, maka hasil bumi tersebut dibagi kepada ahli waris sesuai dengan porsi masing-masing.

b) *Syirkah Al-Uqud*

Syirkah al-Uqud (contractual partnership), dapat dianggap sebagai kemitraan yang sesungguhnya, karena para pihak yang bersangkutan secara sukarela berkeinginan untuk membuat suatu perjanjian investasi bersama dan berbagi untung dan risiko.

2) *Mudharabah (trustee profit and sharing)*

Mudharabah atau *qirad* termasuk salah satu bentuk akad *syirkah* (perkongsian). Istilah lain *mudharabah* digunakan oleh orang Irak, sedangkan orang Hijaz menyebutnya dengan istilah *qiradh*. Dengan demikian, *mudharabah* dan *qiradh* adalah istilah maksud yang sama.¹¹

Mudharabah termasuk juga perjanjian anatar pemilik modal (uang dan barang) dengan pengusaha dimana pemilik modal bersedia membiayai sepenuhnya suatu usaha/proyek dan pengusaha setuju untuk mengelolah proyek tersebut dengan bagi hasil sesuai dengan

¹¹ Rachmad Syafei, *Fiqih Muamalah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2001), hlm. 223.

perjanjian.¹²

Secara umum *mudharabah* terbagi menjadi dua jenis yaitu sebagai berikut :¹³

a) *Mudharabah Mutlaqah*

Yang dimaksud dengan transaksi *mudharabah mutlaqah* adalah bentuk kerjasama antara *shahibul maal* dan *mudharib* yang cakupannya sangat luas dan tidak dibatasi oleh spesifikasi jenis usaha, waktu, dan daerah bisnis. Dalam pembahasan fiqh ulama salafus saleh seringkali dicontohkan dengan ungkapan *if'al ma syi'ta* (lakukanlah sesukamu) dari *shahibul maal* ke *mudharib* yang memberi kekuasaan sangat besar.

b) *Mudharabah Muqayyadah*.

Mudharabah muqayyadah atau disebut juga dengan istilah *restricted mudharabah/specified mudharabah* adalah kebalikan dari *mudharabah mutlaqah*. Si *mudharib* dibatasi dengan batasan jenis usaha, waktu, atau tempat usaha. Adanya pembatasan ini seringkali mencerminkan kecenderungan umum si *shahibul maal* dalam memasuki jenis dunia usaha.

c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Bagi Hasil

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi bagi hasil yakni yaitu

¹²Warkumsumitro, *Asas-Asas Perbankan Islam dan Lembaga-Lembaga Terkait*, (Jakarta: PT. Grafindo Persada, 2004), hlm. .32.

¹³ Muhammad Syafii Antonio, *Bank Syariah dari Teori Ke Praktik* (Jakarta: Gema Insani, 2001), hlm. 97.

sebagai berikut:¹⁴

1) *Investement Rate*

Merupakan presentase dana yang diinvestasikan kembali oleh bank syariah baik ke dalam pembiayaan maupun penyaluran dana lainnya. Kebijakan ini diambil karena adanya ketentuan dari Bank Indonesia, bahwa sejumlah presentase tertentu atas dana yang dihimpun dari masyarakat, tidak boleh diinvestasikan, akan tetapi harus di tempatkan dalam Giro Wajib Minimum (GWM) merupakan dana yang wajib dicadangkan oleh setiap bank untuk mendukung likuiditas bank.

2) Total Dana Investasi

Total dana investasi yang diterima oleh bank syariah dapat mempengaruhi bagi hasil yang diterima oleh nasabah investor. Total dana yang berasal dari investasi mudharabah dapat dihitung dengan menggunakan saldo minimal bulanan atau saldo harian. Saldo minimal bulanan merupakan saldo minimal yang pernah mengendap dalam satu bulan. Saldo minimal akan digunakan sebagai dasar perhitungan bagi hasil. Saldo harian merupakan saldo rata-rata pengendapan yang dihitung secara harian, kemudian nominal saldo harian digunakan untuk dasar perhitungan bagi hasil.

3) Jenis Dana

Investasi *mudharabah* dalam penghimpunan dana, yang

¹⁴ Ismail, *Perbankan Syariah, Op.Cit*, hlm. 96-97.

ditawarkan dalam beberapa jenis antara lain; tabungan *mudharabah*, deposito *mudharabah*, dan Sertifikat Investasi *Mudharabah* Antar Bank Syariah (SIMA). Setiap jenis dana investasi memiliki karakteristik yang berbeda-beda sehingga bisa berpengaruh pada besarnya bagi hasil.

4) *Nisbah*

Nisbah merupakan presentase tertentu yang disebutkan dalam akad kerja sama usaha (*mudharabah* dan *musyarakah*) yang telah disepakati antar bank dan nasabah investor. Karakteristik *nisbah* akan berbeda-beda jika dilihat dari beberapa segi yaitu:

- a) Presentase *nisbah* antar bank syariah bisa berbeda, hal ini tergantung pada kebijakan masing-masing bank syariah.
- b) Presentase *nisbah* bisa berbeda sesuai dengan jenis dana yang dihimpun. Misalnya, *nisbah* antara tabungan dan deposito akan berbeda.
- c) Jangka waktu investasi *mudharabah* bisa berpengaruh pada besarnya presentase *nisbah* bagi hasil. Misalnya, *nisbah* untuk deposito berjangka dengan jangka waktu satu bulan bisa berbeda untuk deposito berjangka waktu tiga bulan dan seterusnya.
- d) Metode perhitungan bagi hasil.
- e) Kebijakan.

d. Indikator Pemahaman Bagi Hasil

Menurut Adiwarmanto pemahaman bagi hasil memiliki indikator

sebagai berikut:¹⁵

1) Persentase

Tingkat keuntungan harus berdasarkan persentase antara para pihak dan tidak dinyatakan dalam nilai rupiah nominal tertentu.

2) Bagi Untung dan Bagi Rugi

Dalam kontrak ini pengembalian dan waktu arus kas kita tergantung pada kinerja sebenarnya. Jika keuntungan bisnis besar kedua belah pihak akan mendapatkan bagian besar. Jika laba operasi kecil maka mereka juga akan mendapatkan bagian yang kecil.

3) Jaminan

Jika mengalami kerugian maka atauran berbagi kerugian sepenuhnya karena resiko bisnis, bukan hanya resiko kepribadian buruk jika kerugian terjadi karena kepribadian yang buruk, misalnya kelalaian sidik jari atau pelanggaran pembiayaan menurut ketentuan kontrak, *maal* tidak perlu menanggung kerugian tersebut.

3. Promosi

a. Pengertian Promosi

Keberadaan suatu produk akan diketahui oleh konsumen apabila tunjangan dengan kegiatan pemasaran yang lain yaitu kegiatan promosi. Promosi sebagai tindakan menginformasikan atau mengingatkan pelanggan mengenai suatu produk atau merek tertentu.¹⁶ Promosi adalah suatu usaha dari penjual menginformasikan barang kepada pembeli, agar

¹⁵ Adiwarmanto, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013), hlm. 88.

¹⁶ Madura, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Salemba Empat, 2007), hlm. 272.

pembeli/konsumen itu tertarik untuk melakukan transaksi pembelian atau penukara atas jasa/produk yang di jual atau ditawarkan.¹⁷ Maksud lain dari promosi adalah suatu teknik komunikasi yang dirancang untuk menstimulasi konsumen membeli. Disisi lain, promosi juga dapat memberikan efek negatif jika dilakukan tidak tepat, hal ini dapat mempengaruhi minat masyarakat untuk mengambil keputusan.

b. Tujuan Promosi

Tujuan dari promosi itu sendiri adalah untuk meningkatkan penjualan.¹⁸ Menurut Henry Simamora tujuan dari dilakukannya promosi sebagai berikut:¹⁹

1) Menyediakan Informasi

Fungsi tradisional promosi adalah untuk menginformasikan kepada pasar mengenai ketersediaan barang atau jasa tertentu. Sebagian besar upaya dilakukannya promosi masih diarahkan kepada penyediaan informasi produk kepada pelanggan potensialnya. Dalam hal ini promosi dapat membantu pencarian informasi seorang pembeli tentang suatu produk atau jasa.

2) Meningkatkan Permintaan

Tujuan sebagian besar promosi adalah untuk meningkatkan permintaan akan sebuah barang atau jasa. Promosi dapat dipakai untuk memuluskan fluktuasi permintaan.

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

¹⁸ Rhenald Kasali, *Modul Kewirausahaan*, (Jakarta: PT Mzan Publika, 2010), hlm. 156.

¹⁹ Henry Simamora, *Manajemen Pemasaran Internasional* (Jakarta: Salemba Empat, 2012), hlm. 342.

3) Membedakan Produk

Diferensiasi produk merupakan salah satu tujuan upaya promosional. Banyak organisasi mencoba untuk membedakan produknya melalui promosi. Hal ini khususnya penting untuk produk-produk yang hampir sama atau tidak banyak berbeda dengan kompetitornya.

4) Mengaksentuasi Nilai Produk

Promosi dapat menjelaskan kepemilikan utilitas produk yang lebih besar kepada para pembeli sehingga mengaksentuasi nilainya dan membenarkan harga yang lebih tinggi di pasar.

5) Mengenalkan Kebutuhan

Tujuan promosi adalah memicu suatu kebutuhan. Pengenalan kebutuhan dapat pula penting untuk produk dan jasa yang ada, khususnya pada waktu pembeli dapat menunda pembelian atau memilih untuk tidak membeli.

6) Mengevaluasi Alternatif

Promosi membantu para pembeli mengevaluasi produk atau merek alternatif. Penjualan pribadi maupun periklanan komparatif efektif dalam mendemonstrasikan kekuatan suatu merek atas merek bersaing. Salah satu bentuk periklanan ini adalah dengan menganalisis merek bersaing dari sebuah produk.

7) Memutuskan Untuk Membeli

Penjualan pribadi kerap kali digunakan untuk memperoleh suatu komitmen pembelian dari para pembeli barang tahan lama dan produk industrial. Salah satu keunggulan penjualan pribadi dengan periklanan adalah fleksibilitasnya dalam menjawab tujuan dan peranan pembeli ketika keputusan diambil.

8) Menggunakan Produk

Komunikasi dengan para pembeli setelah mereka membeli sebuah produk merupakan aktivitas promosional yang penting. Mengingatkan pelanggan akan manfaat dari produk perusahaan mampu mencegah mereka berpaling kepada pesaing sewaktu mereka memutuskan untuk mengganti produknya.

9) Merespon Berita Negatif

Kadang kala kompetisi bukanlah penjualan produk serupa dari perusahaan lainnya. Namun juga bisa dari pihak-pihak lain yang mencoba merusak nama baik perusahaan dengan menyebarkan berita-berita negatif.

c. Indikator Promosi

Menurut Buchari Alma indikator-indikator promosi diantaranya:²⁰

1) Periklanan

Dilihat sebagai tindakan kontribusi untuk perkumpulan individu baik secara lisan atau penglihatan(sebagi berita) tentang

²⁰ Buchari Alma, *Manajemen dan Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2002), hlm. 179..

suatu barang, administrasi atau pemikiran.

2) *Personal Selling*

Korespondensi kuat individu dengan seseorang atau calon pembeli terencana dengan sepenuhnya bermaksud menghasilkan permintaan (kesepakatan).

3) Sales Promosi

Adalah sebagai promosi kesepakatan yang dilakukan dengan petunjuk, pertunjukan pajangan, pameran, dan berbagai jenis usaha kesepakatan non-rutin.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah suatu penelitian yang telah dilakukan oleh seseorang atau peneliti yang lebih dulu melakukan penelitian, dan rujuk kembali untuk menjadi referensi dalam penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan peneliti yang dilakukan. Penelitian terdahulu yang dijadikan referensi oleh peneliti, antara lain sebagai berikut:

Tabel I.1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Septi Wahyu Antika, (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung, 2023)	Pengaruh Promosi, Pemahaman Bagi Hasil dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Sribha Wono	Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menabung, pemahaman bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menabung dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan

		Lampung Timur	terhadap minat masyarakat menabung. ²¹
2.	Dewi Lestari, dkk, (Jurnal Margin, Vol. 2, No. 1, 2022)	Pengaruh Pemahaman Bagi Hasil dan Lokasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Kecamatan Alam Barjo)	Pemahaman bagi hasil berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah, variabel lokasi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah, dan variabel pemahaman bagi hasil dan lokasi secara simultan atau secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah ²² .
3.	Afi Khairunnisa dan Rr. Indah Mustikawati, (Skripsi, Prodi Akutansi, Universitas Negeri Yogyakarta, 2018)	Pengaruh Promosi, Pemahaman Bagi Hasil, Kepercayaan Terhadap Minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah	Promosi, pemahaman bagi hasil, dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat Mahasiswa akuntansi UNY menabung di bank syariah baik secara sendiri-sendiri maupun secara bersama-sama. ²³
4.	Wardayani Wahab, (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol. 1, No. 02, 2018)	Pengaruh Tingkat Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah	Antar tingkat bagi hasil dengan minat menabung nasabah memiliki hubungan yang sangat kuat. Hal ini karena tingkat bagi hasil dominan mempengaruhi minat menabung nasabah. ²⁴
5.	Ahmad Dofir, dkk, (Islamic Economic and	Pengaruh Pemahaman Bagi Hasil dan	Pemahaman bagi hasil dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat

²¹Septi Wahyu Antika, "Pengaruh Promosi, Pemahaman Bagi Hasil dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Sribha Wono Lampung Timur", *Skripsi*, (Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampug, 2023), hlm. 1.

²²Dewi Lestari, Rafidah, Mellya Embun Baining, "Pengaruh Pemahaman Bagi Hasil dan Lokasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Pada Masyarakat Kecamatan Alam Barjo", *Jurnal Margin*, Vol. 2, No. 1, 2022, hlm. 71.

²³Afi Khairunnisa dan Rr. Indah Mustikawati, "Pengaruh Promosi, Pemahaman Bagi Hasil, Kepercayaan Terhadap Minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah", *Skripsi*, (Prodi Akutansi, Universitas Negeri Yogyakarta, 2018), hlm. 1.

²⁴Wardayani Wahab, "Pengaruh Tingkat Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 01, No. 02, 2018, hlm. 1.

	Finance Journal, Vol. 3, No. 2, 2022)	Kepercayaan Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Bantaran Kabupaten Probolinggo)	menjadi nasabah bank syariah. ²⁵
6.	Karina Halimah Asmar, (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2019)	Pengaruh Pelayanan, Promosi, Lokasi, dan Bagi Hasil Bank Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada PT. Bank BRI Syariah KCP Lubuk Pakam	Pelayanan menjadi variabel yang sangat signifikan dan berpengaruh positif terhadap peningkatan minat nassabah menabung. ²⁶
7.	Ari Muhammad Supar Siregar, (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan, 2017)	Pengaruh Bagi Hasil dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah (Studi Kasus Pedagang Pasar Raya Kodok Padangsidimpuan)	variabel bagi hasil tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah. artinya variabel promosi berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah secara simultan variabel bagi hasil dan promosi berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah. ²⁷

Adapun perbedaan dan persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini, adalah:

²⁵ Ahmad Dofir, dkk, “Pengaruh Pemahaman Bagi Hasil dan Kepercayaan Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Bantaran Kabupaten Probolinggo)”, *Islamic Economic and Finance Journal*, Vol. 3, No. 2, 2022, hlm. 2.

²⁶ Karina Halimah Asmar, “Pengaruh Peayanan, Promosi, Lokasi , dan Bagi Hasil Bank Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada PT. Bank BRI Syariah KCP Sudirman Lubuk Pakam”, *Skripsi*, (Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2019), hlm. 2.

²⁷ Ari Muhammad Supar Siregar, “Pengaruh Bagi Hasil dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah (Studi Kasus Pedagang Pasar Raya Kodok Padangsidimpuan)”, *Skripsi*, (Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan, 2017), hlm. 1.

- a. Pada penelitian yang dilakukan saudari Septi Wahyu Antika, terdapat persamaan, pada penelitian yang dilakukan oleh Septi Wahyu Antika yaitu, pengaruh promosi, pemahaman bagi hasil dan kepercayaan terhadap minat masyarakat menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Sribha Wono Lampung Timur. Sedangkan penelitian ini meneliti pengaruh pemahaman bagi hasil dan promosi terhadap minat masyarakat Desa Tangsi Atas menjadi nasabah bank syariah. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Taufiq Rizal, dkk., yaitu terkait dengan sama-sama membahas pemahaman bagi hasil dan promosi.
- b. Pada penelitian yang dilakukan saudari Dewi Lestari, dkk., terdapat perbedaan, pada penelitian yang dilakukan oleh Dewi Lestari yaitu pengaruh pemahaman bagi hasil dan lokasi terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. Sedangkan penelitian ini meneliti pengaruh pemahaman bagi hasil dan promosi terhadap minat masyarakat Desa Tangsi Atas menjadi nasabah bank syariah. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Dewi Lestari, dkk., yaitu terkait dengan pengaruh pemahaman bagi hasil.
- c. Pada penelitian yang dilakukan saudara Afi Khairunnisa , dkk., terdapat persamaan, pada penelitian yang dilakukan oleh Afi Khairunnisa, dkk., yaitu pengaruh promosi, pemahaman bagi hasil, kepercayaan terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah. Sedangkan penelitian ini meneliti pengaruh pemahaman bagi hasil dan promosi terhadap minat masyarakat Desa Tangsi Atas menjadi nasabah bank syariah. Persamaan penelitian ini

dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Taufiq Rizal,dkk., yaitu terkait dengan sama-sama membahas pemahaman bagi hasil dan promosi.

- d. Pada penelitian yang dilakukan saudara Wardayani Wahab, terdapat perbedaan, pada penelitian ini yang dilakukan oleh Wardayani Wahab yaitu pengaruh tingkat bagi hasil terhadap minat menabung di bank syariah, sedangkan Penelitian ini meneliti pengaruh pemahaman bagi hasil dan promosi terhadap minat masyarakat Desa Tangsi Atas menjadi nasabah bank syariah. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Wardayani Wahab, yaitu terkait dengan sama-sama membahas bagi hasil.
- e. Pada penelitian yang dilakukan saudara Ahmad Dofir, terdapat perbedaan pada, penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Dofir yaitu pengaruh pemahaman bagi hasil dan kepercayaan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah, sedangkan Penelitian ini meneliti pengaruh pemahaman bagi hasil dan promosi terhadap minat masyarakat Desa Tangsi Atas menjadi nasabah bank syariah. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Ahmad Dofir, yaitu terkait dengan sama-sama membahas pemahaman bagi hasil.
- f. Pada penelitian yang dilakukan saudara Karina Halimah Asmar, terdapat perbedaan, pada penelitian yang dilakukan oleh Karina Halimah Asmar yaitu pengaruh pelayanan, promosi, lokasi dan bagi hasil bank terhadap minat nasabah menabung pada PT. Bank BRI Syariah KCP. Sduriman Lubuk Pakam, sedangkan penelitian ini meneliti pengaruh pemahaman bagi

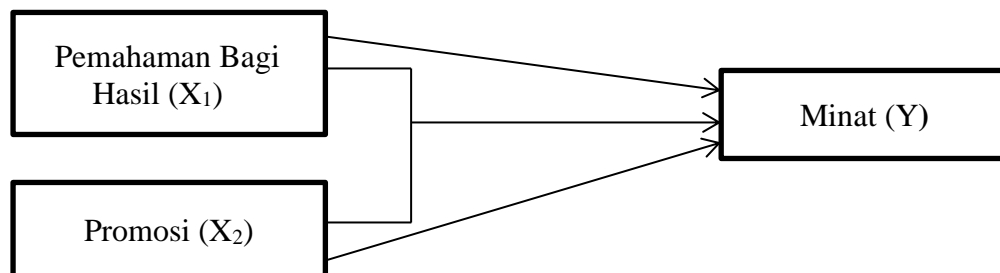
hasil dan promosi terhadap minat masyarakat Desa Tangsi Atas menjadi nasabah bank syariah. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Karina Halimah Asmar yaitu terkait dengan sama-sama membahas bagi hasil dan promosi.

- g. Pada penelitian yang dilakukan saudara Ari Muhammad Supar, terdapat perbedaan, pada penelitian yang dilakukan oleh Ari Muhammad Supar yaitu pengaruh pengaruh bagi hasil dan promosi terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah (studi kasus pedagang Pasar Raya Kodok Padangsidimpuan), sedangkan penelitian ini meneliti pengaruh pemahaman bagi hasil dan promosi terhadap minat masyarakat Desa Tangsi Atas menjadi nasabah bank syariah. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Ari Muhammad Supar yaitu terkait dengan sama-sama membahas bagi hasil dan promosi .

C. Kerangka Pikir

Hubungan antara variabel dirumuskan dalam bentuk pradigma penelitian yang penyusunannya didasarkan pada kerangka berpikir. Berikut ini berdasarkan apa yang telah di uraikan sebelumnya maka akan diuji bagaimana Pemahaman bagi hasil (X_1), dan Promosi (X_2), sebagai variabel bebas, berpengaruh terhadap minat masyarakat Desa Tangsi Atas menjadi nasabah bank syariah (Y) sebagai variabel terikat.

Gambar I.1 Kerangka Pikir



D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara dari rumusan masalah penelitian, karena jawaban yang di berikan baru didasarkan pada teori yang didapatkan melalui pengumpulan data.²⁸ Berdasarkan latar belakang serta landasan teori yang telah dijelaskan, maka dari itu dapat disusun hipotesis sebagai berikut:

H₁: Ada pengaruh pemahaman bagi hasil terhadap minat masyarakat Tangsi Atas menjadi nasabah bank syariah.

H₂ : Ada pengaruh promosi terhadap minat masyarakat Tangsi Atas menjadi nasabah bank syariah.

H₃ : Ada pengaruh pemahaman bagi hasil dan promosi secara simultan terhadap minat masyarakat Tangsi Atas menjadi nasabah bank syariah.

²⁸ Sugiyono , *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Alfabeta,2018), hlm. 99.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian yang akan dilakukan peneliti nantinya terlebih dahulu di Desa Tangsi Atas karena peneliti akan meneliti masyarakat Desa Tangsi Atas tentang pemahaman bagi hasil dan promosi terhadap minat masyarakat Desa Tangsi Atas menjadi nasabah bank syariah. Dan waktu penelitian ini mulai Juni 2024 sampai dengan Juli 2024.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah metode yang lebih menekankan pada aspek pengukuran secara objektif terhadap fenomena sosial dijabarkan kedalam beberapa komponen masalah, variabel indikator. Setiap variabel yang ditentukan diukur dengan memberikan simbol-simbol yang berkaitan dengan angka yang berbeda-beda sesuai dengan kategori informasi yang berkaitan dengan variabel tersebut.¹

C. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.² Populasi itu

¹ Saban Echdar, *Metode Penelitian Manajemen Bisnis*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2017) hlm.5

² Boedi Abdullah dan Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Muamalah*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2014), hlm. 35.

bisa manusia dan bukan manusia, misalnya lembaga, badan sosial ataupun apa saja yang bisa dijadikan informasi.

Jadi populasi yaitu keseluruhan objek yang menjadi sasaran penelitian dan sampel yang akan diambil dari populasi ini. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini yaitu masyarakat Desa Tangsi Atas yang berumur diatas 17 tahun atau yang sudah memiliki KTP berjumlah 338 orang.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang akan diteliti secara mendalam. Sampel diambil apabila kita tidak mampu untuk meneliti seluruh populasi. Syarat utama sampel ialah harus mewakili populasi. Oleh karena itu, semua ciri populasi harus diwakili dalam sampel menggunakan rumus Taro Yamane dengan tingkat presisi ditetapkan sebesar 10%.

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

n= Ukuran sampel

N= Ukuran populasi

E²= Kesalahan yang ditolerir 10%(0,1)

$$n = \frac{338}{1 + 338 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{338}{1 + 338 (0,01)}$$

$$n = \frac{338}{1 + 3,38}$$

$$n = \frac{338}{4,38}$$

$$n = 77,16$$

$$n = 78 \text{ masyarakat}$$

Jadi, jumlah sampel yang diteliti adalah 78 responden dari 338 masyarakat. *Teknik sampling* yang digunakan oleh peneliti pada penelitian ini adalah model sampel (*Accidental Sampling*), dengan mengambil kasus atau responden yang kebetulan ada atau tersedia di suatu tempat sesuai dengan konteks penelitian.

D. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah menggunakan wawancara, angket (kuisisioner), kepustakaan dan dokumentasi.

a. Angket atau Kuisisioner

Angket merupakan daftar pertanyaan yang diajukan pada seseorang responden untuk mencari jawaban dari permasalahan yang diteliti. Dalam angket terdapat pertanyaan, pernyataan, dan isian yang harus dijawab oleh responden.³ Angket diberikan kepada masyarakat Desa Tangsi Atas. Dalam angket ini peneliti mengajukan pertanyaan tertulis dengan menyediakan alternatif jawaban kepada responden untuk penelitian ini. Angket ini menggunakan skala ordinal yaitu skala yang digunakan oleh para peneliti untuk mengukur persepsi atau sikap seseorang. Untuk menskor skala ordinal, jawaban diberi bobot atau disamakan dengan nilai 1,2,3,4, dan 5 untuk lima pilihan pernyataan positif. Untuk lebih jelasnya peneliti membuat tabel untuk jawaban positif dibawah ini:

³Zainal A, *Metodologi Penelitian pada Bidang Ilmu Komputer dan Teknologi Informasi*, (Depok: Fasilkom Universitas Indonesia, 2007), hlm. 86.

Tabel III.1 Skala Ordinal

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

Didalam menyusun pertanyaan-pertanyaan angket agar tidak lari dalam permasalahan yang diteliti, maka peneliti menyusun angket dengan kisi-kisi sebagai berikut:

Tabel III.2 Kisi-Kisi Angket

Variabel	Indikator	No
Minat menjadi nasabah bank syariah (Y)	a. Minat Transaksional	1,2
	b. Minat Reflensial	3,4
	c. Minat Prefrensial	5,6
	d. Minat Eksploratif	7,8
Pemahaman bagi hasil (X ₁)	a. Persentase	9,10
	b. Bagi untung/ bagi hasil	11,12
	c. Jaminan	13,14
Promosi (X ₂)	a. Periklanan	15,16
	b. <i>Personal selling</i>	17,18
	c. Sales promosi	19,20

b. Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab, sambil bertatap muka antara si penanya atau pewawancara dengan si penjawab atau responden dengan menggunakan alat yang dinamakan *interview guide* (panduan wawancara).⁴ Adapun pihak yang diwawancarai adalah masyarakat Desa Tangsi Atas Kecamatan Lingga Bayu Kabupaten Mandailing Natal Sumatera Utara. Semua itu dilakukan

⁴ Moh. Nazir, *Metode Penelitian*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2014), hlm. 170.

untuk mengetahui pengaruh pemahaman bagi hasil dan promosi terhadap minat masyarakat Desa Tangsi Atas menjadi nasabah bank syariah.

c. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dengan metode dokumentasi adalah cara mencari data atau informasi dari buku-buku, catatan-catatan, transkrip, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat dan lainnya.⁵ Dokumentasi dalam penelitian ini adalah berbentuk tulisan catatan lapangan, gambar atau foto, pada saat melakukan wawancara, penyebaran angket dan pengamatan ke lokasi penelitian.

E. Teknik Analisis Data

a. Uji Validitas dan Reliabilitas

1) Uji Validitas

Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui kelayakan setiap butir-butir daftar pertanyaan dalam mendefinisikan variabel. Dengan kata lain suatu instrument pengukuran yang valid tentunya mengukur apa yang hendak diukur.⁶ Uji validitas menunjukkan apakah ada pernyataan-pernyataan pada kuesioner yang harus dibuang atau diganti karena tidak relevan.⁷ Menilai suatu ke valid an suatu variabel dapat dilihat dari nilai *Corrected Item Total Correlation* dari masing-masing pertanyaan dengan rumus:

⁵ Jusuf Soewadi, *Pengantar Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012), hlm. 160.

⁶ Morisson, *Metode Penelitian Survey*, (Jakarta: Kencana, 2014), hlm. 103.

⁷ Irawidya, dkk, “*Determination Of Employee Job Satisfaction PT. Bank Syariah Mandiri*”, *Journal of Sharia Banking*, Vol. 2, No. 1, 2021, hlm. 47.

- a) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pertanyaan berkorelasi signifikan (dinyatakan valid).
- b) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka pertanyaan berkorelasi signifikan (dinyatakan tidak valid).

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah indikator tingkat keandalan atau konsistensi terhadap suatu hasil pengukuran. Suatu pengukuran disebut reliabel atau memiliki keandalan jika konsisten ketika memberikan jawaban yang sama. Dalam penelitian ini uji reabilitas dilakukan dengan rumus *Cronbach Alpha* $> 0,6$ maka pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut reliabel. Jika *Cronbach Alpha* $< 0,6$ maka pertanyaan-pertanyaan untuk mengukur variabel tersebut tidak reliabel.⁸

b. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah asumsi statistika parametrik terpenuhi jika data yang diuji terdistribusi maka dikatakan normal jika tidak terpenuhi disarankan menggunakan uji non parametrik. Dalam artian variabel dependen dan variabel independen yang digunakan berdistribusi secara normal atau tidak model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual berdistribusi secara normal. Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogrow-Smirow* untuk dapat menentukan suatu data berdistribusi

⁸Morisson, Ibid, hlm. 104.

normal atau tidak dilihat dari segi nilai signifikannya. Apabila nilai signifikan $> 0,1$ maka berdistribusi normal dan sebaliknya jika nilai signifikan $< 0,1$ maka berdistribusi tidak normal.⁹

c. Uji Asumsi Klasik

1) Uji *Multikolinearitas*

Uji *multikolinearitas* bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel (independen). Model regresi yang baik dan harusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel tidak orthogonal. Orthogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol.

Uji multikolinearitas dapat dideteksi dengan menganalisa matrik korelasi variabel- variabel independen atau dengan menggunakan perhitungan nilai tolerance dan VIP. Batas dari tolerance value $> 0,1$ atau nilai VIF lebih kecil dari 10 maka tidak terjadi multikolinearitas.¹⁰

2) Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Regresi yang baik seharusnya tidak

⁹ Ali Sahib, *Buku Ajar Analisis Kuantitatif Ilmu Politik Dengan SPSS* (Surabaya: Airlangga University Press, 2018) hlm. 160.

¹⁰ Sugiono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2019), hlm. 25.

terjadi Heteroskedastisitas pada penelitian ini menggunakan metode pola grafik regresi, yaitu dengan melihat pada titik pada grafik regresi.

- a) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebur, kemudian menyempit), maka terjadi Heteroskedastisitas.¹¹
- b) Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi Heteroskedastisitas.

d. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda pada umumnya digunakan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independent terhadap variabel dependen dengan skala pengukuran interval atau rasio dalam suatu persamaan linear. Pengaruh variabel independent (karena umumnya ada korelasi antar variabel independen).¹² Analisis regresi linier berganda adalah hubungan antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen. Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai independen mengalami kenaikan atau penurunan.¹³

¹¹Zulaika Matondang dan Hamni Fadlilah, *Praktik Analisis Data: Pengolahan Ekonometrika Dengan Eviews Dan SPSS* (Medan: Merdeka Kreasi Group, 2022), hlm. 102.

¹² Syofian Siregar, *Statistik Paraometrik Untuk Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013), hlm. 89.

¹³ Zulaika Matondang dan Hamni Fadlilah Nasution, *Praktik Analisis Data Pengolahan Ekonometrika Dengan E-Views & SPSS*, (Medan, CV. Merdeka Kreasi Grup : 2021) hlm. 16.

Analisis ini digunakan sebagai alat ukur untuk mengetahui seberapa besar tingkat pengaruh antara variabel independen (x) dengan variabel dependen (Y). metode ini bisa digunakan sebagai ramalan sehingga dapat diperkirakan antara baik atau buruknya suatu variabel (x) terhadap naik turunnya suatu tingkat variabel (Y) bergitu juga sebaliknya.

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e \dots \dots \dots 3.1$$

Keterangan:

Y : Minat Masyarakat

b₁ : Koefisien untuk Pemahaman Bagi Hasil

b₂ : Koefisien untuk Promosi

a : Konstanta

X₁ : Pemahaman Bagi Hasil

X₂ : Promosi

e : Tingkat Kesalahan (*error*)

Sehingga persamaan regresi berganda dalam penelitian ini adalah:

$$MM = a + b_1 PBH + b_2 P + e \dots \dots \dots 3.2$$

Keterangan:

MN : Minat Masyarakat

a : Konstanta

b₁ : Koefisien untuk Pemahaman Bagi Hasil

PBH : Pemahaman Bagi Hasil

b₂ : Koefisien untuk Promosi

P : Promosi

e : Tingkat Kesalahan (error)

e. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) adalah suatu nilai yang menggambarkan seberapa besar perubahan atau variasi dari variabel independen. dengan mengetahui nilai koefisien determinasi kita akan bisa menjelaskan kebaikan dari model regresi dalam memprediksi variabel dependen.¹⁴ Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independent dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas.

f. Uji Hipotesis

1) Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Setelah t_{hitung} diperoleh, maka untuk menginterpretasikan hasil berlaku ketentuan sebagai berikut:¹⁵

- a) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_a diterima dan H_o ditolak.
- b) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_a ditolak dan H_o diterima.

2) Uji simultan (Uji F)

Uji F adalah pengujian signifikan persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen

¹⁴ Albert Kurniawan Purnomo. *Pengolahan Riset Ekonomi Jadi Mudah Dengan IBM SPSS*. (Surabaya : CV. Jakad Publishing Surabaya, 2019). hlm. 30.

¹⁵ Duwi Priyanto, *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*, (Yogyakarta: PT. Andi Offset, 2014), hlm. 161.

(X_1 dan X_2) secara simultan terhadap variabel dependen (Y).

Adapun kriteria pengujian uji F adalah:

- a) Dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} . Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 diterima, maka variabel X_1 dan X_2 berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel Y .
- b) Dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} . Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, maka variabel X_1 dan X_2 tidak berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel Y .

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Masyarakat Desa Tangsi Atas

Desa Tangsi Atas adalah salah satu desa di Kecamatan Lingga Bayu, Kabupaten Mandailing Natal, Sumatera Utara, Indonesia. Dengan kode wilayah Administrasi : 12.13.14.2035, Kode POS: 22982, Luas wilayah 1000 Ha.¹ Jumlah penduduknya mencapai 931 KK. Masyarakat Desa Tangsi Atas mayoritas penduduknya beragama Islam dan bersuku Jawa. Sebelumnya nama Desa Tangsi Atas ini merupakan Desa Aek Manyuruk dan pada tahun 2010 terjadinya pemekaran antara masyarakat Tangsi Atas dengan Aek manyuruk yang dikarenakan jumlah masyarakat Desa Tangsi Atas ini sudah mencukupi untuk pemekaran terhadap Desa Aek Manyuruk.

Pada tahun 2010 sampai dengan 2012 Desa Tangsi Atas dipimpin oleh Bapak Hartono sebagai PJ Kepala Desa Tangsi Atas. Dan pada tahun 2012 sampai dengan 2018 Desa Tangsi Atas dipimpin oleh Bapak Hariyono sebagai kepala Desa Tangsi Atas dan pada tahun 2018 sampai dengan 2024 Desa Tangsi Atas dipimpin oleh Bapak Sadarudin sebagai Kepala Desa Tangsi Atas, namun Bapak Sadaruddin tidak sampai habisnya priodesisasi dikarenakan wafatnya beliau pada tahun 2021 dan dilanjutkan Bapak Hendri sebagai Pj kepala Desa Tangsi Atas. Dan pada

¹https://m.nomor.net/kodepos.php?i=desakodepos&sby=000000&BK_HP=Laptop&daerah=Kecamatan-Kab.Mandailing%20Natal&jobs=Lingga%20Bayu

tahun 2024 Desa Tangsi Atas dipimpin oleh Bapak Asep Nurdin sebagai kepala Desa Tangsi Atas.

Mayoritas penduduk desa Tangsi Atas sebagai petani, beberapa penduduk desa Tangsi Atas juga mengembangkan kreatifitas pada bidang kuliner ataupun berdagang. Selain itu penduduk desa Tangsi Atas ada juga yang berprofesi sebagai karyawan swasta, pedagang, PNS.

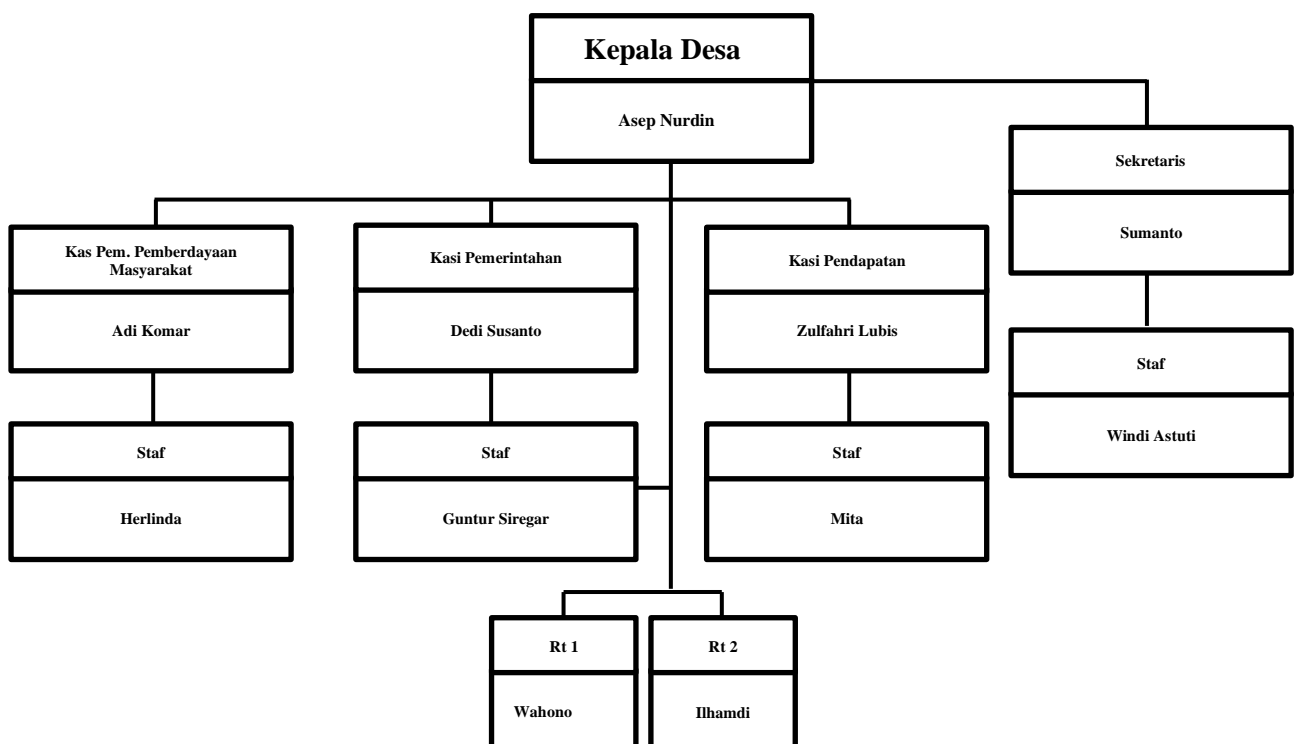
Desa Tangsi Atas memiliki beberapa fasilitas dibidang pendidikan yang berada di desa Tangsi Atas yaitu TK dan SD. Tidak hanya itu desa Tangsi Atas juga menyediakan wadah untuk masyarakatnya dalam bidang organisasi, organisasi ini sudah berdiri sangat lama dan masih aktif hingga sekarang, diantaranya seperti PKK, Karangtaruna dan Remaja masjid.

2. Struktur Organisasi Desa Tangsi Atas

Adapun struktur organisasi desa Tangsi Atas sebagai berikut:

Gambar II. 2

Struktur Organisasi Desa Tangsi Atas



Sumber: Struktur Organisasi Pemerintahan Desa Tangsi Atas

3. Visi dan Misi Desa Tangsi Atas

Adapun visi dan misi desa Tangsi Atas sebagai berikut:

1. Bersama-sama mewujudkan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat desa yang mandiri dan agamis melalui penyelenggaraan pemerintahan desa yang harmonis transparan dan akuntabel.
2. Penyelenggaraan pemerintahan desa yang transparan dan akuntabel serta peningkatan kualitas dan akses terhadap pelayanan dasar.
3. Pembangunan dan pemeliharaan infrastruktur dan lingkungan berdasarkan kemampuan teknis dan sumber daya lokal yang tersedia.
4. Pengembangan ekonomi pertanian berskala produktif.
5. Peningkatan kemampuan SDM yang unggul, beriman dan bertaqwa.
6. Peningkatan kualitas ketentraman dan ketertiban masyarakat desa berdasarkan kebutuhan masyarakat.

B. Hasil Analisis Data

1. Hasil Uji Validitas

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

Tabel IV.1 Pemahaman Bagi Hasil (X1)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X1.1	0,782	Instrument valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = n - 2 = 78 - 2 = 76$. Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh	Valid
X1.2	0,528		Valid
X1.3	0,769		Valid
X1.4	0,721		Valid
X1.5	0,562		Valid
X1.6	0,789		Valid

		$r_{\text{tabel}} = 0,1876$	
--	--	-----------------------------	--

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 23

Berdasarkan table IV.1 hasil uji validasi pada variabel pemahaman bagi hasil menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} dari masing-masing item pernyataan menunjukkan angka lebih besar dari r_{tabel} . Hal tersebut menunjukkan bahwa seluruh variabel pemahaman bagi hasil dinyatakan valid.

Tabel IV.2 Promosi (X2)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X2.1	0,744	Instrument valid jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ dengan $df = n - 2 = 78 - 2 = 76$. Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{\text{tabel}} = 0,1876$	Valid
X2.2	0,582		Valid
X2.3	0,832		Valid
X2.4	0,760		Valid
X2.5	0,557		Valid
X2.6	0,795		Valid

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 23

Berdasarkan table IV.2 hasil uji validasi pada variabel promosi menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} dari masing-masing item pernyataan menunjukkan angka lebih besar dari r_{tabel} . Hal tersebut menunjukkan bahwa seluruh variabel promosi dinyatakan valid.

Tabel IV.3 Minat Masyarakat (Y)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Y.1	0,735	Instrument valid jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ dengan $df = n - 2 = 78 - 2 = 76$. Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{\text{tabel}} = 0,1876$	Valid
Y.2	0,524		Valid
Y.3	0,720		Valid
Y.4	0,726		Valid
Y.5	0,530		Valid
Y.6	0,306		Valid
Y.7	0,497		Valid
Y.8	0,513		Valid

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 23

Berdasarkan table IV.3 hasil uji validasi pada variabel minat masyarakat menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} dari masing-masing item pernyataan menunjukkan angka lebih besar dari r_{tabel} . Hal tersebut menunjukkan bahwa seluruh variabel minat masyarakat dinyatakan valid.

2. Hasil Uji Reliabilitas

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

Tabel IV.4 Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Cronbach's alpha	N of item
1.	Pemahaman Bagi Hasil	0,788	6
2.	Promosi	0,807	6
3.	Minat Masyarakat	0,716	8

Sumber: Data primer diolah (2024).

Berdasarkan Tabel IV.4 di atas hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada output dimana pada kolom *Cronbach's alpha* keempat instrumen dengan variabel pemahaman bagi hasil sebesar 0,788. Variabel promosi sebesar 0,807 dan variabel minat masyarakat sebesar 0,716 yang artinya memiliki nilai lebih besar dari 0,60. Dengan demikian disimpulkan bahwa ketiga instrumen tersebut dapat dikatakan reliabel.

3. Hasil Uji Statistik Deskriptif

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

Tabel IV.5 Hasil Uji Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pemahaman Bagi Hasil	78	15	30	25.95	2.696
Promosi	78	15	30	25.90	2.776
Minat Masyarakat	78	26	40	35.51	2.607
Valid N (listwise)	78				

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 23

Berdasarkan tabel IV.5 diperoleh nilai minimum yang terletak pada variabel Pemahaman Bagi Hasil (X_1) yaitu 15, dan nilai maximum 30, sedangkan nilai mean yaitu 25,95 dan nilai Std. Deviation 2,696. Pada variabel Promosi (X_2) nilai minimum yaitu 15, nilai maximum 30, nilai mean yaitu 25,90 dan nilai Std. Deviation 2,776. Dan pada variabel Minat Masyarakat (X_3) nilai minimum yaitu 26, nilai maximum 40, nilai mean yaitu 35,51 dan nilai Std. Deviation 2,607.

4. Hasil Jawaban Responden

Adapun hasil jawaban responden deksripsi jawaban atas penyebaran kuesioner yang telah diperoleh dari 78 responden yang diukur menggunakan skala likert yaitu sebagai berikut:

Tabel IV.6 Pemahaman Bagi Hasil (X_1)

No	Pernyataan	Skor				
		STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Saya memahami tentang bagi hasil	1	0	4	32	41
2	Saya tahu tentang bagi hasil di bank syariah	0	0	7	46	25

3	Saya memahami bahwa bagi hasil dalam perbankan syariah sesuai pada pembagian keuntungan antara bank dan nasabah	0	1	4	42	31
4	Saya memahami bahwa bagi hasil berbeda dengan bunga	1	0	3	46	28
5	Produk di bank syariah dilindungi oleh lembaga penjamin simpanan	0	0	2	42	34
6	Menurut saya dana nasabah di bank syariah aman	1	0	5	43	29

Berdasarkan table IV. Diatas dijelaskan bahwa hasil pernyataan yang dinilai rendah adalah item pernyataan No. 2 yaitu saya tahu tentang bagi bagi hasil di bank syariah sebanyak 25. Sedangkan pernyataan yang nilainya paling tinggi adalah item pernyataan No. 1 yaitu saya memahami tentang bagi hasil sebanyak 41.

Tabel IV.7 Promosi (X2)

No	Pernyataan	Skor				
		STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Iklan yang ditayangkan oleh bank syariah menarik perhatian saya	1	0	3	42	32
2	Saya tertarik untuk mencari tahu lebih banyak tentang bank syariah setelah melihat iklan	0	0	4	43	31
3	Saya mengetahui produk bank syariah dari karyawan bank syariah	0	1	2	51	24

4	Saya mengetahui pelayanan di bank syariah dilakukan dengan ramah oleh karyawan	2	0	0	45	31
5	Saya mengetahui produk bank syariah dari kegiatan pameran	0	0	1	47	30
6	potongan harga atau bonus dari bank syariah memengaruhi keputusan saya untuk menjadi nasabah bank syariah	2	1	1	44	30

Berdasarkan table IV. 7 Diatas dijelaskan bahwa hasil pernyataan yang dinilai rendah adalah item pernyataan No. 3 sebanyak 2 yaitu saya mengetahui produk bank syariah dari karyawan bank syariah. Sedangkan pernyataan yang nilainya paling tinggi adalah item pernyataan No. 1 sebanyak 32 yaitu iklan yang ditayangkan oleh bank syariah menarik perhatian saya.

Tabel IV.8 Minat Masyarakat (Y)

No	Pernyataan	Skor				
		STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Saya tertarik untuk membuka rekening tabungan di bank syariah dalam waktu dekat	1	0	4	42	31
2	Saya tertarik untuk menggunakan produk-produk di bank syariah untuk keperluan bisnis	0	0	2	43	33
3	Saya merekomendasikan bank syariah kepada orang lain	0	1	1	49	27
4	Saya mengajak keluarga menggunakan produk bank syariah	1	0	1	42	34

5	Saya lebih memilih bank syariah dibandingkan bank konvensional karena prinsip-prinsip syariah yang diterapkan	0	0	2	45	31
6	Saya merasa bahwa bank syariah memiliki layanan yang lebih baik dibandingkan bank konvensional	0	0	0	32	46
7	Saya mencari tahu lebih tentang produk yang ditawarkan oleh bank syariah	0	0	0	32	46
8	Saya mencari informasi lebih lanjut tentang produk bank syariah	0	0	0	34	44

Berdasarkan table IV. 8 Diatas dijelaskan bahwa hasil pernyataan yang dinilai rendah adalah item pernyataan No. 3 sebanyak 27 yaitu saya merekomendasikan bank syariah kepada orang lain. Sedangkan pernyataan yang nilainya paling tinggi adalah item pernyataan No. 7 dan sebanyak 46 yaitu saya merasa bahwa bank syariah memiliki layanan yang lebih baik dibandingkan bank konvensional, saya mencari tahu lebih tentang produk yang ditawarkan oleh bank syariah.

5. Hasil Uji Normalitas

Data dikatakan baik dan layak apabila berdistribusi secara normal. Syarat pengambilan keputusan apabila nilai sig > 0,05 maka data berdistribusi normal. Berikut adalah hasil uji normalitas:

Tabel IV.9 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		78
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000

	Std. Deviation	2.15034679
Most Extreme Differences	Absolute	.063
	Positive	.063
	Negative	-.044
Test Statistic		.063
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 23

Berdasarkan tabel IV.9 hasil uji normalitas pada tabel IV.6 di atas menunjukkan nilai *kolmogrov-Smirnov* adalah sebesar 0,200 yang mengindikasikan bahwa berdistribusi normal karena tingkat signifikansinya (*asympt. Sig. 2-tailed*) sebesar $0,200 > 0,05$. Jadi dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini berdistribusi normal.

6. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Multikolinearitas

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

Tabel IV.10 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Pemahaman Bagi Hasil	.974	1.027
	Promosi	.974	1.027

a. Dependent Variable: Minat Masyarakat

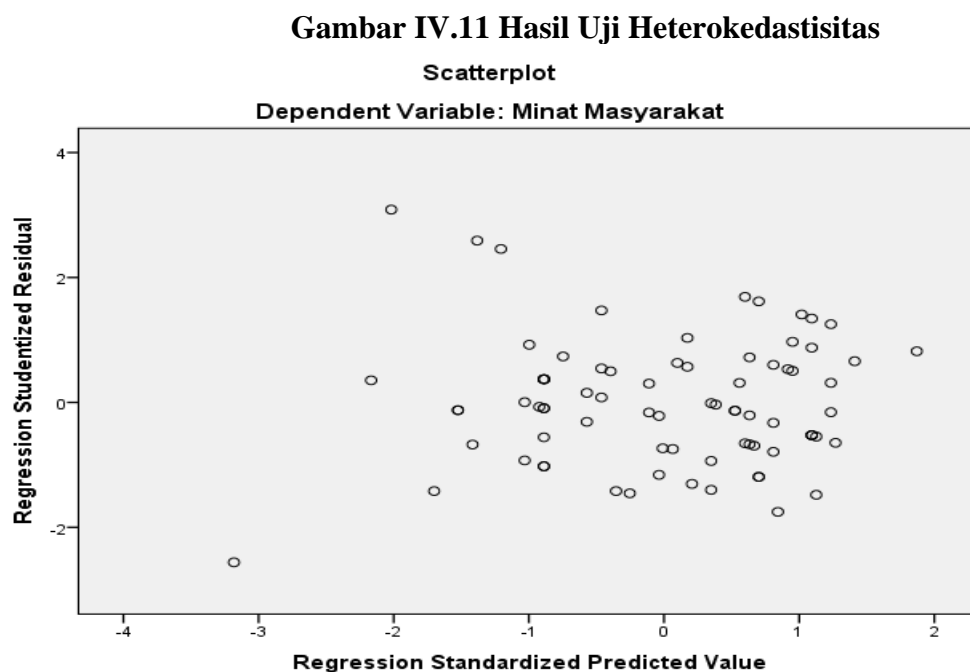
Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 23

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada tabel IV.7 diatas menunjukkan bahwa nilai VIF untuk pemahaman bagi hasil dan promosi

sebesar $1,027 < 10$. Nilai *tolerance* pada variabel pemahaman bagi hasil dan promosi yaitu $0,974 > 0,1$. Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa pada hasil uji tersebut tidak terjadi multikolinearitas.

b. Hasil Uji Heterokedastisitas

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



Berdasarkan hasil uji heterokedastisitas pada gambar IV.11 diatas menunjukkan bahwa titik-titik tidak membentuk pola yang jelas. Titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heterokedastisitas.

7. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda adalah uji yang digunakan untuk “meramalkan keadaan variabel terikat jika dua atau lebih variabel bebas nilainya turun

naik (dimanipulasi). Analisis regresi berganda hanya bisa dilakukan jika variabel bebas jumlahnya lebih dari dua”.²

Tabel IV.12 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.924	3.097		5.787	.000
	Pemahaman Bagi Hasil	.469	.093	.485	5.024	.000
	Promosi	.209	.091	.223	2.310	.024

a. Dependent Variable: Minat Masyarakat

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 23

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

$$MM = 17,924 + 0,469PBH + 0,209P + e$$

Dari persamaan regresi diatas dapat diartikan bahwa:

- Nilai konstanta sebesar 17,924 artinya jika variabel pemahaman bagi hasil (X_1) dan variabel promosi (X_2) bernilai 0, maka variabel minat masyarakat nilainya 17,924.
- Koefisien variabel pemahaman bagi hasil (PBH) adalah 0,469 artinya bahwa variabel pemahaman bagi hasil mempunyai nilai yang positif terhadap minat masyarakat (MM) yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel pemahaman bagi hasil maka akan meningkatkan minat masyarakat dengan kenaikan sebesar 0,469%.
- Koefisien variabel promosi (P) adalah 0,209 artinya bahwa variabel

²Suyono, “Analisis Regresi Untuk Penelitian” (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2012), hlm. 99–100.

promosi mempunyai nilai yang positif terhadap minat masyarakat (MM) yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel promosi maka akan meningkatkan minat masyarakat dengan kenaikan sebesar 0,209%.

8. Hasil Uji Koefisien Determinasi

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

Tabel IV.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.713 ^a	.570	.557	2.179	1.593
a. Predictors: (Constant), Promosi, Pemahaman Bagi Hasil					
b. Dependent Variable: Minat Masyarakat					

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 23

Berdasarkan tabel IV.9 diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,557 artinya pemahaman bagi hasil dan promosi menjelaskan minat masyarakat sebesar 55,7% sedangkan sisanya 44,3% dijelaskan oleh faktor lain diluar penelitian ini.

9. Hasil Uji Hipotesis

a. Hasil Uji Parsial (Uji t)

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

Tabel IV.13 Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.924	3.097		5.787	.000
	Pemahaman Bagi Hasil	.469	.093	.485	5.024	.000
	Promosi	.209	.091	.223	2.310	.024

a. Dependent Variable: Minat Masyarakat

sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 23

Nilai t_{tabel} yang diperoleh dari rumus $df = n - k - 1$ atau $78 - 2 - 1 = 75$ pada taraf signifikan 10% diperoleh 1,67. Nilai t_{hitung} pemahaman bagi hasil sebesar $5,024 > t_{tabel} (1,67)$, maka H_{a1} diterima dan H_{01} ditolak artinya ada pengaruh pemahaman bagi hasil terhadap minat masyarakat Tangsi Atas menjadi nasabah bank syariah, ada pengaruh promosi terhadap minat masyarakat Tangsi Atas menjadi nasabah bank syariah. Nilai t_{hitung} promosi sebesar $2,310 > t_{tabel} (1,67)$, maka H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak artinya ada pengaruh pemahaman bagi hasil dan promosi secara simultan dan parsial terhadap minat masyarakat Tangsi atas menjadi nasabah bank syariah.

b. Hasil Uji Simultan (Uji F)

Uji F adalah pengujian signifikan persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen (X_1 dan X_2) secara simultan terhadap variabel dependen (Y).

Tabel IV.14 Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	167.440	2	83.720	17.635	.000 ^b

	Residual	356.047	75	4.747		
	Total	523.487	77			
a. Dependent Variable: Minat Masyarakat						
b. Predictors: (Constant), Promosi, Pemahaman Bagi Hasil						

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 23

Berdasarkan tabel IV.11 diatas diketahui bahwa F_{hitung} sebesar 17,635 sedangkan F_{tabel} diperoleh dari rumus df untuk pembilang $df=k-1$ atau $3-1=2$ dan rumus df untuk penyebut $df= n-k$ atau $78-3= 75$ yaitu sebesar 2,37 dimana $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($17,635 > 2,37$). Selanjutnya, untuk nilai sig. sebesar 0,00 sehingga nilai sig. $< 0,1$ ($0,00 < 0,1$) maka H_{a3} diterima dan H_{03} ditolak artinya ada pengaruh pemahaman bagi hasil dan promosi secara simultan terhadap Minat Masyarakat Tangsi Atas menjadi nasabah bank syariah.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil penelitian yang peneliti uji dari judul “Pengaruh Pemahaman Bagi Hasil dan Promosi terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah”, dengan jumlah responden 78. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pemahaman Bagi Hasil dan Promosi menjelaskan Minat Masyarakat sebesar 57%% sedangkan sisanya 43% dijelaskan oleh faktor lain diluar penelitian ini.. Hasil penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh Bagi Hasil dan Promosi terhadap Minat Masyarakat. Berdasarkan hasil analisis data menggunakan program SPSS Versi 23 maka pembahasan hasil penelitian sebagai berikut:

1. Pengaruh Pemahaman Bagi Hasil terhadap Minat Masyarakat

Bagi hasil dikenal dengan *profit sharing*. *Profit sharing* dalam kamus ekonomi adalah pembagian laba, secara defenitif *profit sharing* diartikan distribusi beberapa bagian dari laba para pegawai dari suatu perusahaan.³ Jumlah bagi hasil di bank syariah dipengaruhi oleh beberapa faktor. Tingkat pemahaman masyarakat terhadap pemahaman bagi hasil menjadi hal yang dapat mempengaruhi minat untuk menjadi nasabah pada bank syariah. Pemahaman bagi hasil adalah suatu kondisi dimana seseorang mengerti secara menyeluruh dengan apa itu bagi hasil. Setelah proses pemahaman selesai, maka akan diikuti keinginan untuk melakukan timbal balik kepada objek.⁴

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa ada pengaruh pemahaman bagi hasil terhadap minat masyarakat Tangsi atas menjadi nasabah bank syariah. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa salah satu upaya timbal balik dari pemahaman bagi hasil yaitu akan menimbulkan minat masyarakat menjadi nasabah bank syariah.⁵ Semakin banyak memahami tentang bank syariah terutama bagi hasil maka masyarakat semakin berminat untuk menjadi nasabah di bank syariah.

Hasil penelitian ini sesuai penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa Pemahaman bagi hasil berpengaruh positif terhadap minat menjadi

³ Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Yogyakarta: EKONISIA, 2005), Cet. 2, hlm. 105.

⁴ Muanas and Arif, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: CV Gerbang Media Aksara, 2014), hlm. 63.

⁵ Anand dan Kayati, “Analisis Pemahaman Masyarakat Terhadap Minat Menggunakan Produk Bagi Hasil dan Bank Syariah”, *Jurnal E-Prosiding Akutansi*, 2020, hlm. 4.

nasabah bank syariah.⁶ Namun adapun penelitian terdahulu Dewi Lestari yang menyatakan bahwa pemahaman bagi hasil berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah.⁷ Dari penelitian terdahulu Septi Wahyu Antika menyatakan bahwa pemahaman bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menabung.⁸

Produk bagi hasil menjadi salah satu strategi untuk menarik minat nasabah dalam menginvestasikan dananya di bank syariah. Bank syariah yang mampu menawarkan nisbah lebih tinggi tentu akan lebih diminati oleh masyarakat. Nasabah akan lebih tertarik menginvestasikan dananya di bank dengan bagi hasil yang tinggi. Namun sebaliknya bila bagi hasil yang diperoleh nasabah sama dengan bank konvensional maka dapat mempengaruhi minat masyarakat menjadi nasabah. Nasabah tentu akan lebih berminat pada bank yang peka terhadap kebutuhan nasabahnya.

2. Pengaruh Promosi terhadap Minat Masyarakat

Promosi adalah suatu usaha dari penjual menginformasikan barang kepada pembeli, agar pembeli/konsumen itu tertarik untuk melakukan transaksi pembelian atau penukara atas jasa/produk yang dijual atau ditawarkan. Maksud lain dari promosi adalah suatu teknik komunikasi yang dirancang untuk menstimulasi konsumen membeli. Disisi lain,

⁶ Ahmad Dofir, dkk, “Pengaruh Pemahaman Bagi Hasil dan Kepercayaan Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Bantaran Kabupaten Probolinggo)”, *Islamic Economic and Finance Journal*, Vol. 3, No. 2, 2022, hlm. 2.

⁷ Dewi Lestari, Rafidah, Mellya Embun Baining, “Pengaruh Pemahaman Bagi Hasil dan Lokasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Pada Masyarakat Kecamatan Alam Barjo”, *Jurnal Margin*, Vol. 2, No. 1, 2022, hlm. 71.

⁸ Septi Wahyu Antika, “Pengaruh Promosi, Pemahaman Bagi Hasil dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Sribha Wono Lampung Timur”, *Skripsi*, (Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung, 2023), hlm. 1.

promosi juga dapat memberikan efek negatif jika dilakukan tidak tepat, hal ini dapat mempengaruhi minat masyarakat untuk mengambil keputusan.⁹

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa ada pengaruh promosi terhadap minat masyarakat Tangsi Atas menjadi nasabah bank syariah. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa promosi berperan penting dalam mempengaruhi minat masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah, promosi yang efektif dapat meningkatkan pengetahuan dan kesadaran masyarakat tentang produk dan layanan yang ditawarkan oleh bank syariah. Adapun tujuan utama promosi produk dan jasa perbankan tentu untuk menarik calon nasabah. Namun, selain peningkatan jumlah nasabah, promosi juga dapat meningkatkan citra perusahaan perbankan.¹⁰

Hal ini sesuai penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menabung.¹¹ Penelitian yang menyatakan bahwa variabel promosi berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah.¹²

Setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung. Tanpa promosi nasabah tidak akan dapat mengenal bank. Oleh karena itu, promosi

⁹ Hapsari, Niken Tri, *Seluk Beluk Promosi dan Bisnis: Cerdas Beriklan Untuk Usaha Kecil Menengah*, (Yogyakarta: A+PLUS Books, 2010), hlm. 17.

¹⁰ Boone dan Kurtz, *Pemasaran Kontemporer*, (USA: Thomson Higher Education, 2008), hlm. 448.

¹¹ Septi Wahyu Antika, "Pengaruh Promosi, Pemahaman Bagi Hasil dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Sribha Wono Lampung Timur", *Skripsi*, (Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung, 2023), hlm. 1.

¹² Ari Muhammad Supar Siregar, "Pengaruh Bagi Hasil dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah (Studi Kasus Pedagang Pasar Raya Kodok Padangsidimpuan)", *Skripsi*, (Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan, 2017), hlm. 1.

merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Kemudian promosi juga berfungsi mengingatkan nasabah akan produk, promosi juga ikut mempengaruhi nasabah untuk membeli dan akhirnya promosi juga akan meningkatkan citra bank dimata nasabahnya.

3. Pengaruh Pemahaman Bagi Hasil dan Promosi terhadap Minat Masyarakat

Minat merupakan proses memberikan perhatian dan melakukan suatu tindakan terhadap sesuatu yang disertai dengan perasaan senang. dengan kata lain seseorang akan memberikan perhatian lebih terhadap suatu objek yang sedang diamati, dengan adanya perhatian lebih tersebut secara tidak langsung seseorang akan berkeinginan mendapatkan objek tersebut. Minat sangat identik dengan sikap. Sikap seseorang terhadap objek merupakan keyakinan seseorang untuk mengevaluasinya. Faktor yang mempengaruhi munculnya suatu minat seseorang tergantung pada kebutuhan fisik, emosi, sosial dan pengalaman. Minat diawali oleh perasaan senang dan sikap positif.¹³

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa ada pengaruh pemahaman bagi hasil dan promosi secara simultan terhadap minat masyarakat Tangsi Atas menjadi nasabah bank syariah. Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu oleh Ari Muhammad Supar Siregar yang menyatakan bahwa secara simultan variabel bagi hasil dan promosi berpengaruh terhadap

¹³Abdul Wahab Shaleh, dan Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Kencana, 2004), hlm. 262.

keputusan nasabah memilih bank syariah.¹⁴

Masyarakat pada umumnya memiliki pengalaman yang luas di bidang perbankan namun yang berbasis konvensional, karena bank syariah masih terlalu sedikit jika dibandingkan dengan bank konvensional. Sehingga masih banyak masyarakat atau para nasabahnya yang belum memahami benar atas produk jasa yang ditawarkan, mekanisme, sistem dan seluk-beluk bank syariah. Berdasarkan nasabah dan masyarakat yang ada di Desa Tangsi Atas menunjukkan bahwa bank syariah sudah pernah melakukan sosialisasi dan promosi secara maksimal kepada para Masyarakat Desa Tangsi Atas atau para nasabahnya. Namun Masyarakat Desa Tangsi Atas masih belum juga tertarik untuk menjadi nasabah bank syariah.

D. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini dilakukan sesuai dengan langkah-langkah yang sudah ditetapkan dalam metode penelitian di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. Namun, peneliti menyadari bahwa penelitian ini jauh dari kesempurnaan dan masih banyak lagi keterbatasan yang dapat memengaruhi hasil penelitian. Adapun keterbatasan yang dihadapi penulis yaitu:

1. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada penggunaan variabel Pemahaman Bagi Hasil dan Promosi saja, sementara faktor eksternal dan internal yang berpengaruh terhadap minat masyarakat ada yang lainnya yakni faktor

¹⁴ Ari Muhammad Supar Siregar, "Pengaruh Bagi Hasil dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah (Studi Kasus Pedagang Pasar Raya Kodok Padangsidimpuan)", *Skripsi*, (Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan, 2017), hlm. 1.

individu seperti pendidikan, faktor lingkungan seperti tingkat permintaan dari nasabah, keadaan ekonomi, biaya, tingkat perubahan teknologi, perkembangan teknologi, dan masih banyak yang lainnya yang tidak ikut diteliti pada penelitian ini.

2. Penyebaran angket hanya dilakukan pada masyarakat Desa Tangsi Atas yang berumur diatas 17 tahun atau yang sudah memiliki KTP.
3. Keterbatasan hasil yang diperoleh peneliti masih pada kesesuaian yang dilakukan dengan langkah-langkah atau metode berdasarkan kuantitatif.

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

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan mengenai judul “Pengaruh Pemahaman Bagi Hasil dan Promosi terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah” dapat ditarik kesimpulan yaitu:

1. Ada pengaruh pemahaman bagi hasil terhadap minat masyarakat Tangsi Atas menjadi nasabah bank syariah.
2. Ada pengaruh promosi terhadap minat masyarakat Tangsi Atas menjadi nasabah bank syariah.
3. Ada pengaruh pemahaman bagi hasil dan promosi secara simultan terhadap minat masyarakat Tangsi Atas menjadi nasabah bank syariah

B. Implikasi

Sehubung dengan kesimpulan hasil penelitian ini, maka implikasi dalam hasil penelitian ini bahwa ada pengaruh pemahaman bagi hasil terhadap minat masyarakat Tangsi Atas menjadi nasabah bank syariah. Ada pengaruh promosi terhadap minat masyarakat Tangsi Atas menjadi nasabah bank syariah dan ada pengaruh pemahaman bagi hasil dan promosi secara simultan terhadap minat masyarakat Tangsi Atas menjadi nasabah bank syariah.

C. Saran

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

berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti pengaruh Pemahaman Bagi Hasil dan Promosi terhadap Minat Masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah untuk menambah variabel lainnya yang relevan.
2. Bagi pelaku Masyarakat di Tangsi Atas diharapkan meningkatkan dan mempertimbangkan minat menjadi nasabah bank syariah dan semakin banyak memahami tentang bank syariah terutama bagi hasil agar masyarakat semakin berminat untuk menjadi nasabah di bank syariah.
3. Bagi Bank Syariah agar meningkatkan promosi dan sosialisasi mengenai bagi hasil terhadap produk-produk bank syariah secara efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab. (2004). *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Prenada Media.
- Abdul Wahab Shaleh dan Muhib Abdul Wahab. (2004). *Psikologi Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Kencana.
- Adiwarman. (2013). *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Afi Khairunnisa dan Rr. Indah Mustikawati. (2018). “Pengaruh Promosi, Pemahaman Bagi Hasil, Kepercayaan Terhadap Minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah”. *Skripsi*. Prodi Akutansi, Universitas Negeri Yogyakarta.
- Agus Irianto. (2010). *Statistik Konsep Dasar, Aplikasi dan Pengembangannya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Ahmad Dofir, dkk. (2022). “Pengaruh Pemahaman Bagi Hasil dan Kepercayaan Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Bantaran Kabupaten Probolinggo)”. *Islamic Economic and Finance Journal*, 3 (2).
- Anand dan Kayati. (2020). “Analisis Pemahaman Masyarakat Terhadap Minat Menggunakan Produk Bagi Hasil dan Bank Syariah”. *Jurnal E-Prosiding Akutansi*.
- Ari Muhammad Supar. (2017). “Pengaruh Bagi Hasil dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah Studi Kasus Pedagang Pasar Raya Kodok Padangsidimpuan”. *Skripsi*. UIN Syahada Padangsidimpuan.
- Aris Tri Cahyono, dkk. (2023). “Pengaruh Pemahaman Bagi Hasil dan Kepercayaan Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Tahun 2022”, *Jurnal Eksis: Jurusan Akutansi Politeknik Negeri Samarinda*, 19 (1).
- Augusty Ferdinand. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Boedi Abdullah dan Beni Ahmad Saebani. (2014). *Metode Penelitian Ekonomi Islam Muamalah*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Boone dan Kurtz. (2008). *Pemasaran Kontemporer*. USA: Thomson Higher Education.
- Bucahri Alma. (2002). *Manajemen dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.

- Daryanto. (2010). *Belajar dan Mengajar*. Bandung: CV Yrama Widya.
- Dewi Lestari, Rafidah, Mellya Embun Baining. (2022). “Pengaruh Pemahaman Bagi Hasil dan Lokasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Pada Masyarakat Kecamatan Alam Barjo”. *Jurnal Margin*, 2 (1).
- Duwi Priyanto. (2014). *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*. Yogyakarta: PT. Andi Offset.
- Hapsari, Niken Tri. (2010). *Seluk Beluk Promosi dan Bisnis: Cerdas Beriklan Untuk Usaha Kecil Menengah*. Yogyakarta: A+PLUS Books.
- Henry Simamora. (2012). *Manajemen Pemasaran Internasional*. Jakarta: Salemba Empat.
- Imam Ghozali. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*, Edisi 5. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Irawidya, dkk. (2021). “*Determination Of Employee Job Satisfaction PT. Bank Syariah Mandiri*”. *Journal of Sharia Banking*, 2 (1).
- Ismail. (2011). *Perbankan Syariah*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Juliansyah Noor. (2011). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana Pranamedia Group.
- Jusuf Soewadi. (2012). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Karina Halimah Asmar. (2019). “Pengaruh Peayanan, Promosi, Lokasi , dan Bagi Hasil Bank Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada PT. Bank BRI Syariah KCP Sudirman Lubuk Pakam”. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Kotler dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- M. Mursid. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Bumi Aksara, Cet. 6, Ed.1.
- M. Syafei Antonio. (1999). *Bank Syariah Suatu Pengenalan Umum*. Jakarta: Tazkia institute dan BI, Cet. Ke-I.
- Madura. (2007). *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Moh. Nazir. (2014). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.

- Morisson. (2014). *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: Kencana.
- Muanas dan Arif. (2014). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV Gerbang Media Aksara.
- Muhammad Syafii Antonio. (2001). *Bank Syariah dari Teori Ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani.
- Muhammad. (2005). *Manajemen Dana Bank Syariah*. Yogyakarta: EKONISIA, Cet. 2.
- Nur Aswani, dkk. (2011). *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*. Malang: UIN Malang Press.
- Rachmad Syafei. (2001). *Fiqh Muamalah*. Bandung: Pustaka Setia.
- Rafidah. (2018). *Produk Perbankan Syari'ah Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Magnum Pustaka Utama.
- Rhenald Kasali. (2010). *Modul Kewirausahaan*. Jakarta: PT Mzan Publika.
- Rizal Yaya. (2014). *Akuntansi Perbankan Syariah: Teori dan Praktek Kontemporer Berdasarkan PAPSII 2013. Edisi 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Septi Wahyu Antika. (2023). "Pengaruh Promosi, Pemahaman Bagi Hasil dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Sribha Wono Lampung Timur". *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampug.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sutan Remy Sjahdeini. (2007). *Perbankann Islam dan Kedudukannya Dalam Tata Hukum Perbankan Indonesia*. Jakarta: PT. Pustaka Utama Grafiti.
- Wahyu Antika. (2023). "Pengaruh Promosi, Pemahaman Bagi Hasil Dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Sribha Wono Lampung Timur". *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Raden Intan Lampug.
- Wardayani Wahab. (2018). "Pengaruh Tingkat Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 01 (02).
- Warkumsumitro. (2004). *Asas-Asas Perbankan Islam dan Lembaga-Lembaga Terkait*. Jakarta: PT. Grafindo Persada.
- Zainal A. (2007). *Metodologi Penelitian pada Bidang Ilmu Komputer dan Teknologi Informasi*. Depok: Fasilkom Universitas Indonesia.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. DATA PRIBADI

Nama : Nanda Pramana
Tempat, Tanggal Lahir : Aek Manyuruk, 23 Maret 2002
Jenis Kelamin : Laki-laki
Alamat : Sidodadi Dusun V
RT/RW : 001/000
Kel/Desa : Sidodadi Perkebunan Teluk Panji
Kecamatan : Kampung Rakyat
Agama : Islam
Status : Belum Kawin
Pekerjaan : Mahasiswa
Kewarganegaraan : WNI

B. DATA SINGKAT ORANG TUA

Nama Orang Tua
a. Ayah : Asman
b. Ibu : Surdiana
Pekerjaan Orang Tua
a. Ayah : Wiraswasta
b. Ibu : Ibu Rumah Tangga
Alamat Orang Tua : Desa Perkebunan Teluk Panji

C. AKADEMIK

NIM : 2040100091
Semester : IX (Sembilan)
Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Islam

D. PENDIDIKAN

SD : SD Negeri 293 Aek Manyuruk
SLTP : MTs Swasta Ihya Ulumuddin Sidodadi Perkebunan teluk panji
SLTA : Ma Swasta Ihya Ulumuddin Sidodadi Perkebunan teluk panji
Universitas : UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan

Lampiran Dokumentasi Penelitian







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 : 1379 /Un.28/G.1/G.4c/TL.00/07/2024 19 Juli 2024
Sifat : Biasa
Lamp : 1 berkas
Hal : Mohon Izin Riset

Yth; Kepala Desa Tangsi Atas Kecamatan Lingga Bayu
Di Tempat

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

Nama : Nanda Pramana
NIM : 2040100091
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

adalah benar Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul "**Pengaruh Pemahaman Bagi Hasil dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah**". Dengan ini kami mohon kepada Bapak/Ibu untuk memberikan izin riset dan data pendukung sesuai dengan judul di atas.

Demikian disampaikan, atas kerjasamanya diucapkan terima kasih.

an. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan



Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si
NIP. 19790525200604 1 004

Tembusan:
1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



PEMERINTAH KABUPATEN MANDAILING NATAL
KECAMATAN LINGGA BAYU
DESA TANGSI ATAS

Nomor : 470 / 051 / TA / 2024
Sifat : Biasa
Lampiran : 1 (satu) Lembar
Perihal : Pesetujuan Riset

Tangsi Atas, 11 Juli 2024
Kepada Yth.
Dekan Bidang Akademi dan
Kelembagaan UIN SYAHADA
Padangsidempuan
di-
Padangsidempuan

Sehubungan dengan surat UIN Syekh Ali Hasan Addary Padang sidempuan Nomor: 1379/Un. 28/G.1/G 4C/TL.00/07/2024 Tanggal, 11 Juli 2024, Perihal Ijin Riset Di Desa Tangsi Atas dalam rangka menyelesaikan Skripsi dengan Judul **Pengaruh Pemahaman Bagi Hasil dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah** di Desa Tangsi Atas Kec Lingga Bayu Kab Mandailing Natal.

Maka dengan hal tersebut di atas kami pemerintah Desa Tangsi Atas merasa tidak keberatan tentang pelaksanaan Riset yang akan dilaksanakan oleh:

Nama : NANDA PRAMANA
NIM : 2040100091
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Demikian surat balasan ini kami perbuat dengan sebenarnya agar dapat dipergunakan sebagai mana mestinya.

Kepala Desa Tangsi Atas


ASEP NURDIN