



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT
MENGUNAKAN JASA PERBANKAN SYARIAH**
(Studi Kasus Masyarakat Desa Pudun Julu, Kec. Padangsidimpuan Batunadua)

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Perbankan Syariah*

OLEH :

**RAJA ZAINAL ABIDIN HARAHAP
NIM. 15 401 00165**

PRODI PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN**

2019



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT
MENGUNAKAN JASA PERBANKAN SYARIAH**
(Studi Kasus Masyarakat Desa Pudun Julu, Kec. Padangsidimpuan Batunadua)

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh:

RAJA ZAINAL ABIDIN HARAHAP
NIM. 15 401 00165

PRODI PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN**

2019



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT
MENGUNAKAN JASA PERBANKAN SYARIAH**
(Studi Kasus Masyarakat Desa Pudun Julu, Kec. Padangsidimpuan Batunadua)

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh:

RAJA ZAINAL ABIDIN HARAHAP
NIM. 15 401 00165

PEMBIMBING I

Dr. Budi Gautama Siregar, S.Pd., M.M
NIP. 19790720 201101 1 005

PEMBIMBING II

Rini Hayati Lubis, M.P
NIP. 198704132019032011

PRODI PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN**

2019

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **Raja Zainal Abidin Harahap**
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidempuan, 28 Agustus 2019
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN
Padangsidempuan
Di-
Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **Raja Zainal Abidin Harahap** yang berjudul "**Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Masyarakat Desa Pudun Julu, Kec. Padangsidempuan Batunadua)**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang ilmu Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqasyah.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerja sama dari Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

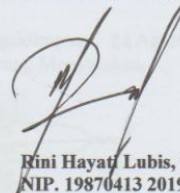
Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

PEMBIMBING I



Dr. Budi Gautama Siregar, S.Pd., M.M
NIP. 19790720 201101 1 005

PEMBIMBING II



Rini Hayati Lubis, M.P
NIP. 19870413 201903 2 011

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih Lagi Maha Penyayang . Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Raja Zainal Abidin Harahap

NIM : 15 401 00165

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Perbankan Syariah

Judul Skripsi : **Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Desa Pudun Julu Kec. Padangsidempuan Batunadua).**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing , dan tidak melakukan plagiasi sesuai kode etik mahasiswa pasal 14 ayat 2 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Padangsidempuan, 28 Agustus 2019
Saya yang Menyatakan,



Raja Zainal Abidin Harahap
NIM. 15 401 00165

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

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

Sebagai civitas akademika Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan.
Saya bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Raja Zainal Abidin Harahap
NIM : 15 401 00165
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan. Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non- Exclusive Royalty Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Desa Pudun Julu Kec. Padangsidimpuan Batunadua)”**. Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*Database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama mencantumkan nama saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya .

Dibuat di : Padangsidimpuan
Pada tanggal : 20 Agustus 2019
Yang menyatakan,



Raja Zainal Abidin Harahap
NIM. 15 401 00165

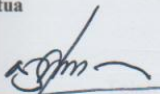


KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Silitang, Padangsidimpuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Nama : Raja Zainal Abidin Harahap
NIM : 15 401 00165
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Masyarakat Desa Pudun Julu Kec. Padngsisimpuan Batunadua).

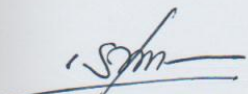
Ketua


Dr. H. Arbanur Rasyid, MA
NIP. 19730725 199903 1 002


Sekretaris



Dr. Budi Gautama Siregar, S.Pd., MM
NIP. 19790720 201101 1 005

Anggota


Dr. H. Arbanur Rasyid, MA
NIP. 19730725 199903 1 002


Dr. Budi Gautama Siregar, S.Pd., MM
NIP. 19790720 201101 1 005


H. Aswadi Lubis, SE, M.Si
NIP. 19630107 199903 1 002


Azwar Hamid, M.A
NIP. 19860311 201503 1 005

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidimpuan
Hari/Tanggal : Kamis / 10 September 2019
Pukul : 14.00-16.00 WIB
Hasil/Nilai : Lulus/76 (B)
Predikat : SANGAT MEMUASKAN
IPK : 3,16



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. H.Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
MINAT MASYARAKAT MENGGUNAKAN JASA PERBANKAN
SYARIAH (Studi Kasus Desa Pudun Julu Kec,
Padangsidempuan Batunadua)**

NAMA : RAJA ZAINAL ABIDIN HARAHAP
NIM : 15 401 00165

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas
dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (SE)
dalam Bidang Perbankan Syariah

Padangsidempuan, 8 Oktober 2019
Dekan,



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

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb

Syukur alhamdulillah peneliti ucapkan kehadiran Allah SWT atas curahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Kemudian shalawat dan salam peneliti haturkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW dimana kelahirannya menjadi anugerah bagi umat manusia serta rahmat bagi seluruh alam, sehingga terciptanya kedamaian dan ketinggian makna ilmu pengetahuan di dunia ini.

Sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Desa Pudun Julu Kec, Padangsidimpuan Batunadua)”**. Melalui kesempatan ini pula, dengan kerendahan hati peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL Rektor IAIN Padangsidimpuan, serta Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, M.A Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.A Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si, selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Drs. Kamaluddin, M.Ag,

selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. H. Arbanur Rasyid, M.A, selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

3. Ibu Nofinawati, S.E.I, M.A., Ketua Jurusan Perbankan Syariah yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan, Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M. Ag, selaku dosen pembimbing akademik peneliti yang telah banyak memberikan arahan dan bimbingan kepada peneliti.
4. Bapak Dr. Budi Gautama Siregar, S.Pd., MM., selaku pembimbing I yang telah menyediakan waktu dan tenaganya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga menjadi amal yang baik dan mendapat balasan dari Allah SWT.
5. Ibu Rini Hayati. S.P., M.P, selaku pembimbing II, yang telah menyediakan waktu dan tenaganya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga menjadi amal yang baik dan mendapat balasan dari Allah SWT.
6. Bapak Yusri Fahmi, M. Hum., selaku Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak serta Ibu Dosen IAIN Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan, dorongan dan masukan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan

8. Teristimewa kepada keluarga tercinta yaitu kepada Ayahanda Parmuhunan Harahap yang selalu berkorban dan berjuang untuk anak-anaknya, memberikan kasih sayang dan do'a yang senantiasa mengiringi langkah peneliti. dan yang paling istimewa kepada ibunda Alm. Duma Sari Siregar beliau adalah salah satu semangat saya agar menjadi anak yang berguna bagi sendiri, keluarga dan bagi nusa dan bangsa sekaligus mendorong saya menjadi anak yang selalu mempunyai akhlakul kharimah. Dan terima kasih kepada kakak saya Nurlina Chintya Dewi Harahap yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Terima kasih seluruh responden yang bersedia meluangkan waktu untuk peneliti dan terima kasih atas kerjasamanya.
10. Sahabat seperjuangan Perbankan Syariah-4 Angkatan 2015 yang tidak dapat peneliti sebutkan namanya satu persatu yang telah berjuang bersama meraih gelar sarjana, serta teman KKL kelompok 32 Desa Pargarutan Tonga. Semoga kita semua sukses dan berhasil meraih cita-cita.
11. Terima kasih untuk para sahabat yang telah memberikan dukungan serta motivasi dalam penyusunan skripsi ini terkhusus Chintya Alina Fatimah Hasibuan, Nanny Siregar, Jonri Akhir Pulungan, Nurkholija, Hanifatul Fitria, Ishak Pasaribu, Doliansyah Harahap, Heridal Tanjung, Rinal Wahyu Lubis, Muksin Fauzi, Zulpa Indra, Rahmad.

Bantuan, bimbingan dan motivasi yang telah Bapak/Ibu dan saudara-saudari berikan amat sangat berharga, peneliti mungkin tidak dapat membalasnya dan tanpa kalian semua peneliti bukan siapa-siapa. Semoga Allah SWT dapat memberi

imbalan dari apa yang telah Bapak/Ibu dan saudara-saudari berikan kepada peneliti.

Peneliti menyadari dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan. Hal ini disebabkan karena keterbatasan pengetahuan dan ilmu yang dimiliki peneliti, sehingga peneliti masih perlu mendapat bimbingan serta arahan dari berbagai pihak demi untuk kesempurnaan penelitian ilmiah ini.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Padangsidempuan, Agustus 2019
Peneliti,

RAJA ZAINAL ABIDIN HARAHAHAP
NIM. 15 401 00165

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB – LATIN

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, sebagian lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Di bawah ini daftar huruf Arab itu dan Transliterasinya dengan huruf lain.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	bā`	b	Be
ت	tā`	t	te
ث	sā	ś	es (dengan titik di atasnya)
ج	jīm	j	je
ح	hā`	h	ha(dengan titik di bawahnya)
خ	khā`	kh	ka dan kha
د	dal	d	de
ذ	zal	ż	zet (dengan titik di atasnya)
ر	rā`	r	er
ز	zai	z	zet
س	sīn	s	es
سین	syīn	sy	es dan ye
ص	ṣād	ṣ	es (dengan titik di bawahnya)
ض	dād	d	de (dengan titik di bawahnya)
ط	ṭā`	ṭ	te (dengan titik di bawahnya)
ظ	zā`	z	zet (dengan titik di bawahnya)
ع	‘ain	...‘...	koma terbalik (di atas)
غ	gain	g	ge
ف	fā`	f	ef

ق	qāf	q	qi
ك	kāf	k	ka
ل	lām	l	el
م	mīm	m	em
ن	nūn	n	en
و	wāwu	w	we
هـ	hā`	h	ha
ء	hamzah	'	<i>apostrof</i> , tetapi lambang ini tidak dipergunakan untuk hamzah di awal kata
ي	yā`	y	ye

2. Vokal

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

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
— /	Fathah	a	a
— /	Kasrah	i	i
— و	Dammah	u	u

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

Tanda dan Huruf	Nama	Huruf Latin	Nama
.....ي	Fathah dan Ya	ai	a dan i
و.....	Fathah dan wau	au	a dan u

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
------------------	------	-----------------	------

ا.....ئ.....	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
ئ.....ئ.....	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
و.....و.....	Dammah dan Wau	ū	u dan garis di atas

3. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua:

- Ta marbutah hidup yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah /t/.
- Ta marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

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

4. Syaddah

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

5. Kata Sandang

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

- Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan

huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

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

Baik diikuti huruf syamsiah maupun huruf qamariah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sambung/hubung.

6. Hamzah

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

7. Penulisan Kata

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

8. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu didahului 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 bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penyuylisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

9. Tajwid

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

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan, *Pedoman Tranliterasi Arab-Latin*, Cetakan Kelima, 2003. Jakarta: Proyek Pengajian dan pengembangan Lektur Pendidikan Agama.

ABSTRAK

Nama : Raja Zainal Abidin Harahap

NIM : 15 401 00165

Judul Skripsi : Analisis Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Desa Pudun Julu Kec, Padangsidempuan Batunadua)

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh sebuah fenomena bahwa minimnya minat masyarakat Desa Pudun Julu menggunakan jasa perbankan syariah. Desa Pudun Julu merupakan daerah strategis dengan akses jalan yang baik dan terjangkau transportasi umum. Sedangkan pada praktiknya masyarakat memilih bank konvensional dalam bertransaksi keuangan. Rumusan masalah pada penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh lokasi, pengetahuan produk, dan promosi terhadap minat masyarakat Desa Pudun Julu menggunakan jasa perbankan syariah. Tujuannya adalah untuk mengetahui pengaruh lokasi, pengetahuan produk, dan promosi terhadap minat masyarakat Desa Pudun Julu menggunakan jasa perbankan syariah.

Pembahasan penelitian ini berkaitan dengan ilmu lembaga keuangan bank dan perilaku konsumen, sehingga pendekatan yang dilakukan adalah teori-teori yang berkaitan dengan lokasi, pengetahuan produk, promosi dan minat masyarakat.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif. Sampel penelitian ini sebanyak 166 responden. Instrumen pengumpulan data menggunakan kuesioner dan wawancara. Analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji t, dan uji F.

Berdasarkan hasil uji *R square* sebesar 0,140 artinya lokasi, pengetahuan produk, dan promosi mempengaruhi minat masyarakat sebesar 14 persen sedangkan sisanya 86 persen dipengaruhi oleh variabel lain. Pada uji t terdapat pengaruh lokasi secara parsial dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,189 > 1,974$) dan pengetahuan produk dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,078 > 1,974$) terhadap minat masyarakat menggunakan jasa perbankan syariah. Sedangkan variabel promosi $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,329 < 1,974$) tidak berpengaruh secara parsial. Adapun variabel lokasi, pengetahuan produk, dan promosi secara simultan mempengaruhi minat masyarakat menggunakan jasa perbankan syariah dengan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($9,971 > 2,66$).

Kata Kunci : Lokasi, Pengetahuan Produk, Promosi, dan Minat Masyarakat.

DAFTAR ISI

Halaman Judul	
Halaman Pengesahan Pembimbing	
Surat Pernyataan Pembimbing	
Surat Pernyataan Keaslian Skripsi	
Surat Pernyataan Persetujuan Publikasi	
Berita Acara Ujian Munaqasyah	
Pengesahan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	
ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	vi
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR SKEMA & GAMBAR.....	xv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	10
C. Batasan Masalah.....	10
D. Rumusan Masalah	11
E. Definisi Operasional Variabel.....	11
F. Tujuan Penelitian	13
G. Kegunaan Penelitian.....	14
H. Sistematika Pembahasan	15

BAB II LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori	18
1. Minat Masyarakat	18
a. Pengertian Minat Masyarakat	18
b. Macam-Macam Minat Masyarakat	19
c. Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat	21
d. Indikator Minat Masyarakat	22
e. Faktor- Faktor Timbulnya Minat Masyarakat	23
2. Lokasi.....	24
a. Pengertian Lokasi.....	24
b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Lokasi	24
c. Penentuan Lokasi	26
d. Indikator Lokasi	26
3. Pengetahuan Produk	27
a. Pengertian Pengetahuan Produk	27
b. Produk Secara Islam.....	30
4. Promosi	31
a. Pengertian Promosi	31
b. Tujuan Promosi.....	31
c. Macam-Macam Promosi	32
d. Konsep Promosi	33

e. Promosi dalam Perspektif Islam	34
5. Hubungan Lokasi terhadap Minat Masyarakat	35
6. Hubungan Pengetahuan Produk terhadap Minat Masyarakat	36
7. Hubungan Promosi terhadap Minat Masyarakat	37
B. Penelitian Terdahulu.....	39
C. Kerangka Pikir	43
D. Hipotesis	44

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan waktu penelitian	46
B. Jenis Penelitian.....	46
C. Populasi dan Sampel	47
1. Populasi.....	47
2. Sampel.....	47
D. Instrumen Pengumpulan Data.....	49
1. Wawancara	49
2. Angket/Kuisisioner.....	49
E. Uji Validitas dan Realibilitas	51
1. Uji Validitas	51
2. Uji Reliabilitas.....	51
F. Analisis Data.....	52
1. Uji Asumsi Klasik.....	52
a. Uji Normalitas.....	52
b. Uji Multikolinearitas	53
c. Uji Heterokedastisitas.....	53
d. Analisis Regresi Linear Berganda.....	54
e. Analisis Koefisien Determinasi	55
2. Uji Hipotesis.....	55
a. Uji Statistik t	55
b. Uji Statistik f.....	56

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum	57
1. Data Demografi Kec. Padangsidempuan Batunadua Kota Padangsidmpuan	57
2. Data Geografi dan Demografi Desa Pudun Julu	57
3. Gambaran Umum Responden	58
B. Hasil Analisis Data.....	60
1. Uji Validitas	60
a. Uji Validitas Variabel Lokasi	61
b. Uji Validitas Variabel Pengetahuan Produk	61
c. Uji Validitas Variabel Promosi	62
d. Uji Validitas Variabel Minat Masyarakat.....	63
2. Uji Reliabilitas.....	63
a. Uji Reliabilitas Variabel Lokasi.....	64
b. Uji Reliabilitas Variabel Pengetahuan Produk	64

c. Uji Reliabilitas Variabel Promosi	65
d. Uji Reliabilitas Variabel Minat Masyarakat	65
C. Teknik Analisis Data	66
1. Uji Asumsi Klasik.....	66
a. Uji Normalitas.....	66
b. Uji Multikolinearitas	67
c. Uji Heterokedastisitas.....	68
d. Uji Regresi Linear Berganda	69
2. Pengujian Hipotesis	71
a. Uji Koefisien Determinasi	71
b. Uji Parsial (uji t).....	72
c. Uji Simultan (uji F)	75
D. Pembahasan Hasil Penelitian	77
E. Keterbatasan Penelitian	80

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	81
B. Saran	82

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Masyarakat Menggunakan Bank Syariah	3
Tabel 1.2	Alamat Bank Syariah di Kota Padangsidempuan	4
Tabel 1.3	Definisi Operasional Variabel.....	12
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	39
Tabel 3.1	Skor Jawaban Responden	50
Tabel 3.2	Kisi-Kisi Angket	50
Tabel 4.1	Kelompok Responden Berdasarkan Pekerjaan	59
Tabel 4.2	Kelompok Responden Berdasarkan Pendidikan	59
Tabel 4.3	Kelompok Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	60
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Lokasi.....	61
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Pengetahuan Produk	61
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Promosi	62
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Minat Masyarakat	63
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas Lokasi.....	64
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas Pengetahuan Produk.....	64
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas Promosi.....	65
Tabel 4.11	Hasil Uji Reliabilitas Minat Masyarakat	65
Tabel 4.12	Hasil Uji Multikolinearitas	67
Tabel 4.13	Keterangan Hasil Uji Multikolinearitas.....	68
Tabel 4.14	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	69
Tabel 4.15	Hasil Uji Koefisien Determinasi	71
Tabel 4.16	Hasil Uji Parsial t	72
Tabel 4.17	Keterangan Hasil Uji Parsial t.....	73
Tabel 4.18	Hasil Uji F.....	76

DAFTAR SKEMA & GAMBAR

Skema 2.1	43
Gambar 4.1	66
Gambar 4.2	68

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Lembaga keuangan pada dasarnya berperan sebagai lembaga intermediasi keuangan. Intermediasi keuangan merupakan proses penyerapan dana dari unit surplus ekonomi, baik sektor usaha, lembaga pemerintah maupun individu untuk penyediaan dana bagi unit ekonomi lain.¹ Jadi, lembaga keuangan merupakan lembaga perantara pihak yang melebihi kelebihan dana dengan pihak yang mengalami kekurangan dana. Di saat sekarang ini tentunya segala sesuatunya menjadi sangat lebih mudah. Hal ini karena sudah tersedianya lembaga yang selalu siap melayani nasabah dengan mudah, cepat, dan terpercaya yakni lembaga yang bernama bank syariah.

Perkembangan bank syariah telah dilaksanakan sejak awal masa islam diawali dengan berdirinya sebuah bank tabungan lokal yang beroperasi tanpa bunga di Desa Mit Ghamir yang berlokasi di tepi sungai Nil pada tahun 1963...²

Bank syariah pertama di indonesia adalah Bank Muamalat Indonesia pada tahun 1999, kemudian Bank Syariah Mandiri yang merupakan bank syariah kedua di Indonesia. Berbeda dengan bank konvensional yang menganut sistem bunga, bank syariah memiliki beberapa ciri tertentu diantaranya mengenai produk dan pengambilan keuntungan. Produk-produk bank konvensional dan bank syariah pada sejatinya adalah sama. Hanya saja produk bank konvensional diatur dalam sistem bunga. Keuntungan yang diterima oleh bank atas perhitungan bunga tersebut akan selalu tetap. Disinilah perbedaan bank

¹ Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta : Kencana, 2010), hlm. 29.

² *Ibid.*, hlm. 63.

konvensional dan bank syariah. Bank syariah membangun hubungan kemitraan dengan nasabah sedangkan bank konvensional membangun hubungan kreditur-debitur dengan nasabah.³

Bank syariah menerapkan bagi hasil dalam menjalankan perannya sebagai lembaga intermediasi keuangan, yaitu lembaga yang memiliki peran menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat. Dalam perkembangannya terdapat fenomena yang terjadi yaitu minimnya masyarakat yang menggunakan bank syariah, termasuk minimnya minat masyarakat Desa Pudun Julu yang menggunakan bank syariah. Desa Pudun Julu memiliki jumlah penduduk yang cukup banyak, dengan latar belakang pendidikan setiap masyarakat yang berbeda-beda, mulai dari lulusan Sekolah Dasar s/d Perguruan tinggi. Masyarakatnya juga memiliki pekerjaan yang bermacam-macam diantaranya petani, PNS, pedagang dan wiraswasta. Sehingga penghasilan juga berbeda-beda mulai Rp.500.000 sampai Rp.5.000.000/bulan. Berdasarkan data yang diperoleh dari Kantor Kepala Desa Pudun Julu dapat diketahui bahwa jumlah seluruh masyarakat Desa Pudun Julu sebanyak 884 jiwa. Jumlah tersebut terdiri dari 517 jiwa berusia dewasa, dimana sebanyak 311 jiwa yang memiliki pekerjaan tetap, dan 28 jiwa beragama Non muslim. Maka, terdapat 283 jiwa masyarakat yang memenuhi kriteria peneliti untuk dijadikan sumber data penelitian yang dilihat dari segi usia, status pekerjaan, dan agama.⁴ Adapun peneliti mewawancarai sebanyak 150 orang dari 283 orang yang memenuhi kriteria diatas.

³ *Ibid.*, hlm. 100-101.

⁴ Buku Induk Kependudukan Desa Pudun Julu.

Menurut Abdul Rahman Saleh “Minat diartikan sebagai suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut.”⁵ Hasil dari penelitian sementara menegaskan bahwa sebagian kecil masyarakat Desa Pudun Julu Kec. Padangsidempuan Batunadua, yang menggunakan jasa bank syariah yaitu sebesar 40%, dan sekitar 49% masyarakat menggunakan jasa bank konvensional. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 1.1 dibawah ini.

Tabel 1.1
Jumlah Masyarakat Desa Pudun Julu Kecamatan Padangsidempuan
Batunadua yang Menjadi Nasabah di Bank Syariah Dan Bank
Konvensional

No.	Keterangan	Jumlah Masyarakat	Persentase
1.	Bank Syariah	60 Orang	40%
2.	Bank Konvensional	73 Orang	49%
3.	Tidak menggunakan jasa bank	17 Orang	11%
4.	Jumlah	150 Orang	100%

Sumber: Hasil Wawancara Sementara Peneliti.

Berdasarkan pada tabel 1.1 di atas dapat dilihat bahwa nasabah pada bank syariah yaitu sebesar 40%, dan bank konvensional sebesar 49% dan 11% diantaranya tidak menggunakan jasa bank sama sekali. Adapun alasan mengapa masyarakat menggunakan bank syariah disebabkan oleh sistem bagi hasil yang dianggap menguntungkan, selain itu beberapa masyarakat juga menganggap menabung di bank syariah dapat menghindarkan mereka dari riba sebagaimana yang dilarang oleh agama. Kemudian alasan mengapa masyarakat banyak yang menggunakan bank konvensional baik dalam berinvestasi berupa giro atau deposito, dana pinjaman berupa modal usaha bahkan jual beli, dan

⁵ Abdul Rahman Saleh dan Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar dalam Persepektif Islam* (Jakarta: Kencana, 2004), hlm. 263.

menyimpan dana dalam bentuk tabungan dan bahkan yang umum digunakan yaitu kartu ATM. Hal ini disebabkan sebagian besar masyarakat menganggap bahwa bertransaksi di bank syariah ataupun bank konvensional itu sama saja, adapun beberapa masyarakat berpendapat bahwa transaksi pembiayaan pada bank konvensional lebih cepat dan efisien, dan fasilitas pendukung bank konvensional dekat dengan lokasi mereka bekerja, sehingga minat menabung masyarakat di bank syariah sangat rendah. Adapun masyarakat memilih tidak menggunakan jasa bank disebabkan oleh pendapatan yang tergolong rendah dan pas-pasan, seperti yang dijelaskan diatas bahwa mayoritas pekerjaan masyarakat desa Pudun Julu adalah petani. Serta masyarakat merasa belum membutuhkan lembaga keuangan dalam bertransaksi keuangan.

Menurut Sriyadi lokasi adalah “tempat atau kedudukan secara fisik yang mempunyai fungsi strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan badan usaha”.⁶ Dari penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa salah satu faktor yang ikut menentukan tercapainya tujuan bank syariah dilihat dari faktor lokasi yang dimana menyangkut lokasi kantor bank, cabang utama, cabang pembantu, kantor kas, dan lokasi-lokasi mesin ATM (Anjungan Tunai Mandiri). Adapun bank syariah yang terdapat di Kota Padangsidempuan adalah sebagai berikut:

Tabel 1.2
Alamat Bank Syariah di Kota Padangsidempuan

No.	Nama Bank	Alamat
1.	Bank Syariah Mandiri Kc. Padangsidempuan.	Jl. Sudirman No. 130 A, Kel. Wek I, Kec. Padangsidempuan Utara, Kota Padangsidempuan

⁶Sriyadi, *Bisnis Manajemen Perusahaan Modern* (Semarang: 1991), hlm. 60.

2	Bank Mega Syariah KCP Tapanuli Selatan.	Jl. Merdeka Blok B No.19, Kel. Kantin, Padangsidempuan
3.	Bank Muamalat Indonesia Syariah Kcu. Padangsidempuan, Tbk.	Jl. Baginda Oloan/Jl. Gatot Subroto No. 08, Kelurahan, Wek II, Padangsidempuan Utara, Kota Padang Sidempuan.
4.	Bank Sumut Syariah Kota Padangsidempuan.	Jl. Jend. Sudirman/ Merdeka No. 12, Kantin, Padangsidempuan Utara, Kota Padang Sidempuan

Sumber: Google Maps

Berdasarkan Tabel 2.1 diatas bahwa lokasi bank syariah yang ada di kota Padangsidempuan cukup terjangkau dan berada di lokasi yang strategis sehingga nasabah dapat mengakses lokasi perbankan secara efisien dan mudah, adapun akses transportasi yang mudah dijangkau dimana tersedianya sarana transportasi angkutan umum untuk menuju ke pusat kota. Sedangkan minat masyarakat untuk menggunakan bank syariah masih minim. Hal ini disebabkan fasilitas pendukung bank konvensional lebih terjangkau dari lokasi mereka bekerja, sehingga mereka memilih menggunakan bank syariah.

Dalam memanfaatkan suatu produk, konsumen cenderung memilih produk yang memberikan nilai atau manfaat yang lebih dibandingkan dengan produk lainnya. Keputusan konsumen timbul karena adanya penilaian yang objektif atau karena dorongan emosional. Pengetahuan konsumen tentang suatu produk dapat mempengaruhi minatnya dalam memilih atau menentukan suatu produk yang ingin dibeli.

Rahayu mengatakan pengetahuan konsumen adalah:

Semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan

jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen.⁷

Dari penjelasan diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa salah satu yang mendorong minat masyarakat adalah pengetahuan tentang produk, banyak sekali produk-produk yang ditawarkan oleh bank syariah seperti: *Al-wa'diah, Mudharabah, Musyarakah, Salam, Isthisna, Wakalah, Kafalah, Rahn, dan Al-qardh*. dimana istilah-istilah ini sudah sering terdengar di telinga masyarakat Desa Pudun Julu, meskipun ada sebagian masyarakat atau nasabah yang kurang familiar dengan istilah-istilah tersebut. Adapun mayoritas agama di Desa Pudun Julu adalah mayoritas muslim sehingga hal ini akan meningkatkan pengetahuan mereka tentang bank syariah, yang dimana Islam pun melarang hal tersebut seperti pada Surah ali-Imran ayat 130:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً
وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan, peliharalah dirimu dari api neraka, yang disediakan untuk orang-orang kafir. (Q.S. ali-Imran: 130).”⁸

Berdasarkan uraian diatas banyak masyarakat yang sudah mengetahui tentang apa itu bank syariah, pengetahuan produk, manfaat produk serta fasilitas yang ditawarkan. Akan tetapi kenyataannya minat masyarakat Desa

⁷ Budi Rahayu Tanama Putri, *Manajemen Pemasaran* (Bali: Fakultas Peternakan Universitas Udyana, 2017), hlm. 38.

⁸ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta: Maktabah Al-fatih Rasyid Media, 2016), hlm. 22.

Pudun Julu menggunakan bank syariah masih minim. Hal ini disebabkan bahwa masyarakat menganggap bertransaksi di bank syariah maupun konvensional itu sama saja.

Kemudian menurut Kasmir promosi adalah “Kegiatan marketing mix yang terakhir dan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya”.⁹ Dari penjelasan diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa promosi adalah sarana yang paling ampuh untuk menarik konsumen. Bank syariah telah banyak melakukan promosi-promosi. Seperti: Periklanan (*Advertising*), Promosi Penjualan (*Sales Promotion*), Publisitas (*publicity*), Penjualan Pribadi (*personal selling*). Adapun periklanan yang dimaksud ialah bank syariah memasang spanduk pada saat acara-acara amal yang dilakukan di Desa Pudun Julu baik acara menjelang bulan ramadan ataupun kegiatan masyarakat lainnya. Adapun strategi pemasaran lain yang dilakukan oleh bank syariah adalah dengan menginformasikan produk dan layanan lewat Radio, televisi, media cetak dan internet. Akan tetapi minat masyarakat di Desa Pudun Julu menggunakan bank syariah masih minim.

Beberapa peneliti juga pernah melakukan penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menggunakan bank syariah, hasil dari penelitian terdahulu sebagaimana dikemukakan terdapat beberapa variabel yang berpengaruh terhadap minat masyarakat. Faisal dalam penelitiannya menyimpulkan “Faktor Pengetahuan dan Promosi berpengaruh positif secara parsial terhadap minat mahasiswa untuk menjadi nasabah di perbankan

⁹ Kasmir, *Periklanan : Komunikasi Pemasaran Terpadu* (Jakarta: Kencana, 2010), hlm, 16.

syariah”.¹⁰ Mulyani Amaliah dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa “pengetahuan dan lokasi berpengaruh secara parsial terhadap minat memilih produk bank syariah”.¹¹ Hasil penelitian Zulpia dalam penelitiannya menyatakan bahwa “Adanya hubungan yang berbanding lurus ataupun positif antara promosi terhadap minat nasabah dana talang haji di PT. Bank Sumut Cabang Syariah di Padangsidempuan”.¹²

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa yang mempengaruhi minat masyarakat menggunakan bank syariah adalah faktor lokasi, faktor pengetahuan, dan promosi. Desa Pudun Julu merupakan daerah strategis yang cukup banyak penduduknya yang terdiri dari berbagai macam lapisan masyarakat, mayoritas masyarakatnya adalah muslim. Sebagian besar masyarakat sudah melaksanakan haji dan umrah, jalan atau infrastruktur memadai, sehingga peneliti tertarik untuk dijadikan objek penelitian.

Adapun wawancara yang peneliti lakukan kepada masyarakat Desa Pudun Julu, yaitu dengan Ibu Nuriati Harahap mengatakan:

Kurang berminat menggunakan bank syariah dikarenakan lokasi bank dan fasilitas pendukung yang jauh sehingga tidak efisien digunakan untuk transaksi keuangan, beliau pun mengatakan jika pada bank bank konvensional memiliki produk yang berbeda dengan bank syariah yaitu produk tabungan yang tidak hangus ketika saldo sedang kosong.¹³

¹⁰ Faisal, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa untuk Menjadi Nasabah di Bank Syariah” (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2005), hlm. 16.

¹¹ Mulyani Amaliah, “Pengaruh Pengetahuan Santri, Lokasi, dan Religiusitas dalam Memilih Produk Bank Syariah” (Skripsi, IAIN Padangsidempuan, 2018), hlm. 88.

¹² Zulpia, “Pengaruh Promosi terhadap Minat Nasabah Dana Talang Haji pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan” (Skripsi, IAIN Padangsidempuan, 2015).

¹³ Hasil Wawancara dengan Ibu Nuriati Harahap, 10 Agustus 2018.

Bapak Sumardi mengatakan:

Kurang berminat menjadi nasabah bank syariah karena beliau menganggap bahwa bank syariah dengan bank konvensional itu sama saja, beliau mengatakan bahwa letak perbedaan kedua bank tersebut hanya pada penamaannya saja.¹⁴

Bapak Supono mengatakan “Tidak menggunakan bank syariah disebabkan oleh gaji yang diterima oleh tempat bekerja ditransfer melalui bank konvensional”.¹⁵ Ibu Sari Bintang Hasibuan mengatakan “Tidak menggunakan bank syariah dikarenakan anggota keluarga yang dominan menggunakan bank konvensional”.¹⁶ Ibu Sri Indah Dewi mengatakan “Tidak menggunakan jasa bank disebabkan belum adanya waktu atau kesempatan untuk menggunakan jasa perbankan syariah”.¹⁷ Bapak Rabuddin Siregar mengatakan “Menggunakan bank syariah disebabkan sistem bagi hasil yang menguntungkan, terhindar riba, dan proses kredit yang mudah”.¹⁸

Berdasarkan hasil wawancara diatas, disimpulkan bahwa belum diketahui faktor apa saja yang mendorong minat masyarakat Desa Pudun Julu menggunakan jasa perbankan syariah. Masyarakat memiliki berbagai macam pendapat tentang bank syariah. Ada masyarakat yang memiliki respon positif dan ada masyarakat yang memiliki respon negatif terhadap bank syariah.

Berdasarkan pemikiran diatas, peneliti berusaha menganalisis faktor-faktor yang mendorong masyarakat untuk segera bergabung dengan bank syariah. Maka dari itu, melihat dari permasalahan diatas peneliti tertarik untuk

¹⁴ Hasil Wawancara dengan Bapak Sumardi, 11 Agustus 2018.

¹⁵ Hasil Wawancara dengan Bapak Supono, 12 Agustus 2018.

¹⁶ Hasil Wawancara dengan Ibu Sari Bintang Hasibuan, 12 Agustus 2018.

¹⁷ Hasil Wawancara dengan Ibu Sri Indah Dewi Lestari, 13 Agustus 2018.

¹⁸ Hasil Wawancara dengan Bapak Rabuddin Siregar, 13 Agustus 2018.

melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menggunakan Jasa Perbankan Syariah**”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah maka identifikasi permasalahan yang muncul, antara lain:

1. Banyaknya masyarakat yang memilih bank konvensional yaitu sebanyak 49% (73 orang) disebabkan masyarakat yang beranggapan bahwa bertransaksi pada bank konvensional dan bank syariah itu sama.
2. Sebanyak 11% (17 orang) masyarakat tidak menggunakan jasa bank disebabkan oleh pendapatan masyarakat yang tergolong rendah.
3. Minimnya jumlah masyarakat yang menggunakan jasa bank syariah yaitu sebesar 40% (60 orang) disebabkan fasilitas pendukung (ATM) yang kurang terjangkau oleh masyarakat dari lokasi mereka bekerja.
4. Sebagian masyarakat kurang memahami prinsip-prinsip bank syariah dan menganggap sama saja dengan bank konvensional.
5. Adapun faktor yang mempengaruhi yaitu lokasi, pengetahuan produk, dan promosi terhadap minat masyarakat Desa Pudun Julu menggunakan bank syariah.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, maka peneliti membatasi masalah pada faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat Desa Pudun

Julu, adapun faktor-faktor yang mempengaruhinya yaitu, lokasi, pengetahuan produk, dan promosi.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah, serta batasan-batasan masalah tersebut, maka dalam penelitian dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh lokasi bank syariah terhadap minat menggunakan jasa perbankan syariah pada masyarakat Desa Pudun Julu?
2. Apakah terdapat pengaruh pengetahuan tentang produk-produk bank syariah terhadap minat menggunakan jasa bank syariah pada masyarakat Desa Pudun Julu?
3. Apakah terdapat pengaruh promosi bank syariah terhadap minat menggunakan jasa bank syariah pada masyarakat Desa Pudun Julu?
4. Apakah terdapat pengaruh lokasi, pengetahuan produk, dan promosi secara simultan terhadap minat menggunakan jasa bank syariah secara simultan pada masyarakat Desa Pudun Julu?

E. Definisi Operasional Variabel

Definisi Operasional merupakan bagian yang mendefinisikan sebuah konsep agar dapat diukur. Definisi operasional variabel adalah aspek penelitian yang memberikan informasi tentang bagaimana caranya mengukur variabel. Definisi operasional lebih menekankan kepada yang dapat dijadikan indikator

dari suatu variabel. Sedangkan variabel merupakan objek penelitian dalam kegiatan penelitian.¹⁹

Dari masalah yang dikemukakan di atas, peneliti menentukan 2 (dua) jenis variabel penelitian, yaitu variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen).

1. Variabel bebas (independen) adalah variabel yang mempengaruhi, berupa lokasi (X1), Pengetahuan Produk (X2), Promosi (X3).
2. Variabel terikat (dependen) adalah tipe variabel terikat yang menjelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen, berupa minat masyarakat (Y).

Operasional variabel dalam penelitian merupakan bentuk operasional dari variabel-variabel yang digunakan, biasanya terdiri dari definisi konseptual, indikator yang digunakan, alat ukur yang digunakan, dan penilaian alat ukur.

Tabel 1.3
Definisi Operasional Variabel

Jenis Variabel	Definisi Variabel	Indikator Variabel	Skala
Lokasi (X₁)	Menurut Sriyadi “Merupakan tempat atau kedudukan secara fisik yang mempunyai fungsi strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan badan usaha”. ²⁰ Lokasi dalam penelitian ini adalah lokasi bank syariah yang dekat dengan Desa Pudun Julu yang ada di Kota Padangsidempuan.	1. Strategis 2. Aman 3. Nyaman 4. Luas 5. Fasilitas pendukung	Likert
Pengetahuan produk (X₂)	Menurut Rahayu “Semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa serta pengetahuan lainnya yang	1. Pengetahuan atribut produk. 2. Pengetahuan manfaat produk.	Likert

¹⁹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2002), hlm. 9.

²⁰ Sriyadi, *Loc. Cit.*

	berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen.” ²¹ Pengetahuan produk dalam penelitian ini adalah pengetahuan masyarakat Desa Pudun Julu tentang produk-produk bank syariah yang ada di Kota Padangsidimpuan.	3. Pengetahuan kepuasan produk.	
Promosi (X₃)	Menurut Kasmir promosi adalah “Kegiatan marketing mix yang terakhir dan sarana yang paling ampuh untuk menarik, dan mempertahankan nasabahnya”. ²² Promosi yang dalam penelitian ini adalah promosi yang dilakukan oleh bank syariah kepada masyarakat Desa Pudun Julu.	1. Promosi penjualan 2. Periklanan 3. Penjualan pribadi 4. Pemasaran langsung	Likert
Minat Masyarakat (Y)	Menurut Abdul Rahman Saleh “Minat diartikan sebagai suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut”. ²³ Minat dalam penelitian ini adalah minat masyarakat Desa Pudun Julu yang dekat dengan lokasi bank syariah, mengetahui produk bank syariah, dan mengetahui promosi bank syariah.	1. Adanya perhatian dan kesadaran atas suatu objek 2. Adanya perasaan (perasaan senang) 3. Adanya dorongan (Motivating Force) 4. Adanya sikap	Likert

F. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh lokasi bank syariah terhadap minat menggunakan jasa bank syariah pada masyarakat Desa Pudun Julu.

²¹ Budi Rahayu Tama Putri, *Loc. Cit.*

²² Kasmir, *Loc. Cit.*

²³ Abdul Rahman Saleh dan Muhib Abdul Wahab, *Loc. Cit.*

2. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan produk bank syariah terhadap minat menggunakan jasa bank syariah pada masyarakat Desa Pudun Julu.
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi bank syariah terhadap minat menggunakan jasa bank syariah pada masyarakat Desa Pudun Julu.
4. Untuk mengetahui pengaruh lokasi, pengetahuan produk, dan promosi secara simultan terhadap minat menggunakan jasa bank syariah pada masyarakat Desa Pudun Julu.

G. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat kepada pihak-pihak yang berhubungan dengan tujuan penelitian ini. Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Akademisi

Diharap penelitian ini menjadi referensi bagi akademisi selanjutnya untuk dijadikan rujukan dalam menegembangkan pengetahuan pada Lembaga Keuangan Islam Non Bank dan lebih utamanya bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan untuk memperluas intelektual dan pemahaman terhadap perbankan syariah.

2. Bagi Mahasiswa

Dengan penelitian ini diharapkan menambah wawasan tentang minat masyarakat dan faktor-faktor yang mempengaruhinya terhadap keputusan masyarakat/nasabah menggunakan jasa perbankan syariah.

3. Bagi Perusahaan

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan solusi terhadap bank syariah dalam menentukan strategi pemasaran agar jasa perbankan syariah lebih dikenal di masyarakat luas, terutama masyarakat awam yang masih kurang familiar dengan adanya bank syariah.

4. Bagi Peneliti

Sebagai syarat untuk memenuhi tugas akhir akademik dan memperdalam wawasan keilmuan, terutama berkaitan dengan studi yang di sedang di jalani.

H. Sistematika Pembahasan

Adapun sistematika pembahasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan, merupakan bab pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, definisi operasional variabel, kegunaan penelitian dan sistematika pembahasan. Bahasan yang ada dalam pendahuluan membahas tentang hal yang melatar belakangi suatu masalah untuk diteliti. Masalah yang muncul kemudian memiliki beberapa poin sebagai batasan masalah yang telah ditentukan akan dibahas mengenai definisi, indikator dan skala pengukuran yang berkaitan dengan variabelnya. Kemudian dari identifikasi dan batasan masalah yang akan dirumuskan sesuai dengan tujuan dari penelitian tersebut yang nantinya penelitian ini akan berguna bagi peneliti, perguruan tinggi, dan sebagai bahan perbandingan bagi peneliti selanjutnya.

BAB II Landasan teori, yang terdiri dari kerangka teori, penelitian terdahulu, dan hipotesis. Secara umum seluruh sub bahasan yang ada dalam landasan teori membahas tentang penjelasan mengenai variabel penelitian secara teori yang berkaitan dengan variabel penelitian tersebut akan dibandingkan dengan pengaplikasiannya. Variabel penelitian akan digambarkan bagaimana digambarkan antara variabel dalam bentuk kerangka pikir. Kemudian membuat hipotesis yang merupakan jawaban sementara tentang penelitian. Pengaplikasiannya, variabel bentuk kerangka pikir, kemudian membuat hipotesis yang merupakan jawaban sementara tentang penelitian.

BAB III Metodologi penelitian, yang terdiri dari ruang lingkup penelitian populasi dan sampel, jenis penelitian, instrumen pengumpulan data, dan teknik analisis data. Secara umum seluruh bab bahasan yang ada dalam metodologi penelitian, setelah itu akan ditentukan populasi ataupun yang berkaitan dengan seluruh kelompok orang, peristiwa, atau benda yang menjadi pusat perhatian peneliti untuk diteliti dan memilih beberapa sampel dalam penelitian. Data-data yang dibutuhkan akan dikumpulkan guna memperlancar pelaksanaan penelitian. Setelah data terkumpul, maka langkah selanjutnya adalah melakukan analisis data sesuai dengan berbagai uji yang diperlukan dalam penelitian.

BAB IV Hasil penelitian, yang terdiri dari deskripsi data penelitian, hasil analisis data penelitian dan pembahasan penelitian, secara umum seluruh pembahasan, sub pembahasan yang ada dalam hasil penelitian adalah membahas tentang hasil penelitian. Mulai dari pendeskripsian data yang akan

diteliti secara rinci, kemudian melakukan analisis data menggunakan teknik yang sudah dicantumkan dalam bab III sehingga diperoleh hasil analisa yang dilakukan dan membahas tentang hasil yang telah diperoleh.

BAB V Penutup, yang terdiri dari kesimpulan dan saran. Secara umum seluruh sub bahasan yang ada dalam penutup adalah membahas tentang kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini setelah menganalisa data dan memperoleh hasil dari penelitian ini. Hal ini merupakan langkah akhir dari penelitian dengan membuat kesimpulan dari hasil penelitian dan saran yang membangun dari berbagai pihak.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Minat Masyarakat

a. Pengertian Minat Masyarakat

Menurut *Crow and Crow* sebagaimana dikutip oleh Djaali mengatakan bahwa minat adalah “Berhubungan dengan gaya gerak yang mendorong seseorang untuk menghadapi atau berurusan dengan orang, benda, kegiatan, pengalaman yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri”.¹

Menurut Abdul Rahman Saleh adalah:

Secara sederhana minat dapat diartikan sebagai suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang.²

Sedangkan masyarakat menurut Hasan Shadily “Masyarakat adalah golongan besar atau kecil dari beberapa manusia, yang dengan atau sendirinya bertalian secara golongan dan mempunyai pengaruh kebatinan satu sama lain”.³ Sedangkan menurut M.J Herskovits mengatakan bahwa “Masyarakat adalah kelompok individu yang diorganisasikan dan mengikuti satu cara hidup tertentu”.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa minat masyarakat adalah kemauan hati seseorang/kelompok untuk memiliki atau

¹ Djaali, *Psikologi Pendidikan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), hlm. 121.

² Abdul Rahman Saleh dan Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar dalam Persepektif Islam* (Jakarta: Kencana, 2004), hlm. 263.

³ Abu Ahmadi, *Ilmu Sosial Dasar* (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), hlm. 225-226.

menggunakan suatu objek yang mengandung sangkut dengan dirinya yang disertai perasaan senang tanpa ada paksaan dari orang lain.

b. Macam-Macam Minat Masyarakat

Menurut Abdurrahman Saleh dan Muhib Abdul Wahab ada beberapa macam minat yaitu:

Berdasarkan timbulnya, minat dapat dibedakan menjadi minat primitive dan minat kultural, minat primitive adalah minat yang timbul karena kebutuhan biologis atau jaringan-jaringan tubuh, misalnya kebutuhan akan makanan, perasaan enak atau nyaman dan kebebasan beraktivitas. Minat kultural atau minat sosial, adalah minat yang timbul karena proses belajar, minat ini tidak secara langsung berhubungan dengan diri seseorang. Contoh : keinginan untuk membeli mobil, kekayaan, pakaian mewah.

- 1) Berdasarkan arahnya, minat dapat dibedakan menjadi minat intrinsik dan ekstrinsik. Minat intrinsik adalah minat yang langsung berhubungan dengan aktivitas itu sendiri, ini merupakan minat yang mendasar atau minat asli. Minat ekstrinsik adalah minat yang berhubungan dengan tujuan akhir dari kegiatan tersebut, apabila tujuannya sudah tercapai ada kemungkinan minat tersebut hilang.
- 2) Berdasarkan cara mengungkapkannya, minat dibedakan menjadi empat, yaitu:
 - a) *Expressed interest* : adalah minat yang diungkapkan dengan cara diminta kepada subjek untuk menyatakan atau menuliskan

kegiatan-kegiatan baik yang berupa tugas ataupun bukan tugas yang disenangi paling tidak disenangi.

- b) *Manifest interest* : adalah minat yang diungkapkan dengan cara mengobservasi atau melakukan pengamatan secara langsung terhadap aktivitas-aktivitas yang dilakukan subjek atau dengan mengetahui hobinya.
- c) *Tested interest* : adalah minat yang diungkapkan dengan cara menyimpulkan dari tes hasil jawaban tes objektif yang diberikan, nilai-nilai yang tinggi pada suatu objek atau suatu masalah biasanya menunjukkan minat tinggi pula terhadap hal tersebut.
- d) *Inventoried interest* : adalah minat yang diungkapkan dengan menggunakan alat-alat yang sudah distandarisasikan, dimana biasanya berisi tentang pertanyaan-pertanyaan yang ditunjukkan kepada subjek apakah ia senang atau tidak senang terhadap sebuah aktivitas atau suatu objek yang ditanyakan.⁴

Dari macam-macam minat diatas dapat disimpulkan bahwa minat *primitive* adalah minat yang timbul karena kebutuhan biologis misalnya kebutuhan makanan, perasaan enak dan kebutuhan beraktivitas. Sedangkan minat *kulturil* adalah minat yang timbul karena proses belajar.

Minat intrinsik adalah minat yang langsung berhubungan dengan aktivitas itu sendiri, atau bisa dikatakan sebagai minat asli. Minat ekstrinsik adalah minat yang berhubungan dari tujuan akhir dari kegiatan yang dilakukan seseorang. *Expressed intern* adalah minat yang

⁴ Abdul Rahman Saleh dan Muhib Abdul Wahab *Op. Cit.*, hlm. 265-268.

diungkapkan dengan cara meminta kepada subjek untuk menyatakan atau menuliskan baik berupa tugas yang disenangi atau tidak disenangi.

Manifest Interest adalah minat yang diungkapkan dengan cara mengobservasi secara langsung terhadap aktivitas yang dilakukan. *Tested interest* adalah minat yang diungkapkan dengan menyimpulkan dari hasil jawaban tes yang diberikan. *Inventoried test* adalah minat yang diungkapkan dengan menggunakan alat-alat yang sudah distandarisasikan.

c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat diantaranya adalah sebagai berikut:

- 1) Dorongan dari dalam diri individu, misalnya dorongan untuk makan, dorongan untuk makan akan membangkitkan minat untuk bekerja atau mencapai penghasilan, minat terhadap produksi makanan dan lain-lain. Dorongan ingin tahu atau rasa ingin tahu akan membangkitkan minat untuk membaca, belajar, menuntut ilmu, melakukan penelitian dan lain-lain.
- 2) Motif sosial, dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu, misalnya minat terhadap pakaian timbul karena ingin mendapat persetujuan atau penerimaan dan perhatian orang lain.
- 3) Faktor emosional, minat mempunyai hubungan erat dengan emosi, bila seseorang mendapatkan kesuksesan dalam aktivitas akan menimbulkan perasaan senang, dan hal tersebut akan memperkuat

minat terhadap aktivitas tersebut, sebaliknya suatu kegagalan akan menghilangkan minat terhadap hal tersebut.⁵

d. Indikator Minat Masyarakat

- 1) Adanya perhatian dan kesadaran terhadap suatu benda atau objek.

Apabila seseorang mencurahkan perhatian pada suatu benda atau objek, maka seseorang itu akan menyadari benda itu sepenuhnya. Artinya pada saat itu hanya benda itulah yang paling di sadari, sedangkan benda benda lain disekitar sedikit banyak masih di sadari, meskipun tingkat derajatnya tidak sama.

- 2) Adanya perasaan (biasanya perasaan senang).

Perasaan berkaitan erat dengan pengenalan, dialami oleh setiap individu/kelompok dengan rasa suka atau tidak suka, duka atau gembira dalam bermacam gradasi atau derajat tingkatan. Perasaan yang merupakan indikator minat adalah perasaan senang, suka, gembira ketika individu melakukan pengenalan terhadap objek yang dituju.

- 3) Adanya dorongan (*motivating force*)

Dorongan untuk belajar yang timbul pada diri individu seseorang akan berperan sebagai "*motivating force*" yaitu sebagai kekuatan yang akan mendorong nasabah memilih lembaga perbankan.

- 4) Adanya sikap

Setiap perilaku dapat mencerminkan seorang nasabah apakah ia beminat menabung di bank syariah atau bahkan tidak beminat. Sikap

⁵ Abdul Rahman Saleh dan Muhib Abdul Wahab, *Op. Cit.*, hlm, 264.

bukanlah dibawa sejak lahir tetapi dipelajari dan dikembangkan melalui pengalaman-pengalaman yang dialami oleh individu. Oleh sebab itu tidaklah mengherankan apabila kualitas sikap dari segi intensitasnya berbeda-beda, karena daya atau ketekunan stimulasi dan keadaan fisik serta jiwa (emosi dan motivasi) tidaklah sama.

e. Faktor-Faktor Timbulnya Minat Masyarakat

Menurut Philip Kotler dalam bukunya manajemen pemasaran di Indonesia, menyatakan bahwa ada banyak faktor yang mempengaruhi minat terhadap sesuatu. Dimana secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu yang bersumber dari individu yang bersangkutan yang berasal dari luar yakni lingkungan keluarga, lingkungan sekolah dan lingkungan masyarakat.

Sedangkan faktor-faktor yang mempengaruhi secara umum adalah sebagai berikut:⁶

- 1) Faktor budaya adalah faktor yang paling fundamental dalam menentukan keinginan dan perilaku seseorang.
- 2) Faktor sosial adalah kelompok acuan yang terdiri dari semua kelompok yang mempunyai pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap pendirian atau perilaku seseorang
- 3) Faktor pribadi adalah setiap orang mempunyai pribadi yang berbeda, kepribadian dijelaskan dengan ciri-ciri kepercayaan diri, perbedaan, kondisi, sosial, kemampuan beradaptasi.

⁶ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran di Indonesia* (Jakarta: Salemba empat, 1999), hlm. 223-243.

- 4) Faktor psikologi adalah kepercayaan dan sikap pendirian suatu kepercayaan atau pendirian deskriptif yang dianut seseorang mengenai suatu hal.

2. Lokasi

a. Pengertian Lokasi

Menurut Sriyadi lokasi adalah “tempat atau kedudukan secara fisik yang mempunyai fungsi strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan badan usaha”⁷. Lokasi Yang dimaksud dengan lokasi bank adalah tempat di mana diperjualbelikannya produk cabang bank dan pusat pengendalian perbankan. Dalam praktiknya ada beberapa macam lokasi kantor bank, yaitu lokasi kantor pusat, cabang utama, cabang pembantu, kantor kas, dan lokasi mesin-mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM). Lokasi adalah tempat kedudukan bank yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan menabung karena ada unsur kedekatan dan mudah dijangkau transportasi.

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Lokasi

Dalam memilih lokasi untuk menjalankan suatu usaha para pelaku usaha perlu mempertimbangkan beberapa faktor yang mempengaruhi lokasi, antara lain:

- 1) Akses, misalnya lokasi yang mudah dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi umum.
- 2) Visibilitas, misalnya lokasi dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan.
- 3) Tempat parkir yang luas dan aman.

⁷ Sriyadi, *Bisnis Manajemen Perusahaan Modern* (Semarang: 1991), hlm. 60.

- 4) Ekspansi, yaitu tersedia tempat yang cukup luas untuk perluasan usaha di kemudian hari.
- 5) Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan.
- 6) Lalu lintas, ada dua hal yang perlu diperhatikan yaitu banyaknya orang yang bisa memberikan peluang besar dan kepadatan serta kemacetan bisa menjadi hambatan.⁸

Langkah-langkah dalam pemilihan lokasi antara lain adalah wilayah atau daerah secara umum, yaitu:

- 1) Dekat dengan pasar.
- 2) Terjadinya pelayanan umum.
- 3) Kondisi lingkungan yang menyenangkan.
- 4) Tersedianya fasilitas pengangkutan.

Dalam hal ini ada tiga jenis interaksi yang mempengaruhi lokasi, yaitu:

- 1) Konsumen mendatangi pemberi jasa (perusahaan). Perusahaan sebaiknya memilih konsumen sehingga mudah di jangkau, dengan kata lain strategis.
- 2) Pemberi jasa (perusahaan) mendatangi perusahaan dalam hal ini lokasi tidak terlalu penting, tetapi yang harus diperhatikan adalah penyampaian jasa harus tetap berkualitas.

⁸ Kasmir dan Jakfar, *Study Kelayakan Bisnis edisi Kedua* (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 56.

- 3) Pemberi jasa dan konsumen tidak bertemu langsung, konsumen berinteraksi melalui sarana tertentu seperti telepon, komputer, atau e-mail.

c. Penentuan Lokasi

Hal ini perlu diperhitungkan dalam pemilihan dan penentuan lokasi sebagai berikut:

- 1) Dekat dengan lokasi pasar.
- 2) Dekat dengan lokasi perumahan atau masyarakat.
- 3) Sarana dan prasarana (pejalan kaki, kendaraan, dan fasilitas parkir).

d. Indikator Lokasi

- 1) Strategis adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu.
- 2) Aman adalah kondisi dimana bisa mengidentifikasi risiko yang ada dan mengurangi seminimal mungkin ke level yang bisa diterima.
- 3) Nyaman adalah suatu keadaan telah terpenuhi kebutuhan dasar manusia yaitu ketentraman dan kelegaan.
- 4) Luas adalah area besaran yang menyatakan ukuran dua dimensi suatu bagian permukaan yang dibatasi dengan jelas biasanya suatu daerah dibatasi kurva tertutup.
- 5) Fasilitas pendukung, segala sesuatu yang mempermudah upaya serta memperlancar kerja dalam rangka mencapai suatu tujuan tertentu.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa pemilihan lokasi sangat penting untuk menentukan keberhasilan perusahaan

berhubungan dengan biaya operasi, harga, serta kemampuan perusahaan untuk bersaing di pasar.⁹

3. Pengetahuan Produk

a. Pengertian Pengetahuan Produk

Menurut Rahayu pengetahuan konsumen adalah:

Seluruh informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen.¹⁰

Sedangkan Menurut Nitisusastro mengatakan “Pengetahuan konsumen adalah pengetahuan mengenai nama produk, manfaat produk, untuk kelompok mana diperuntukkan, berapa harganya dan dimana produk tersebut diperoleh”.¹¹

Dari penjelasan diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pengetahuan produk merupakan kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk, pengetahuan produk ini meliputi kategori produk, terminologi produk, dan ciri produk, serta kepercayaan tentang kategori produk baik secara umum maupun spesifik.

Berdasarkan Psikologi kognitif, jenis-jenis pengetahuan dapat dibedakan menjadi:

- 1) Pengetahuan deklaratif, yaitu pengetahuan yang melibatkan fakta subjektif yang masih diketahui.

⁹ *Ibid.*, hlm. 58..

¹⁰ Budi Rahayu Tanama Putri, *Manajemen Pemasaran* (Bali: Fakultas Peternakan Universitas Udyana, 2017), hlm. 38.

¹¹ Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen dalam Prespektif Kewirausahaan* (Bandung : Alfabeta, 2012), hlm. 157.

- 2) Pengetahuan prosedural, yaitu pengetahuan yang mengacu pada bagaimana fakta dapat digunakan.
- 3) Pengetahuan konsumen juga terbagi menjadi 3 macam, yaitu:
 - a) Pengetahuan produk : jenis pengetahuan produk terbagi menjadi tiga yaitu pengetahuan atribut produk, pengetahuan manfaat, dan pengetahuan kepuasan produk.
 - (1) Pengetahuan atribut produk : sebagian konsumen mungkin informasi yang lengkap mengenai suatu produk, sehingga mereka mampu mendeskripsikan secara terperinci berbagai atribut dari produk tersebut, maka bagi pemasar perlu mengetahui apa yang diketahui oleh konsumen, atribut apa saja yang dikenal dari suatu produk, atribut mana yang dianggap paling penting oleh konsumen. Pengetahuan atribut tersebut akan mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen. Pengetahuan yang lebih banyak atribut produk akan memudahkan konsumen memilih produk yang dibelinya.
 - (2) Pengetahuan manfaat produk : pengetahuan manfaat bagi konsumen sangat penting untuk dimiliki. Karena konsumen sering kali berpikir mengenai manfaat yang ia rasakan jika mengonsumsi atau membeli sebuah produk, bukan mengenai atributnya. Konsumen mungkin tidak tertarik untuk mengetahui berbagai kandungan zat gizi dari suatu produk,

mereka lebih tertarik untuk mengetahui apa manfaat produk tersebut.

- (3) Pengetahuan kepuasan produk : pengetahuan kepuasan yang diperoleh dari produk, akan dirasakan oleh konsumen ketika mereka telah menggunakan produk tersebut secara langsung. Perlu diketahui pemanfaatan produk dalam hal rasa, tidak dapat diwakilkan kepada pihak lain atau orang lain. Sehingga ukuran puas dan tidak puas yang valid adalah ketika konsumen memanfaatkan secara langsung atas sebuah produk, dan bukan mereka memperoleh informasi atau keterangan dari orang lain.
- b) Pengetahuan pembelian : terdiri dari atas pengetahuan toko, lokasi produk di dalam toko tersebut, dan penempatan produk yang sebenarnya di dalam toko tersebut. Hal ini memudahkan untuk berbelanja sehingga konsumen bisa menghemat waktu dalam mencari lokasi produk.
- c) Pengetahuan pemakaian : suatu produk akan memberikan manfaat kepada konsumen jika produk yang tersedia telah digunakan atau dikonsumsi, agar produk bisa memberikan manfaat maksimal dan kepuasan tinggi, maka konsumen harus dapat menggunakan atau mengonsumsi suatu produk dengan benar.¹²

¹² Danang Sunyoto, *Perilaku Konsumen dan Pemasaran* (Yogyakarta: Center of Academic Publishing Service, 2015), hlm. 52-54.

b. Produk Secara Islam

Bank syariah sama halnya dengan bank konvensional memiliki tugas sebagai intermediasi, artinya bank syariah juga memobilisasi atau mengerahkan dana dari anggota masyarakat dan selanjutnya menggunakan dana yang berhasil dikerahkan dari setiap nasabah untuk kembali disalurkan kepada anggota masyarakat yang memerlukan pembiayaan bagi proyek atau usaha dalam bentuk kemitraan berdasarkan akad-akad yang disepakati oleh kedua belah pihak.¹³

Secara Islam, konteks utama yang dimiliki oleh bank syariah adalah terdapat pada Qur'an Surah al-Maidah ayat 2 yang berbunyi:

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى
الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۖ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ



“Dan tolong menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. dan bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya. (Q.S. al-Maidah: 2)”¹⁴

Dari ayat diatas menjelaskan bahwa bank syariah semata-mata memberikan pembiayaan kepada masyarakat yang membutuhkan dengan motif sosial bertujuan untuk membantu secara kemanusiaan (bukan secara komersial).

¹³ Sutan Remy Sjahdeni, *Produk-produk dan Aspek Hukumnya* (Jakarta: Kencana, 2014), hlm. 401.

¹⁴ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta: Maktabah Al-fatih Rasyid Media, 2016), hlm. 102.

4. Promosi

a. Pengertian Promosi

Menurut M. Murshid promosi adalah “komunikasi yang persuasif, mengajak, mendesak, dan meyakinkan”.¹⁵ Sedangkan menurut Kasmir promosi adalah “kegiatan marketing mix yang terakhir dan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya”.¹⁶

Menurut Michael Ray dalam buku Morissan mendefinisikan promosi sebagai berikut:

The coordination of all seller-initiated efforts to setup of information and persuasion to sell goods and services or promote an idea. (koordinasi dari seluruh upaya yang dimulai pihak penjualan untuk membangun berbagai saluran informasi dan persuasi untuk menjual barang dan jasa atau memperkenalkan suatu gagasan).

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa promosi adalah cara yang dilakukan oleh sebuah bank atau perusahaan untuk memperkenalkan produk-produknya kepada masyarakat untuk dapat mengetahui produk-produk yang ada di bank tersebut.

b. Tujuan Promosi

Berikut ini ada beberapa tujuan promosi yang dilakukan oleh sebuah bank atau perusahaan, yaitu :

- 1) Karena ada banyak hal mengenai perusahaan yang sebaiknya diketahui oleh pihak luar.
- 2) Karena perusahaan ingin meningkatkan penjualan
- 3) Agar perusahaan dikenal sebagai perusahaan yang baik.

¹⁵ M. Murshid, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2008), hlm. 95.

¹⁶ Kasmir, *Periklanan : Komunikasi Pemasaran Terpadu* (Jakarta: Kencana, 2010), hlm.

- 4) Perusahaan mengetengahkan segi kelebihan perusahaan/ produk jasa kepada saingan.¹⁷

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa tujuan promosi adalah meningkatkan penjualan, supaya masyarakat mengetahui perusahaan tersebut dan produk-produk yang ada di dalamnya, agar dikenal sebagai perusahaan yang baik, memperbaiki kinerja pemasaran dari penjualan, untuk memberitahukan kelebihan perusahaan dengan perusahaan lain.

c. Macam-Macam Promosi

Berikut ini ada beberapa macam-macam promosi yang dilakukan oleh sebuah perusahaan atau bank untuk memperkenalkan produknya kepada nasabah atau konsumennya yaitu sebagai berikut:

- 1) Iklan adalah sarana promosi yang digunakan oleh bank guna menginformasikan, menarik, dan mempengaruhi calon nasabah.
- 2) Promosi penjualan adalah promosi lewat iklan, promosi lainnya dapat dilakukan melalui promosi penjualan atau sale promosi. Tujuan promosi penjualan adalah untuk meningkatkan penjualan atau untuk meningkatkan jumlah nasabah untuk segera membeli setiap produk atau jasa yang ditawarkan.
- 3) Publisitas adalah kegiatan promosi untuk memancing nasabah melalui kegiatan seperti pameran, bakti sosial, perlombaan cerdas cermat, kuis serta kegiatan lainnya melalui berbagai media.

¹⁷ M. Murshid, *Loc. Cit.*

- 4) Penjualan pribadi (personal selling) adalah penjualan yang secara umum dilakukan oleh seluruh pegawai bank, mulai dari cleaning service, satpam hingga pejabat bank.¹⁸

d. Konsep Promosi

Promosi merupakan cara untuk memberitahukan kepada masyarakat, artinya keputusan terakhir setiap lembaga keuangan harus mempromosikan produk seluas mungkin kepada calon nasabah. Tanpa promosi jangan nasabah dapat mengenal suatu lembaga oleh karena itu promosi merupakan sarana paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabah. Salah satu tujuan promosi adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah baru.¹⁹

Untuk menggunakan promosi melalui iklan perlu menggunakan sarana media, penggunaan sarana media ini dilakukan dengan berbagai pertimbangan. Adapun pertimbangan penggunaan media yang dipakai untuk pemasangan iklan adalah sebagai berikut:

- 1) Jangkauan media yang akan digunakan termasuk jumlah yang akan diterbitkan.
- 2) Sarana atau konsumen yang dituju.
- 3) Biaya yang akan dikeluarkan, biaya untuk pemasangan iklan di media yang akan dituju.

Keunggulan promosi melalui iklan antara lain:

¹⁸ Kasmir, *Op. Cit.*, hlm. 213-215.

¹⁹ Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana Perenada Media Group, 2010), hlm. 155.

- 1) *Presentasi public* artinya, iklan menawarkan pesan yang sama kepada banyak orang.
- 2) *Pervasiveness* yaitu memungkinkan perusahaan untuk mengulang pesan berulang kali.
- 3) *Amplified expressiveness* artinya, berpeluang untuk mendramatisir produk melalui pemanfaatan suara, warna atau bentuk produk.
- 4) *Impersonality* artinya, konsumen atau nasabah tidak wajib untuk memperhatikan dan merespon iklan sekarang.²⁰

e. Promosi dalam Perspektif Islam

Promosi dalam islam adalah suatu aktivitas yang dilakukan oleh produsen baik secara langsung ataupun tidak langsung untuk memperkenalkan produknya kepada konsumen melalui beragam media dengan tujuan meningkatkan permintaan atas produknya. Sedangkan dalam pandangan islam disebutkan bahwa, dalam pasar syariah, bisnis yang disertai keikhlasan semata-mata untuk mencari keridaan Allah maka seluruh bentuk transaksinya Insya Allah menjadi ibadah di hadapan Allah SWT. Keefektifan dari sarana promosi yang dilakukan tergantung dari media promosi yang digunakan dan jenis produk yang dipasarkan sebagaimana firman Allah yang menggambarkan golongan kaum muslimin yang beruntung, dijelaskan pada Al-qur'an Surah an-Nisa Ayat 29:

²⁰ Muhammad Isa, *Manajemen Pemasaran Bank Diktat*: (IAIN Padangsidimpuan, 2018), hlm. 50-51.

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ
 بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن
 تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ
 بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

“Hai Orang-orang yang beriman janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil (tidak benar). Kecuali dalam perdagangan yang berlaku antara dasar suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh. (Q.S. an-Nisa: 29)”.²¹

5. Hubungan Lokasi terhadap Minat Masyarakat

Menurut Sriyadi lokasi adalah “tempat atau kedudukan secara fisik yang mempunyai fungsi strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan badan usaha”.²² Jadi dapat ditarik kesimpulan semakin strategis lokasi bank syariah maka akan dapat menarik masyarakat dalam menggunakan jasa perbankan syariah.

Menurut Muliyani Amaliah dalam penelitiannya “terdapat pengaruh secara parsial bahwa lokasi mempengaruhi minat santri memilih produk bank syariah”.²³ Menurut Nur Aisyah Harahap dalam penelitiannya “secara parsial terdapat pengaruh lokasi terhadap minat nasabah BPRS Oloan Ummah Sidimpunan, dimana terdapat 5,4% lokasi mempengaruhi keputusan

²¹ Departemen Agama RI, *Op. Cit.*, hlm. 83.

²² Sriyadi, *Loc. Cit.*

²³ Muliyani Amaliah, “Pengaruh Pengetahuan Santri, Lokasi, dan Religiusitas dalam Memilih Produk Bank Syariah” (Skripsi, IAIN Padangsidimpunan, 2018), hlm. 88.

nasabah dalam menabung”.²⁴ Adapun Menurut Yopi Suganda dalam penelitiannya “Terdapat pengaruh positif dan signifikan bahwa lokasi mempengaruhi keputusan nasabah, hal ini menunjukkan lokasi bank strategis dan mudah dijangkau mempengaruhi peningkatan keputusan nasabah”.²⁵

Dari beberapa uraian diatas tentang keterkaitan maupun pengaruh lokasi terhadap minat nasabah adalah, lokasi sangat berperan signifikan bagi badan usaha, lokasi juga merupakan kunci awal sukses dari suatu badan usaha. Hubungan lokasi terhadap keputusan pembelian/menabung memiliki pengaruh terhadap keputusan menjadi konsumen di mana lokasi yang tepat, sebuah perusahaan akan lebih sukses dibandingkan perusahaan lainnya yang berlokasi kurang strategis, meskipun keduanya menjual produk yang sama. Lokasi merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi dalam hal ini berhubungan dengan hal penyampaian jasa kepada anggota dan dimana lokasi yang strategis, memiliki akses yang mudah, berada di pinggir jalan raya maka minat membeli kembali terhadap perusahaan tersebut akan meningkat.

6. Hubungan Pengetahuan Produk terhadap Minat Masyarakat

Menurut Nitisusastro pengetahuan konsumen adalah “pengetahuan mengenai nama produk, manfaat produk, untuk kelompok mana

²⁴ Nur Aisyah Harahap, “Pengaruh Administrasi dan Lokasi Terhadap Minat Nasabah Menabung di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah” (Skripsi, IAIN Padangsidempuan, 2015), hlm. 58.

²⁵ Yopi Suganda, “ Pengaruh Lokasi Bank dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan IB Muamalat Indonesia Tbk. Kcp. Panyabungan” (Skripsi, IAIN Padangsidempuan, 2017), hlm. 92.

diperuntukkan, berapa harganya dan dimana produk tersebut diperoleh”.²⁶ Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat ditarik kesimpulan apabila konsumen mengetahui nama produk, manfaat produk, harga produk, dan bagaimana memperoleh produk tersebut akan mendorong minat masyarakat untuk menggunakan produk-produk perbankan syariah.

Menurut Mulyani Amaliyah dalam penelitiannya “Terdapat pengaruh secara parsial bahwa pengetahuan mempunyai pengaruh terhadap minat santri memilih produk bank syariah”.²⁷ Menurut Nurul Saraswati dalam penelitiannya, “Terdapat pengaruh positif secara parsial bahwa pengetahuan masyarakat berpengaruh terhadap pengambilan keputusan menjadi nasabah perbankan”.²⁸ Menurut Faisal dalam penelitiannya “Menyatakan bahwa pengetahuan, berpengaruh positif secara parsial terhadap minat mahasiswa menggunakan bank syariah”.²⁹

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa pengetahuan produk mempunyai pengaruh terhadap minat masyarakat untuk menjadi nasabah, semakin baik pengetahuan masyarakat tentang produk yang ditawarkan oleh sebuah bank tersebut akan semakin meningkatkan minat masyarakat, sehingga masyarakat berminat untuk menjadi nasabah di bank tersebut.

7. Hubungan Promosi terhadap Minat Masyarakat

Menurut kasmir promosi adalah “kegiatan marketing mix yang terakhir dan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan

²⁶ Mulyadi Nitisusastro, *Loc. Cit.*

²⁷ Mulyani Amaliyah, *Loc. Cit.*

²⁸ Nurul Saraswati, “Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Muamalat KCP Magelang” (Skripsi, UIN Walisongo Semarang, 2016). hlm. 61.

²⁹ Faisal, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa untuk Menjadi Nasabah di Bank Syariah” (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2005), hlm. 16.

nasabahnya”.³⁰ Dari penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa semakin baik promosi yang dilakukan oleh bank syariah maka akan semakin menarik minat masyarakat dalam menggunakan jasa perbankan syariah.

Hasil penelitian Zulpia dalam penelitiannya menyatakan bahwa “Adanya hubungan yang berbanding lurus ataupun positif antara promosi terhadap minat nasabah dana talang haji di PT. Bank Sumut Cabang Syariah di Padangsidempuan”.³¹ Hasil Penelitian Nur Sopa Rambe menyatakan “promosi berpengaruh positif secara parsial dalam mempengaruhi minat masyarakat menjadi nasabah di pegadaian syariah”³² Dede Julianti mengatakan dalam penelitiannya “Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara promosi terhadap minat pedagang pasar ucok kodok untuk menjadi nasabah pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan”.³³

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa promosi mempunyai pengaruh terhadap minat masyarakat untuk menjadi nasabah, semakin baik promosi yang dilakukan oleh sebuah bank tersebut akan semakin dikenal oleh masyarakat, sehingga masyarakat berminat untuk menjadi nasabah di bank tersebut. Oleh karena itu masyarakat perlu diberitahukan kehadiran produk terbaru berikut manfaat, harga, dimana bisa diperoleh, dan kelebihan-kelebihannya, dibanding dengan produk pesaing. Agar produk laku dijual ke masyarakat, oleh karena itu masyarakat perlu diberitahukan

³⁰ Kasmir, *Loc. Cit.*

³¹ Zulpia, “Pengaruh Promosi terhadap Minat Nasabah Dana Talang Haji pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan” (Skripsi, IAIN Padangsidempuan, 2015).

³² Nur Sopa Rambe, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Desa Sitaratoit kec. Angkola Barat, Kab, Tapanuli Selatan untuk Menjadi Nasabah di Pegadaian Syariah” (Skripsi, IAIN Padangsidempuan, 2015), hlm. 76.

³³ Dede Julianti, “Pengaruh Promosi Terhadap Minat Pedagang Pasar Raya Ucok Kodok menggunakan produk gadai emas syariah di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan”. (Skripsi, IAIN Padangsidempuan, 2016), hlm. 73.

kehadiran produk terbaru berikut manfaat, harga, dimana bisa diperoleh, dan kelebihan-kelebihannya, dibanding dengan produk pesaing. Cara untuk memberitahukan kepada masyarakat adalah melalui sarana promosi. Artinya, keputusan terakhir bank harus mempromosikan produk tersebut seluas mungkin dari nasabah.³⁴

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian-penelitian sebelumnya yang relevan dan menjadi rujukan bagi landasan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, maka penelitian ini menggunakan acuan penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya, dapat dilihat pada tabel 2.1 berikut:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

NO	Nama dan Judul Penelitian	Variabel	Hasil
1.	Dede Julianti (2016) Pengaruh promosi terhadap minat pedagang pasar raya ucok kodok menggunakan produk gadai emas di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan. (Skripsi).	(X1) Faktor promosi, (Y) Minat pedagang menggunakan produk gadai emas.	Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara promosi terhadap minat pedagang pasar ucok kodok untuk menjadi nasabah pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.
2.	Faisal (2005) Faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa untuk menjadi nasabah di Bank Syariah. (Skripsi).	(X1) Faktor religius, (X2) faktor fasilitas, (X3) faktor pengetahuan (X4) faktor promosi, (Y) Minat nasabah	Faktor pengetahuan dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa untuk menjadi nasabah di bank syariah.

³⁴ Kasmir, *Pemasaran Bank, Loc. Cit.*

3.	Nurul Saraswati (2016) Pengaruh pengetahuan masyarakat terhadap minat menjadi nasabah Bank Muamalat Kcp. Magelang. (Skripsi).	(X1) Pengetahuan masyarakat (Y) Minat menjadi nasabah.	Terdapat pengaruh positif dan signifikan bahwa pengetahuan masyarakat mempunyai pengaruh terhadap pengambilan keputusan menjadi nasabah perbankan.
4.	Nur Sopa Rambe (2016) Faktor-Faktor yang mempengaruhi minat masyarakat Desa Sitaratoit Kec. Angkola Barat, kab. Tapanuli selatan untuk menjadi nasabah di Pegadaian Syariah. (Skripsi).	(X1) Faktor Pribadi, (X2) Faktor Sosial, (X3) Faktor Promosi, (Y) Minat menjadi nasabah.	Terdapat pengaruh faktor pribadi, faktor sosial, dan faktor promosi, yang signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah di bank syariah.
5.	Muliyani Amaliah (2018) Pengaruh pengetahuan santri, religiusitas, dan lokasi, terhadap minat memilih produk Bank Syariah. (Skripsi).	(X1) Pengetahuan (X2) Religiusitas (X3) Lokasi (Y)Minat memilih produk bank syariah	Secara parsial variabel pengetahuan dan lokasi berpengaruh terhadap minat dan variabel religiusitas tidak berpengaruh. Secara simultan variabel independen berpengaruh positif terhadap minat memilih produk bank syariah.
6.	Zulpia (2015) Pengaruh promosi terhadap minat nasabah talang haji pada PT. Bank Sumut Syariah Padangsidempuan. (Skripsi).	(X1) Promosi (Y) Minat nasabah talang haji	Adanya hubungan yang kuat antara promosi terhadap minat nasabah, dimana terdapat hubungan yang berbanding lurus atau positif.
7.	Faiq Rizaqi (2017) Pengaruh pengetahuan produk, promosi, lokasi, religiusitas, dan pendapatan terhadap minat menabung di	(X1) Pengetahuan produk (X2) Promosi (X3) Lokasi (X4) Religiusitas (X5) Pendapatan (Y)Minat	Hasil uji regresi menjelaskan bahwa secara simultan terdapat pengaruh signifikan antara variabel pengetahuan produk, promosi, lokasi,

	Perbankan Syariah. (Skripsi).	menabung	religiusitas, dan pendapatan terhadap minat menabung.
--	----------------------------------	----------	---

Berdasarkan tabel 2.1 di atas terdapat persamaan dan perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu, yaitu:

1. Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dede Julianti yaitu sama-sama menggunakan faktor promosi sebagai variabel bebas. Sedangkan perbedaannya terletak pada variabel terikatnya yaitu minat pedagang menggunakan produk gadai emas pada Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidempuan. Kemudian pada teknik analisis data menggunakan uji linearitas, analisis regresi linear sederhana, analisis koefisien determinasi, dan uji t.
2. Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Faisal yaitu sama-sama menggunakan faktor promosi dan faktor pengetahuan sebagai variabel bebas. Dan pada analisis data sama-sama menggunakan uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, analisis koefisien determinasi, uji t, dan uji f. Sedangkan perbedaan yang terdapat pada variabel bebasnya yaitu faktor religius dan faktor fasilitas serta pada variabel terikat yaitu minat mahasiswa menjadi nasabah di bank syariah.
3. Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nurul Saraswati yaitu sama-sama menggunakan faktor pengetahuan sebagai variabel bebas dan variabel terikat yaitu minat menjadi nasabah. Sedangkan perbedaannya terdapat pada lokasi penelitiannya yaitu pada Bank Muamalat Kcp. Magelang. Kemudian pada teknik analisis data

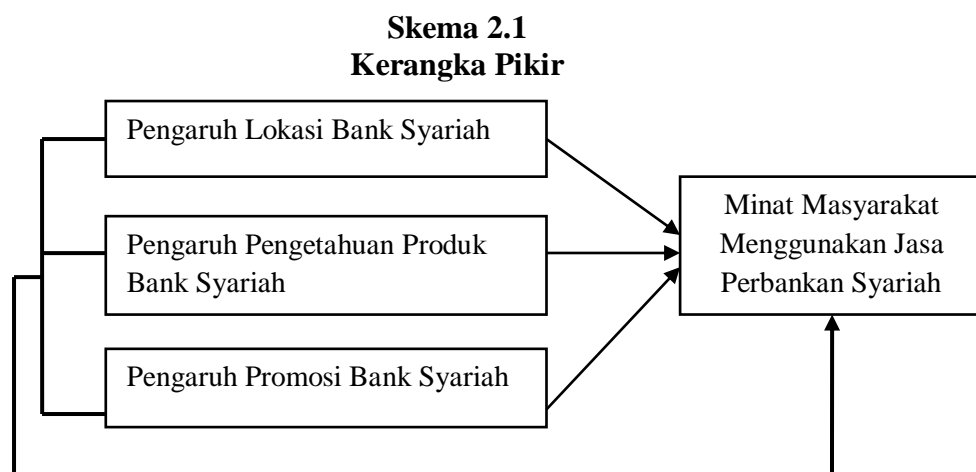
menggunakan uji linearitas, analisis regresi linear sederhana, analisis koefisien determinasi, dan uji t.

4. Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nur Sopa Rambe yaitu sama-sama menggunakan faktor promosi sebagai variabel bebas dan variabel terikat yaitu minat masyarakat. Dan pada analisis data sama-sama menggunakan uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, analisis koefisien determinasi, uji t, dan uji f. Sedangkan perbedaannya terdapat pada variabel bebas yaitu menggunakan faktor pribadi dan faktor sosial dan lokasi penelitiannya yaitu pada Desa Sitaratoit.
5. Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mulyani Amaliyah yaitu sama-sama menggunakan faktor pengetahuan dan lokasi sebagai variabel bebas. Dan pada analisis data sama-sama menggunakan uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, analisis koefisien determinasi, uji t, dan uji f. Sedangkan perbedaannya terdapat pada variabel terikat yaitu minat santri memilih produk bank syariah dan variabel bebas yaitu religiositas.
6. Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Zulpia yaitu sama-sama menggunakan faktor promosi sebagai variabel bebas. Sedangkan perbedaannya terdapat pada variabel terikat yaitu minat nasabah talang haji di PT. Bank Sumut Syariah. Kemudian pada teknik analisis data menggunakan uji linearitas, analisis regresi linear sederhana, analisis koefisien determinasi, dan uji t.
7. Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Faiq Rizaqi yaitu sama-sama menggunakan faktor lokasi,

pengetahuan produk dan promosi sebagai variabel bebas, kemudian pada teknik analisis data menggunakan uji normalitas, analisis regresi linear berganda, analisis koefisien determinasi, uji t, dan uji F. Sedangkan perbedaannya terdapat pada variabel bebas yang juga menggunakan religiusitas dan pendapatan, untuk variabel terikat yaitu minat menabung santri pondok pesantren *Al- munawwir* di perbankan syariah.

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir adalah model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.³⁵ Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka kerangka pikir dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.



Pada skema 1 dapat dilihat bahwa variabel lokasi secara parsial mengarah kepada variabel minat masyarakat, variabel pengetahuan produk secara parsial mengarah kepada minat masyarakat, begitu pula variabel promosi secara parsial mengarah kepada minat masyarakat, dan variabel lokasi, pengetahuan produk, dan promosi secara simultan mengarah kepada minat masyarakat.

³⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 88.

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap masalah penelitian, yang kebenarannya masih harus diuji secara empiris. Oleh karena itu rumusan masalah penelitian dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.³⁶

H₀₁: Tidak terdapat pengaruh Lokasi Bank Syariah terhadap minat masyarakat menggunakan jasa perbankan syariah di Desa Pudun Julu.

H_{a1} : Terdapat pengaruh Lokasi Bank Syariah terhadap minat masyarakat menggunakan jasa perbankan syariah di Desa Pudun Julu.

H₀₂ : Tidak terdapat pengaruh Pengetahuan Produk Bank Syariah terhadap minat masyarakat menggunakan jasa perbankan syariah di Desa Pudun Julu.

H_{a2} : Terdapat pengaruh Pengetahuan Produk Bank Syariah terhadap minat masyarakat menggunakan jasa perbankan syariah di Desa Pudun Julu.

H₀₃ : Tidak terdapat Promosi Bank Syariah terhadap minat masyarakat menggunakan jasa perbankan syariah di Desa Pudun Julu.

H_{a3} : Terdapat pengaruh Promosi Bank Syariah terhadap minat masyarakat menggunakan jasa perbankan syariah di Desa Pudun Julu.

H₀₄ : Tidak terdapat pengaruh Lokasi, Pengetahuan Produk, dan Promosi Bank Syariah secara simultan terhadap minat masyarakat menggunakan jasa perbankan syariah di Desa Pudun Julu.

³⁶ *Ibid.*, hlm. 93.

H_{a4} : Terdapat pengaruh Lokasi, Pengetahuan Produk, dan Promosi Bank Syariah secara simultan terhadap minat masyarakat menggunakan jasa perbankan syariah di Desa Pudun Julu.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa Pudun Julu Kec. Padangsidempuan Batunadua Kota Padangsidempuan. Adapun penelitian ini dilaksanakan pada bulan April sampai dengan Juni 2019.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif deskriptif. Penelitian kuantitatif adalah salah satu metode penelitian yang dipakai untuk menguji suatu teori, untuk menyajikan suatu fakta atau mendeskripsikan statistik, untuk menunjukkan hubungan antar variabel, dan ada pula yang bersifat mengembangkan konsep, mengembangkan pemahaman, atau mendeskripsikan banyak hal.¹ Sedangkan penelitian deskriptif termasuk salah satu jenis penelitian kuantitatif, penelitian ini dimaksudkan untuk mengangkat sebuah fakta, keadaan, variabel, dan fenomena-fenomena yang terjadi saat sekarang (ketika penelitian berlangsung) dan menyajikannya apa adanya.² Sesuai dengan namanya penelitian kuantitatif ialah penelitian yang menggunakan pengukuran dengan angka dan dianalisis dengan menggunakan alat bantu SPSS V. 23.

¹ M. Subana dan Sudrajat, *Dasar-dasar Penelitian Ilmiah* (Bandung: Pustaka Setia, 2011), hlm. 25.

² *Ibid.*, hlm. 26.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono “populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristiknya tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan”.³ Populasi penelitian ini adalah seluruh masyarakat Desa Pudun Julu Kec. Padangsidimpuan Batunadua pada tahun 2019 yaitu sebanyak 283 jiwa.⁴

2. Sampel

Menurut Sugiyono “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut”.⁵ Sedangkan menurut Suharsimi Arikunto “Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi”.⁶ Maka dapat disimpulkan sampel adalah bagian dari populasi atau wakil dari populasi yang diteliti. Dalam pengambilan sampel ini jumlah anggota sampel yang paling tepat digunakan dalam penelitian tergantung pada tingkat ketelitian atau kesalahan yang dikehendaki. Tingkat ketelitian/kepercayaan yang dikehendaki sering tergantung pada sumber dana, waktu dan tenaga yang tersedia. Sugiyono dalam bukunya mengatakan tingkat kesalahan yang diperbolehkan ialah 1%, 5%, dan 10%.⁷ Jadi penelitian ini menggunakan taraf signifikansi sebesar 5% atau (0,05), berdasarkan sumber dana, waktu dan tenaga yang dimiliki peneliti.

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 115.

⁴ Buku Induk Kependudukan Desa Pudun Julu.

⁵ Sugiyono, *Op. Cit.*, hlm. 116.

⁶ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), hlm. 174.

⁷ Sugiyono, *Op. Cit.*, hlm. 124.

Untuk mengetahui sampel yang akan diteliti pada penelitian ini maka peneliti menggunakan rumus atau metode Slovin, yaitu:

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

$$n = \frac{283}{1 + 283(0,05^2)} = 165.73$$

Jadi sampel pada penelitian ini adalah sebanyak 165.73 responden dan di genapkan menjadi 166 responden dari 283 populasi.

Dimana :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = kesalahan yang diterima 5% (0,05)

Adapun alasan peneliti menggunakan rumus Slovin ialah, peneliti dapat memilih sendiri tingkat akurasi untuk penelitiannya. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini, maka teknik yang digunakan adalah *Purposive Sample* yaitu dengan cara mengambil subjek bukan didasarkan atas strata, random atau daerah tetapi didasarkan atas tujuan tertentu. Pengambilan sampel ini didasarkan atas ciri-ciri, sifat-sifat, atau karakteristik tertentu. Subjek yang diambil sebagai sampel benar-benar merupakan subjek yang paling banyak mengandung ciri-ciri yang terdapat pada populasi. Dan penentuan karakteristik populasi dilakukan dengan cermat.⁸ Adapun karakteristik sampel pada penelitian ini adalah:

⁸ *Ibid.*, hlm.183.

- a. Usia responden yaitu 18-60 tahun
- b. Status pekerjaan tetap (PNS, Pedagang, Petani, Wiraswasta, Karyawan).
- c. Beragama Islam

D. Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan data agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah olehnya.⁹ Instrumen pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini, yaitu:

1. Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan atau data untuk tujuan pengumpulan data awal penelitian, untuk memperoleh informasi dan data terkait variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini, yaitu dengan mengadakan tanya jawab baik secara langsung maupun tidak langsung bertatap muka dengan responden.¹⁰ Adapun responden yang dimaksud adalah masyarakat Desa Pudun Julu Kec. Padangsidempuan Batunadua.

2. Angket/Kuesioner

Angket/kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.¹¹ Angket dapat bersifat terbuka jika jawaban tidak ditentukan sebelumnya, sedangkan bersifat tertutup jika alternatif-alternatif jawaban telah disediakan oleh peneliti. Angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket tertutup. Skala pengukurannya adalah skala

⁹ Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian* (Rineka Cipta: Jakarta, 2003), hlm. 134.

¹⁰ Sugiyono, *Op. Cit.*, hlm. 194.

¹¹ *Ibid.*, hlm. 199.

likert, sebagai skala pengukuran sikap yang dibuat dalam bentuk *checklist*. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.¹² Adapun skor yang ditetapkan pada angket ini adalah:

Tabel 3.1
Skor Atas Jawaban Responden

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

Angket dalam penelitian ini yaitu angket tentang lokasi, pengetahuan produk, dan promosi perbankan syariah yang disebarkan kepada masyarakat Desa Pudun Julu. Adapun kisi-kisi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2
Kisi-Kisi Angket tentang Minat Masyarakat Menjadi Nasabah di Bank Syariah

Variabel	Indikator	Nomor Pernyataan
Faktor lokasi (X1)	1. Strategis 2. Keamanan 3. Kenyamanan 4. Luas 5. Fasilitas pendukung	1, 2 3, 4 5, 6 7, 8 9, 10
Faktor pengetahuan produk (X2)	1. Pengetahuan atribut produk 2. Pengetahuan manfaat produk 3. Pengetahuan kepuasan produk	1, 2 3, 4, 5 6, 7, 8, 9, 10
Faktor Promosi (X3)	1. Promosi penjualan 2. Periklanan 3. Penjualan pribadi	1, 2, 3 4, 5, 6 7, 8

¹² *Ibid.*, hlm. 133.

	4. Publisitas	9, 10
Minat Masyarakat Menjadi Nasabah di Bank Syariah (Y)	1. Perhatian dan kesadaran 2. Perasaan senang 3. Sikap 4. Motivasi	1, 2 3, 4 5, 6, 7, 8, 9, 10

E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner yang harus dibuang karena dianggap tidak relevan. Validitas adalah suatu indeks yang menunjukkan alat ukur tersebut benar-benar mengukur apa yang ingin diukur.¹³ Uji validitas yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan dilakukan uji signifikan koefisien korelasi pada taraf signifikan 0.05 artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total. Pengujian validitas instrumen ini dilakukan pada responden dengan menggunakan SPSS versi 23.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan valid. Uji ini dinyatakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk, suatu kuesioner dinyatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.¹⁴ Kriteria dalam pengujian reliabilitas yaitu apabila *cronbach alpha* > 0,60 maka variabel dinyatakan reliabel sedangkan apabila *cronbach alpha* < 0,60 maka variabel dikatakan tidak reliabel. Hal ini

¹³ Sugiyono, *Op. Cit.*, hlm. 172.

¹⁴ Sugiyono, *Loc., Cit.*

dimaksudkan agar data yang diperoleh dari hasil angket bersifat valid dan reliabel sehingga hasil penelitian ini akurat.

F. Analisis Data

Analisis data diartikan sebagai upaya mengolah data menjadi informasi sehingga karakteristik atau sifat-sifat data tersebut dapat dengan mudah dipahami dan bermanfaat untuk menjawab masalah-masalah yang berkaitan dengan kegiatan penelitian. Dalam teknik analisis peneliti menggunakan SPSS v. 23. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah data yang dihasilkan dari setiap variabel yang akan dianalisis terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal.¹⁵

Uji *one sample kolmogrov* digunakan untuk mengetahui distribusi data, apakah mengikuti distribusi normal, *poisson*, *uniform*, atau *exponential*. Dalam hal ini apabila nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka data terdistribusi normal. Jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka data tidak terdistribusi normal.¹⁶ Uji normalitas residual dengan metode grafik yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik normal *P-P Plot of regression standardized residual*. Sebagai

¹⁵ Sugiyono, *Statiska Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2006), hlm. 73.

¹⁶ Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hlm. 181.

dasar pengambilan keputusannya, jika titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal maka nilai residual tersebut normal.¹⁷

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas, yaitu apakah ada hubungan yang sempurna atau hampir sempurna antara variabel-variabel independen. Sehingga sulit memisahkan pengaruh antara variabel-variabel itu secara individu terhadap variabel dependen. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya multikolinearitas. Suatu model dinyatakan bebas dari multikolinearitas adalah jika nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) lebih kecil dari 10 (VIF < 10) dan nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 (*tolerance* > 0,1).¹⁸

c. Uji Heterokedastisitas

Heterokedastisitas adalah varian residual yang tidak konstan pada regresi sehingga akurasi hasil prediksi menjadi diragukan. Heteroskedastisitas dapat diartikan sebagai ketidaksamaan variasi variabel pada semua pengamatan, dan kesalahan yang terjadi memperlihatkan hubungan yang sistematis sesuai dengan besarnya atau lebih variabel bebas sehingga kesalahan tersebut tidak *random* (acak). Suatu regresi dikatakan terdeteksi heteroskedstisitas apabila diagram *pancar residual* membentuk pola tertentu.¹⁹

¹⁷ *Ibid.*, hlm. 182.

¹⁸ *Ibid.*, hlm. 178.

¹⁹ *Ibid.*, hlm. 179.

Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Dengan kriteria pengambilan keputusan yaitu:

Sig > 0,05 artinya tidak terkena heteroskedastisitas.

Sig < 0,05 artinya data terkena heteroskedastisitas.

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah analisis untuk mengukur besarnya pengaruh antara dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen dan memprediksi variabel dependen dengan menggunakan variabel independen. Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel *independent* dengan variabel *dependent* apakah masing-masing variabel *independent* berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai Dihitung dengan menggunakan persamaan garis regresi berganda berikut.²⁰ Variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.

$$Mn = a + b_1 Lk + b_2 Pp + b_3 Pr + e$$

Keterangan:

Mn	: Minat Masyarakat (nilai yang diprediksikan)
a	: Konstanta (nilai Y apabila $X_1, X_2, X_3 = 0$)
b	: Koefisien (nilai peningkatan maupun penurunan)
Lk	: Lokasi
Pp	: Pengetahuan Produk
Pr	: Promosi
e	: <i>error</i>

²⁰ Sugiyono, *Statiska Untuk Penelitian Op. Cit.*, hlm. 250.

Dalam analisis ini juga terdapat *Output Model Summary* yang menjelaskan tentang ringkasan hasil nilai korelasi berganda (R), koefisien determinasi (R Square), koefisien determinasi yang disesuaikan (*Adjusted R Square*), dan ukuran kesalahan prediksi (*Standard Error of the estimate*).

3. Analisis Koefisien Determinasi

Analisis determinasi dalam regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Koefisien ini menunjukkan seberapa besar persentase variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah diantara 0 (nol) dan 1 (satu). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai R^2 yang mendekati 1 (satu) berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Maka ketepatannya dikatakan semakin baik. Dapat dikatakan bahwa variabel independen adalah besar terhadap variabel dependen. *R-Square* digunakan apabila menggunakan analisis regresi sederhana sedangkan *Adjusted R-Square* digunakan apabila memiliki lebih dari dua variabel independen dan untuk memperoleh model regresi yang baik seharusnya menggunakan *Adjusted R Square*.²¹

4. Uji Hipotesis

a. Uji Statistik t

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Maka digunakan

²¹ Mudjarat Kuncoro, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 240.

tingkat signifikansi 0.05 setelah t_{hitung} diperoleh. Ketentuan dalam uji t adalah:

jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.²²

b. Uji statistik F

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh dari variabel secara keseluruhan terhadap variabel independen. Maka digunakan tingkat signifikansi 0.05 setelah F_{hitung} diperoleh. Ketentuan dalam uji f adalah:

jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.²³

²² Sugiyono, *Statiska Untuk Penelitian Op. Cit.*, hlm. 95.

²³ *Ibid.*, hlm. 137.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum

1. Data Demografi Kec. Padangsidimpuan Batunadua Kota Padangsidimpuan

- a. Luas Wilayah Kecamatan Padangsidimpuan Batunadua: 38,74 Km².
- b. Ketinggian di atas Permukaan Laut : 260 – 1100 Meter.
- c. Terletak Pada : Lintang Utara: 1° 21¹ - 1° 27¹ .
Bujur Timur: 99° 15¹ - 99° 19¹.
- d. Berbatasan dengan :
Sebelah Utara: Kecamatan Padangsidimpuan Angkola Julu.
Sebelah Selatan: Kecamatan Padangsidimpuan Tenggara.
Sebelah Barat: Kecamatan Padangsidimpuan Selatan .
Sebelah Timur:Kecamatan Angkola Timur Kab.Tapanuli Selatan.

2. Data Geografi dan Demografi Desa Pudun Julu

a. Data Geografi

Letak geografi Desa Pudun Julu terletak di ketinggian 260-1100 Meter di atas permukaan laut, terletak pada lintang utara 1° 37¹ - 1° 37¹ dan bujur timur 99° 30¹ - 99° 30¹. Desa Pudun Julu memiliki luas wilayah sebesar 800 M² atau 2, 07% dari luas wilayah kecamatan padangsidimpuan batunadua. Batas – batas wilayah Desa Pudun Julu antara lain:

- 1) Sebelah Utara berbatasan dengan Desa Ujung Gurap
- 2) Sebelah Selatan berbatasan dengan Desa Pudun Jae
- 3) Sebelah Timur berbatasan dengan Desa Batang Bahal
- 4) Sebelah Barat berbatasan dengan Desa Aek Tuhul¹

b. Data Demografi

Penduduk Desa Pudun Julu Kec. Padangsidempuan Batunadua menurut data penduduk tahun 2018 adalah sebanyak 228 Kepala Keluarga, dengan jumlah penduduk sebanyak 884 jiwa. Masyarakat Desa Pudun Julu memiliki berbagai macam pekerjaan diantaranya PNS, petani, karyawan, pedagang, wiraswasta, dan guru dengan pendapatan yang bervariasi mulai dari Rp. 500.000/bulan sampai dengan Rp. 5.000.000/bulan.

3. Gambaran Umum Responden

Penelitian ini berdasarkan karakteristik responden mencakup pekerjaan, pendidikan, usia dan agama. Angket di sebar pada 166 responden untuk melihat hasil dari jawaban responden terhadap pernyataan yang diberikan melalui kuesioner serta persentasenya. Selanjutnya responden berdasarkan pekerjaan di klasifikasikan menjadi 5 bagian yaitu: petani, pedagang, pegawai/karyawan, wiraswasta, dan PNS. Berdasarkan pekerjaan responden dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut:

¹ Badan pusat statistik, *Kecamatan Padangsidempuan Batunadua dalam Angka 2018*, hlm. 3.

Tabel 4.1
Kelompok Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
1.	Petani	25	15%
2.	Pedagang	4	3%
3.	Pegawai/Karyawan	9	5%
4.	Wiraswasta	115	69%
5.	PNS	13	8%
Total		166	100%

Sumber: Masyarakat Desa Pudun Julu

Berdasarkan tabel 4.1 di atas dapat diketahui bahwa mayoritas responden paling dominan adalah yang bekerja sebagai wiraswasta dengan jumlah 115 responden dengan persentase 69 persen. Sedangkan jumlah responden yang paling rendah diikuti oleh pedagang dengan persentase 3 persen. Maka dapat disimpulkan bahwa kelompok responden berdasarkan pekerjaan pada penelitian ini di dominasi oleh responden dengan pekerjaan wiraswasta dan paling rendah yaitu responden dengan pekerjaan sebagai pedagang. Sedangkan responden berdasarkan tingkat pendidikan dapat dilihat pada tabel 4.2 di bawah ini:

Tabel 4.2
Kelompok Responden Berdasarkan Pendidikan

No.	Pendidikan	Jumlah	Persentase (%)
1.	SD	50	30%
2.	SMP	46	28%
3.	SMA	55	33%
4.	Sarjana	15	9%
Total		166	100%

Sumber: Masyarakat Desa Pudun Julu

Berdasarkan tabel 4.2 di atas dapat diketahui bahwa responden untuk tingkat pendidikan paling tinggi adalah SMA dengan jumlah 55 responden atau 33 persen, sedangkan untuk tingkat pendidikan paling rendah adalah sarjana dengan jumlah 15 responden atau 9 persen. Maka

dapat ditarik kesimpulan bahwa kelompok responden pada penelitian ini di dominasi oleh responden dengan tingkat pendidikan SMA dan yang paling rendah di ikuti oleh tingkat pendidikan sarjana. Untuk responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 4.3 di bawah ini:

Tabel 4.3
Kelompok Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
1.	Laki-Laki	87	52 %
2.	Perempuan	79	48 %
Total		166	100%

Sumber: Masyarakat Desa Pudun Julu

Berdasarkan tabel 4.3 diatas dapat diketahui bahwa responden dengan jenis kelamin laki-laki berjumlah 87 responden dengan persentase 52 persen, kemudian responden dengan jenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 79 responden dengan persentase 47 persen. Maka dapat disimpulkan bahwa responden berdasarkan jenis kelamin pada penelitian ini di dominasi oleh laki-laki.

B. Hasil Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah alat yang digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas dikatakan valid apabila pernyataan kuesioner dapat diungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Dalam hal ini peneliti telah menyebarkan sebanyak 166 angket kepada 166 responden dengan tingkat signifikansi sebesar 5%. Sehingga diperoleh r_{tabel} sebesar 0.1524 berikut tabel yang menunjukkan nilai signifikansi untuk masing-masing soal.

a. Uji Validitas Variabel Lokasi

Adapun hasil dari uji validitas variabel lokasi dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut:

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Soal 1	0,598	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n=166$. Pada taraf signifikansi 0,5% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,1524$	Valid
Soal 2	0,503		Valid
Soal 3	0,551		Valid
Soal 4	0,346		Valid
Soal 5	0,613		Valid
Soal 6	0,723		Valid
Soal 7	0,691		Valid
Soal 8	0,492		Valid
Soal 9	0,628		Valid
Soal 10	0,495		Valid

Sumber: Hasil Output SPSS versi 23 (data diolah 2019)

Dari hasil uji validitas lokasi pada tabel 4.4 dapat disimpulkan bahwa item pernyataan item soal 1 sampai dengan soal 10 adalah valid. Karena kesepuluh item memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 166 - 2 = 164$ maka diperoleh r_{tabel} sebesar 0,1524. Sehingga kesepuluh item angket lokasi dinyatakan valid.

b. Uji Validitas Variabel Pengetahuan Produk

Adapun hasil dari uji validitas variabel pengetahuan produk dapat dilihat pada tabel 4.5 berikut:

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Variabel Pengetahuan Produk

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Soal 1	0,473	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n=166$. Pada taraf signifikansi 0,5%	Valid
Soal 2	0,478		Valid
Soal 3	0,448		Valid
Soal 4	0,652		Valid
Soal 5	0,575		Valid

Soal 6	0,619	sehingga diperoleh $r_{\text{tabel}} =$ 0,1524	Valid
Soal 7	0,581		Valid
Soal 8	0,509		Valid
Soal 9	0,573		Valid
Soal 10	0,543		Valid

Sumber: Hasil Output SPSS versi 23 (data diolah 2019)

Dari hasil uji validitas pengetahuan produk pada tabel 4.5 dapat disimpulkan bahwa item pernyataan item soal 1 sampai dengan soal 10 adalah valid. Karena kesepuluh item memiliki nilai $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ dengan $n = 166 - 2 = 164$ maka diperoleh r_{tabel} sebesar 0,1524. Sehingga kesepuluh item angket lokasi dinyatakan valid.

c. Uji Validitas Variabel Promosi

Adapun hasil dari uji validitas variabel promosi dapat dilihat pada tabel 4.6 berikut:

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Variabel Promosi

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Soal 1	0,475	Instrumen valid jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ dengan $n=166$. Pada taraf signifikansi 0,5% sehingga diperoleh $r_{\text{tabel}} =$ 0,1524	Valid
Soal 2	0,542		Valid
Soal 3	0,475		Valid
Soal 4	0,429		Valid
Soal 5	0,597		Valid
Soal 6	0,657		Valid
Soal 7	0,478		Valid
Soal 8	0,495		Valid
Soal 9	0,613		Valid
Soal 10	0,585		Valid

Sumber: Hasil Output SPSS versi 23 (data diolah 2019)

Dari hasil uji validitas promosi pada tabel 4.6 dapat disimpulkan bahwa item pernyataan item soal 1 sampai dengan soal 10 adalah valid. Karena kesepuluh item memiliki nilai $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ dengan $n = 166 - 2 =$

164 maka diperoleh r_{tabel} sebesar 0,1524. Sehingga kesepuluh item angket lokasi dinyatakan valid.

d. Uji Validitas Variabel Minat Masyarakat

Adapun hasil dari uji validitas variabel minat masyarakat dapat dilihat pada tabel 4.7 berikut:

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Variabel Minat Masyarakat

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Soal 1	0,627	Instrumen valid jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ dengan $n=166$. Pada taraf signifikansi 0,5% sehingga diperoleh $r_{\text{tabel}} = 0,1524$	Valid
Soal 2	0,645		Valid
Soal 3	0,657		Valid
Soal 4	0,659		Valid
Soal 5	0,623		Valid
Soal 6	0,655		Valid
Soal 7	0,577		Valid
Soal 8	0,598		Valid
Soal 9	0,575		Valid
Soal 10	0,328		Valid

Sumber: Hasil Output SPSS versi 23 (data diolah 2019)

Dari hasil uji validitas minat masyarakat pada tabel 4.7 dapat disimpulkan bahwa item pernyataan item soal 1 sampai dengan soal 10 adalah valid. Karena kesepuluh item memiliki nilai $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ dengan $n = 166-2 = 164$ maka diperoleh r_{tabel} sebesar 0,1524. Sehingga kesepuluh item angket lokasi dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu alat ukur yang menunjukkan sejauh mana alat pengukur dikatakan konsisten pada indikator atau variabel dapat dipercaya atau diandalkan. Untuk diketahui bahwa uji reliabilitas, harus dilakukan hanya pada pernyataan yang telah memiliki atau memenuhi uji validitas.

a. Uji Reliabilitas Lokasi

Adapun hasil dari uji reliabilitas variabel lokasi dapat dilihat pada tabel 4.8 berikut:

Tabel 4.8
Hasil Uji Reliabilitas Lokasi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.764	10

Sumber: Hasil Output SPSS versi 23 (data diolah 2019)

Berdasarkan tabel 4.8 *Reliability Statistic* di atas dapat dilihat bahwa variabel lokasi adalah reliabel dengan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 atau (0,764 > 0,60). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi pada penelitian ini adalah reliabel.

b. Uji Reliabilitas Pengetahuan Produk

Adapun hasil dari uji reliabilitas variabel pengetahuan produk dapat dilihat pada tabel 4.9 berikut:

Tabel 4.9
Hasil Uji Reliabilitas Pengetahuan Produk

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.726	10

Sumber: Hasil Output SPSS versi 23 (data diolah 2019)

Berdasarkan tabel 4.9 *Reliability Statistic* di atas dapat dilihat bahwa variabel pengetahuan produk adalah reliabel dengan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 atau (0,726 > 0,60). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan produk pada penelitian ini adalah reliabel

c. Uji Reliabilitas Promosi

Adapun hasil dari uji reliabilitas variabel promosi dapat dilihat pada tabel 4.10 berikut:

Tabel 4.10
Hasil Uji Reliabilitas Promosi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.720	10

Sumber: Hasil Output SPSS versi 23 (data diolah 2019)

Berdasarkan tabel 4.10 *Reliability Statistic* di atas dapat dilihat bahwa variabel promosi adalah reliabel dengan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 atau (0,720 > 0,60). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel promosi pada penelitian ini adalah reliabel.

d. Uji Reliabilitas Minat Masyarakat

Adapun hasil dari uji reliabilitas variabel minat masyarakat dapat dilihat pada tabel 4.11 berikut:

Tabel 4.11
Hasil Uji Reliabilitas Minat Masyarakat

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.796	10

Sumber: Hasil Output SPSS versi 23 (data diolah 2019)

Berdasarkan tabel 4.11 *Reliability Statistic* di atas dapat dilihat bahwa variabel minat masyarakat adalah reliabel dengan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 atau (0,796 > 0,60). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel minat masyarakat pada penelitian ini adalah reliabel.

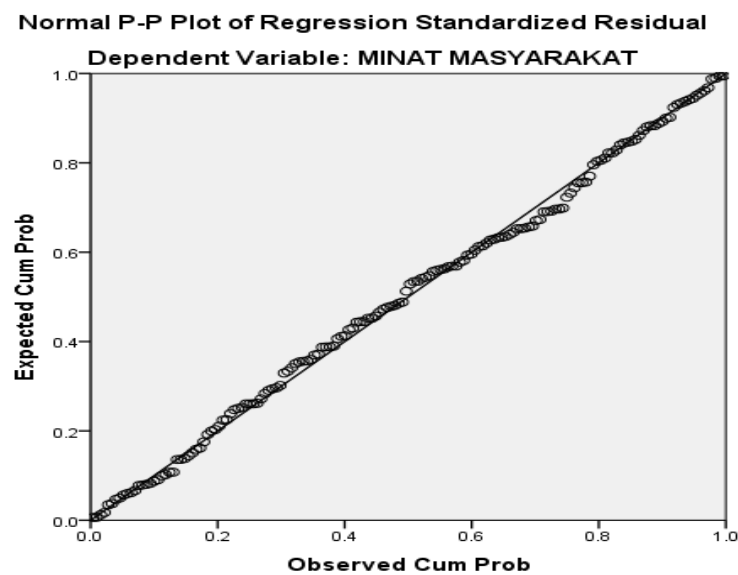
C. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah sampel yang diambil berdasarkan populasi terdistribusi normal. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah dengan melihat penyebaran data pada garis diagonal pada grafik normal *P-P Plot of regression residual*. Data terdistribusi normal apabila titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal maka nilai residual tersebut normal. Dapat dilihat pada gambar berikut ini:

Gambar 4.1
Hasil Uji Normalitas



Sumber: Hasil Output SPSS versi 23 (data diolah 2019)

Dari hasil output SPSS versi 23 uji normalitas dapat dilihat bahwa penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik normal *P-P Plot of regression standardized residual*. Data menyebar mengikuti garis

diagonal, jika titik-titik menyebar disekitar garis diagonal maka nilai residual tersebut normal. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa data variabel pada penelitian ini terdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah ada hubungan yang sempurna atau hampir sempurna antara variabel-variabel independen. Suatu model dinyatakan bebas dari multikolinearitas adalah jika nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) lebih kecil dari 10 ($VIF < 10$) dan nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 ($tolerance > 0,1$). Pengujian multikolinearitas ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 23, dapat dilihat pada tabel 4.12 berikut:

Tabel 4.12
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	18.072	4.063		4.448	.000		
LOKASI (X1)	.132	.060	.158	2.189	.030	.996	1.004
PENGETAHUAN PRODUK (X2)	.339	.067	.368	5.078	.000	.991	1.009
PROMOSI (X3)	.022	.067	.024	.329	.743	.993	1.007

Sumber: Hasil Output SPSS versi 23 (data diolah 2019)

Berdasarkan nilai diatas dapat dilihat bahwa nilai VIF lebih kecil dari 10 ($VIF < 10$) dan nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 ($tolerance > 0,1$). Dapat dilihat pada tabel 4.13 di bawah ini:

Tabel 4.13
Keterangan Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	VIF	VIF < 10	Variabel	Tolerance	tolerance > 0,1
Lokasi	1,004		Lokasi	0,996	
Pengetahuan Produk	1,009		Pengetahuan Produk	0,991	
Promosi	1,007		Promosi	0,993	

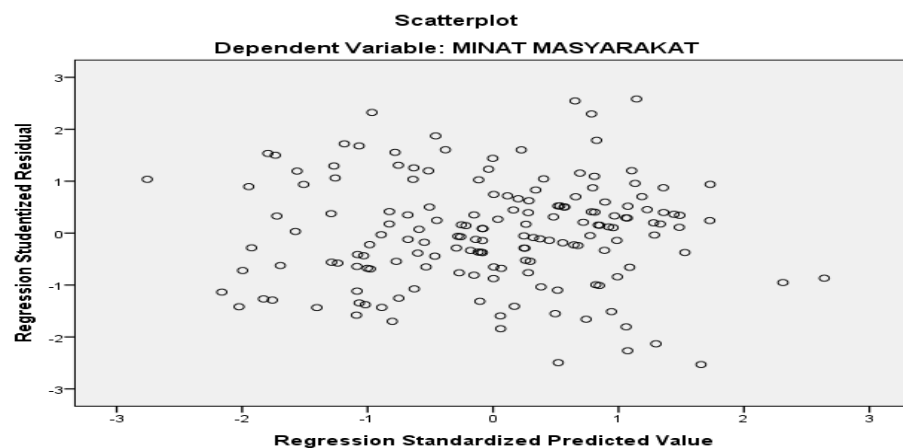
Sumber: Hasil Output SPSS versi 23 (data diolah 2019)

Pada tabel 4.13 di atas dapat dilihat bahwa nilai VIF < 10 dan nilai tolerance > 0,1 maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel lokasi, pengetahuan produk, dan promosi pada penelitian ini dinyatakan bebas dari multikolinieritas.

c. Uji Heterokedastisitas

Heterokedastisitas bertujuan untuk melihat varian residual yang tidak konstan pada regresi sehingga akurasi hasil prediksi menjadi diragukan. Suatu regresi dikatakan terdeteksi heterokedastisitas apabila diagram *pancar residual* membentuk pola tertentu, baik bergelombang, menyempit dan kemudian melebar kembali. Dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 4.2
Hasil Uji Heterokedastisitas



Sumber: Hasil Output SPSS versi 23 (data diolah 2019)

Pada gambar 4.2 diatas dapat dilihat bahwa data pada variabel tidak membentuk pola tertentu baik bergelombang, menyempit dan kemudian melebar kembali. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa data variabel pada penelitian ini bebas dari heterokedastisitas.

d. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh antara dua variabel independen atau lebih terhadap satu variabel dependen dengan menggunakan variabel independen. Dan mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai dihitung menggunakan persamaan garis regresi berganda.

Tabel 4.14
Hasil Uji Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	18.072	4.063		4.448	.000
LOKASI (X1)	.132	.060	.158	2.189	.030
PENGETAHUAN PRODUK (X2)	.339	.067	.368	5.078	.000
PROMOSI (X3)	.022	.067	.024	.329	.743

a. Dependent Variable: MINAT MASYARAKAT (Y)

Sumber: Hasil Output SPSS versi 23 (data diolah 2019)

Berdasarkan tabel 4.14 di atas dapat diketahui nilai konstanta adalah sebesar 18, 072 nilai koefisien dari variabel lokasi (X1) sebesar 0,132, nilai koefisien dari variabel pengetahuan produk (X2) sebesar

0,339, nilai koefisien dari variabel promosi sebesar 0,022. Maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$\text{Minat Masyarakat} = 18,072 + 0,132 + 0,339 + 0,022$$

Persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta sebesar 18,072 artinya apabila variabel lokasi, pengetahuan produk dan promosi nilainya 0, maka variabel minat masyarakat bernilai 18,072 persen.
- 2) Koefisien variabel lokasi sebesar 0,132 artinya jika variabel lokasi meningkat 1 persen, maka minat masyarakat akan mengalami kenaikan sebesar 0,132 persen.

$$18,072 + 0,132$$

$$= 18,204, \text{ Maka kenaikannya,}$$

$$= 18,204 \times 100\%$$

$$= 18,20 \%$$

- 3) Koefisien variabel pengetahuan produk sebesar 0,339 artinya jika variabel pengetahuan produk meningkat 1 persen, maka minat masyarakat akan mengalami kenaikan sebesar 0,339 persen.

$$18,072 + 0,339$$

$$= 18,411, \text{ Maka kenaikannya,}$$

$$= 18,411 \times 100\%$$

$$= 18,41 \%$$

- 4) Koefisien variabel promosi sebesar 0,022 artinya jika variabel promosi meningkat 1 persen, maka minat masyarakat akan mengalami kenaikan sebesar 0,022 persen.

$$\begin{aligned}
 &18,072 + 0,022 \\
 &= 18,094, \text{ Maka kenaikannya,} \\
 &= 18,094 \times 100\% \\
 &= 18,09\%
 \end{aligned}$$

2. Pengujian Hipotesis

a. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase sumbangan variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) yang menunjukkan keragaman nilai variabel independen yang bisa dijelaskan oleh variabel dependen. Berikut hasil pengolahan data koefisien determinasi (R^2):

Tabel 4.15
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.395 ^a	.156	.140	4.346

Sumber: Hasil Output SPSS versi 23 (data diolah 2019)

Hasil uji koefisien determinasi dari tabel 4.15 diperoleh nilai sebesar 0,140 artinya seluruh variabel independen mampu menjelaskan sebesar 14 persen dan hal ini dapat dikatakan sebagai hubungan yang sedang terhadap variabel dependen, sedangkan sisanya 86 persen dijelaskan oleh faktor-faktor lain seperti faktor sosial, faktor budaya, faktor marketing mix dan lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

b. Uji Parsial (Uji t)

Statistik digunakan untuk membuktikan signifikan atau tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara individual (parsial). Sebagai dasar pengambilan keputusan dapat digunakan kriteria pengujian sebagai berikut:

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti lokasi, pengetahuan produk, dan promosi secara parsial mempunyai pengaruh terhadap minat masyarakat menggunakan bank syariah.
- 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_0 ditolak. Hal ini berarti lokasi, pengetahuan produk, dan promosi secara parsial tidak mempunyai pengaruh terhadap minat masyarakat menggunakan bank syariah. Adapun hasil dari uji parsial (uji t) dapat dilihat pada tabel 4.16 berikut:

Tabel 4.16
Hasil Uji Parsial (Uji t)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	18.072	4.063		4.448	.000
LOKASI (X1)	.132	.060	.158	2.189	.030
PENGETAHUAN PRODUK (X2)	.339	.067	.368	5.078	.000
PROMOSI (X3)	.022	.067	.024	.329	.743

a. Dependent Variable: MINAT MASYARAKAT (Y)

Sumber: Hasil Output SPSS versi 23 (data diolah 2019)

Dari hasil output diatas dapat dilihat bahwa t_{hitung} untuk variabel lokasi sebesar 2,189, t_{hitung} untuk variabel pengetahuan produk sebesar 5,078, dan t_{hitung} untuk variabel promosi sebesar 0,329. Sedangkan t_{tabel}

dengan $df = n-2$ atau $166-2 = 164$ sehingga diperoleh $t_{tabel} = 1,974$.

Untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel 4.17 di bawah ini:

Tabel 4.17
Keterangan Hasil Uji parsial (uji t)

Variabel	t_{hitung}	t_{tabel}	Keterangan
Lokasi (X1)	2,189	$t_{tabel} = 1,974$ dengan (df= 164), dan tingkat signifikansi sebesar 0,05	Terdapat pengaruh
Pengetahuan Produk (X2)	5,078		Terdapat pengaruh
Promosi (X3)	0,329		Tidak terdapat pengaruh

Sumber: Hasil Output SPSS versi 23 (data diolah 2019)

Berdasarkan tabel 4.17 diatas dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan jasa perbankan syariah secara parsial. Hal ini disebabkan masyarakat Desa Pudun Julu memiliki akses jalan yang baik hingga transportasi yang memadai untuk sampai ke pusat kota. Hanya saja ATM dan fasilitas pendukung lainnya kurang dapat dijangkau oleh masyarakat. Sehingga perlu adanya penambahan fasilitas baik ATM maupun menambah agen bank syariah agar dapat meningkatkan minat masyarakat Desa Pudun Julu untuk menggunakan jasa perbankan. Semakin baik lokasi bank syariah akan semakin meningkatkan minat masyarakat dalam menggunakan jasa perbankan syariah di Desa Pudun Julu Kec. Padangsidimpuan Batunadua. Kesimpulan ini didukung oleh sriyadi yang mengemukakan bahwa lokasi adalah “Tempat atau kedudukan secara fisik yang mempunyai fungsi strategis karena ikut menentukan tercapainya tujuan badan usaha” begitu juga dengan penelitian Faiq Rizaqi dalam penelitiannya yang mengemukakan

“Lokasi berpengaruh secara parsial terhadap minat menabung santri di perbankan syariah”.

Adapun variabel pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan jasa perbankan syariah secara parsial, Hal ini disebabkan oleh tingkat pendidikan masyarakat Desa Pudun Julu di dominasi oleh SMA yang dapat dikategorikan sebagai standar pendidikan nasional. Sehingga pengetahuan masyarakat tentang bank syariah cukup luas karena diperoleh dari pembelajaran dan pengalaman yang mereka pahami. Sehingga perlu bagi bank syariah untuk dapat menyosialisasikan tentang bank syariah kepada masyarakat baik melalui acara seminar maupun ikut dalam kegiatan masyarakat. Semakin baik pengetahuan masyarakat tentang bank syariah akan semakin meningkatkan minat masyarakat dalam menggunakan jasa perbankan syariah di Desa Pudun Julu Kec. Padangsidimpuan Batunadua. Kesimpulan ini didukung oleh Nitisusastro yang mengemukakan bahwa “Pengetahuan konsumen adalah pengetahuan mengenai nama produk, manfaat produk, untuk kelompok mana diperuntukkan, berapa harganya dan dimana produk tersebut diperoleh” begitu juga dengan hasil penelitian Nurul Saraswati yang mengemukakan “Variabel pengetahuan masyarakat secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah”.

Sedangkan variabel promosi tidak mempengaruhi minat masyarakat menggunakan jasa perbankan syariah secara parsial. Hal ini

disebabkan karena tidak tersampainya pesan dan informasi yang disampaikan bank syariah melalui iklan dan promosi serta kesibukan masyarakat terhadap bidang pekerjaannya hingga tidak mengetahui promosi yang dilakukan bank syariah. Sehingga variabel promosi tidak mempengaruhi minat masyarakat menggunakan jasa perbankan syariah. Kesimpulan ini sejalan dengan hasil penelitian Faiq Rizaqi yang mengemukakan bahwa “Promosi tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat menabung santri pada perbankan syariah”. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel promosi secara parsial tidak mempengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan jasa perbankan syariah di Desa Pudun Julu Kec. Padangsidempuan Batunadua.

c. Uji Statistik F (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh dari variabel secara keseluruhan terhadap variabel dependen. Sebagai dasar pengambilan keputusan dapat digunakan kriteria pengujian sebagai berikut:

- 1) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti lokasi, pengetahuan produk, dan promosi secara simultan mempunyai pengaruh terhadap minat masyarakat menggunakan bank syariah.
- 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_0 ditolak. Hal ini berarti lokasi, pengetahuan produk, dan promosi secara simultan tidak mempunyai pengaruh terhadap minat masyarakat menggunakan bank syariah.

Tabel 4.18
Hasil Uji Statistik F (Uji F)
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	564.989	3	188.330	9.971	.000 ^b
Residual	3059.764	162	18.887		
Total	3624.753	165			

Sumber: Hasil Output SPSS versi 23 (data diolah 2019)

Dari hasil output diatas dapat dilihat bahwa F_{hitung} untuk variabel lokasi, pengetahuan produk, dan promosi sebesar 9,971. Sedangkan F_{tabel} dengan df (N1) = k-1 atau 4-1 = 3 dan df (N2) = n-k atau 166-4=162 sehingga diperoleh $F_{tabel} = 2,66$. Dari hasil pengujian uji statistik F (uji F) maka dapat disimpulkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ (9,971 > 2,66) yang berarti bahwa variabel lokasi, pengetahuan produk, dan promosi secara simultan mempengaruhi minat masyarakat menggunakan jasa perbankan syariah.

Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara lokasi, pengetahuan produk, dan promosi secara simultan terhadap minat masyarakat menggunakan jasa perbankan syariah. Hal ini disebabkan lokasi, pengetahuan produk, dan promosi sudah efektif dilakukan hanya saja perlu ditingkatkan baik dari pihak bank maupun masyarakat. Semakin baik lokasi, pengetahuan produk, dan promosi akan semakin meningkatkan minat masyarakat Desa Pudun Julu menggunakan jasa perbankan syariah. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Faiq Rizaqi yang mengemukakan bahwa “Secara simultan terdapat pengaruh signifikan antara pengaruh variabel pengetahuan

produk, promosi lokasi, religiusitas dan pendapatan terhadap minat menabung santri di perbankan syariah” .

D. Pembahasan dan Hasil Penelitian

Hasil penelitian yang peneliti uji dari judul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Masyarakat Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (studi kasus desa pudun Julu kec. padangsidempuan batunadua). Dengan jumlah sebanyak 166 responden.

1. Dari hasil penelitian di atas bahwa variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan jasa perbankan syariah secara parsial. Hal ini disebabkan masyarakat Desa Pudun Julu memiliki akses jalan yang baik hingga transportasi yang memadai untuk sampai ke pusat kota. Hal ini didukung oleh sriyadi yang mengemukakan bahwa lokasi adalah “Tempat atau kedudukan secara fisik yang mempunyai fungsi strategis karena ikut menentukan tercapainya tujuan badan usaha” begitu juga dengan penelitian Faiq Rizaqi dalam penelitiannya yang mengemukakan “Lokasi berpengaruh secara parsial terhadap minat menabung santri di perbankan syariah”.

Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa lokasi secara parsial mempengaruhi minat masyarakat Desa Pudun Julu dalam menggunakan jasa perbankan syariah. Semakin strategis lokasi perbankan syariah dengan Desa Pudun Julu akan semakin meningkatkan minat masyarakat Desa Pudun Julu menggunakan jasa perbankan syariah. Maka perlu bagi perbankan syariah untuk menambah Kcp, agen, maupun fasilitas ATM yang dekat Desa Pudun Julu.

2. Kemudian variabel pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan jasa perbankan syariah secara parsial, Hal ini disebabkan oleh tingkat pendidikan masyarakat Desa Pudun Julu di dominasi oleh SMA yang dapat dikategorikan sebagai standar pendidikan nasional. Sehingga pengetahuan masyarakat tentang bank syariah cukup luas karena diperoleh dari pembelajaran dan pengalaman yang mereka pahami. Hal ini didukung oleh Nitisusastro yang mengemukakan bahwa “Pengetahuan konsumen adalah pengetahuan mengenai nama produk, manfaat produk, untuk kelompok mana diperuntukkan, berapa harganya dan dimana produk tersebut diperoleh” begitu juga dengan hasil penelitian Nurul Saraswati yang mengemukakan “Variabel pengetahuan masyarakat secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah”.

Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Pengetahuan Produk secara parsial mempengaruhi minat masyarakat Desa Pudun Julu dalam menggunakan jasa perbankan syariah. Semakin baik Pengetahuan Produk masyarakat tentang perbankan syariah akan semakin meningkatkan minat masyarakat Desa Pudun Julu menggunakan jasa perbankan syariah. Maka perlu bagi perbankan syariah untuk dapat terus menyosialisasikan bank syariah kepada masyarakat Desa Pudun Julu.

3. Sedangkan variabel promosi tidak mempengaruhi minat masyarakat menggunakan jasa perbankan syariah secara parsial. Hal ini disebabkan karena tidak tersampainya pesan dan informasi yang disampaikan bank syariah melalui iklan dan promosi serta kesibukan masyarakat terhadap

bidang pekerjaannya hingga tidak mengetahui promosi yang dilakukan bank syariah. Sehingga variabel promosi tidak mempengaruhi minat masyarakat menggunakan jasa perbankan syariah. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Faiq Rizaqi yang mengemukakan bahwa “Promosi tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat menabung santri pada perbankan syariah”.

Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel promosi secara parsial tidak mempengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan jasa perbankan syariah di Desa Pudun Julu Kec. Padangsidempuan Batunadua

4. Secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara lokasi, pengetahuan produk, dan promosi terhadap minat masyarakat menggunakan jasa perbankan syariah. Hal ini disebabkan lokasi, pengetahuan produk, dan promosi sudah efektif dilakukan hanya saja perlu ditingkatkan baik dari pihak bank maupun masyarakat. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Faiq Rizaqi yang mengemukakan bahwa “Secara simultan terdapat pengaruh signifikan antara pengaruh variabel pengetahuan produk, promosi lokasi, religiusitas dan pendapatan terhadap minat menabung santri di perbankan syariah” .

Maka dapat disimpulkan bahwa semakin baik lokasi, pengetahuan produk, dan promosi secara bersama-sama akan semakin meningkatkan minat masyarakat Desa Pudun Julu Kec. Padangsidempuan Batunadua menggunakan jasa perbankan syariah.

E. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dengan langkah-langkah yang disusun sedemikian rupa agar memperoleh hasil sebaik mungkin. Namun untuk memperoleh hasil yang sempurna tentu sangatlah sulit, karena dalam melaksanakan penelitian ini masih terdapat beberapa keterbatasan yaitu:

1. Keterbatasan ilmu pengetahuan dan wawasan peneliti.
2. Penelitian ini hanya membahas masalah penelitian hanya pada variabel lokasi, pengetahuan poduk, dan promosi.
3. Studi kasus pada penelitian ini hanya pada Desa Pudun Julu, Kec. Padangsidempuan Batunadua.

Meskipun demikian peneliti berusaha agar keterbatasan yang dihadapi tidak mengurangi makna penelitian ini. Akhirnya dengan segala upaya kerja keras dan bantuan semua pihak akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian diatas bahwa variabel Lokasi, Pengetahuan Produk, dan Promosi memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel Minat Masyarakat Desa Pudun Julu. Maka peneliti menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Pada analisis regresi linear berganda pada tabel *Coefficient* maka regresi linear berganda dengan *constant* $M_n = 18,072$, $L_k = 0,132$, $P_p = 0,339$, $P_r = 0,022$, maka persamaan analisis regresi linear pada lokasi sebesar $0,132 + 18,072 = 18,204$ maka kenaikannya $18,204 \times 100\% = 18,20\%$. Jika nilai koefisien regresi variabel pengetahuan produk $0,339 + 18,072 =$ maka kenaikannya $18,411 \times 100\% = 18,41\%$. Jika nilai koefisien regresi promosi sebesar $0,022 + 18,072 = 18,094$ maka kenaikannya $18,094 \times 100\% = 18,09\%$.
2. Jika dilihat dari uji koefisien determinasi diketahui nilai R^2 (*Adjusted R Square*) sebesar 0,140 atau 14% yang berarti variabel lokasi, pengetahuan produk, dan promosi mempengaruhi minat masyarakat Desa Pudun Julu Kec. Padangsidempuan Batunadua menggunakan jasa perbankan syariah sebesar 14%. Sedangkan 86% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.
3. Berdasarkan hasil uji secara parsial (uji t) dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat Desa Pudun Julu Kec. Padangsidempuan Batunadua menggunakan jasa perbankan syariah dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,189 > 1,974$).

4. Kemudian berdasarkan hasil uji parsial (uji t) disimpulkan bahwa variabel pengetahuan produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat Desa Pudun Julu Kec. Padangsidempuan Batunadua menggunakan jasa perbankan syariah dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,078 > 1,974$).
5. Sedangkan hasil uji secara parsial (uji t) dapat disimpulkan bahwa variabel promosi tidak mempunyai pengaruh terhadap minat masyarakat Desa Pudun Julu Kec. Padangsidempuan Batunadua menggunakan jasa perbankan syariah dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($0,329 < 1,974$).
6. Dari hasil uji simultan (uji F) bahwa nilai diketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar 9,971 dan F_{tabel} sebesar 2,66 maka dapat disimpulkan bahwa F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($9,971 > 2,66$). Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima yang berarti terdapat pengaruh secara simultan dan signifikan antara lokasi, pengetahuan produk, dan promosi terhadap minat masyarakat Desa Pudun Julu Kec, Padangsidempuan Batunadua menggunakan jasa perbankan syariah.

B. Saran-saran

Berdasarkan hasil penelitian yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Desa Pudun Julu Kec. Padangsidempuan Batunadua), maka peneliti mengemukakan beberapa saran, yaitu:

1. Bagi penelitian selanjutnya untuk dapat meningkatkan wawasan dan kajian literatur yang lebih baik lagi sehingga bagi peneliti selanjutnya dengan penelitian yang sama akan menghasilkan penelitian yang kredibel.

2. Bagi penelitian selanjutnya untuk dapat menambah variabel yang diteliti diluar dari lokasi, pengetahuan produk, dan promosi ataupun dapat menggunakan variabel lain sebagai variabel penelitiannya.
3. Bagi penelitian selanjutnya untuk dapat meneliti pada studi kasus lainnya sehingga penelitian dengan variabel penelitian yang sama dapat berkembang untuk ke depannya.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Ahmadi Abu, *Ilmu Sosial Dasar*, Jakarta: Rineka Cipta, 2009.
- Arikunto Suharsimi, *Manajemen Penelitian*, Rineka Cipta: Jakarta, 2003.
- _____, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, 2013.
- _____, Suharsimi, *Prosedur Penelitian*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2002.
- Badan pusat statistik, *Kecamatan Padangsidimpuan Batunadua dalam Angka 2018*.
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Jakarta: Maktabah Al-fatih Rasyid Media, 2016.
- Djaali, *Psikologi Pendidikan*, Jakarta: Bumi Aksara, 2012.
- Isa Muhammad, *Manajemen Pemasaran Bank Diktat*., IAIN Padangsidimpuan, 2018.
- Kasmir dan Jakfar, *Study Kelayakan Bisnis edisi Kedua*, Jakarta: Kencana, 2010.
- Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana Perenada Media Group, 2010.
- _____, *Periklanan : Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jakarta: Kencana, 2010.
- Kotler Philip, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, (Jakarta: Salemba empat, 1999.
- Kuncoro Mudjarat, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*, Jakarta: Erlangga, 2009.
- M. Murshid, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2008.
- M. Subana dan Sudrajat, *Dasar-dasar Penelitian Ilmiah*, Bandung: Pustaka Setia, 2011.
- Nitisusastro Mulyadi, *Perilaku Konsumen dalam Prespektif Kewirausahaan*, Bandung : Alfabeta, 2012.
- Remy Sjahdeni Sutan, *Produk-produk dan Aspek Hukumnya*, Jakarta: Kencana, 2014.

Saleh, Abdul Rahman dan Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar dalam Persepektif Islam*, Jakarta: Kencana, 2004.

Soemitra Andri, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta : Kencana, 2010.

Sriyadi, *Bisnis Manajemen Perusahaan Modern*, Semarang: 1991.

Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif R&D*, Bandung: Alfabeta, 2012.

_____, *Statiska Untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta, 2006.

Sunyoto Danang, *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*, Yogyakarta: Center of Academic Publishing Service, 2015.

Rahayu Tanama Putri Budi, *Manajemen Pemasaran* Bali: Fakultas Peternakan Universitas Udayana, 2017.

Umar Husein, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013.

Sumber Skripsi:

Aisyah Harahap Nur, “Pengaruh Administrasi dan Lokasi Terhadap Minat Nasabah Menabung di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah”, Skripsi, IAIN Padangsidempuan, 2015.

Amaliah Muliyani, “Pengaruh Pengetahuan Santri, Lokasi, dan Religiusitas dalam Memilih Produk Bank Syariah”, Skripsi, IAIN Padangsidempuan, 2018.

Faisal, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa untuk Menjadi Nasabah di Bank Syariah”, Skripsi, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2005.

Julianti Dede, “Pengaruh Promosi Terhadap Minat Pedagang Pasar Raya UcoK Kodok menggunakan produk gadai emas syariah di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan”, Skripsi, IAIN Padangsidempuan, 2016.

Saraswati Nurul, “Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Muamalat KCP Magelang”, Skripsi, UIN Walisongo Semarang, 2016.

Sopa Rambe Nur, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Desa Sitaratit kec. Angkola Barat, Kab, Tapanuli Selatan untuk Menjadi Nasabah di Pegadaian Syariah”, Skripsi, IAIN Padangsidempuan, 2015.

Suganda Yopi, “ Pengaruh Lokasi Bank dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan IB Muamalat Indonesia Tbk. Kcp. Panyabungan”, Skripsi, IAIN Padangsidempuan, 2017.

Zulpia, “Pengaruh Promosi terhadap Minat Nasabah Dana Talang Haji pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan”, Skripsi, IAIN Padangsidempuan, 2015.

Sumber lain:

Buku Induk Kependudukan Desa Pudun Julu.

Hasil Wawancara dengan Bapak Rabuddin Siregar, 13 Agustus 2018.

Hasil Wawancara dengan Bapak Sumardi, 11 Agustus 2018.

Hasil Wawancara dengan Bapak Supono, 12 Agustus 2018.

Hasil Wawancara dengan Ibu Nuriati Harahap, 10 Agustus 2018.

Hasil Wawancara dengan Ibu Sari Bintang Hasibuan, 12 Agustus 2018.

Hasil Wawancara dengan Ibu Sri Indah Dewi Lestari, 13 Agustus 2018.

CURICULUM VITAE
(Daftar Riwayat Hidup)

DATA PRIBADI

Nama : Raja Zainal Abidin Harahap
Jenis Kelamin : Laki – Laki
Tempat, Tanggal Lahir : Bagan Batu, 23 Desember 1997
Kewarganegaraan : Indonesia
Agama : Islam
Alamat Lengkap : Jl. Syech Zainal Abidin Desa Pudun Julu, Kec. Padangsidempuan
Batunadua

Data Orang Tua

Nama Ayah : Parmuhunan Harahap
Pekerjaan : Wiraswasta
Nama Ibu : Alm. Duma Sari Siregar
Pekerjaan : -
Alamat Lengkap : Jl. Syech Zainal Abidin Desa Pudun Julu, Kec. Padangsidempuan
Batunadua

LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

Tahun 2004-2009 : SD Negeri 200101 Kota Padangsidempuan
Tahun 2010-2012 : SMP Negeri 10 Kota Padangsidempuan
Tahun 2013-2015 : SMK Negri 3 Kota Padangsidempuan
Tahun 2015-2019 : Program S1 Perbankan Syariah IAIN Padangsidempuan

**LEMBAR KUISIONER
ANGKET LOKASI**

Petunjuk:

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

Berilah tanda *checklist* (√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.

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

Lembaran soal terlampir.

Indikator	No. Soal	V	VR	TV
a. Strategis	1			
	2			
b. Keamanan	3			
	4			
c. Kenyamanan	5			
	6			
d. Luas	7			
	8			
e. Fasilitas pendukung	9			
	10			

Catatan:

.....
.....
.....
.....
.....
.....

Padangsidempuan, 2019
Validator

H. Ali Hardana, M. Si

LEMBAR KUISIONER
ANGKET PENGETAHUAN PRODUK

Petunjuk:

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

Berilah tanda *checklist* (√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.

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

Indikator	No. Soal	V	VR	TV
a. Pengetahuan atribut produk	1			
	2			
b. Pengetahuan manfaat produk	3			
	4			
	5			
c. Pengetahuan kepuasan produk	6			
	7			
	8			
	9			
	10			

Catatan:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Padangsidimpuan, 2019
Validator

H. Ali Hardana, M. Si

LEMBAR KUISIONER

ANGKET PROMOSI

Petunjuk:

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

Berilah tanda *checklist* (√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.

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

Indikator	No. Soal	V	VR	TV
a. Promosi penjualan	1			
	2			
	3			
b. Periklanan	4			
	5			
	6			
c. Penjualan pribadi	7			
	8			
d. Publisitas	9			
	10			

Catatan:

.....
.....
.....
.....
.....
.....

Padangsidempuan, 2019
Validator

H. Ali Hardana, M. Si

LEMBAR KUISIONER
ANGKET MINAT MASYARAKAT

Petunjuk:

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

Berilah tanda *checklist* (√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.

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

Indikator	No. Soal	V	VR	TV
a. Perhatian dan kesadaran	1			
	2			
b. Perasaan senang	3			
	4			
c. Sikap	5			
	6			
	7			
d. Motivasi	8			
	9			
	10			

Catatan:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Padangsidempuan, 2019
Validator

H. Ali Hardana, M. Si

KUESIONER PENELITIAN

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT MENGGUNAKAN JASA PERBANKAN SYARIAH (Studi Kasus Masyarakat Desa Pudun Julu Kec. Padangsidimpuan Batunadua)

Yth:

Bapak/Ibu/Sdr/i

Dengan segala kerendahan hati, penulis mohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/i untuk mengisi daftar pernyataan ini dengan sejujurnya sesuai dengan kenyataan yang ada.

Kuesioner ini dibuat untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam rangka menyusun skripsi yang merupakan syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah.

Untuk mencapai maksud tersebut, saya memohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/I untuk mengisi kuesioner ini dengan memilih jawaban yang telah disediakan.

Atas kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/i meluangkan waktu membantu saya mengisi kuesioner ini saya ucapkan terima kasih.

Padangsidimpuan, 2019
Penulis

Raja Zainal Abidin Harahap
1540100165

A. Identitas Responden

Saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/I untuk menjawab daftar pernyataan ini.

Dengan memberi tanda cekhlist (√) pada kotak yang tersedia.

No. Responden :

Nama :

Pekerjaan :

Agama :

Jenis Kelamin : Perempuan

Laki-laki

Umur : < 30 Tahun

41-50 Tahun

31- 40 Tahun

> 50 Tahun

Pendidikan Terakhir : SMP

Sarjana

SMA

Lainnya

B. Petunjuk pengisian pernyataan:

Pilihlah jawaban yang sesuai dengan pendapat anda dengan cara memberikan tanda checklist (√) pada kotak yan tersedia.

Mohon agar menjawab satu jawaban yang paling sesuai untuk setiap pernyataan yang diberikan.

Mohon kiranya Bapak/ibu/sdr/I setelah selesai mengisi kuesioner menyerahkan kembali kepada yang memberi.

Alternatif pilihan:

SS : Sangat Setuju bernilai 5

S : Setuju bernilai 4

KS : Kurang Setuju bernilai 3

TS : Tidak Setuju bernilai 2

STS : Sangat Tidak Setuju 1

1. Pernyataan Variabel X₁ Lokasi

No.	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Lokasi Bank Syariah dapat dijangkau oleh transportasi umum.					
2.	Lokasi Bank Syariah cukup strategis dan dapat berada di lokasi keramaian.					
3.	Bank Syariah memiliki teknologi transaksi yang cukup aman bagi nasabah.					

4.	Tersedianya pos-pos keamanan di sekitar gedung Bank Syariah.					
5.	Ruang kantor Bank Syariah nyaman, rapi, bersih dan tertata.					
6.	Tidak tersedianya tempat pembuangan sampah pada ruang tunggu nasabah.					
7.	Bank Syariah memiliki gedung dan lokasi parkir yang luas.					
8.	Saya tidak tertarik menabung karena perbankan syariah tidak dapat terlihat dengan jelas dari tepi jalan.					
9.	Lokasi ATM dan ketersediaan ATM Bank Syariah cukup tersedia dan mudah dijangkau.					
10.	Fasilitas <i>e-banking</i> memudahkan nasabah dalam bertransaksi keuangan di Bank Syariah.					

2. Pernyataan Variabel X₂ Pengetahuan Produk

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Atribut produk Bank Syariah cukup kreatif dan menarik.					
2.	Saya mengetahui tentang produk gadai pada Bank Syariah.					
3.	Saya mengetahui manfaat dari produk-produk bank syariah.					
4.	Prinsip jual beli yang ada pada bank syariah yaitu: <i>Murabahah, Isthisna</i> dan <i>Ijarah (Sewa)</i> .					
5.	Prinsip bagi hasil pada Bank Syariah yaitu: <i>Al-Musyarakah</i> , dan <i>Al-Mudharabah</i> .					
6.	Dengan bagi hasil akan menjamin pembagian keuntungan.					
7.	Investasi yang dilakukan Bank Syariah relatif terbatas karena hanya pada kegiatan yang halal					

	saja.					
8.	Produk tabungan yang disediakan Bank Syariah sangat bervariasi.					
9.	Biaya administrasi produk bank syariah relatif rendah bagi nasabah.					
10.	Saya kurang merasa puas dengan produk-produk yang ditawarkan Bank Syariah					

3. Pernyataan Variabel X₃ Promosi

No.	Pernyataan	Tanggapan responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Bank Syariah memberikan promosi secara aktif melalui berbagai media informasi baik secara audio, visual, maupun audio visual.					
2.	Bank Syariah memberikan sponsorship sebagai salah satu bentuk mempromosikan barang dan jasa.					
3.	Bank Syariah memberikan hadiah kepada nasabah yang sudah lama menabung.					
4.	Periklanan yang dilakukan bank syariah cukup menarik dan kreatif.					
5.	Pesan yang disampaikan iklan Bank Syariah cukup lengkap dan jelas.					
6.	Periklanan Bank Syariah cukup efektif untuk menarik masyarakat menggunakan jasa perbankan syariah.					
7.	Karyawan memberikan brosur secara langsung kepada nasabah.					
8.	Karyawan bank secara langsung memberikan informasi terkait produk dan jasa.					
9.	Bank syariah mempublikasikan produk dan jasa melalui media cetak majalah/koran.					
10.	Bank Syariah melakukan publisitas di lokasi keramaian.					

4. Pernyataan Variabel Y Minat Masyarakat

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya berminat menabung karena mengetahui produk-produk Bank Syariah.					
2.	Saya menyadari bahwa menggunakan Bank Syariah akan menghindarkan saya dari riba.					
3.	Saya berminat menggunakan Bank Syariah karena sering memberikan undian berhadiah kepada nasabah.					
4.	Pelayanan yang diberikan karyawan Bank Syariah cukup ramah dan sopan.					
5.	Saya akan terus menggunakan bank syariah di masa yang akan datang.					
6.	Saya melakukan testimoni dengan nasabah lain terhadap pengalaman saya menggunakan produk Bank Syariah.					
7.	Saya antusias terhadap produk-produk baru yang ditawarkan Bank Syariah.					
8.	Saya berminat menabung karena religiusitas yang tinggi.					
9.	Saya berminat menabung di Bank Syariah karena ada dorongan dari keluarga dan teman dekat.					
10.	Bank Syariah memiliki testimoni yang buruk dari setiap nasabahnya.					

Variabel Minat Masyarakat											
Responden	Soal										Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	3	3	4	4	4	5	4	5	4	4	40
2	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	43
3	4	4	5	4	4	5	3	4	3	4	40
4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	48
5	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5	33
6	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	43
7	5	3	3	3	3	4	3	3	3	4	34
8	3	5	3	4	5	3	3	4	3	5	38
9	5	4	3	4	4	3	4	4	4	4	39
10	5	4	4	3	4	4	4	4	4	3	39
11	4	4	3	4	3	3	2	3	2	4	32
12	5	5	3	3	5	3	3	4	3	4	38
13	5	4	3	3	3	5	5	3	5	3	39
14	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	36
15	4	4	3	3	3	5	4	3	4	4	37
16	4	5	5	5	3	3	2	2	2	4	35
17	4	4	3	3	3	2	4	4	4	5	36
18	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	37
19	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	37
20	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	32
21	4	3	4	3	2	2	2	3	2	3	28
22	2	2	2	2	2	3	4	4	3	3	27
23	4	4	4	4	3	3	3	3	2	3	33
24	4	2	2	4	4	4	4	4	3	3	34
25	5	5	5	5	3	4	4	4	4	3	42
26	3	5	5	3	4	5	5	3	5	5	43
27	3	2	3	3	3	4	3	4	3	3	31
28	3	3	3	4	4	4	2	4	4	4	35
29	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	47
30	3	5	2	5	5	5	4	4	3	3	39
31	4	4	2	4	3	5	3	4	2	5	36
32	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	40
33	5	3	4	5	4	4	4	3	3	4	39
34	2	2	2	2	3	3	3	3	3	5	28
35	4	4	4	4	4	3	3	5	5	3	39
36	5	5	4	4	3	3	3	4	4	5	40
37	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	36
38	3	3	3	3	4	2	4	3	3	5	33
39	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	36
40	3	3	3	3	2	2	1	3	4	5	29
41	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	36
42	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	36
43	3	4	4	3	4	4	3	4	5	5	39
44	5	3	5	4	3	5	4	3	4	4	40
45	4	2	4	3	4	3	4	3	2	4	33
46	3	3	4	4	3	2	4	4	1	2	30
47	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	32
48	4	5	4	4	4	4	3	3	2	4	37
49	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	31
50	3	3	3	4	3	3	3	3	3	5	33

51	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
53	3	3	3	4	3	3	2	3	2	4	30
54	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	36
55	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	27
56	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	28
57	4	4	4	3	2	4	3	3	3	4	34
58	3	3	3	3	4	3	2	4	3	4	32
59	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	34
60	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	42
61	4	3	4	3	4	5	3	5	5	5	41
62	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
63	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
64	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	36
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
66	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	38
67	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41
68	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	42
69	4	4	4	4	4	4	5	5	1	4	39
70	5	4	5	3	3	2	4	4	4	5	39
71	3	2	2	3	2	2	3	3	3	5	28
72	3	3	3	3	3	3	3	4	3	5	33
73	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	41
74	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	26
75	4	4	4	4	5	5	4	4	3	3	40
76	4	4	5	4	4	4	3	3	4	4	39
77	3	3	3	3	3	4	4	4	4	5	36
78	3	2	2	3	2	3	3	3	2	4	27
79	4	3	4	3	4	4	3	5	5	4	39
80	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	27
81	4	4	4	3	3	4	5	4	4	4	39
82	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
83	5	2	3	3	4	3	4	4	3	4	35
84	5	2	2	3	4	3	2	1	5	2	29
85	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	29
86	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
87	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	32
88	2	4	4	4	4	3	3	3	4	4	35
89	2	3	3	3	3	3	3	3	3	5	31
90	3	3	3	3	4	3	4	4	4	5	36
91	3	4	2	3	3	3	3	4	4	4	33
92	3	3	2	3	4	3	4	4	3	5	34
93	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	45
94	4	4	5	5	5	3	2	2	3	4	37
95	4	2	5	4	4	4	4	4	4	4	39
96	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	32
97	3	4	3	3	4	4	2	4	4	4	35
98	3	4	3	4	3	4	4	4	5	5	39
99	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	44
100	4	4	4	5	3	3	3	3	4	5	38
101	4	4	5	4	4	3	3	3	3	5	38
102	5	5	5	4	4	3	3	3	4	4	40
103	4	4	4	3	4	2	3	2	2	4	32

104	3	4	3	3	4	4	4	3	3	5	36
105	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	28
106	4	5	5	5	5	3	4	4	2	3	40
107	4	5	3	5	3	3	3	4	3	3	36
108	4	4	3	3	3	3	2	5	2	5	34
109	4	5	2	2	3	3	4	4	4	4	35
110	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	42
111	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	31
112	3	3	5	4	3	3	3	4	3	5	36
113	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	31
114	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	35
115	3	3	3	3	3	4	4	4	4	5	36
116	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	37
117	3	4	4	4	2	5	4	4	4	4	38
118	4	4	3	4	3	5	3	4	3	4	37
119	4	4	5	3	4	3	3	3	2	3	34
120	5	3	3	3	3	4	3	4	4	4	36
121	4	3	2	4	3	3	4	3	3	4	33
122	3	5	3	3	5	4	3	2	2	4	34
123	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	36
124	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	34
125	3	4	4	4	4	4	4	3	3	5	38
126	5	4	4	4	3	4	4	4	4	5	41
127	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	30
128	5	4	4	3	3	4	3	3	3	3	35
129	4	3	3	4	4	4	5	4	3	5	39
130	4	4	5	4	4	3	3	5	5	4	41
131	3	3	3	2	2	3	3	3	2	4	28
132	4	4	4	4	4	4	3	3	4	5	39
133	3	3	4	3	2	3	4	3	3	4	32
134	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	34
135	2	2	4	3	4	3	4	3	2	2	29
136	3	3	1	3	3	3	3	3	3	4	29
137	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	38
138	2	3	3	3	4	3	4	4	4	5	35
139	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	37
140	5	4	4	3	3	5	4	4	4	4	40
141	3	4	2	4	3	3	2	3	3	4	31
142	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	32
143	4	4	3	3	3	3	5	3	2	5	35
144	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	26
145	3	3	3	2	4	4	2	2	3	4	30
146	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	38
147	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	35
148	3	3	3	2	2	2	2	3	3	4	27
149	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
150	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	42
151	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	40
152	4	4	4	3	4	4	3	4	4	5	39
153	4	3	5	4	2	4	4	5	3	3	37
154	3	4	3	3	2	4	3	3	4	4	33
155	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	43
156	5	4	5	4	4	4	3	4	3	4	40

157	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	34
158	5	4	4	4	4	4	4	4	3	5	41
159	4	4	4	3	3	4	4	3	4	5	38
160	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	34
161	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4	39
162	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
163	2	3	2	3	2	3	3	3	2	4	27
164	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	31
165	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
166	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	38

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

40	3	3	3	3	4	3	3	3	2	4	31
41	4	4	4	4	4	2	3	2	2	4	33
42	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
43	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
44	3	5	5	5	5	3	3	2	2	3	36
45	3	5	3	5	3	3	3	4	3	3	35
46	2	2	3	2	2	3	2	5	2	3	26
47	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	45
48	5	2	2	4	2	2	5	5	2	2	31
49	3	3	2	3	2	4	4	4	4	3	32
50	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	27
51	5	4	3	4	3	4	5	4	5	3	40
52	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	43
53	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	35
54	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	37
55	5	4	5	4	2	2	4	5	1	2	34
56	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	36
57	3	3	3	3	2	2	2	3	2	4	27
58	5	4	3	3	3	4	3	3	5	5	38
59	3	5	2	4	5	2	3	4	2	5	35
60	4	4	2	4	4	3	4	3	3	4	35
61	3	4	2	5	4	3	2	4	3	5	35
62	5	5	5	3	5	4	4	4	4	4	43
63	4	4	3	3	3	2	5	3	2	5	34
64	4	3	2	3	3	3	3	3	5	3	32
65	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
66	3	4	3	2	2	2	3	3	3	4	29
67	5	5	5	5	5	5	5	3	4	3	45
68	4	3	3	5	5	4	3	4	4	4	39
69	5	3	3	3	5	4	5	5	4	2	39
70	4	3	2	4	3	3	4	3	2	2	30
71	3	5	3	3	5	5	3	2	2	5	36
72	3	4	4	4	4	4	4	3	3	5	38
73	5	4	4	3	3	4	4	3	4	5	39
74	5	4	5	4	4	3	3	5	5	4	42
75	5	5	5	5	4	5	5	4	5	2	45
76	5	2	4	5	5	5	5	5	2	5	43
77	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	34
78	3	5	4	3	1	4	4	2	4	5	35
79	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
80	3	3	4	3	2	2	2	3	2	3	27
81	3	2	4	3	4	4	5	4	3	3	35
82	4	3	5	4	2	4	4	5	3	3	37
83	5	5	4	5	2	5	5	3	2	3	39
84	3	4	3	3	4	5	4	5	2	5	38
85	5	4	5	4	3	5	5	4	3	3	41
86	4	3	3	4	2	3	3	3	2	3	30
87	3	3	4	4	3	4	3	5	4	3	36
88	4	4	2	4	4	3	5	3	3	5	37
89	5	3	3	3	3	5	3	3	5	5	38
90	3	2	4	3	3	3	2	3	2	2	27
91	5	3	3	4	5	4	3	4	5	4	40
92	3	5	2	4	5	2	3	4	2	5	35

93	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	36
94	3	3	3	3	4	4	4	3	3	2	32
95	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	38
96	3	3	3	5	3	3	2	3	2	4	31
97	3	4	3	5	5	4	4	4	4	3	39
98	4	4	5	4	4	5	4	3	3	4	40
99	5	4	5	3	3	2	5	4	4	5	40
100	4	4	4	3	4	4	4	5	5	5	42
101	4	4	4	3	5	5	5	5	5	3	43
102	3	5	2	5	5	2	3	4	2	5	36
103	4	5	4	4	3	5	4	3	4	4	40
104	4	3	3	3	3	4	4	3	3	2	32
105	4	4	5	3	5	5	5	3	5	5	44
106	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
107	4	2	4	2	2	2	4	3	2	3	28
108	5	3	4	4	3	5	5	3	5	2	39
109	3	3	2	3	2	4	4	4	4	3	32
110	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
111	4	3	5	4	2	4	5	4	2	2	35
112	5	4	4	3	3	5	5	3	5	5	42
113	3	3	4	4	3	4	3	5	4	3	36
114	4	3	3	4	2	3	3	3	2	3	30
115	5	2	4	5	5	5	5	5	2	5	43
116	4	3	2	3	3	3	3	5	4	3	33
117	4	3	5	4	2	4	5	4	2	2	35
118	5	5	5	5	4	5	5	4	5	2	45
119	5	3	3	3	5	4	5	5	4	2	39
120	3	3	3	3	4	4	4	3	3	2	32
121	5	4	4	3	3	5	5	3	5	5	42
122	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	34
123	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
124	4	3	3	3	3	4	4	3	3	2	32
125	5	2	4	5	5	5	5	5	2	5	43
126	3	2	5	3	3	3	2	3	2	2	28
127	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
128	3	5	4	3	1	4	4	2	4	5	35
129	4	4	5	3	5	5	5	3	5	5	44
130	3	4	2	5	4	3	2	4	3	5	35
131	5	2	4	5	5	5	5	5	2	5	43
132	5	3	3	3	5	4	5	5	4	2	39
133	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	36
134	4	4	5	3	5	5	5	3	5	5	44
135	5	2	4	5	5	5	5	5	2	5	43
136	5	4	5	3	3	2	5	4	4	5	40
137	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	43
138	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	36
139	3	3	3	4	3	3	2	3	2	4	30
140	4	4	4	3	5	5	5	5	5	3	43
141	4	3	2	4	4	3	2	2	5	5	34
142	3	3	3	3	4	3	3	3	2	4	31
143	3	2	4	3	3	3	2	3	2	2	27
144	3	3	2	3	2	4	4	4	4	3	32
145	5	2	4	5	5	5	5	5	2	5	43

146	4	3	3	3	3	4	4	3	3	2	32
147	5	2	4	5	5	5	5	5	2	5	43
148	3	2	4	3	3	3	2	3	2	2	27
149	4	5	4	4	3	5	4	3	4	4	40
150	3	3	3	5	3	3	2	3	2	4	31
151	5	5	5	5	3	5	4	3	5	5	45
152	3	3	3	5	3	3	2	3	2	5	32
153	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	48
154	4	3	2	5	5	3	2	2	4	5	35
155	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
156	4	4	5	3	4	4	5	5	5	5	44
157	4	2	2	4	2	2	4	4	2	2	28
158	4	4	5	3	4	4	4	3	4	4	39
159	4	2	4	5	5	5	5	5	2	5	42
160	4	5	4	4	3	5	4	3	4	4	40
161	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	48
162	3	4	2	5	4	3	2	4	3	5	35
163	4	3	3	3	3	4	4	3	3	2	32
164	4	3	3	3	3	4	4	3	3	2	32
165	3	5	2	5	5	2	3	4	2	5	36
166	5	3	4	4	3	5	5	3	5	2	39

Variabel Pengetahuan Produk											
Responden	Soal										Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	4	4	4	5	5	3	5	4	4	4	42
2	4	4	5	4	3	5	3	4	3	4	39
3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	5	38
4	5	4	4	3	3	4	4	3	4	5	39
5	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	28
6	5	3	3	3	3	4	3	3	3	3	33
7	4	3	3	4	5	5	5	4	3	5	41
8	5	4	5	4	4	3	3	5	5	4	42
9	5	2	4	5	5	5	5	5	2	5	43
10	3	3	4	3	2	2	2	3	2	3	27
11	4	3	5	4	2	4	4	5	3	3	37
12	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	26
13	5	4	5	4	4	3	3	5	5	4	42
14	5	5	5	5	4	5	5	4	5	2	45
15	5	2	4	5	5	5	5	5	2	5	43
16	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	34
17	3	5	4	3	1	4	4	2	4	5	35
18	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
19	3	3	4	3	2	2	2	3	2	3	27
20	3	2	4	3	4	4	5	4	3	3	35
21	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	42
22	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	28
23	5	5	5	3	2	3	2	4	3	2	34
24	3	3	4	3	3	4	5	4	4	2	35
25	4	3	2	3	3	3	3	3	5	3	32
26	3	3	4	5	4	4	5	4	4	5	41
27	3	4	3	2	2	2	3	3	3	4	29
28	5	5	5	5	5	5	5	3	4	3	45
29	4	3	3	5	5	4	3	4	4	4	39
30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
32	3	4	3	3	4	3	4	5	4	3	36
33	3	4	4	4	4	4	4	3	3	5	38
34	5	4	4	3	3	4	4	3	4	5	39
35	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	28
36	5	3	3	3	3	4	3	3	3	3	33
37	4	3	3	4	5	5	5	4	3	5	41
38	5	4	5	4	4	3	3	5	5	4	42
39	5	2	4	5	5	5	5	5	2	5	43
40	3	3	4	3	2	2	2	3	2	3	27
41	4	3	5	4	2	4	4	5	3	3	37
42	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	26
43	3	5	2	4	5	2	3	4	2	5	35
44	4	4	2	4	4	3	4	3	3	4	35
45	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	38
46	3	3	3	4	3	3	2	3	2	4	30
47	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	35
48	3	4	3	5	5	4	4	4	4	3	39
49	3	2	3	2	2	3	2	5	1	4	27
50	2	4	5	5	4	4	3	4	4	5	40

51	3	5	2	4	5	2	3	4	2	5	35
52	4	3	3	3	2	4	4	3	4	3	33
53	4	4	5	4	4	5	4	3	3	4	40
54	3	3	3	3	4	2	2	2	1	2	25
55	3	4	3	2	2	2	3	3	3	4	29
56	5	5	5	5	5	5	5	3	4	3	45
57	4	3	3	5	5	4	3	4	4	4	39
58	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
60	3	4	3	3	4	3	4	5	4	3	36
61	4	3	2	4	3	3	4	3	2	2	30
62	3	5	3	3	5	5	3	2	2	5	36
63	4	4	4	5	5	3	5	4	4	4	42
64	4	4	5	4	3	5	3	4	3	4	39
65	2	4	3	3	3	3	2	2	5	4	31
66	3	3	2	3	2	4	4	4	4	3	32
67	4	3	3	3	3	4	4	3	3	2	32
68	5	3	4	4	3	5	5	3	5	2	39
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
70	5	5	4	3	5	5	4	3	5	5	44
71	3	3	2	3	3	3	2	4	4	3	30
72	3	2	5	3	3	3	4	3	2	2	30
73	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
74	3	3	4	4	4	3	3	4	3	5	36
75	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	37
76	5	4	5	4	2	2	4	5	1	2	34
77	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	36
78	3	3	3	3	2	2	2	3	2	4	27
79	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	34
80	3	5	2	4	5	2	3	4	2	5	35
81	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	27
82	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	42
83	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	28
84	3	4	4	3	3	5	5	5	5	5	42
85	5	5	5	3	2	3	2	4	3	2	34
86	4	2	1	4	4	3	3	3	4	4	32
87	3	4	2	5	4	3	2	4	3	5	35
88	3	2	2	3	2	2	2	2	1	1	20
89	5	4	5	3	3	2	5	4	4	5	40
90	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	37
91	3	4	3	5	5	4	4	4	4	3	39
92	3	2	3	2	2	3	2	5	1	4	27
93	2	4	5	5	4	4	3	4	4	5	40
94	3	5	2	4	5	2	3	4	2	5	35
95	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	38
96	4	4	1	4	3	4	5	4	4	4	37
97	3	4	1	4	4	4	4	4	3	3	34
98	3	4	1	4	5	4	4	4	3	4	36
99	3	3	3	3	3	2	2	2	4	4	29
100	3	4	4	4	5	4	4	3	4	3	38
101	5	2	2	4	4	5	5	5	3	3	38
102	2	4	3	4	5	5	4	4	4	5	40
103	4	2	1	4	4	3	3	3	4	4	32

104	2	4	4	4	4	3	3	3	5	4	36
105	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	28
106	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	40
107	2	2	4	3	4	4	3	5	5	4	36
108	5	5	5	3	2	3	2	4	3	2	34
109	3	3	4	3	3	4	5	4	4	2	35
110	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	42
111	3	1	5	3	1	5	2	2	4	5	31
112	5	4	1	4	4	4	3	4	3	4	36
113	3	3	4	2	3	3	4	3	2	4	31
114	5	2	2	4	4	4	4	4	3	3	35
115	4	4	4	3	2	4	4	4	4	3	36
116	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	37
117	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	38
118	4	4	1	4	3	4	5	4	4	4	37
119	3	4	1	4	4	4	4	4	3	3	34
120	3	4	2	4	4	5	4	4	3	3	36
121	3	4	2	4	3	4	3	4	2	4	33
122	2	2	4	4	5	4	4	3	3	3	34
123	2	4	2	5	3	5	4	4	3	4	36
124	3	2	2	3	4	5	5	2	4	4	34
125	5	3	4	3	4	4	3	4	4	4	38
126	4	4	4	5	4	4	5	3	3	5	41
127	4	2	1	4	4	3	3	3	3	3	30
128	3	3	4	3	3	4	5	4	4	2	35
129	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
130	5	4	4	3	4	4	3	4	5	5	41
131	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	28
132	3	5	4	4	4	3	4	4	4	4	39
133	5	2	1	2	3	5	4	3	4	3	32
134	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	34
135	2	2	4	3	4	3	4	3	2	2	29
136	2	2	4	3	4	3	4	3	2	2	29
137	4	2	5	3	4	5	3	5	4	3	38
138	3	3	1	3	5	5	3	5	4	3	35
139	3	3	1	3	5	5	3	5	4	5	37
140	2	4	3	4	4	4	4	5	5	5	40
141	4	4	1	3	3	3	3	2	5	3	31
142	2	3	1	3	4	3	4	4	3	5	32
143	5	1	4	4	3	4	4	3	3	4	35
144	2	4	3	3	3	3	3	3	1	1	26
145	3	2	5	3	3	3	4	3	2	2	30
146	5	5	4	3	4	3	4	4	2	4	38
147	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	35
148	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	27
149	3	3	4	4	5	4	4	4	4	5	40
150	4	4	5	5	3	5	4	4	4	4	42
151	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	40
152	3	4	5	4	4	3	4	4	4	4	39
153	2	4	2	5	3	5	4	4	3	5	37
154	4	2	4	2	5	3	4	3	3	3	33
155	5	5	2	5	5	5	3	5	3	5	43
156	4	3	4	5	3	5	5	3	3	5	40

157	2	4	2	5	3	4	3	3	4	4	34
158	5	4	4	3	4	4	3	4	5	5	41
159	3	4	4	4	5	4	4	3	4	3	38
160	5	3	4	3	3	3	3	3	3	4	34
161	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
162	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
163	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	27
164	4	4	1	3	3	3	3	2	5	3	31
165	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	42
166	5	2	2	4	4	5	5	5	3	3	38

Variabel Promosi											
Responden	Soal										Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	5	5	2	5	5	5	3	5	3	5	43
2	5	5	5	3	2	4	4	4	4	3	39
3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	38
4	3	4	2	5	4	5	4	4	3	3	37
5	5	2	4	5	4	4	4	3	3	3	37
6	4	3	4	3	5	5	3	5	5	5	42
7	5	5	4	4	3	3	3	3	3	3	36
8	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	38
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
10	4	4	4	4	4	2	3	2	2	4	33
11	5	3	4	4	3	5	5	3	5	2	39
12	5	3	3	3	3	4	3	3	3	3	33
13	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	36
14	5	4	1	4	4	4	3	4	3	4	36
15	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	37
16	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	38
17	4	2	5	3	4	5	3	5	4	3	38
18	4	3	3	3	3	4	4	3	3	2	32
19	4	5	4	4	3	5	4	3	4	4	40
20	2	3	1	3	4	3	4	4	3	5	32
21	5	5	4	3	4	3	4	4	2	4	38
22	4	2	4	5	5	5	5	5	2	5	42
23	4	3	3	3	3	4	4	3	3	2	32
24	5	5	2	5	5	5	3	5	3	5	43
25	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	40
26	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	42
27	3	3	2	3	2	4	4	4	4	3	32
28	5	4	4	3	4	4	3	4	5	5	41
29	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	48
30	4	2	5	3	4	5	3	5	4	3	38
31	4	2	2	4	2	2	4	4	2	2	28
32	5	1	4	4	3	4	4	3	3	4	35
33	5	4	4	3	3	4	4	3	4	5	39
34	5	4	4	3	4	4	3	4	5	5	41
35	5	2	1	2	3	5	4	3	4	3	32
36	2	2	4	3	4	3	4	3	2	2	29
37	4	2	5	3	4	5	3	5	4	3	38
38	3	3	1	3	5	5	3	5	4	5	37
39	4	4	1	3	3	3	3	2	5	3	31
40	5	1	4	4	3	4	4	3	3	4	35
41	3	2	5	3	3	3	4	3	2	2	30
42	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	35
43	3	3	4	4	5	4	4	4	4	5	40
44	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	40
45	4	2	4	2	5	3	4	3	3	3	33
46	4	4	5	3	4	4	5	5	5	5	44
47	4	4	5	3	4	4	4	3	4	4	39
48	4	5	4	4	3	5	4	3	4	4	40
49	3	4	2	5	4	3	2	4	3	5	35
50	4	3	3	3	3	4	4	3	3	2	32

51	4	3	4	5	3	5	5	3	3	5	40
52	5	3	4	4	3	5	5	3	5	2	39
53	5	4	4	3	4	4	3	4	5	5	41
54	5	3	4	3	3	3	3	3	3	4	34
55	3	3	4	4	3	4	3	5	4	3	36
56	4	3	5	4	2	4	5	4	2	2	35
57	3	3	2	3	2	4	4	4	4	3	32
58	4	2	4	2	2	2	4	3	2	3	28
59	4	4	5	3	5	5	5	3	5	5	44
60	4	5	4	4	3	5	4	3	4	4	40
61	3	2	4	3	2	5	2	2	5	5	33
62	3	3	5	2	3	3	5	3	2	5	34
63	5	5	2	5	5	5	3	5	3	5	43
64	5	5	5	3	2	4	4	4	4	3	39
65	5	2	2	4	4	5	5	5	3	3	38
66	3	2	3	3	3	4	4	4	3	3	32
67	5	5	2	4	3	4	4	4	4	4	39
68	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	38
69	3	4	1	4	3	4	4	4	5	4	36
70	2	2	4	3	4	4	3	5	5	4	36
71	5	2	4	5	4	4	4	3	3	3	37
72	4	3	1	3	3	3	3	5	5	2	32
73	4	4	4	3	5	5	5	5	5	3	43
74	4	4	4	3	4	4	4	5	5	5	42
75	5	4	5	3	3	2	5	4	4	5	40
76	4	4	5	4	4	5	4	3	3	4	40
77	3	4	3	5	5	4	4	4	4	3	39
78	3	3	3	5	3	3	2	3	2	4	31
79	3	3	3	3	4	4	4	3	3	2	32
80	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	36
81	2	3	2	4	3	2	3	3	3	3	28
82	3	3	3	3	4	4	4	3	3	2	32
83	3	3	3	5	3	3	2	3	2	4	31
84	3	4	3	5	5	4	4	4	4	3	39
85	4	4	5	4	4	5	4	3	3	4	40
86	4	4	4	3	4	4	4	5	5	5	42
87	3	3	2	3	3	3	3	3	1	3	27
88	4	4	4	3	5	5	5	5	5	3	43
89	5	4	3	4	3	4	5	4	5	3	40
90	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	35
91	3	4	4	4	3	4	4	2	3	2	33
92	3	2	2	3	4	5	5	2	4	4	34
93	4	3	4	3	5	5	3	5	5	5	42
94	4	2	2	4	4	3	3	3	3	3	31
95	3	3	4	3	3	4	5	4	4	2	35
96	2	4	1	4	5	5	5	3	3	4	36
97	4	4	2	4	4	4	4	4	5	5	40
98	3	2	2	3	2	2	2	2	1	1	20
99	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	37
100	3	4	3	5	5	4	4	4	4	3	39
101	5	4	4	3	4	4	3	4	4	4	39
102	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	28
103	3	2	3	2	2	3	2	5	1	4	27

104	2	4	5	5	4	4	3	4	4	5	40
105	3	5	2	4	5	2	3	4	2	5	35
106	4	4	5	4	4	5	4	3	3	4	40
107	3	3	3	3	4	2	2	2	1	2	25
108	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	40
109	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
110	2	2	3	2	2	3	2	5	2	3	26
111	5	2	2	2	3	5	4	3	4	3	33
112	5	5	4	4	3	3	3	3	3	3	36
113	2	2	4	3	4	3	4	3	2	2	29
114	3	3	1	3	5	5	3	4	4	5	36
115	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
116	2	4	3	4	5	5	4	4	4	5	40
117	3	4	2	4	4	3	4	3	4	2	33
118	4	4	1	3	3	3	3	2	4	3	30
119	2	3	1	3	4	3	4	4	3	5	32
120	4	2	4	4	3	5	4	3	3	5	37
121	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	45
122	5	2	2	4	2	2	5	5	2	2	31
123	2	4	3	3	3	3	2	2	5	4	31
124	3	3	2	3	2	4	4	4	4	3	32
125	4	3	3	3	3	4	4	3	3	2	32
126	5	3	4	4	3	5	5	3	5	2	39
127	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
128	5	5	4	3	5	5	4	3	5	5	44
129	3	3	2	3	3	3	2	4	4	3	30
130	3	2	5	3	3	3	4	3	2	2	30
131	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
132	3	3	4	4	4	3	3	4	3	5	36
133	3	4	3	3	3	3	3	3	2	4	31
134	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
135	5	5	2	5	2	4	4	4	2	4	37
136	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	27
137	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	42
138	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	28
139	3	4	4	3	3	5	5	5	5	5	42
140	5	5	5	3	2	3	2	4	3	2	34
141	4	2	1	4	4	3	3	3	4	4	32
142	3	4	2	5	4	3	2	4	3	5	35
143	4	4	3	3	3	2	5	3	2	5	34
144	3	4	4	4	4	4	5	4	5	5	42
145	4	3	2	3	3	3	3	3	5	3	32
146	3	3	4	5	4	4	5	4	4	5	41
147	3	4	3	2	2	2	3	3	3	4	29
148	5	5	5	5	5	5	5	3	4	3	45
149	4	3	3	5	5	4	3	4	4	4	39
150	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
151	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
152	3	4	3	3	4	3	4	5	4	3	36
153	4	3	2	4	3	3	4	3	2	2	30
154	3	5	3	3	5	5	3	2	2	5	36
155	4	4	4	5	5	3	5	4	4	4	42
156	4	4	5	4	3	5	3	4	3	4	39

157	3	4	4	4	4	4	4	3	3	5	38
158	5	4	4	3	3	4	4	3	4	5	39
159	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	28
160	5	3	3	3	3	4	3	3	3	3	33
161	4	3	3	4	5	5	5	4	3	5	41
162	5	4	5	4	4	3	3	5	5	4	42
163	5	2	4	5	5	5	5	5	2	5	43
164	3	3	4	3	2	2	2	3	2	3	27
165	4	3	5	4	2	4	4	5	3	3	37
166	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	26

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

Tabel r untuk df = 51 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
101	0.1630	0.1937	0.2290	0.2528	0.3196
102	0.1622	0.1927	0.2279	0.2515	0.3181
103	0.1614	0.1918	0.2268	0.2504	0.3166
104	0.1606	0.1909	0.2257	0.2492	0.3152
105	0.1599	0.1900	0.2247	0.2480	0.3137
106	0.1591	0.1891	0.2236	0.2469	0.3123
107	0.1584	0.1882	0.2226	0.2458	0.3109
108	0.1576	0.1874	0.2216	0.2446	0.3095
109	0.1569	0.1865	0.2206	0.2436	0.3082
110	0.1562	0.1857	0.2196	0.2425	0.3068
111	0.1555	0.1848	0.2186	0.2414	0.3055
112	0.1548	0.1840	0.2177	0.2403	0.3042
113	0.1541	0.1832	0.2167	0.2393	0.3029
114	0.1535	0.1824	0.2158	0.2383	0.3016
115	0.1528	0.1816	0.2149	0.2373	0.3004
116	0.1522	0.1809	0.2139	0.2363	0.2991
117	0.1515	0.1801	0.2131	0.2353	0.2979
118	0.1509	0.1793	0.2122	0.2343	0.2967
119	0.1502	0.1786	0.2113	0.2333	0.2955
120	0.1496	0.1779	0.2104	0.2324	0.2943
121	0.1490	0.1771	0.2096	0.2315	0.2931
122	0.1484	0.1764	0.2087	0.2305	0.2920
123	0.1478	0.1757	0.2079	0.2296	0.2908
124	0.1472	0.1750	0.2071	0.2287	0.2897
125	0.1466	0.1743	0.2062	0.2278	0.2886
126	0.1460	0.1736	0.2054	0.2269	0.2875
127	0.1455	0.1729	0.2046	0.2260	0.2864
128	0.1449	0.1723	0.2039	0.2252	0.2853
129	0.1443	0.1716	0.2031	0.2243	0.2843
130	0.1438	0.1710	0.2023	0.2235	0.2832
131	0.1432	0.1703	0.2015	0.2226	0.2822
132	0.1427	0.1697	0.2008	0.2218	0.2811
133	0.1422	0.1690	0.2001	0.2210	0.2801
134	0.1416	0.1684	0.1993	0.2202	0.2791
135	0.1411	0.1678	0.1986	0.2194	0.2781
136	0.1406	0.1672	0.1979	0.2186	0.2771
137	0.1401	0.1666	0.1972	0.2178	0.2761
138	0.1396	0.1660	0.1965	0.2170	0.2752
139	0.1391	0.1654	0.1958	0.2163	0.2742
140	0.1386	0.1648	0.1951	0.2155	0.2733
141	0.1381	0.1642	0.1944	0.2148	0.2723
142	0.1376	0.1637	0.1937	0.2140	0.2714
143	0.1371	0.1631	0.1930	0.2133	0.2705
144	0.1367	0.1625	0.1924	0.2126	0.2696
145	0.1362	0.1620	0.1917	0.2118	0.2687
146	0.1357	0.1614	0.1911	0.2111	0.2678
147	0.1353	0.1609	0.1904	0.2104	0.2669
148	0.1348	0.1603	0.1898	0.2097	0.2660
149	0.1344	0.1598	0.1892	0.2090	0.2652
150	0.1339	0.1593	0.1886	0.2083	0.2643

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
151	0.1335	0.1587	0.1879	0.2077	0.2635
152	0.1330	0.1582	0.1873	0.2070	0.2626
153	0.1326	0.1577	0.1867	0.2063	0.2618
154	0.1322	0.1572	0.1861	0.2057	0.2610
155	0.1318	0.1567	0.1855	0.2050	0.2602
156	0.1313	0.1562	0.1849	0.2044	0.2593
157	0.1309	0.1557	0.1844	0.2037	0.2585
158	0.1305	0.1552	0.1838	0.2031	0.2578
159	0.1301	0.1547	0.1832	0.2025	0.2570
160	0.1297	0.1543	0.1826	0.2019	0.2562
161	0.1293	0.1538	0.1821	0.2012	0.2554
162	0.1289	0.1533	0.1815	0.2006	0.2546
163	0.1285	0.1528	0.1810	0.2000	0.2539
164	0.1281	0.1524	0.1804	0.1994	0.2531
165	0.1277	0.1519	0.1799	0.1988	0.2524
166	0.1273	0.1515	0.1794	0.1982	0.2517
167	0.1270	0.1510	0.1788	0.1976	0.2509
168	0.1266	0.1506	0.1783	0.1971	0.2502
169	0.1262	0.1501	0.1778	0.1965	0.2495
170	0.1258	0.1497	0.1773	0.1959	0.2488
171	0.1255	0.1493	0.1768	0.1954	0.2481
172	0.1251	0.1488	0.1762	0.1948	0.2473
173	0.1247	0.1484	0.1757	0.1942	0.2467
174	0.1244	0.1480	0.1752	0.1937	0.2460
175	0.1240	0.1476	0.1747	0.1932	0.2453
176	0.1237	0.1471	0.1743	0.1926	0.2446
177	0.1233	0.1467	0.1738	0.1921	0.2439
178	0.1230	0.1463	0.1733	0.1915	0.2433
179	0.1226	0.1459	0.1728	0.1910	0.2426
180	0.1223	0.1455	0.1723	0.1905	0.2419
181	0.1220	0.1451	0.1719	0.1900	0.2413
182	0.1216	0.1447	0.1714	0.1895	0.2406
183	0.1213	0.1443	0.1709	0.1890	0.2400
184	0.1210	0.1439	0.1705	0.1884	0.2394
185	0.1207	0.1435	0.1700	0.1879	0.2387
186	0.1203	0.1432	0.1696	0.1874	0.2381
187	0.1200	0.1428	0.1691	0.1869	0.2375
188	0.1197	0.1424	0.1687	0.1865	0.2369
189	0.1194	0.1420	0.1682	0.1860	0.2363
190	0.1191	0.1417	0.1678	0.1855	0.2357
191	0.1188	0.1413	0.1674	0.1850	0.2351
192	0.1184	0.1409	0.1669	0.1845	0.2345
193	0.1181	0.1406	0.1665	0.1841	0.2339
194	0.1178	0.1402	0.1661	0.1836	0.2333
195	0.1175	0.1398	0.1657	0.1831	0.2327
196	0.1172	0.1395	0.1652	0.1827	0.2321
197	0.1169	0.1391	0.1648	0.1822	0.2315
198	0.1166	0.1388	0.1644	0.1818	0.2310
199	0.1164	0.1384	0.1640	0.1813	0.2304
200	0.1161	0.1381	0.1636	0.1809	0.2298

DOKUMENTASI



Wawancara dengan Ibu Sri Indah Dewi Lestari



Wawancara dengan Ibu Nuriati Harahap



Wawancara dengan Bapak Syamsir Siregar



Wawancara dengan Ibu Sari Bintang



Wawancara dengan Bapak Sumardi



Wawancara dengan Ibu Maya Octavia Sari



Wawancara dengan Bapak Muhammad Zeini Siregar



Wawancara dengan Ibu Nuroni



Wawancara dengan Bapak Parmuhunan Harahap



Wawancara dengan Bapak Muhammad Holil



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERIPADANGSIDIMPUNAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang. Padangsidimpuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile(0634) 24022

Nomor : 1357 /In.14/G/PP.00.09/09/2018
Lampiran : -
Perihal : Penunjukan Pembimbing Skripsi

September 2018

Bapak/Ibu ;
Budi Gautama Siregar : Pembimbing I
Rini Hayati Lubis : Pembimbing II

Dengan hormat, disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa berdasarkan hasil sidang Tim Pengkajian kelayakan Judul Skripsi, telah ditetapkan judul skripsi mahasiswa tersebut dibawah ini :

Nama : Raja Zainal Abidin Harahap
NIM : 1540100165
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Analisis Faktor-faktor Yang Memengaruhi Minat Masyarakat Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Desa Pudun Julu, Kecamatan Padangsidimpuan Batunadua, Kota Padangsidimpuan).

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

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.



Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik

Abdul Nasser Hasibuan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

: 1540/In.14/G.1/TL.00/07/2019
: Mohon Izin Riset

14 Juli 2019

Kepala Desa Pudun Julu
Padangsidimpuan Batunadua

Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan menerangkan bahwa:

Nama : Raja Zainal Abidin Harahap
NIM : 15401000165
Semester : VIII (Delapan)
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

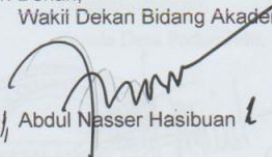
adalah benar Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan

judul "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menggunakan Perbankan Syariah (Studi Kasus Di Desa Pudun Julu Kec. Padangsidimpuan Batunadua)".

Sehubungan dengan itu, atas bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan izin riset sesuai dengan maksud judul di atas

Demikian surat ini kami sampaikan, atas kerjasama yang baik diucapkan terima

a.n Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik



Abdul Nasser Hasibuan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan

SURAT KETERANGAN RISET

Yang bertanda tangan di bawah ini Kepala Desa Pudun Julu Kec. Padangsidimpuan Batunadua, Kota Padangsidimpuan menerangkan bahwa:

Nama : Raja Zainal Abidin Harahap
Nim : 154 0100 165
Tempat/Tgl. Lahir : Bagan Batu, 23 Desember 1997
Jenis Kelamin : Laki-laki
Agama : Islam
Alamat : Jl. Syech Zainal Abidin Desa Pudun Julu
Fakultas/Jurusan : FEBI / Prodi Perbankan Syariah

Adalah benar melakukan penelitian di Desa Pudun Julu Kec. Padangsidimpuan Batunadua, Kota Padangsidimpuan dimulai pada bulan April sampai dengan Juli 2019.

Sedangkan maksud penelitian yang dilakukan adalah untuk memperoleh data yang diperlukan untuk menyusun skripsi dengan judul : "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Masyarakat Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Masyarakat Desa Pudun Julu Kecamatan Padangsidimpuan Batunadua)".

Demikian surat keterangan ini diperbuat dengan sebenarnya agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Padangsidimpuan, Juli 2019

Kepala Desa Pudun Julu,



GINDA HARAHAP