



ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT MENGUNAKAN JASA PERBANKAN SYARIAH

**Raja Zainal Abidin Harahap, Darwis Harahap, Rukiah, M. Fauzan,
Ananda Anugrah Nasution**

Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan
Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidempuan

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lokasi, pengetahuan produk, dan promosi secara parsial dan simultan terhadap minat menggunakan jasa bank syariah pada masyarakat Desa Pudun Julu. Sampel pada penelitian ini adalah responden sebanyak 165,73 dan digenapkan menjadi 166 responden dari 283 populasi Desa Pudun Julu Kec. Padangsidempuan Batunadua pada tahun 2019. Teknik analisis yang digunakan yaitu uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, analisis koefisien determinasi, dan uji hipotesis dengan menggunakan *Software SPSS 23*. Hasil penelitian ini yaitu variabel lokasi dan pengetahuan produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat Desa Pudun Julu Kec. Padangsidempuan Batunadua menggunakan jasa perbankan syariah. Kemudian variabel promosi tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat Desa Pudun Julu Kec. Padangsidempuan Batunadua. Setelah itu, variabel Lokasi, Pengetahuan Produk, dan Promosi memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel Minat Masyarakat Desa Pudun Julu.

Kata-Kata Kunci: Minat Masyarakat, Jasa Perbankan Syariah, dan Desa Pudun Julu

Paper type: Research paper

*Corresponding author: raja.harahapzainal1997@gmail.com

Received: February 06, 2022; Accepted: June 12, 2022; Available online: August, 23, 2022

Cite this document:

Harahap, R. Z., Harahap, D., Rukiah, Fauzan, M., & Nasution, A. A. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menggunakan Jasa Perbankan Syariah. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 7(2), 864-891. doi:<http://dx.doi.org/10.30651/jms.v7i2.11547>

Copyright © 2022, Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah

<http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/Mas/index>

This article is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

A. Pendahuluan

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. 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.

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

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 sampai dengan 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. Adapun peneliti mewawancarai sebanyak 150 orang dari 283 orang yang memenuhi kriteria diatas.

Minat merupakan suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut.” Hasil dari penelitian sementara menegaskan bahwa sebagian kecil masyarakat Desa Pudun Julu Kec. Padangsidimpuan Batunadua, yang menggunakan jasa bank syariah yaitu sebesar 40%, sekitar 49% masyarakat menggunakan jasa bank konvensional, dan 11% tidak menggunakan jasa bank. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 1 dibawah ini.

Tabel 1. Jumlah Masyarakat Desa Pudun Julu Kecamatan Padangsidimpuan 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 Peneliti

Berdasarkan pada tabel 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 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.

Lokasi merupakan tempat atau kedudukan secara fisik yang mempunyai fungsi strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan badan usaha. 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 2. Alamat Bank Syariah di Kota Padangsidimpuan

No.	Nama Bank	Alamat
1.	Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padangsidimpuan	Jl. Sudirman No. 130 A, Kel. Wek I, Kec. Padangsidimpuan Utara, Kota Padangsidimpuan
2	Bank Mega Syariah KCP Tapanuli Selatan	Jl. Merdeka Blok B No.19, Kel. Kantin, Padangsidimpuan
3.	Bank Muamalat Indonesia Syariah Kantor Cabang Padangsidimpuan, Tbk.	Jl. Baginda Oloan/Jl. Gatot Subroto No. 08, Kelurahan, Wek II, Padangsidimpuan Utara, Kota Padang Sidempuan.
4.	Bank Sumut Syariah Kota Padangsidimpuan	Jl. Jend. Sudirman/ Merdeka No. 12, Kantin, Padangsidimpuan Utara, Kota Padang Sidempuan

Sumber: Google Maps

Berdasarkan tabel 2 diatas bahwa lokasi bank syariah yang ada di kota Padangsidimpuan 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.

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.

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

Kemudian promosi merupakan kegiatan *marketing mix* yang terakhir dan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. 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*), dan 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 Ramadhan 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.

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.

Kemudian 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.

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

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 melakukan penelitian dengan judul "Analisis Faktor-Faktor

yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menggunakan Jasa Perbankan Syariah”.

B. Kajian Teori

1. 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” (Djaali, 2012).

Menurut Abdul Rahman Saleh dan Muhib Abdul Wahab (2004) 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.

Sedangkan masyarakat menurut Abu Ahmadi (2009), “masyarakat adalah golongan besar atau kecil dari beberapa manusia, yang dengan atau sendirinya bertalian secara golongan dan mempunyai pengaruh kebatinan satu sama lain”.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa minat masyarakat adalah kemauan hati seseorang/kelompok untuk memiliki atau menggunakan suatu objek yang mengandung sangkut dengan dirinya yang disertai perasaan senang tanpa ada paksaan dari orang lain.

2. Macam-Macam Minat Masyarakat

Menurut Abdurrahman Saleh dan Muhib Abdul Wahab (2004), ada beberapa macam minat yaitu:

- 1) 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.

- 2) 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.
- 3) 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.

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.

3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat diantaranya adalah sebagai berikut: (Abdurrahman Saleh dan Muhib Abdul Wahab, 2004)

- 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.

4. Faktor-Faktor Timbulnya Minat Masyarakat

Menurut Philip Kotler (1999) 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: (Philip Kotler, 1999)

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

C. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif deskriptif. Sesuai dengan namanya penelitian kuantitatif ialah penelitian yang menggunakan pengukuran dengan angka dan dianalisis dengan menggunakan alat bantu SPSS versi 23.

2. Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah seluruh masyarakat Desa Pudun Julu Kec. Padangsidempuan Batunadua pada tahun 2019 yaitu sebanyak 283 jiwa. Sampel pada penelitian ini adalah responden sebanyak 165,73 dan digenapkan menjadi 166 responden dari 283 populasi Desa Pudun Julu Kec. Padangsidempuan Batunadua pada tahun 2019. Adapun karakteristik sampel pada penelitian ini adalah:

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

3. 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.

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. 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. 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 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. Adapun skor yang ditetapkan pada angket ini adalah:

Tabel 3. 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 angket dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 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 4. Publisitas	1, 2, 3 4, 5, 6 7, 8 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

5. Analisis Data

Dalam teknik analisis peneliti menggunakan SPSS versi 23. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah: uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, analisis koefisien determinasi, dan uji hipotesis.

D. Hasil dan Pembahasan

1. 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 5 berikut:

Tabel 5. 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 5 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 6 di bawah ini:

Tabel 6. 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 6 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 7 di bawah ini:

Tabel 7. 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 7 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.

2. 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 8 berikut ini:

Tabel 8. 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

Dari hasil uji validitas lokasi pada tabel 8 dapat disimpulkan bahwa item pernyataan item soal 1 sampai dengan soal 10 adalah valid. Karena

kese puluh item memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 166 - 2 = 164$ maka diperoleh r_{tabel} sebesar 0,1524. Sehingga kese puluh item angket lokasi dinyatakan valid.

b. Uji Validitas Variabel Pengetahuan Produk

Adapun hasil dari uji validitas variabel pengetahuan produk dapat dilihat pada tabel 9 berikut:

Tabel 9. 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% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,1524$	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		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

Dari hasil uji validitas pengetahuan produk pada tabel 9 dapat disimpulkan bahwa item pernyataan item soal 1 sampai dengan soal 10 adalah valid. Karena kese puluh item memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 166 - 2 = 164$ maka diperoleh r_{tabel} sebesar 0,1524. Sehingga kese puluh item angket lokasi dinyatakan valid.

c. Uji Validitas Variabel Promosi

Adapun hasil dari uji validitas variabel promosi dapat dilihat pada tabel 10 berikut:

Tabel 10. Hasil Uji Validitas Variabel Promosi

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Soal 1	0,475	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n=166$. Pada taraf signifikansi 0,5% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,1524$	Valid
Soal 2	0,542		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

Dari hasil uji validitas promosi pada tabel 10 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.

d. Uji Validitas Variabel Minat Masyarakat

Adapun hasil dari uji validitas variabel minat masyarakat dapat dilihat pada tabel 11 berikut:

Tabel 11. Hasil Uji Validitas Variabel Minat Masyarakat

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Soal 1	0,627	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n=166$. Pada taraf signifikansi 0,5% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,1524$	Valid
Soal 2	0,645		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

Dari hasil uji validitas minat masyarakat pada tabel 11 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.

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 12 berikut:

Tabel 12. Hasil Uji Reliabilitas Lokasi

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

Sumber: Hasil Output SPSS versi 23

Berdasarkan tabel 12 *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 13 berikut:

Tabel 13. Hasil Uji Reliabilitas Pengetahuan Produk

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

Sumber: Hasil Output SPSS versi 23

Berdasarkan tabel 13 *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 14 berikut:

Tabel 14. Hasil Uji Reliabilitas Promosi

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

Sumber: Hasil Output SPSS versi 23

Berdasarkan tabel 14 *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 15 berikut:

Tabel 15. Hasil Uji Reliabilitas Minat Masyarakat
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.796	10

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

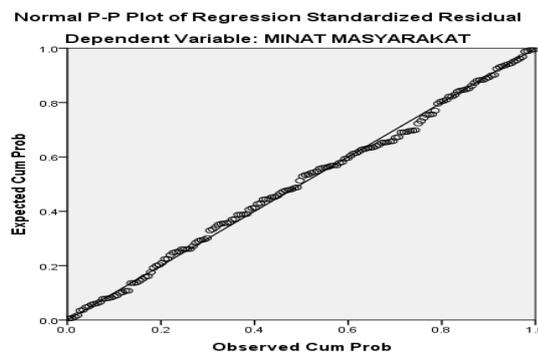
Berdasarkan tabel 15 *Reliability Statistic* di atas dapat dilihat bahwa variabel minat masyarakat adalah reliabel dengan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 atau (0,796 > 0,60). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel minat masyarakat pada penelitian ini adalah reliabel.

3) 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:



Sumber: Hasil Output SPSS versi 23

Gambar 1. Hasil Uji Normalitas

Dari hasil output SPSS versi 23 uji normalitas dapat dilihat bahwa penyebaran data pada sumber 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 16 berikut:

Tabel 16. 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 17. Keterangan Hasil Uji Multikolinearitas

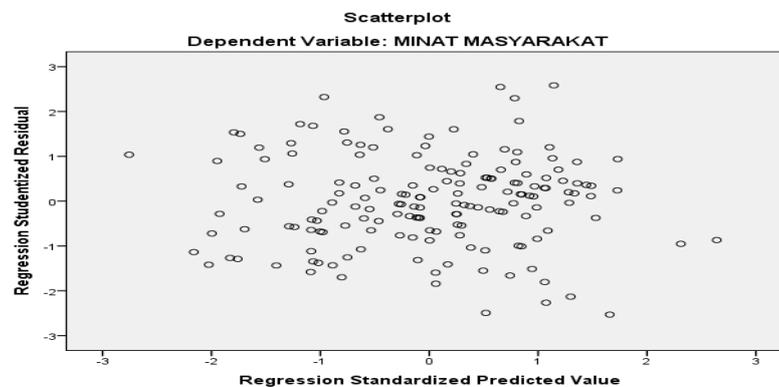
Variabel	VIF	VIF < 10	Variabel	Tolerance	tolerance > 0,1
Lokasi	1,004		Lokasi	0,996	
Pengetahuan Produk	1,009		Pengetahuan Produk	0,991	
Promosi	1,007		Promosi	0,993	

Sumber: Hasil Output SPSS versi 23

Pada tabel 17 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 multikolinearitas.

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:



Sumber: Hasil Output SPSS versi 23

Gambar 2. Hasil Uji Heterokedastisitas

Pada gambar 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 18. 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

Berdasarkan tabel 18 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.

$$\begin{aligned} &18,072 + 0,132 \\ &= 18,204, \text{ maka kenaikannya,} \\ &= 18,204 \times 100\% \\ &= 18,20\% \end{aligned}$$

- 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.

$$\begin{aligned} &18,072 + 0,339 \\ &= 18,411, \text{ maka kenaikannya,} \\ &= 18,411 \times 100\% \\ &= 18,41\% \end{aligned}$$

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

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

4) 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 19. 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 19 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 20. 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

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 21. 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

Berdasarkan tabel 21 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. Padangsidempuan Batunadua.

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. Padangsidempuan Batunadua.

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.

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 22. 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

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.

E. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian diatas bahwa variabel lokasi dan pengetahuan produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat Desa Pudun Julu Kec. Padangsidimpun Batunadua menggunakan jasa perbankan syariah. Kemudian variabel promosi tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat Desa

Pudun Julu Kec. Padangsidempuan Batunadua. Setelah itu, variabel Lokasi, Pengetahuan Produk, dan Promosi memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel Minat Masyarakat Desa Pudun Julu.

DAFTAR RUJUKAN

- Ahmadi, Abu, *Ilmu Sosial Dasar*, Jakarta: Rineka Cipta, 2009.
- Djaali, *Psikologi Pendidikan*, Jakarta: Bumi Aksara, 2012.
- Hasil Wawancara dengan Ibu Nuriati Harahap, 10 Agustus 2018.
- Hasil Wawancara dengan Bapak Rabuddin Siregar, 13 Agustus 2018.
- Hasil Wawancara dengan Ibu Sari Bintang Hasibuan, 12 Agustus 2018.
- Hasil Wawancara dengan Ibu Sri Indah Dewi Lestari, 13 Agustus 2018.
- Hasil Wawancara dengan Bapak Sumardi, 11 Agustus 2018.
- Hasil Wawancara dengan Bapak Supono, 12 Agustus 2018.
- Kotler Philip, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, (Jakarta: Salemba Empat, 1999.
- Rafsanjani, H. (2022). Confirmatory Factor Analysis (CFA) untuk Mengukur Unidimensional Indikator Pilar Pengembangan Perbankan Syariah di Indonesia. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 7(2).
- Rafsanjani, H. (2022). Peran Dewan Pengawas Syariah (DPS) Pada Lembaga Keuangan Syariah (Pendekatan Psikologi Sosial). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 6(1), 267-278.
- Rafsanjani, H., & Sukmana, R. (2014). Pengaruh perbankan atas pertumbuhan ekonomi: studi kasus bank konvensional dan bank syariah di Indonesia. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 12(3), 492-502.
- Saleh, Abdul Rahman dan Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam*, Jakarta: Kencana, 2004.

