

**FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP KURANGNYA
MINAT MASYARAKAT MENABUNG DI BANK SYARIAH**

(Studi Kasus : Masyarakat Desa Widodaren Kab.Pemalang Jawa Tengah)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Program Strata 1 (S1)

Jurusan S1 Perbankan Syariah



Oleh :

UUL MUSMAITIKA SUHAEMI

NIM : 1705036038

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG

2023

PERSETUJUAN PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan Telp: (024) 7608454 Email: febi@walisongo.ac.id 50185

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Naskah skripsi / tugas akhir berikut ini :

Judul : FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP KURANGNYA
MINAT MASYARAKAT MENABUNG DI BANK SYARIAH (Studi Kasus :
Masyarakat Desa Widodaren Kab.Pemalang Jawa Tengah)

Penulis : Uul Musmaitika Suhaemi

NIM : 1705036038

Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Telah disetujui untuk diujikan dalam sidang *tugas akhir* oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.

Semarang, 08 September 2023

PEMBIMBING

Pembimbing I

Dr. H. Muhammad Fauzi, SE., MM.

NIP : 197302172006041001

Pembimbing II

Singgih Muheramtahadi, S.Sos.I, MEI.

NIP : 198210312015031003

LEMBAR PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan Telp: (024) 7608454 Email: febi@walisongo.ac.id 50185

PENGESAHAN

Naskah skripsi / tugas akhir berikut ini :

Judul : FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP KURANGNYA
MINAT MASYARAKAT MENABUNG DI BANK SYARIAH (Studi Kasus :
Masyarakat Desa Widodaren Kab.Pemalang Jawa Tengah)

Penulis : Uul Musmaitika Suhaemi

NIM : 1705036038

Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Telah diujikan dalam sidang *tugas akhir* oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Walisongo Semarang dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana.

Semarang, 21 September 2023

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang / Penguji I

Dr. Ari Kristin Prasetyoningrum, SE, M.Si

NIP : 197905122005012004

Sekretaris Sidang / Penguji II

Singgih Muheramtohadhi, S.Sos.I, MEI

NIP : 198210312015031003



Penguji III



Rakhmat Dwi Pambudi, M.Si

NIP : 198607312019031008

Pembimbing I



Dr. H. Muhammad Fauzi, SE., MM.

NIP : 197302172006041001

Penguji IV



Dr.H.Ahmad Furqon, LC.,MA.

NIP : 197512182005011002

Pembimbing II



Singgih Muheramtohadhi, S.Sos.I, MEI.

NIP : 198210312015031003

MOTTO

“Husnudzon Dan Bersyukur Untuk Apapun Yang Allah SWT Anugerahkan”

“Keberhasilan Adalah Ketika Berani Maju Selangkah Dari Titik Awal Terendah”

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbal'alamin, puji syukur dan terima kasih kepada Allah SWT yang telah meridhoi dan menjadi penopang awal untuk memulai serta menyelesaikan tugas akhir dalam bentuk skripsi ini. Dalam penyusunan tidak lepas dari dukungan berharga dari beberapa pihak, oleh karena itu penulis mempersembahkan skripsi ini untuk :

1. Kedua orang tua, yaitu kepada Bapak Suyono dan Ibu Sunarmi yang tidak berpendidikan tinggi dan tidak bergelar namun selalu menjadi penyemangat dan pendorong penulis untuk menggapai pendidikan hingga ke jenjang sekolah tinggi. Ucapan terima kasih dan maaf tidak bisa menggantikan waktu, tenaga dan do'a untuk bapak dan ibu. Penulis hanya ingin mengucapkan selamat bapak dan ibu yang berhasil mendidik dan melahirkan seorang sarjana baru dan semoga ilmu yang dipelajari dapat bermanfaat dunia akhirat bagi orang banyak. Aamiin
2. Untuk saudara kandung penulis, Imam Suhaemi yang menjadi teman dan penolong ketika penulis kesulitan dalam akademik. Serta keluarga terdekat yang selalu menunggu kelulusan penulis.
3. Kepada dosen pembimbing, penulis mengucapkan terima kasih atas waktu dan tenaga yang telah diluangkan untuk membimbing dan memberikan ilmu dalam penyusunan skripsi ini. Yaitu Bapak Dr. H. Muhammad Fauzi, SE., MM selaku dosen pembimbing I dan Singgih Muheramtahadi, S.Sos.I, MEI selaku dosen pembimbing II.
4. Kepada sahabat dan rekan-rekan penulis yang telah mendukung serta menjadi obat pencair suasana ketika dalam penyusunan skripsi mengalami kesulitan. Yaitu untuk Ela Alfiyana, Eno' Rino Wati, Maya Mariya Ulfa H., Miftakhul Jannah, Hikmatul Maulida Stany, Agistri Parkuntari. Serta penulis ucapkan terima kasih kepada seluruh rekan yang mendampingi di masa-masa terakhir perkuliahan yang tidak bisa disebutkan seluruhnya.
5. Kepada seluruh masyarakat desa Widodaren Kecamatan Petarukan Kabupaten Pemalang yang telah meluangkan waktu untuk mendukung kelancaran penelitian.

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Uul Musmaitika Suhaemi

NIM : 1705036038

Prodi / Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul :

FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP KURANGNYA MINAT MASYARAKAT MENABUNG DI BANK SYARIAH

(Studi Kasus : Masyarakat Desa Widodaren Kab.Pemalang Jawa Tengah)

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian / karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya dan sesuai dengan kaidah pengutipan. Apabila di kemudian hari terbukti terdapat plagiasi dalam karya ilmiah tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan.

Semarang, 27 Agustus 2023

Pembuat Pernyataan,



Uul Musmaitika S

TRANSLITERASI

Merupakan penjelasan terkait istilah arab, nama orang, judul buku, nama lembaga dan lain sebagainya. Berikut pedoman transliterasi agar penulisan konsisten dengan ketetapan dan kaidah yang berlaku :

1. Konsonan

ا	A	ط	Th
ب	B	ظ	Zh
ت	T	ع	
ث	Ts	غ	Gh
ج	J	ف	F
ح	H	ق	Q
خ	Kh	ك	K
د	D	ل	L
ذ	Dz	م	M
ر	R	ن	N
ز	Z	و	W
س	S	ه	H
ش	Sy	ء	
ص	Sh	ي	Y
ض	Dl		

2. Vokal

َ = a

ِ = i

ُ = u

3. Diftong

أَي = ay

أَوْ = aw

4. Syaddah

Syaddah dalam transliterasi dilambangkan dengan konsonan ganda atau pengulangan huruf. Seperti kata الطَّبَّ *al-thibb*

5. Kata Sandang

Kata sandang seperti (ال.....) ditulis dengan al, seperti contoh kata الصنعة dibaca *al-shina'ah*. Al- ditulis huruf kecil jika di awal kalimat.

6. Ta' Marbutah (ة)

Setiap ta' marbutah ditulis dengan "h" seperti pada kalimat حكمة (*hikmah*)

ABSTRAK

Seiring dengan perkembangan kemajuan teknologi modern saat ini, bermunculan berbagai macam penawaran dan produk dalam kaitannya perbankan. Banyaknya bank dari negeri dan swasta menjadi tantangan untuk produk muslim untuk menunjukkan eksistensinya terkhusus bank syariah. Dengan didukung akomodasi dan teknologi yang maju, seharusnya menjadi pendorong menjadi magnet penarik agar masyarakat Indonesia yang mayoritas muslim untuk memilih menabung di bank syariah.

Tujuan penelitian ini untuk meneliti besaran pengaruh faktor-faktor penyebab kurangnya minat menabung masyarakat di bank syariah. Penelitian dilakukan di salah satu desa di Kabupaten Pemalang Jawa Tengah yaitu Desa Widodaren, dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan wawancara dengan penyebaran kuesioner. Sampel yang diambil sebanyak 100 orang dari populasi masyarakat Desa Widodaren yang jumlahnya 8.890 orang hasil data tahun 2021.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan tidak berpengaruh positif terhadap kurangnya minat menabung masyarakat desa widodaren dengan nilai uji Ttest $0.689 > 0.05$, variabel lokasi menunjukkan hasil Ttest $0.736 > 0.05$ yang artinya tidak berpengaruh terhadap kurangnya minat menabung masyarakat di bank syariah, promosi berpengaruh terhadap kurangnya minat menabung dengan hasil uji Ttest sebesar $0,00 < 0.05$ dan variabel produk tidak berpengaruh dengan hasil uji sebesar $0.157 > 0.05$. Dan dari hasil uji Ftest dengan signifikansi $0.000 < 0.05$ menunjukkan bahwa secara simultan seluruh variabel berpengaruh terhadap kurangnya minat menabung masyarakat di bank syariah.

Kata Kunci : Pengetahuan, Lokasi, Promosi, Produk, Kurang Minat

ABSTRACT

Along with the development of today's modern technological advances, various kinds of offers and products have emerged in relation to banking. The large number of state and private banks is a challenge for Muslim products to show their existence, especially Islamic banks. Supported by accommodation and advanced technology, it should be a driving force to become a magnet for Indonesians, who are predominantly Muslim, to choose to save in *Islamic Banking*.

The purpose of this study was to examine the magnitude of the influence of the factors causing the public's lack of interest in saving in *Islamic Banking*. The research was conducted in a village in Pemalang Regency, Central Java, namely Widodaren Village, using a quantitative approach. The data used in this study are primary data and interviews with questionnaires. The sample taken was 100 people from the population of the Widodaren Village community, which totaled 8,890 people as a result of 2021 data.

The results of the study show that knowledge has no positive effect on the lack of interest in saving in the Widodaren village community with test scores T test $0.689 > 0.05$, the location variable shows the results Ttest $0.736 > 0.05$, which means it affects people's lack of interest in saving in *Islamic banks*, promotions affect the lack of interest in saving with test results Ttest of $0.00 < 0.05$ and the product variable has no effect on the test results of $0.157 > 0.05$. And from the test results Ftest with a significance of $0.000 < 0.05$ indicating that simultaneously all variables influence the lack of interest in saving in *Islamic Banking*.

Keywords: Knowledge, Location, Promotion, Product, Less Interest

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin, segala puji kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan kelimpahan rezeki-Nya untuk kita, sehingga masih diberikan kesempatan untuk beribadah dan menikmati banyak kenikmatan sampai hari ini. Sholawat serta salam tidak lupa kita haturkan kepada Nabi Agung yang akan kita tunggu syafaatnya di hari akhir Nabi Muhammad SAW.

Penulis mengucapkan rasa syukur yang sangat besar karena telah menyelesaikan skripsi yang berjudul “Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kurangnya Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus : Masyarakat Desa Widodaren Kab.Pemalang Jawa Tengah)” dengan baik dan lancar.

Penulisan penelitian ini mendapatkan bimbingan dan bantuan dari beberapa pihak, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Imam Taufiq. M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang
2. Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Semarang.
3. Henny Yuningrum, SE, M.Si., selaku Ketua Prodi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
4. Muyassarah, M.Si., selaku Sekretaris Prodi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
5. Dr. H. Muhammad Fauzi, SE., MM selaku dosen pembimbing I dan Singgih Muheramtohad, S.Sos.I, MEI selaku dosen pembimbing II yang telah membimbing penyusunan skripsi ini
6. Seluruh Dosen dan Staff Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang telah memeberikan bekal ilmu dan melayani keperluan mahasiswa
7. Kepada Kedua Orang Tua dan seluruh keluarga yang memberikan dukungan bagi penulis.
8. Kepada sahabat dan teman seperjuangan yang saling memberikan semangat menyelesaikan penelitian.
9. Seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun diharapkan untuk karya tulis yang baik berikutnya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis dan pembaca.

Semarang, 08 September 2023

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Uul Musmaitika S.', with a stylized flourish at the end.

Uul Musmaitika S

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN.....	iii
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
PERNYATAAN KEASLIAN.....	vii
TRANSLITERASI.....	viii
ABSTRAK.....	x
ABSTRACT.....	xi
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvi
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
1.4 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II.....	8
2.1 Kajian Teori.....	8
2.1.1 Bank Syariah.....	8
2.1.2 Prinsip Dasar Operasional Bank Syariah.....	9
2.1.3 Minat.....	12
2.1.4 Masyarakat.....	13
2.1.5 Menabung.....	13
2.1.6 Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Kurangnya Minat.....	16
2.2 Penelitian Terdahulu.....	23
2.3 Kerangka Penelitian.....	27
2.4 Hipotesis Penelitian.....	27
BAB III.....	29
3.1 Metode Penelitian.....	29
3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.3 Pengumpulan Data.....	31

3.4	Skala Pengukuran	32
3.5	Definisi Operasional	33
3.6	Teknik Analisis Data	35
BAB IV	40
4.1	Deskripsi Umum Daerah Penelitian	40
4.2	Deskripsi Data Responden.....	42
4.3	Analisis Data	44
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian	54
BAB V	59
PENUTUP	59
5.1	Kesimpulan	59
5.2	Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN	64
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	93

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Bank Menurut Kegiatan Usaha.....	2
Tabel 3. 1 Skala Likert	33
Tabel 3. 2 Variabel dan Indikator Penelitian.....	34
Tabel 4. 1 Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
Tabel 4. 2 Fasilitas Umum Desa Widodaren.....	41
Tabel 4. 3 Jenis Kelamin Responden	42
Tabel 4. 4 Usia Responden.....	43
Tabel 4. 5 Pendidikan Responden	43
Tabel 4. 6 Pekerjaan Responden	44
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Data	45
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pengetahuan (X1)	46
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Lokasi (X2).....	46
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi (X3)	46
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Produk (X4)	47
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kurang Minat (Y)	47
Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabilitas	47
Tabel 4. 14 Hasil Uji Normalitas	48
Tabel 4. 15 Hasil Uji Multikolinearitas.....	49
Tabel 4. 16 Hasil Uji Heteroskedastisitas	50
Tabel 4. 17 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda.....	50
Tabel 4. 18 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi	52
Tabel 4. 19 Hasil Uji T Test.....	52
Tabel 4. 20 Hasil Uji F Test	53

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan industri perbankan syariah di Indonesia saat ini semakin berkembang pesat, didukung adanya peraturan perundang-undangan dan hukum yang berlaku. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 Pasal 1 Ayat 1 disebutkan bahwa perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut bank syariah, termasuk lembaga, kegiatan usaha, serta cara dan proses pelaksanaan kegiatan usaha.¹ Bank syariah dalam pelaksanaannya menganut pada ketentuan yang ada dalam Al-Quran dan Hadist. Perbedaan pokok antara bank syariah dan konvensional adalah pada bank syariah tidak melaksanakan sistem bunga, adapun pada bank konvensional masih menggunakan sistem bunga. Dengan demikian bank syariah berusaha menghindari praktek riba di dalam pelaksanaannya.²

Saat ini perkembangan industri perbankan di Indonesia tidak hanya didominasi oleh bank konvensional saja, melainkan semakin tersebar luas jaringan bank syariah di dalamnya. Perbankan syariah berkembang diawali dari aspirasi masyarakat di negara-negara yang mayoritas muslim, termasuk di Indonesia. Bank syariah pertama yang menggunakan sistem syariah di Indonesia adalah PT Bank Muamalat Indonesia Tbk, yang didirikan pada tahun 1991 dan memulai kegiatan operasional pada bulan Mei 1992. Pendirian Bank Muamalat Indonesia merupakan implementasi terwujudnya perekonomian yang didukung adanya ilmu keuangan berbasis islam, yang diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI), pemerintah Indonesia serta dukungan berbagai eksponen Ikatan Cendekiawan Muslim se-Indonesia.³ Berikut ini tabel jumlah bank menurut kegiatan usaha di Provinsi Jawa Tengah.⁴

¹ Heny Yuningrum, Muyassarrah, and Risma Dewi Astuti, "Trust In Customer Satisfaction (Studi Kasus Pada Bank BRI Syariah KCP Kendal)," *Al Arbah: Jurnal Keuangan dan Perbankan Islam* 2, no. 2 (2020): 139–156.

² Hamdi Agustin, "Teori Bank Syariah," *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)* 2, no. 1 (2021): 67–83.

³ Yuni Asnita Sri Rahmany, "Pengaruh Pendidikan, Profesi Dan Bagi Hasil Terhadap Persepsi Masyarakat Pada Perbankan Syariah," *Jurnal Perbankan Syariah* 1, no. 1 (2020): 69–84.

⁴ Badan Pusat Statistik Jawa Tengah, "<https://jateng.bps.go.id/>," 02 Oktober 2023 Pada Pukul 22.00 Wib.

Tabel 1. 1

Jumlah Bank Menurut Kegiatan Usaha Di Provinsi Jawa Tengah

Tahun 2009-2020

No	Tahun	Bank Konvensional		Bank Syariah	
		Bank Umum	BPR	Bank Umum	BPR
1	2009	48	264	3	16
2	2010	49	263	6	19
3	2011	51	263	7	23
4	2012	51	260	8	23
5	2013	54	251	8	23
6	2014	53	252	10	25
7	2015	54	253	10	25
8	2016	55	253	10	26
9	2017	53	252	10	26
10	2018	51	252	10	26
11	2019	52	252	10	26
12	2020	51	252	10	26

Sumber : Bank Indonesia

Berdasarkan tabel 1.1 di atas posisi penyebaran bank syariah khususnya di Jawa Tengah masih rendah apabila dibandingkan dengan bank konvensional. Sesuai pemaparan Otoritas Jasa Keuangan pada tahun 2015 jumlah nasabah bank syariah sekitar 15 juta sedangkan pengguna bank konvensional sekitar 80 juta atau baru 18,75% jumlah nasabahn bank syariah dari total nasabah bank secara nasional. *Market Share* bank syariah mengalami penurunan pada tahun 2014 dari 4,8% menjadi 4,6% di tahun 2015. Ini menunjukkan bahwa masyarakat masih kurang untuk bertransaksi di bank syariah, sehingga nasabah bank syariah masih rendah apabila dibandingkan dengan bank konvensional.

Melihat pertumbuhan perbankan yang makin berkembang dari tahun ke tahun, ini menimbulkan persaingan yang ketat antara perbankan konvensional dengan perbankan syariah. Bank konvensional juga tidak ingin ketinggalan antusias nasabah dalam memberikan pelayanan, yaitu dengan memberikan layanan operasional berbasis islam guna memberikan

pelayanan terbaik kepada seluruh nasabah. Untuk menyikapi hal tersebut diperlukan strategi yang lebih baik dalam menarik nasabah untuk menabung dan bertransaksi di bank syariah. Pada umumnya nasabah yang memilih menggunakan suatu produk dalam hal ini kaitannya dengan bank, biasanya memilih karena keuntungan dan kemudahan yang diberikan. Seperti melihat aspek keterjangkauan lokasi dari rumah menuju kantor bank dan produk yang *familiar* dengan menyesuaikan keadaan kebutuhan nasabah. Strategi ini merupakan upaya yang bisa diambil oleh bank syariah dalam menarik hati nasabah agar memilih menabung di bank syariah.

Menabung pada bank syariah mungkin belum menjadi hal yang pokok dan wajib bagi masyarakat muslim di Indonesia. Penyebabnya bisa terjadi karena faktor internal dari nasabah atau masyarakat, seperti kurang pemahaman atau pengetahuan mengenai perbankan syariah. Faktor lain yang menjadi penyebab adalah lokasi yang sulit dijangkau. Karena masih banyak beberapa wilayah di Indonesia yang belum menyediakan akses perbankan syariah. Biasanya letak lokasi kantor bank syariah hanya terletak di tengah kota, sedangkan untuk masyarakat desa masih cukup jauh untuk menjangkau lokasi tersebut.⁵ Menabung merupakan salah satu anjuran dalam islam, kaitannya dengan ibadah kepada Allah. Sebagaimana firman Allah dalam Al-Qur'an surah Luqman (31) ayat 34:

إِنَّ اللَّهَ عِنْدَهُ عِلْمُ السَّاعَةِ وَيُنزِلُ الْغَيْثَ وَيَعْلَمُ مَا فِي الْأَرْحَامِ وَمَا تَدْرِي نَفْسٌ مَّاذَا تَكْسِبُ
غَدًا وَمَا تَدْرِي نَفْسٌ بِأَيِّ أَرْضٍ تَمُوتُ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ

Artinya:

“Sesungguhnya Allah, hanya pada sisi-Nya sajalah pengetahuan tentang Hari Kiamat; dan Dialah Yang menurunkan hujan, dan mengetahui apa yang ada dalam rahim. Dan tiada seorangpun yang dapat mengetahui (dengan pasti) apa yang akan diusahakannya besok. Dan tiada seorangpun yang dapat mengetahui di bumi mana dia akan mati. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha Mengenal”.⁶

Dijelaskan pada ayat di atas bahwa Allah secara tegas menyatakan bahwa tidak ada yang mengetahui apa yang akan diperbuat dan diusahakan, serta peristiwa yang akan terjadi

⁵ Salwa Khairussyifa and Nurul Jannah, “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Masyarakat Dalam Menabung Di Bank Sumut Kcp Syariah Kota Baru Marelan,” *Regress: Journal of Economics & Management* 2, no. 1 (2022): 118–130.

⁶ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*, 2002.

di esok hari, semua yang terjadi adalah kehendak dan rencana-Nya. Sebagai seorang hamba hanya diberi kesempatan untuk berusaha namun keputusan akhir adalah mutlak milik ketetapan Allah. Sehingga dengan memaknai dan mengambil hikmah diturunkannya ayat tersebut, seluruh manusia diperintahkan untuk berinvestasi sebagai bekal dunia dan akhir. Salah satu bentuk investasi adalah menabung, terkait dengan anjuran menabung maka baiknya bagi penduduk Indonesia yang mayoritas muslim membutuhkan tempat untuk menabung sesuai dengan anjuran agama islam yakni pada bank syariah.

Untuk wilayah Desa Widodaren termasuk dalam wilayah Kecamatan Petarukan, yang secara formil merupakan desa administratif di Kabupaten Pemalang Jawa Tengah dengan jumlah 1.750 KK dan sebanyak 5.901 jiwa mayoritas beragama Islam, namun masih banyak masyarakat yang belum menggunakan bank syariah khususnya transaksi menabung. Melihat sebagian besar mayoritas masyarakat Desa Widodaren adalah muslim, seharusnya bisa menjadikan tolak ukur untuk menabung di bank syariah. Namun pada faktanya, tidak banyak yang mengetahui tentang bank syariah dan masih enggan untuk menjadi nasabah di bank syariah. Berdasarkan pra riset wawancara dengan salah satu masyarakat Desa Widodaren yaitu Ela Alfiyana (Karyawan Swasta) yang menggunakan bank konvensional, menuturkan bahwa ada beberapa alasan mengapa lebih memilih menabung di bank konvensional yaitu karena lebih mudah menemukan ATM bank konvensional untuk melakukan tarik tunai di Desa Widodaren. Selain lokasi penyebab selanjutnya adalah kurang pengetahuan mengenai bagaimana kinerja dan operasional perbankan syariah, promosi yang tidak merata serta produk-produk bank syariah yang asing di lingkungan masyarakat Desa Widodaren⁷

Melihat penelitian terdahulu penelitian yang dilakukan oleh Gusmail Emmang pada tahun 2016 menunjukkan hasil variabel lokasi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kurangnya minat menabung pada bank syariah. Variabel lain seperti pengetahuan dan produk juga memiliki pengaruh terhadap kurangnya minat menabung masyarakat pada bank syariah.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Ayu Retno menunjukkan bahwa variabel lokasi tidak memiliki pengaruh terhadap kurangnya minat menabung masyarakat pada bank syariah.

⁷ Berdasarkan wawancara dengan Ela Alfiyana, tanggal 20 maret 2003 di desa Widodaren Kabupaten Pemalang

Namun pengetahuan dan promosi memiliki pengaruh penyebab kurangnya minat menabung di bank syariah.⁸

Pada penelitian yang dilakukan oleh Auvi Alnira, Susianto pada tahun 2010 variabel pengetahuan berpengaruh terhadap kurangnya minat menabung masyarakat di bank syariah (studi kasus di belawan 2). Untuk variabel produk dan lokasi berpengaruh positif.⁹ Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Salwa, variabel pengetahuan tidak memiliki pengaruh signifikan penyebab kurangnya minat menabung masyarakat. Namun pada variabel pelayanan dan produk berpengaruh pada kurangnya minat menabung.¹⁰

Berdasarkan hasil penelitian diatas menunjukkan bahwa ada beberapa perbedaan. Penelitian pertama menunjukkan bahwa variabel lokasi berpengaruh positif terhadap kurangnya minat menabung masyarakat, sedangkan pada penelitian kedua oleh Ayu Retno menjabarkan bahwa lokasi tidak berpengaruh terhadap kurangnya minat menabung masyarakat pada bank syariah. Kemudian pada penelitian lain mengenai variabel pengetahuan juga memiliki perbedaan. Yaitu pada penelitian Auvi Alnira pengetahuan memiliki pengaruh positif terhadap kurangnya minat menabung masyarakat. Sedangkan pada penelitian Salwa, pengetahuan tidak memiliki pengaruh pada kurangnya minat menabung.

Berdasarkan latar belakang diatas, penelitian dalam bentuk skripsi dengan dengan judul “FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP KURANGNYA MINAT MASYARAKAT MENABUNG DI BANK SYARIAH (Studi Kasus: Masyarakat Desa Widodaren Kabupaten Pemasang Jawa Tengah)” ini ingin menjelaskan apakah pengetahuan, lokasi, promosi dan produk berpengaruh terhadap kurangnya minat masyarakat menabung di bank syariah.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah terdapat pengaruh pengetahuan terhadap kurangnya minat masyarakat Desa Widodaren menabung di Bank Syariah ?
2. Apakah terdapat pengaruh promosi terhadap kurangnya minat masyarakat Desa Widodaren menabung di Bank Syariah ?

⁸ Ayu Retno Sari, “Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Masyarakat Muslim Menabung Di Bank Syariah,” *UMY, Fakultas ekonomi* (2017): 1–21, <http://thesis.umy.ac.id/datapublik/t81430.pdf>.

⁹ Auvi Halnira, Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya, and Faktor-faktor Yang Mempengaruhi, “MEDAN BELAWAN MENABUNG PADA BANK SYARIAH (Studi Kasus Di Belawan II)” (n.d.): 511–522.

¹⁰ Khairussyifa and Jannah, “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Masyarakat Dalam Menabung Di Bank Sumut Kcp Syariah Kota Baru Marelan.”

3. Apakah terdapat pengaruh lokasi terhadap kurangnya minat masyarakat Desa Widodaren menabung di Bank Syariah ?
4. Apakah terdapat pengaruh produk terhadap kurangnya minat masyarakat Desa Widodaren menabung di Bank Syariah ?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan dari penelitian adalah :

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh pengetahuan terhadap kurangnya minat masyarakat menabung di Bank Syariah
2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh lokasi terhadap kurangnya minat masyarakat menabung di Bank Syariah
3. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh promosi terhadap kurangnya minat masyarakat menabung di Bank Syariah
4. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh produk terhadap kurangnya minat masyarakat menabung di Bank Syariah

Manfaat dari penelitian sebagai berikut :

1. Penelitian ini dapat menjadi bahan masukan perbankan syariah dalam mengambil kebijakan dalam peningkatan jumlah nasabah
2. Penelitian ini dapat menjadi bahan pembelajaran dan referensi bagi penelitian selanjutnya
3. Penelitian ini sebagai pengembangan teori yang sudah didapat selama menempuh ilmu perkuliahan.

1.4 Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini disusun dalam lima bab sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Yaitu bab yang berguna untuk menjelaskan latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, batasan masalah serta sistematika tulisan. Pada bab ini juga menguraikan mengenai alasan pemilihan judul yang dilihat dari fenomena yang ada dan adanya perbedaan atau gap dari penelitian sebelumnya.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab tinjauan pustaka ini menjelaskan deskripsi teori tentang bank syariah, prinsip dasar operasional bank syariah, peran bank syariah dalam pembangunan, pengertian minat, pengertian masyarakat, pengertian menabung dan faktor-faktor apa saja yang berpengaruh terhadap kurangnya minat menabung masyarakat. Dalam bab ini juga dijabarkan penelitian-penelitian terdahulu, kerangka pemikiran penelitian dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Metode penelitian berisi jenis dan sumber data, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, variabel penelitian dan pengukuran dan metode untuk analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi hasil penelitian yang telah dianalisis menggunakan data yang sudah ditentukan, dengan pembahasan yang lebih luas dan rinci.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi penjelasan kesimpulan, saran- saran dan penutup.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teori

2.1.1 Bank Syariah

1. Pengertian Bank Syariah

Dalam bahasa Perancis kata bank disebut *banque* dan *banco* menurut bahasa Italia, yang berarti peti/lemari atau bangku. Makna peti maksudnya yaitu fungsi sebagai tempat menyimpan benda-benda berharga. Kemudian dalam bahasa Arab kata “syari’ah” secara harfiah adalah aturan dan hukum yang telah digariskan oleh Allah dan telah diberikan kewajiban bagi umat muslim untuk mematuhi sebagai penghubung antara Allah dengan manusia.

Secara operasional bank syariah dan bank konvensional memiliki pengertian yang berbeda. Bank syariah merupakan bank yang dalam pengoperasionalnya terkait penghimpunan maupun dalam rangka penyaluran dana dengan berlandaskan prinsip syariah.¹¹

Menurut Undang-Undang No. 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah menyatakan bahwa Bank Umum Syariah merupakan bank yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam pembayaran. Bank syariah adalah bank yang berlandaskan Al-Qur’an dan Hadist. Dalam pengoperasional produk-produknya secara keseluruhan menghindari hal-hal yang bertentangan dengan prinsip syariah.¹²

2. Peran Bank Syariah Dalam Pembangunan

Beberapa peran yang dimiliki oleh bank syariah, sebagai berikut :

1. Sebagai Lembaga Penghimpun Dana

Sistem yang diterapkan oleh bank syariah adalah sistem bagi hasil yang dilakukan antara nasabah dan pihak bank. Menabung pada bank syariah bisa membangun perekonomian negara, melihat masyarakat secara bersama-sama

¹¹ Departemen Agama RI, *Al-Qur’an Dan Terjemahannya*.

¹² Ahmad Romdhan and Mashuri Toha, “Persepsi Masyarakat Desa Kapedi Sumenep Tentang Perbankan Syariah,” *Investasi: Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 1, no. 2 (2021): 65–71.

mempercayakan dana untuk dikelola oleh bank dengan sistem bagi hasil. Hal ini dapat secara nyata dan adil menguntungkan bagi kedua pihak.

2. Sebagai Lembaga Pembiayaan

Selain sebagai lembaga penghimpun dana, bank syariah juga sebagai tempat pembiayaan. Peran sebagai pembiayaan dana berguna bagi masyarakat atau nasabah yang membutuhkan dana untuk keperluan hidup, seperti meningkatkan usaha atau hanya untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Sistem yang digunakan tetap menggunakan sistem bagi hasil, yaitu keuntungan diperoleh untuk kedua belah pihak yang bertransaksi.

3. Sebagai Lembaga Pembiayaan

Peran sebagai pemberi jasa merupakan fungsi lain dari bank syariah. Yaitu dengan melayani kebutuhan nasabah dalam bentuk transaksi antara bank yang berbeda dengan bank syariah.¹³

2.1.2 Prinsip Dasar Operasional Bank Syariah

Operasional Bank Syariah berdasarkan pada prinsip jual beli dan bagi hasil sesuai dengan syariat islam. Berikut ini beberapa prinsip-prinsip tersebut :

1. Wadiah

Yang dimaksud dengan wadi'ah adalah sebuah akad titipan barang atau aset dari individu ke pihak lain, yang wajib dijaga dan dikembalikan sesuai dengan kewenangan pemilik barang. Akad wadi'ah bisa disederhanakan sebagai perjanjian yang dilakukan oleh bank syariah dengan nasabah, dimana peran bank sebagai penyimpan dan menjaga keselamatan barang titipan tersebut. Berikut dua jenis wadiah yaitu:

1.) Wadi'ah yad al-amanah

Akad yang digunakan untuk menitipkan barang atau aset yang dimiliki oleh nasabah dan dititipkan kepada pihak bank, namun barang titipan tersebut tidak boleh dimanfaatkan oleh pihak bank atau penyimpan. Disini bank berkewajiban menjaga barang agar tidak mengalami kerusakan dan kehilangan.

¹³ Indah Puspita, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Masyarakat Desa Jebus Kec.Kumpeh Menabung Di Bank Syariah" (UIN Sulthan Thaha Saifuddin, 2016).

Namun apabila terjadi kerusakan atau kehilangan yang bukan kelalaian dari pihak bank sebagai penyimpan, maka bank tidak bertanggung jawab atas kerugian tersebut.

2.) Wadi'ah yad ad-amanah

Ini merupakan akad dimana pihak penyimpan dapat memanfaatkan barang titipan dan bertanggung jawab apabila terjadi kerusakan dan kehilangan. Dalam hal ini bank sebagai penyimpan barang boleh mengambil keuntungan dari memanfaatkan barang tersebut sesuai kesepakatan bersama

2. Mudharabah

Merupakan akad kerja sama diantara dua pihak, dengan pihak pertama disebut sebagai shahibul maal. Sahibul mal bertugas sebagai pihak yang menyediakan modal, sedangkan pihak lainnya sebagai pengelola modal dari pihak pertama. Menurut kesepakatan keuntungan akad mudharabah disepakati untung dibagi dua. Namun apabila ada kerugian yang disebabkan oleh pengelola, maka tanggung jawab kerugian akan ditanggung pengelola tersebut.

Mudharabah secara umum terbagi menjadi dua jenis yaitu mudharabah muthlaqah dan mudharabah muqayyadah. Mudharabah muthlaqah adalah suatu bentuk kerjasama yang dilakukan antara sahibul mal (pemilik modal) dan mudharib (pengelola modal) yang di dalamnya terdapat batasan waktu dan spesifikasi usaha. Secara umum penggunaan akad mudharabah pada bank syariah berbentuk tabungan dan deposito mudharabah.

3. Musyarakah

Adalah akad bagi hasil antara dua orang atau lebih dalam rangka mengelola modal. Pihak pertama yaitu pemilik modal, mengizinkan pihak kedua sebagai pengelola modal. Musyarakah biasanya menyepakati bahwa kerugian, keuntungan dan resiko ditanggung bersama, sesuai kesepakatan pada awal akad. Landasan musyarakah terdapat pada Al-Qur'an An-Nisa' ayat 2 :

وَأُولَئِكَ يَتِمُّ أَمْوَالُهُمْ وَلَا تَتَّبِعُوا الْخَبِيثَاتِ بِالطَّيِّبِ ۖ وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَهُمْ إِلَّا أَمْوَالَهُمْ ۗ إِنَّهُ كَانَ حُوبًا كَبِيرًا

Artinya :

“Dan berikanlah kepada anak-anak yatim (yang sudah dewasa) harta mereka, janganlah kamu menukar yang baik dengan yang buruk, dan janganlah kamu makan

harta mereka bersama hartamu. Sungguh, (tindakan menukar dan memakan) itu adalah dosa yang besar.”¹⁴

4. Murabahah

Murabahah secara istilah dalam ilmu fiqih artinya jual beli barang. Dimana pemilik barang memberikan wewenang kepada penjual barang untuk melakukan transaksi jual beli, dengan melebihkan harga jual (tambahan harga). Jual beli yang dilakukan dimaksudkan untuk mendapatkan keuntungan tertentu, namun akad yang dilakukan masih di dalam ketentuan syari’at. Yaitu dengan menyebutkan harga pokok barang dan tingkat keuntungan dimana harga akhir disepakati oleh pembeli. Landasan syariah murabahah terdapat pada QS. Al Baqarah ayat 275 sebagai berikut :

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا أَلْفُ مِائَةٍ أَوْ مِائَةٌ أَوْ كَثِيرٌ مِّنَ الرِّبَا أُولَٰئِكَ يَخْضَعُونَ لِلَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا
لِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَن جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَى
فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya :

“Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kerasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barangsiapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barangsiapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya.”¹⁵

5. Ijarah

Ijarah adalah sebuah akad sewa barang yang terjadi antara dua orang, untuk mengadakan perjanjian. Pemilik barang membolehkan penyewa untuk memanfaatkan

¹⁴ <https://www.merdeka.com/quran/an-nisa/ayat-2/>, “Terjemahan Ayat Al-Quran.” Diakses pada tanggal 16 juni 2023 pukul 03.00

¹⁵ <https://www.merdeka.com/quran/al-baqarah/ayat-275/>, “Terjemahan Ayat Al Qur’an.” Diakses pada tanggal 16 Juni 20123 pukul 03.00

barang yang disewa, dengan membayar sewa sesuai dengan persetujuan bersama. Biasanya dalam ijarah perjanjian akan berakhir dengan cara mengembalikan barang kepada pihak pemilik barang.

6. Qard Al Hasan

Adalah pemberian aset kepada orang lain yang lain. Aset yang diberikan ini bisa diminta kembali atau meminjamkan suatu barang. Namun peminjaman ini tanpa mengharapkan imbalan dari barang tersebut.¹⁶

2.1.3 Minat

1. Pengertian Minat

Menurut bahasa (Etimologi) adalah usaha dan kemauan untuk mempelajari dan mencari sesuatu. Minat merupakan wujud dari perhatian, kesukaan, kesenangan maupun ketertarikan (kecocokan hati) kepada sesuatu ataupun keinginan terhadap sesuatu (KBBI). Minat dapat direalisasikan dengan cara mengarahkan potensi yang ada menuju tanggapan seseorang terhadap bidang tertentu.¹⁷

Minat menurut Slameto adalah kecenderungan terhadap kesukaan yang memperhatikan serta mengenang beberapa kegiatan yang positif.¹⁸ Minat berarti sebuah kecenderungan hati yang tinggi terhadap suatu gairah atau keinginan (Suryabrata & Sumadi, 1988) mengatakan bahwa minat merupakan kecenderungan dalam individu untuk tertarik pada sesuatu objek atau menyenangkan sesuatu objek.¹⁹

Berdasarkan beberapa pengertian mengenai minat, dapat disimpulkan bahwa minat adalah sesuatu yang didapat dari proses belajar dan berfikir sehingga membentuk suatu persepsi. Dimana nantinya bisa menimbulkan motivasi untuk memiliki, menginginkan dan mencari sesuatu sesuai kebutuhan.

¹⁶ Ahlan Nur, "Perbankan Dalam Perspektif Al- Qur ' an Dan Hadis t," *Pedagogik:Jurnal Ilmiah Pendidikan dan Pembelajaran* 4, no. 2 (2017): 90–100.

¹⁷ Daniel Ortega Anas Alhifni, "Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah," *Equilibrium:Jurnal Ekonomi Syariah* 5 (2017): 87–98.

¹⁸ Ermi Suryani Heri Ilma Nasrudin , Tubagus Rifqy Thantawi, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa Institut Agama Islam Sahid Inais Bogor Menabung Di Bank BNI Syariah," *Sahid Banking Journal* 1 (2021): 155.

¹⁹ Weni Novandari Sulasih, Rifqo Yatul Ulya, "Identifikasi Minat Memilih Produk Bank Syariah Melalui Peran Gaya Hidup, Religiusitas Dan Literasi Keuangan Syariah" 03, no. 02 (2022): 233–252.

2.1.4 Masyarakat

Pengertian masyarakat secara umum adalah sekumpulan individu-individu / orang yang hidup bersama, masyarakat disebut dengan “society” artinya adalah interaksi sosial, perubahan sosial dan rasa kebersamaan, berasal dari kata bahasa latin socius yang berarti (kawan). Menurut Emile Durkheim (dalam Soleman B. Taneko, 1984: 11) bahwa masyarakat merupakan suatu kenyataan yang objektif secara mandiri, bebas dari individu-individu yang merupakan anggota-anggotanya, masyarakat sebagai sekumpulan manusia yang hidup bersama, bercampur untuk waktu yang cukup lama, mereka sadar bahwa mereka merupakan satu kesatuan dan mereka merupakan suatu sistem hidup bersama.(Emile Durkheim)

Masyarakat merupakan manusia yang hidup bersama, yang dapat diartikan sama dengan hidup dalam suatu tatanan pergaulan dan keadaan ini akan tercipta apabila manusia melakukan hubungan, Mac Iver dan Page (dalam Soerjono Soekanto 2006: 22), mengatakan bahwa masyarakat adalah suatu sistem dari kebiasaan, tata cara, dari wewenang dan kerja sama antar berbagai kelompok, penggolongan dan pengawasan tingkah laku serta kebiasaan-kebiasaan manusia.

2.1.5 Menabung

1. Pengertian Menabung

Menabung adalah menyisihkan sebagian uang yang anda miliki untuk disimpan. Menabung adalah salah satu cara dalam mengelola keuangan untuk mencapai keinginan anda. Menurut KBBI Menabung itu sendiri memiliki 1 arti. Menabung tersebut berasal dari kata dasar yakni tabung. Menabung itu memiliki arti kedalam golongan atau kelas kata kerja (verba) sehingga menabung bisa menyatakan sebuah tindakan, keberadaan, pengalaman, atau pengertian dinamis lainnya.

Pengertian menabung menurut Undang-Undang tentang perbankan syariah nomor 21 tahun 2008, tabungan adalah simpanan berdasarkan akad wadi'ah atau investasi dana berdasarkan berdasarkan mudharabah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah, yang penarikannya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet atau giro dan alat lainnya yang dipersamakan.

Tujuan menabung dalam buku Akuntansi Bank: Teori dan aplikasi dalam rupiah (2015) karya Drs Ismail adalah sebagai berikut: Nasabah (pemilik tabungan) merasa aman menyimpan uangnya dalam bentuk tabungan bank. Nasabah dapat menarik tabungan dengan mudah, salah satunya melalui mesin ATM. Untuk penghematan, agar seluruh penghasilannya tidak digunakan untuk belanja.

2. Manfaat Menabung

5. Manfaat menabung antara lain adalah :

a. Manfaat Bagi Bank

Sebagai salah satu sumber dana bagi bank yang bersangkutan dan dapat digunakan sebagai penunjang operasional bank dalam memperoleh keuntungan atau laba, sebagai penunjang untuk menarik nasabah dalam rangka menggunakan fasilitas produk-produk lainnya, dan untuk membantu program pemerintah dalam rangka pertumbuhan ekonomi.

b. Manfaat Bagi Nasabah

Mendapatkan keamanan dengan menyimpan uang di bank, dapat terhindar dari pemakaian uang secara terus menerus dan adanya kepastian saat penarikan uang karena dapat dilakukan setiap saat dimana saja dan tidak dikenakan biaya administrasi dengan fasilitas ATM.

Islam menganjurkan dan memotivasi untuk bijak di dalam mengelola pengeluaran, serta menabungnya sebagai antisipasi atas apa saja yang akan terjadi dimasa depan. Tertuang dalam beberapa ayat dan hadist Allah sebagai petunjuk agar seorang muslim mempertahankan hartanya dengan mengelola dengan baik dan benar. Sebagaimana kisah Nabi Yusuf memprediksi masa depan kaumnya lalu berusaha untuk bijak dalam mengatur pengeluaran setiap harinya dan menabung serta menyimpan untuk menghadapi masa sulit.²⁰

Nabi *shallallahu 'alaihi wasallam* juga pernah bersabda ;

²⁰ Fakultas Ekonomi et al., "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Warga Menabung Pada Bank Syariah Di Kelurahan Sumberrejo Sejahtera Kecamatan Kemiling Kota Bandar Lampung A . Latar Belakang Masalah" 03, no. 01 (2020): 43–48.

قَبْلَ اغْتِنَمِ خَمْسَاقِبِلِ خَمْسِ شَبَابِكَ قَبْلَ هَرْمِكَ وَصِحَّتِكَ قَبْلَ شِغْلِكَ وَحَيَاتِكَ
قَبْلَ فِقْرِكَ وَفِرَاعِكَ مَوْتِكَ سَقَمِكَ وَغَمِّكَ

Artinya :

“Jagalah lima perkara sebelum datangnya lima perkara: (1) Mudamu sebelum datang masa tuamu, (2) sehatmu sebelum datang masa sakitmu, (3) waktu luangmu sebelum datang waktu sibukmu, (4) kayamu sebelum miskinmu, (5) hidupmu sebelum matimu.” (HR. Ibnu Abi Ad-Dunya di dalam kitab *Al-Qasru Al-Amal* no. 111 dan Al-Hakim no. 7846 dan Al-Baihaqi di dalam *Syu'abul-Iman* no. 10248)

Istilah menabung di dalam islam mengandung makna yang sangat luas dan menyeluruh. Tidak terbatas hanya mengumpulkan rupiah demi rupiah saja, namun mencakup bagaimana efektifnya seseorang mengelola pengeluaran dari harta yang dimiliki walaupun jumlahnya sedikit dan terbatas. Rasulullah bersabda, “*Amalan yang paling dicintai oleh Allah adalah yang paling konsisten, meskipun sedikit.*” (HR. Bukhari no. 6464 dan Muslim no. 783)

Rezeki yang tak terputus tak akan terwujud bagi mereka yang boros di dalam mengeluarkan harta, menyia-nyiakan kesehatannya, dan masa mudanya. Sungguh pemborosan termasuk salah satu cobaan yang paling berat serta merupakan sumber keburukan dan permasalahan. Allah *Ta'ala* telah begitu keras melarang manusia dari pemborosan.²¹

وَلَا تُسْرِفُوا ۚ إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

“Dan janganlah kamu berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan.” (QS. Al-An'am: 141)

Di ayat yang lain, Allah *Ta'ala* menjelaskan kepada Nabi-Nya tentang cara mengatur dan memberdayakan harta yang baik dan adil, serta juga menjelaskan akibat

²¹ Agustin, “Teori Bank Syariah.”

dari terlalu berlebih-lebihan di dalam memberikan dan menafkahkan harta. Allah *Ta'ala* berfirman,

﴿وَأْتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تَبْذِرْ رِثَتَكَ يَدًا﴾
﴿إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۗ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا﴾

Artinya :

“Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara setan dan setan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya.” (QS. Al-Isra’: 26-27).

Di beberapa ayat selanjutnya, Allah *Ta'ala* menjelaskan, jangan sampai terlalu menahan diri dari berinfak, pelit sekali di dalam mengeluarkannya, dan jangan pula terlalu berlebih-lebihan di dalam membelanjakan harta sehingga harta tersebut habis ludes dan tak ada yang tersisa.²²

2.1.6 Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Kurangnya Minat

Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kurangnya minat masyarakat menabung sebagai berikut :

1. Pengetahuan

Pengetahuan adalah fakta, kebenaran atau informasi yang diperoleh melalui pengalaman atau pembelajaran disebut posteriori, atau melalui introspeksi disebut priori. Pengetahuan adalah informasi yang diketahui atau disadari oleh seseorang.²³

Secara etimologi pengetahuan dapat diartikan sebagai kepercayaan yang benar. Namun secara *terminology* pengetahuan adalah sebuah hasil dari aktivitas yang terjadi karena adanya suatu kenyataan ke dalam jiwa tanpa ada keraguan. Adapun

²² Muhammad Idris, Lc., “Antara Menabung dan Menimbun Harta”, <https://muslim.or.id/75598-antara-menabung-dan-menimbun-harta.html> (diakses pada 4 Juni 2022)

²³Emmy Harna Yossy, S.Kom.,M.T.I., “Pengetahuan (Knowledge)”, <https://onlinelearning.binus.ac.id/computer-science/post/pengetahuan-knowledge> (diakses pada 15 Juni 2020)

pengetahuan dalam kaitannya pengetahuan sebagai nasabah adalah suatu informasi, edukasi, pengalaman tentang perbankan syariah.²⁴

Pengetahuan adalah hasil penginderaan manusia, atau hasil tahu seseorang terhadap objek melalui indera yang dimilikinya (mata, hidung, telinga dan sebagainya). Pengetahuan merupakan salah satu pendukung penting bagi seseorang atau masyarakat dalam menentukan pilihan terhadap suatu hal. Menurut Sumarwan pengetahuan adalah semua informasi yang dimiliki konsumen tentang berbagai macam produk dan jasa serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen.²⁵

Indikator pengetahuan menurut Spencer dalam Sutoto (2004:1-10), pengetahuan terbagi oleh beberapa *cluster* :

1. *Analytical Thinking (AT)* adalah kemampuan untuk memahami situasi masalah dengan menguraikan menjadi bagian-bagian kecil agar dapat melihat adanya hubungan sederhana sebab akibat.
2. *Conceptual Thinking (CT)* adalah kemampuan memahami situasi masalah secara konsep dengan menggunakan aturan-aturan logika.
3. *Expertise (EXP)* adalah pengetahuan terkait pekerjaan (seperti kemampuan dalam melakukan pekerjaan secara profesional, teknikal dan manajerial) dan pengetahuan dalam motivasi untuk dapat memanfaatkan, memperluas dan mendistribusikan sesuatu.

2. Lokasi

Menentukan lokasi adalah hal yang sangat penting dalam kaitannya membangun sebuah usaha yang bertujuan untuk menarik pelanggan atau nasabah datang ke tempat usaha tersebut. Fungsi lain dari lokasi yaitu memiliki fungsi yang strategis dalam menentukan pencapaian tujuan, dimana lokasi yang tepat bisa menentukan keuntungan bagi sebuah usaha dalam hal ini kaitannya dengan perbankan.

²⁴ Sri Wahyuni Hasibuan; Ahmad Daud;, "Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Bank Syariah Mandiri Cabang Stabat," *El Mal: Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam* 2, no. 2 (2019): 225–233.

²⁵ Faradila Novita Sari, Analisis Faktor Pertimbangan dan Pengetahuan Masyarakat Surakarta Terhadap Minat Menabung di Bank Syari'ah Mandiri, Skripsi, (Surakarta: IAIN Surakarta, 2017), h. 110

Menurut Nugroho dan Paramita, Suatu lokasi disebut strategis apabila berada di pusat kota, kepadatan populasi, kemudahan mencapainya menyangkut kemudahan transportasi umum, kelancaran lalu lintas dan arahnya tidak membingungkan konsumen. Sejalan dengan demikian menjamurnya bank yang menawarkan produk atau jasa yang sejenis, perbedaan yang sangat tipis sekalipun pada lokasi dapat berdampak kuat pada pangsa pasar. Disamping itu, keputusan pemilihan suatu lokasi juga mencerminkan komitmen jangka panjang perusahaan dalam hal keuangan, karena merubah lokasi yang buruk kadangkala sulit dilakukan.

Kotler dan Armstrong menyatakan bahwa lokasi adalah berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan atau dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran, dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian produk atau jasa kepada para konsumen dan dimana lokasi yang strategis.²⁶

Menurut Ujang Suwarman ” lokasi merupakan tempat usaha yang sangat mempengaruhi keinginan seseorang konsumen untuk datang dan berbelanja”. Sedangkan pengertian lokasi menurut Kasmir (2009:129) yaitu tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajangkan barang- barang dagangannya.

Lokasi adalah tempat dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan kegiatannya. Lokasi merupakan tempat untuk memperjualbelikannya produk perbankan dan pusat pengendalian bank. Bank yang terletak dalam lokasi strategis memudahkan nasabah dalam berurusan dengan bank. Dalam memilih lokasi untuk usaha harus mempertimbangkan beberapa aspek diantaranya :

- a. Akses yaitu kemudahan untuk menjangkau
- b. Visibilitas yaitu kemudahan untuk dilihat
- c. Tempat parkir yang luas dan nyaman
- d. Lingkungan yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan
- e. Peraturan Pemerintah²⁷

²⁶ C. A. P. Silalahi and Dalmi Iskandar Sultani, "Pengaruh Pelayanan , Lokasi Dan Promosi Terhadap Kurangnya Minat Mahasiswa FKIP Universitas Muslim Nusantara (UMN) Al Washliyah," *Journal of Economics and Accounting* 1, no. 1 (2020): 82–85.

²⁷ Bayu Triyanto dalam Reski Amalia, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Masyarakat Muslim di Kecamatan Bara Mengambil Pembiayaan Pada Bank Syariah di Kota Palopo", Institut Agama Islam Negeri (IAIN Palopo, 2017, h.22-24.

Indikator lokasi menurut Fandy Tjiptono (dalam Kustiningsih, 2016:15)

- a. Akses. Misalnya lokasi yang sering dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi.
- b. Visibilitas. Yaitu lokasi atau tempat yang dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal
- c. Lalu lintas (*traffic*). Yaitu mengenai banyaknya orang yang lalu lalang bisa memberikan peluang besar terhadap pembelian.
- d. Tempat parkir yang luas, nyaman dan aman baik untuk kendaraan roda dua maupun roda empat.
- e. Ekspansi. Yaitu tersedianya tempat yang cukup luas apabila da perluasan dikemudian hari
- f. Lingkungan. Yaitu daerah sekitar yang mendukung produk yang ditawarkan. Seperti contoh dekat dengan kampus, sekolah, perkantoran dan sebagainya.
- g. Persaingan (lokasi pesaing)
- h. Peraturan Pemerintah

3. Promosi

Promosi adalah salah satu jenis komunikasi yang bertujuan untuk memberikan deskripsi untuk membuat konsumen atau pembeli yakin terhadap suatu produk yang dijual oleh entitas bisnis. Promosi merupakan kegiatan mengkomunikasikan dan memperkenalkan produk yang dilakukan oleh suatu perusahaan pada target pemasarannya. Bentuk promosi di masyarakat yaitu : iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, hubungan masyarakat dan alat-alat pemasaran langsung yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan iklan dan pemasarannya.²⁸

Periklanan merupakan sarana promosi yang digunakan oleh bank dengan tujuan untuk membangun kesadaran terhadap keberadaan produk/jasa yang ditawarkan oleh bank, menambah pengetahuan masyarakat untuk menggunakan produk/jasa yang ditawarkan, membujuk masyarakat untuk menggunakan produk/jasa yang ditawarkan serta untuk membedakan bank satu dengan bank lain. Media periklanan yang dapat digunakan, seperti pemasangan billboard di jalan-jalan

²⁸ Alhifni, "Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah", *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, Volume 5 No 1, (2017) : 87-98

dan tempat-tempat strategis, ada juga dengan mencetak brosur yang disebar di setiap cabang atau pasar, pembelanjaan, pemasangan spanduk, bisa juga melalui koran, majalah, radio, televisi dan media lainnya.

Menurut Kasmir, sarana promosi dapat dilakukan dengan beberapa hal, diantaranya adalah:

1. Periklanan (*Advertising*)

Periklanan merupakan promosi yang dilakukan dalam bentuk tayangan atau gambar atau kata-kata yang tertuang dalam spanduk, brosur, billboard, koran, majalah, TV atau radio. Dengan membaca atau melihat Advertising/Iklan itu diharapkan para konsumen atau nasabah akan berpengaruh dan tertarik untuk menggunakan atau membeli sebuah produk.

2. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi penjualan merupakan promosi yang digunakan untuk meningkatkan penjualan melalui potongan harga atau hadiah pada waktu tertentu.

3. Publisitas (*Publicity*)

Merupakan promosi yang dilakukan untuk meningkatkan citra bank di depan para calon nasabah atau nasabahnya melalui kegiatan sponsorship terhadap suatu kegiatan amal atau sosial atau olahraga

4. Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)

Merupakan promosi yang dilakukan melalui pribadi-pribadi dalam melayani serat ikut mempengaruhi nasabah.²⁹

4. Produk

Pengertian produk adalah sesuatu yang dapat dimanfaatkan dan dirasakan kegunaannya baik berupa barang atau jasa.³⁰ Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke suatu pasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan. Sebagaimana Bank konvensional, produk yang dihasilkan Bank Umum Syariah bukan barang melainkan jasa. Ciri khas yang dihasilkan harus mengacu pada nilai-nilai syariah atau

²⁹Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: BPFEE, 1997, h.242-243.

³⁰Roni Andespa, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung Di Bank Syariah," *Al Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan 2*, no. 1 (2017): 44-58.

yang diperbolehkan dalam Al-Qur'an, tetapi agar bisa lebih menarik minat nasabah atau konsumen terhadap jasa perbankan yang dihasilkan.

Pengertian produk bagi konsumen selain merupakan benda yang mempunyai manfaat dan kegunaan juga merupakan suatu yang dapat ditawarkan kepada untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi suatu kegiatan atau kebutuhan. Bank Syariah sendiri juga memiliki beberapa produk yaitu;

1. Produk Penghimpun Dana

a. Giro (*Demand Deposit*)

Pengertian Giro dapat ditemukan dalam pasal 1 angka 23 Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, yaitu simpanan berdasarkan Akad Wadi'ah atau Akad lain yang tidak bertentangan dengan Prinsip Syariah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana perintah lainnya atau dengan perintah pemindahbukuan.

b. Tabungan (*Saving Deposit*)

Adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro dan atau alat lainnya. Terdapat dua prinsip perjanjian Islam yang sesuai diimplementasikan dalam produk perbankan berupa tabungan, yaitu wadi'ah dan mudharabah. Dalam Al-Qur'an ketentuan mudharabah terdapat pada Surat al-muzzammil ayat 20 yang artinya: "...dan dari orang-orang yang berjalan dimuka bumi mencari sebagian karunia Allah SWT...". Disamping itu terdapat pada surat al-jumu'ah ayat 10 ;

فَادْأَقْضِيَتِ الصَّلَاةَ فَإِنَّتَشِيرُ وَا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ كَثِيرًا الْعَلَمُ
ثُفْلِحُونَ

Artinya :

“Apabila shalat telah dilaksanakan, maka bertebaranlah kamu di bumi; carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak agar kamu beruntung.”

Dari kedua ayat diatas pada intinya adalah berisi dorongan bagi setiap manusia untuk melakukan perjalanan usaha. Dalam dunia modern seperti sekarang ini dapat memudahkan investasi yang benar-benar sesuai dengan prinsip syariah, salah satunya menggunakan mekanisme tabungan mudharabah ini.³¹

c. Deposito

Menurut Pasal 1 angka 22 Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah, Deposito adalah Investasi dana berdasarkan Akad mudharabah atau Akad lain yang tidak bertentangan dengan Prinsip Syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan Akad antara Nasabah Penyimpan dan Bank Syariah dan/atau UUS.³²

Deposito syariah menggunakan akad mudharabah artinya tabungan dengan sistem bagi hasil (nisbah) antara nasabah dan bank. Keuntungan deposito dengan akad mudharabah ini biasanya memakai perbandingan 60 : 40 untuk nasabah dan bank. Makin besar untung yang bank dapat, makin besar untung yang diperoleh oleh nasabah, demikian pula jika keuntungan yang diperoleh bank sedikit maka nasabah akan mendapat keuntungan yang sedikit pula dengan kata lain, keuntungan muncul bersama risiko.³³

2. Produk Penyalur Dana

a. Prinsip Jual Beli (Ba'i)

Jual beli dilaksanakan karena adanya pemindahan kepemilikan barang. Keuntungan bank disebutkan di depan dan termasuk harga dari harga yang

³¹ Muhammad Haris, “Ayat Dan Hadist Mudharabah , Musyarakah , Muzaraah , Hukum Di Indonesia)” 1 (2022): 113–131.

³² Otoritas Jasa Keuangan, “<https://statistik.perbankan.syariah>.”

³³ Pengadilan Agama Sintang, “Mengenai Produk-Produk Bank Syariah” <https://pa-sintang.go.id/index.php?sintang=detail&berita=3008-mengenai-produk-produk-banksyariah> (diakses pada 28 feb 2018 00.00)

dijual. Terdapat tiga jenis jual beli dalam pembiayaan modal kerja dan investasi dalam bank syariah, yaitu. Ba'i al murabahah, ba'i as salam dan ba'i istishna.

b. Prinsip Sewa (Ijarah)

Ijarah adalah kesepakatan pemindahan hak guna atas barang atau jasa melalui sewa tanpa diikuti pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa. Dalam hal ini bank menyewakan peralatan kepada nasabah dengan biaya yang telah ditetapkan secara pasti sebelumnya.³⁴

c. Prinsip Bagi Hasil (Syirkah)

Dalam prinsip bagi hasil terdapat dua macam produk, yaitu musyarakah dan mudharabah.³⁵

3. Produk Layanan Jasa

Selain dapat melakukan kegiatan penyaluran dana dan menghimpun dana, bank juga dapat memberikan jasa kepada nasabah. Diantaranya jasa tersebut yaitu Sharf (Jual Beli Valuta Asing) dan Ijarah (Sewa)

2.2 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang digunakan sebagai acuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Gusmail Emmang (2016) adalah penelitian yang dilakukan pada masyarakat kecamatan Rappocini kota Makassar. Yang menjadi tujuan pembahasan dalam penelitian adalah tentang faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kurangnya minat menabung masyarakat dengan menggunakan 100 responden dan dianalisis secara regresi berganda. Hasil dari penelitian ini variabel pengetahuan, pelayanan, lokasi dan produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap kurangnya minat masyarakat menabung di bank syariah. Bahwa yang menyebabkan masyarakat kurang minat menabung di bank syariah adalah karena faktor pengaruh pengetahuan yang masih kurang dimengerti terkait dengan pelayanan dan produk bank syariah.

³⁴ Khodijah Ishak and Ida Afrida Ningsih, "ANALISA PRODUK TABUNGAN BSM DALAM MENARIK" 1, no. 1 (2020): 43–52.

³⁵ Universitas Islam An Nur Lampung, "Bank Syariah : Pengertian, Sejarah dan Produk Bank Syariah", <https://an-nur.ac.id/bank-syariah-pengertian-sejarah-dan-produk-bank-syariah/> (diakses pada 4 november 2020)

2. Ayu Retno Sari, membuat judul penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kurangnya minat masyarakat muslim di Kabupaten Bantul, Yogyakarta untuk menabung di bank syariah. Dalam penelitiannya faktor-faktornya adalah lokasi, fasilitas pelayanan, pengetahuan dan promosi. Dengan menggunakan data primer dengan memberikan kuesioner kepada masyarakat dengan sampel sebanyak 100 pertanyaan terkait bank syariah. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa variabel fasilitas pelayanan, pengetahuan dan promosi berpengaruh signifikan dan positif terhadap kurangnya minat masyarakat muslim di Bantul. Sedangkan variabel lokasi berpengaruh signifikan dan negatif terhadap kurangnya minat masyarakat muslim di Kabupaten Bantul untuk menabung di Bank Syariah.

3. Indah Puspita (2021) dalam analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kurangnya minat masyarakat desa jebus kecamatan kumpeh menabung di bank syariah memaparkan bahwa penelitian yang dibuat menggunakan metode kuantitatif dengan alat analisis regresi linear berganda. Dengan variabel faktor pengetahuan, pelayanan, lokasi dan produk berpengaruh terhadap kurangnya minat menabung masyarakat desa Jebus. Berdasarkan analisis dengan signifikan 5% menunjukkan bahwa pengetahuan dan produk terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kurangnya minat masyarakat menabung. Lokasi dan pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kurangnya minat masyarakat menabung. Pengaruh paling dominan adalah variabel produk.

4. Irdayanti (2019) menggunakan metode penelitian kuantitatif dalam penelitian yang berjudul pengaruh pengetahuan dan lokasi terhadap kurangnya minat masyarakat menggunakan produk perbankan syariah. Penelitiannya dilakukan pada masyarakat desa Ladongi kabupaten Luwu Utara. Variabel yang digunakan adalah faktor pengetahuan dan faktor lokasi terhadap kurangnya minat menggunakan produk perbankan syariah. Berdasarkan hasil analisis yang sudah dilakukan variabel pengetahuan dan lokasi berpengaruh signifikan dan positif terhadap kurangnya minat menggunakan produk bank syariah. Sedangkan berdasarkan uji secara simultan variabel pengetahuan dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap kurangnya minat menggunakan produk perbankan syariah.

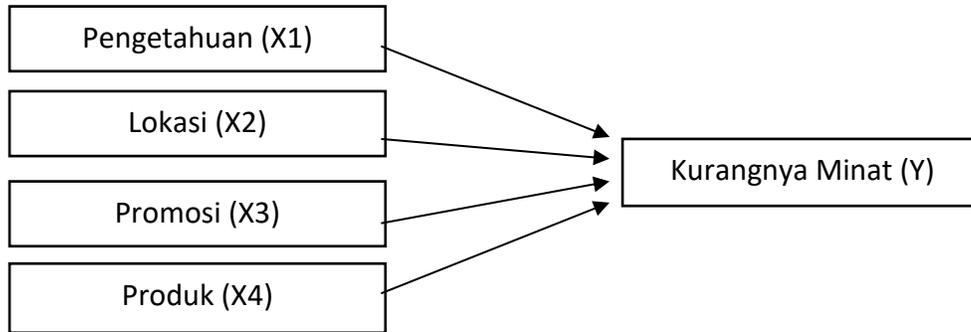
5. Fian Ayu (2020) meneliti faktor- faktor yang berpengaruh terhadap kurangnya minat menabung masyarakat di bank syariah (studi kasus pada masyarakat di kecamatan ulujadi kota Palu). Variabel dalam penelitian ini antara lain pengetahuan, lokasi dan fasilitas berpengaruh terhadap kurangnya minat masyarakat menabung di bank syariah. Teknik pengumpulan data dengan teknik kepustakaan dan kuesioner. Analisis yang dilakukan dengan regresi linear berganda. Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa pengetahuan, lokasi dan fasilitas berpengaruh secara simultan terhadap kurangnya minat menabung di bank syariah.
6. Khanif Rahmanto (2016) melakukan sebuah penelitian yang dilakukan di desa Sraten kabupaten Semarang, dengan variabel penelitian tingkat religiusitas, kualitas pelayanan dan promosi terhadap minat masyarakat desa sraten menabung di bank syariah. Berdasarkan penelitian ini setiap variabel signifikan dan positif terhadap minat menabung. Sedangkan secara simultan variabel religiusitas, kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah.
7. Anugerah Batari (2022) membahas tentang analisis faktor-faktor yang mempengaruhi rendahnya minat masyarakat Walenrang Utara menabung di bank syariah (studi kasus desa limbong). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meneliti apakah variabel persepsi, lokasi, produk dan promosi berpengaruh terhadap rendahnya minat masyarakat menabung di bank syariah. Berdasarkan olah data yang dilakukan variabel persepsi, lokasi, produk dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kurangnya minat masyarakat menabung, sedangkan variabel persepsi dan promosi tidak berpengaruh secara tidak langsung terhadap kurangnya minat menabung.
8. Salwa Khairussyifa dan Nurul Jannah (2022), membahas penelitian yang berjudul analisis faktor yang mempengaruhi kurangnya minat masyarakat dalam menabung di bank sumut kcp syariah kota baru marelan. Dengan variabel pengetahuan, pelayanan, lokasi dan produk. Hasil penelitian ini dengan uji simultan menunjukkan bahwa seluruh variabel secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kurangnya minat menabung. Namun dengan uji parsial variabel pengetahuan dan lokasi masing-masing menunjukkan tidak berpengaruh terhadap kurangnya minat menabung. Sedangkan variabel pelayanan dan produk secara parsial menunjukkan bahwa memiliki pengaruh terhadap kurangnya minat menabung.

Berdasarkan penelitian-penelitian di atas, yang membedakan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah penelitian ini menggunakan variabel pengetahuan, lokasi promosi dan produk dimana pada penelitian terdahulu belum ada variabel-variabel tersebut secara bersama-sama. Objek yang digunakan dalam penelitian *Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kurangnya Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Di Kecamatan Rappocini Kota Makassar)* yang dibuat oleh Gusmail Emmang (2016). Dalam penelitian ini mengambil objek penelitian di Desa Widodaren Kabupaten Pemalang Jawa tengah

2.3 Kerangka Penelitian

Kerangka penelitian merupakan wujud dari penggambaran pemecahan masalah dengan gambar bentuk skema. Yaitu berisi pemikiran penelitian yang berisikan rangkuman penelitian terdahulu yang disajikan dalam bentuk bagan. Dalam hal ini menunjukkan variabel yang jelas, hipotesis dan model penelitian.

Dari hasil analisa penelitian yang dilakukan dan penjabaran teori mengenai masing-masing variabel. Maka dapat dirumuskan kerangka penelitian sebagai berikut:



Keterangan :

Variabel Independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen. Sedangkan variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen.

Pada penelitian ini variabel independennya meliputi pengetahuan, lokasi, promosi dan produk. Sedangkan variabel dependennya adalah kurangnya minat masyarakat menabung pada bank syariah.

2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Kemungkinan benar maupun salah biasanya terjadi pada hipotesis penelitian, berdasarkan rumusan masalah dan kerangka berpikir maka hipotesis penelitian ini sebagai berikut :

H_0 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara pengetahuan terhadap kurangnya minat masyarakat menabung di bank syariah.

H_a = Terdapat pengaruh yang signifikan antara pengetahuan terhadap kurangnya minat masyarakat menabung di bank syariah.

H_0 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara lokasi terhadap kurangnya minat masyarakat menabung di bank syariah.

Ha = Terdapat pengaruh yang signifikan antara lokasi terhadap kurangnya minat masyarakat menabung di bank syariah.

H0 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap kurangnya minat masyarakat menabung di bank syariah.

Ha = Terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap kurangnya minat masyarakat menabung di bank syariah.

H0 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara produk terhadap kurangnya minat masyarakat menabung di bank syariah.

Ha = Terdapat pengaruh yang signifikan antara produk terhadap kurangnya minat masyarakat menabung di bank syariah

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk jenis penelitian survey. Adapun pendekatan dalam penelitian adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif merupakan sebuah metode yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, yang dalam pengumpulan data membutuhkan instrumen-instrumen penelitian dan di analisis guna menguji hipotesis yang ditetapkan.³⁶ Dengan fakta dan data yang ada di lapangan peneliti ingin menganalisis faktor-faktor apa saja yang menjadi penentu kurangnya minat menabung di masyarakat Desa Widodaren pada Bank Syariah.

2. Tempat dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Desa Widodaren, tepatnya Kecamatan Petarukan Kabupaten Pemalang Jawa Tengah. Objek penelitian adalah masyarakat Desa Widodaren, yang dilakukan 20 maret sampai juni 2023.

3. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan jumlah dari suatu wilayah atau penduduk dalam cakupan yang jumlahnya banyak. Karakteristik dari populasi mengenai objek atau subjek yang ditetapkan oleh peneliti, biasanya dipelajari dan pada akhirnya memperoleh kesimpulan yang akan dijadikan acuan pengambilan keputusan.³⁷

Dalam penelitian ini mengambil objek masyarakat Desa Widodaren Kecamatan Petarukan Kabupaten Pemalang. Dengan jumlah pendudukan yang hampir mayoritas beragama islam atau muslim namun masih banyak yang belum berminat untuk membuka rekening dan menabung di bank syariah.

³⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, Cet.I. (Bandung: CV.Alfabeta, 2019).

³⁷ *Ibid* h. 126-127

2. Sampel

Sampel adalah sebuah bagian dari jumlah dalam populasi.³⁸ Penentuan sampel pada penelitian ini adalah 100 responden dari masyarakat Desa Widodaren, dengan teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Pengambilan sampel menggunakan teknik *Purposive Sampling* dalam penelitian ini mengambil beberapa indikator responden yang memenuhi syarat untuk dijadikan sampel penelitian, yaitu sebagai berikut :

1. Memiliki rekening/tabungan di bank syariah maupun konvensional
2. Memahami cara pengaplikasian tabungan atau ATM
3. Pernah melakukan transaksi menabung di bank minimal 3x dalam kurun waktu penelitian.
4. Berada di usia minimal 17 tahun atau sudah memiliki KTP

Adalah rumus yang digunakan untuk mengukur sampel terutama mengendalikan populasi, dengan menggunakan rumus slovin. Berikut cara untuk menghitung rumus slovin:³⁹

$$n = \frac{N}{1+N.e^2}$$
$$n = \frac{8890}{1+8890(0,1)^2}$$
$$n = \frac{8890}{1 + 8890(0,1)^2}$$
$$n = 98,88$$

Keterangan :

n : jumlah sampel

N : jumlah populasi

e : eror atau tingkat kesalahan yang diyakini

³⁸ Masrukhin, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Kudus: Media Ilmu Pers, 2016).

³⁹ Rifda Arum, "Rumus Slovin: Definisi, Contoh Soal, Beserta Pemahaman Mengenai Populasi Dan Sampel Penelitian," *Gramedia Blog*, last modified 2021, accessed June 5, 2023, <https://www.gramedia.com/literasi/rumus-slovin/>.

Jadi jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 98,88 yang dibulatkan menjadi 100 orang dengan tingkat kesalahan atau error 10%.

3.2 Teknik Pengumpulan Data

1. Pengertian Data

Yang dimaksud dengan data adalah bahan yang berisi keterangan dari suatu objek yang berasal dari lokasi penelitian. Teknik pengumpulan data dalam penelitian merupakan cara yang digunakan untuk mendapatkan data yang akan diolah menjadi suatu informasi dalam penelitian.⁴⁰ Data dalam suatu penelitian dapat dibagi dua yaitu, data primer dan data sekunder. Penjelasan sebagai berikut :⁴¹

1.) Data Primer

Pengertian data primer adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber utama dan aslinya. Beberapa cara yang dapat dilakukan untuk memperoleh data primer yaitu dengan metode wawancara dan angket (*questionnaire*).

Pada penelitian ini data primer diperoleh dari wawancara langsung dengan sumber penelitian yaitu beberapa masyarakat desa Widodaren terkait informasi yang dibutuhkan. Namun tidak hanya itu, peneliti juga membuat kuesioner sebanyak 17 pertanyaan yang disebar untuk menggali data lebih akurat terkait faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kurangnya minat menabung di bank syariah.

2.) Data Sekunder

Adalah metode pengambilan data yang diperoleh dari sumber kedua, seperti buku literatur, jurnal dan data yang sudah diolah pihak tertentu mengenai informasi objek yang akan diteliti.

3.3 Pengumpulan Data

1. Angket atau Kuesioner

⁴⁰ Lijan Poltak Sinambela, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014).

⁴¹ Wirdayani Wahab, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Industri Perbankan Syariah Di Kota Pekanbaru," *Jurnal Kajian Ekonomi Islam* 2, no. 1 (2017): 51–66, <http://journal.febi.uinib.ac.id/index.php/maqdis/article/view/78>.

Metode angket (*questionnaire*) yaitu pengambilan data dengan memberikan kuesioner kepada responden, dimana jawaban dari kuesioner tersebut akan menjadi acuan dalam penelitian selanjutnya. Dalam penelitian ini angket disebar kepada masyarakat desa Widodaren, dengan jumlah total pertanyaan mengenai penelitian yaitu 17 pertanyaan dan beberapa angket data pribadi responden. Dari 105 responden hanya diambil sesuai banyaknya sampel, yaitu 100 orang untuk memenuhi total sampel saja.

2. Studi Pustaka

Merupakan suatu teknik dalam pengumpulan data dengan melihat dan memahami dari buku-buku, literatur, catatan dan laporan yang berkaitan dengan informasi penelitian.

3. Wawancara

Pengambilan data dengan metode wawancara biasanya dilakukan secara langsung, dimana peneliti langsung menemui responden yang akan dimintai informasi yang lebih mendalam. Dalam penelitian ini, memawancari beberapa masyarakat terkait informasi yang faktual berdasarkan lapangan, dimana respondennya yaitu masyarakat Desa Widodaren yang memiliki rekening tabungan di bank dan menjelaskan apa yang menjadi kekurangan kelebihan apabila mereka menabung di bank syariah.

3.4 Skala Pengukuran

Skala pengukuran yaitu suatu ketetapan mengenai acuan yang digunakan dalam menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga apabila digunakan sebagai pengukuran menghasilkan data kuantitatif yang akurat. Skala dalam penelitian dapat berupa skala nominal, skala ordinal, skala interval dan skala rasio. Skala dalam penelitian yang digunakan terdiri dari skala likert, skala guttman, rating scale dan semantik diferensial.⁴²

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala interval dengan teknik pengukuran skala *Likert*. Skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok.

⁴² Bambang Sudaryana, *Metode Penelitian Teori Dan Praktek Kuantitatif Dan Kualitatif*, Cet.1. (Yogyakarta: Deepublish, n.d.).

Tabel 3. 1

Skala Likert

Simbol	Alternatif Jawaban	Nilai
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STJ	Sangat Tidak Setuju	1

3.5 Definisi Operasional

Merupakan penjabaran tentang definisi-definisi variabel penelitian dan indikator yang ada didalamnya. Jika diklasifikasikan posisi dan fungsinya variabel dalam penelitian kuantitatif dibagi menjadi beberapa jenis yaitu variabel bebas, variabel *intervening*, dan variabel kontrol. Namun dalam penelitian ini hanya memiliki variabel bebas dan variabel terikat.

1. Variabel Bebas Pengetahuan (X1)

Pengetahuan merupakan apapun yang diketahui dan dipahami oleh konsumen atau pelanggan, dalam hal ini berkaitan dengan nasabah bank. Dimana pengetahuan ini erat kaitannya dengan bagaimana operasional dan sistem yang ada di dalam bank syariah.⁴³

⁴³ Pandu Tezar Adi Nugroho Fajar Mujaddid, "Pengaruh Pengetahuan, Reputasi, Lingkungan Dan Religiusitas Terhadap Minat Pelajar Sekolah Menengah Kejuruan Prodi Perbankan Syariah Dalam Menabung Di Bank Syariah," *Jurnal Ekonomi Islam* 10 (2019): 1.

2. Variabel Bebas Lokasi (X2)

Lokasi merupakan tempat dimana berlangsungnya kegiatan dan peristiwa yang dalam kaitannya berapa jauh nasabah bank dapat menjangkau kantor bank syariah

3. Variabel Bebas Promosi (X3)

Promosi adalah upaya untuk memberitahukan, menyebarluaskan, menawarkan sesuatu kepada konsumen atau nasabah untuk menggunakan jasa atau produk yang akan ditawarkan.

4. Variabel Bebas Produk (X4)

Produk adalah sesuatu yang ditawarkan dan yang akan didapatkan oleh konsumen atau nasabah agar mendapat kepuasan dari pelayanan yang diberikan.

5. Variabel Terikat Minat (Y)

Minat yaitu kecenderungan hati atau kesukaan kepada sesuatu. Timbulnya minat pada diri seseorang karena tertarik dan mencari keuntungan atau manfaat bagi kehidupannya.

Tabel 3. 2

Variabel dan Indikator Penelitian

No	Variabel	Indikator
1	Pengetahuan (X1)	1.Keterpaparan Informasi 2.Pengetahuan mekanisme bank 3.Pengetahuan Ilmiah 4.Pemanfaatan informasi
2	Lokasi (X2)	1. Keterjangkauan dengan nasabah 2.Tempat parkir yang luas 3.Tersedia sarana dan prasarana
3	Promosi (X3)	1.Kemudahan media promosi 2.Promosi penjualan produk 3.Publisitas(<i>publicity</i>)

No	Variabel	Indikator
		4. <i>Sponsorship</i> Produk
4	Produk (X4)	1. Kualitas produk 2. Keragaman produk
5	Minat (Y)	1. Kesesuaian pengetahuan mendorong minat menabung 2. Keterjangkauan lokasi mendorong minat menabung 3. Kesesuaian promosi mendorong minat menabung 4. Kesesuaian produk mendorong minat menabung

3.6 Teknik Analisis Data

Beberapa teknik analisis data pada penelitian kuantitatif ini, dilakukan dengan sebagai berikut :

1. Uji Instrumen

a. Uji Reliabilitas

Uji yang digunakan untuk mengukur kuesioner, dimana kuesioner merupakan instrumen penelitian. Dikatakan reliabel apabila jawaban responden konsisten dari awal sampai akhir. Uji reliabilitas dapat diukur dengan SPSS dimana dibantu dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α) dengan nilai > 0.6 maka dikatakan reliabel suatu variabel.⁴⁴

b. Uji Validitas

Validitas adalah istilah yang dapat menjelaskan bahwa satu instrumen sudah memiliki keakuratan data, dimana digunakan oleh peneliti untuk memperoleh data yang tepat dari pertanyaan dari respon sebuah penelitian.⁴⁵ Dalam penelitian ini menentukan valid tidaknya suatu data dengan uji validitas, yaitu dengan melakukan

⁴⁴ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016).

⁴⁵ Agus S. Benu Fred L. Benu, *Metodologi Penelitian Kuantitatif (Ekonomi, Sosiologi, Komunikasi, Administrasi, Pertanian Dan Lainnya)*, Cet.1. (Jakarta: Prenadamedia Group, 2019).

korelasi antara skor butir pertanyaan dengan total variabel. Maka diterapkan kriteria sebagai berikut :

Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan bernilai positif, maka variabel tersebut valid.

Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka variabel tidak valid

Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ tetapi bertanda negatif, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima

Untuk menentukan signifikan atau tidaknya korelasi antar variabel bisa dilihat jika terdapat tanda bintang. Yaitu apabila berbintang satu, artinya korelasi signifikan pada level 5% (0.05) untuk dua sisi. Namun jika berbintang dua, berarti korelasi signifikan level 1% (0,01) dua sisi.

2. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinieritas

Pengujian multikolinieritas digunakan untuk menjelaskan apakah terdapat korelasi yang tinggi dan sempurna antara variabel bebas dan variabel terikat. Pada model regresi apabila tidak ada korelasi terhadap variabel bebas maka bisa dikatakan bahwa model tersebut baik. Dengan melihat nilai *variance inflation factor* (VIF) yang biasanya digunakan yaitu $Tolerance \geq 0.10$ atau sama dengan $VIF \leq 10$.⁴⁶

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini merupakan uji yang tujuannya untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual secara tetap. Varian dari residual menunjukkan ketetapan, artinya terjadi homoskedastisitas. Namun apabila berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Ini bisa dilihat dengan ada tidaknya pada grafik scatterplot. Bisa dilihat pada grafik tersebut apabila ada pola tertentu maka bisa dikatakan telah terjadi heteroskedastisitas. Namun jika tidak ada pola tertentu, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.⁴⁷

⁴⁶ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018).

⁴⁷ Konstansius Aji Belang Besse Arna Wisudaningsi, Irvana Arofah, "Kualitas, Pengaruh Dan, Pelayanan Produk, Kualitas Konsumen, Kepuasan Menggunakan, Dengan Analisis, Metode Berganda, Regresi Linear" 1, no. 1 (2019): 103–116.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan cara untuk mengetahui kenormalan suatu data, dimana kita bisa membandingkan data yang kita miliki dengan data yang sudah di distribusi normal itu memiliki *mean* dan standar deviasi yang sama dengan data yang kita miliki. Urgensi uji normalitas dari sebuah proses pengolahan data kuantitatif adalah dengan data yang wajib memiliki distribusi normal agar data yang akan diolah selanjutnya sesuai dengan hasil yang kita inginkan.⁴⁸ Cara pengujiannya bisa dengan uji *Spearman* yaitu dengan membandingkan jumlah keseluruhan nilai *rank-spearman* terhadap nilai signifikansi. Apabila nilainya signifikansi <5% maka terjadilah heteroskedastisitas.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda, dimana dilakukannya analisis ini untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Perbedaan regresi sederhana dengan regresi berganda adalah pada letak jumlah variabel bebasnya yang lebih dari satu, oleh karenanya disebut regresi berganda. Adapun variabel pada penelitian ini terdapat empat variabel independen dan satu variabel dependen. Model persamaan regresi linear berganda bisa dilihat sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + e$$

Keterangan :

Y : Variabel dependen (Kurangnya minat masyarakat menabung)

a : Konstanta

b₁ : Koefisien regresi dari X₁

b₂ : Koefisien regresi dari X₂

b₃ : Koefisien regresi dari X₃

b₄ : Koefisien regresi dari X₄

⁴⁸ Ibid, hal.107

X_1 : Pengetahuan

X_2 : Lokasi

X_3 : Promosi

X_4 : Produk

e : Kesalahan berdistribusi normal dengan rata-rata 0 (error)

4. Koefisiensi Determinasi (R^2)

Merupakan petunjuk dimana tingkat hubungan antara variabel dependen dan variabel independen. Atau bisa dikatakan sebagai letak dimana kontribusi antara variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen. Pada persamaan regresi R^2 bisa terjadi penambahan variabel independen, ini membuat variabel independen memiliki nilai R^2 semakin besar. Untuk mengatasi hal ini, pada analisis berganda digunakan R^2 *adjusted*. Untuk melihat tidak adanya hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, maka R^2 berada pada nilai 0. Apabila nilainya 1, maka menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara variabel independen dengan variabel dependen.

5. Uji Hipotesis

1. Uji T_{tes} (Uji Parsial)

Digunakan untuk melihat tingkat signifikan suatu variabel. Dimana variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen, secara parsial atau sendiri dengan tingkat kepercayaan tertentu. H_0 ditolak apabila t hitung $>$ t tabel, yang artinya variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen. Jika H_0 diterima jika dilihat dari t hitung $<$ t tabel, artinya variabel independen secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini Uji T akan diujikan pada hipotesis :

H_0 : Pengetahuan, Lokasi, Promosi dan Produk secara parsial tidak berpengaruh terhadap kurangnya minat masyarakat menabung di bank syariah.

H_a : Pengetahuan, Lokasi, Promosi dan Produk secara parsial berpengaruh terhadap kurangnya minat masyarakat menabung di bank syariah.

2. Uji F_{tes} (Uji Simultan)

Uji Tes merupakan cara yang digunakan untuk melihat apakah variabel independen atau bebas dapat secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen atau terikat. Langkah-langkah untuk menguji Tes yaitu menentukan hipotesis, menentukan F Tabel, mencari Hitungan, pengambilan keputusan. H_0 ditolak apabila jika nilai signifikansi < 0.05 atau $F_{hitung} > F_{tabel}$ yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Hipotesis yang diuji dengan Uji Tes penelitian ini adalah :

H_0 : Pengetahuan, Lokasi, Promosi dan Produk secara simultan tidak berpengaruh terhadap kurangnya minat masyarakat menabung di bank syariah

H_1 : Pengetahuan, Lokasi, Promosi dan Produk secara simultan berpengaruh terhadap kurangnya minat masyarakat menabung di bank syariah.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1 Deskripsi Umum Daerah Penelitian

1. Lokasi Dan Kondisi Geografis

Desa sebagaimana telah diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 43 tahun 2015 tentang desa menerangkan pengertian desa yaitu kesatuan masyarakat hukum yang memiliki batas wilayah berwenang untuk mengatur dan mengurus kepentingan masyarakat setempat sesuai adat setempat yang diikuti dan dihormati.⁴⁹ Maka berdasarkan peraturan tersebut bisa disimpulkan bahwa wilayah desa Widodaren secara yuridis juga termasuk sebuah desa, dimana wilayahnya merupakan salah satu bagian dari kecamatan Petarukan Kabupaten Pematang Jaya.

Secara umum desa Widodaren memiliki luas dan batas wilayah, yaitu luasnya \pm 513.333 Ha dengan batas wilayah sebelah utara terdapat jalan pantura, sebelah selatan terdapat desa Desa Kendalsari, sebelah barat berbatasan dengan desa Sirangkang dan Desa Karangasem, serta dibagian sebelah timur berbatasan langsung dengan Desa Cibiyuk Kec.Ampelgading.

Berdasarkan letak geografisnya, desa Widodaren memiliki ketinggian tanah 8 meter dengan topografi di daerah dataran rendah. Apabila dilihat dari jarak pusat kota ke desa memang bisa dikatakan jauh, dengan jarak dari pusat pemerintahan kecamatan ke desa \pm 7 Km. Jarak desa Widodaren ke Ibukota Kabupaten yaitu 15 Km, dimana ini menjadi salah satu faktor yang menjadi penyebab kurangnya minat menabung di bank syariah yang letaknya ada di pusat kota.

⁴⁹ Widodaren.desakupematangjaya.id, "Sejarah Desa," *WordPress*, last modified 2023, <https://widodaren.desakupematangjaya.id/profil-desa/>. Diakses pada 2 Juli 2023 pukul 01.00

2. Kondisi Demografi

Tabel 4. 1

Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin

Laki-laki	Perempuan
4.467 Orang	4.423 Orang

Sumber: Data Monografi Widodaren Tahun 2021

Berdasarkan data monografi desa pada tabel 4.1 jumlah penduduk yang ada di Widodaren total 8.890 dan apabila diklasifikasi berdasarkan jumlah per kepala keluarga sekitar 2.723. Apabila diklasifikasi berdasarkan jumlah penduduk menurut agama, di desa Widodaren mayoritas beragama islam dengan jumlah total 8.715 muslim, serta non muslim yaitu kristen berjumlah 175 orang.

3. Sarana dan Prasarana

Fasilitas umum yang dimiliki oleh desa Widodaren sudah bisa dikatakan layak pakai dan bisa dimanfaatkan oleh seluruh lapisan masyarakat. Berdasarkan alat transportasi yang ada di desa Widodaren menggunakan sepeda, sepeda motor, kendaraan beroda tiga dan sisanya becak. Namun seperti fasilitas umum berupa jalan raya masih kurang mendukung atau bisa dikatakan belum bisa digunakan dengan sempurna karena banyak kerusakan. Sebagaimana yang dijabarkan dalam data monografi desa Widodaren, dibawah ini disajikan dalam tabel 4.2 sebagai berikut :

Tabel 4. 2

Fasilitas Umum Desa Widodaren

No	Jenis Prasarana	Volume
1	Jalan Dusun dan desa	9,5 Km
2	Bangunan Umum	3,5 Ha
3	Lapangan Sepak Bola	1 buah
4	Lapangan Volley	2 buah
4	Lapangan Bulu Tangkis	3 buah
5	Lumbung Desa	1 buah

No	Jenis Prasarana	Volume
6	Bank sampah	1 buah
7	Masjid	5 buah
8	Mushola	26 buah
9	Gereja	1 buah
10	Taman Kanak-kanak	2 buah
11	SD/Madrasah	7 buah
12	SMP	1 buah
13	Pondok Pesantren	1 buah
14	Madrasah	2 buah
15	Apotek	1 buah

Sumber: Monografi Desa Widodaren 2021

4.2 Deskripsi Data Responden

Responden dalam penelitian ini memiliki karakteristik yang berbeda-beda, adapun yang digunakan yaitu karakteristik jenis kelamin, usia, pendidikan dan pekerjaan.

1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4. 3
Jenis Kelamin Responden

JenisKelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	25	25.0	25.0	25.0
	Perempuan	75	75.0	75.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Data Primer Diolah, 2023.

Berdasarkan pada tabel 4.3 diatas bisa disimpulkan bahwa respon yang memenuhi penelitian di desa Widodaren lebih dominan perempuan dengan total 75% atau 75 orang dari jumlah 100 orang dan sisanya 25% adalah laki-laki.

2. Karakteristik Berdasarkan Usia

Tabel 4. 4
Usia Responden

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-24	56	56.0	56.0	56.0
	25-32	24	24.0	24.0	80.0
	33-40	10	10.0	10.0	90.0
	41-47	4	4.0	4.0	94.0
	48-55	6	6.0	6.0	100.0
	Total		100	100.0	100.0

Sumber: Data Primer diolah, 2023.

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa usia responden yang paling mendominasi pada penelitian ini adalah 17-14 tahun sekitar 56% atau sama dengan 56 Orang. Di posisi lain 24% atau 24 orang dipenuhi oleh responden usia 25-32 tahun. Serta usia 33-40 dan 48-55 menjadi responden yang memenuhi penelitian ini sebanyak 14 orang.

3. Karakteristik Berdasarkan Pendidikan

Tabel 4. 5
Pendidikan Responden

		Pendidikan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SD	5	5.0	5.0	5.0
	SMP	12	12.0	12.0	17.0
	SMA	66	66.0	66.0	83.0
	S1/S2	17	17.0	17.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Data Primer Diolah, 2023.

Pada tabel 4.5 diatas menunjukkan bahwa 66% atau sejumlah 66 orang dalam penelitian ini berpendidikan akhir SMA/SMK. Namun lulusan S1/S2 menjadi responden

yang jumlahnya 17 orang di penelitian ini. Sisanya berpendidikan SD dan SMP yaitu 5 orang dan 12 orang responden.

4. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4. 6
Pekerjaan Responden

		Pekerjaan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PELAJAR/MAHASISWA	34	34.0	34.0	34.0
	PETANI/DAGANG	2	2.0	2.0	36.0
	BURUH	14	14.0	14.0	50.0
	WIRASWASTA/KARYWAN	41	41.0	41.0	91.0
	GURU	1	1.0	1.0	92.0
	IBU RUMAH TANGGA	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer Diolah, 2023.

Tabel 4.6 merupakan tabel yang menunjukkan beberapa pekerjaan responden penelitian ini. Dimana jumlah terbanyak adalah wiraswasta/karyawan dengan total persentase 41% atau 41 orang responden. Yang paling sedikit didominasi oleh guru dan petani/pedagang di desa Widodaren sekitar 1 dan orang saja. Kemudian terdapat 14 orang buruh sebagai responden di penelitian ini serta beberapa ibu rumah tangga sekitar 8% atau 8 orang responden.

4.3 Analisis Data

1. Hasil Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Kegunaan uji validitas adalah untuk mengukur valid atau tidaknya suatu item kuesioner. Dinyatakan valid suatu variabel jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan apa yang diukur dalam kuesioner. Pengambilan keputusan menurut Santoso (2022:277): Jika r_{hitung} positif dan nilai $r_{hitung} > 0.05$ disebut valid. Jika r_{hitung} negatif dan nilai $r_{hitung} < 0.05$ disebut tidak valid

Tabel 4.7

Hasil Uji Validitas Data

Variabel	Item Pertanyaan	Total Score Correlation	Keterangan
Pengetahuan (X1)	Butir 1	.746**	<i>Valid</i>
	Butir 2	.804**	<i>Valid</i>
	Butir 3	.832**	<i>Valid</i>
	Butir 4	.740**	<i>Valid</i>
Lokasi (X2)	Butir 1	.905**	<i>Valid</i>
	Butir 2	.913**	<i>Valid</i>
	Butir 3	.868**	<i>Valid</i>
Promosi (X3)	Butir 1	.766**	<i>Valid</i>
	Butir 2	.846**	<i>Valid</i>
	Butir 3	.871**	<i>Valid</i>
	Butir 4	.874**	<i>Valid</i>
Produk (X4)	Butir 1	.852**	<i>Valid</i>
	Butir 2	.889**	<i>Valid</i>
Kurang Minat (Y)	Butir 1	.739**	<i>Valid</i>
	Butir 2	.859**	<i>Valid</i>
	Butir 3	.808**	<i>Valid</i>
	Butir 4	.789**	<i>Valid</i>

Sumber : Data Primer Diolah, 2023.

Tabel di atas menunjukkan seluruh item kuesioner pada setiap variabel valid. Dimana r tabel sebesar 0,165 diperoleh dari $df = N - 2 = 100 - 2 = 98$. Sehingga dapat disimpulkan $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ yang berarti valid. Dimana setiap item kuesioner menunjukkan nilai positif dan melebihi dari r tabel.

b. Uji Reliabilitas

Merupakan uji yang berguna untuk mengukur kereliablesan kuesioner dalam suatu variabel. Dikatakan reliabel jawaban responden adalah apabila jawaban dari

setiap pertanyaan konsisten dan stabil dalam waktu yang sama. Dimana diuji dengan Cronbach Alpha (α) dengan nilai Alpha > 0.060 (Nunnally,1967).

Tabel 4. 8

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pengetahuan (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.786	.786	4

Tabel 4. 9

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Lokasi (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.876	.876	3

Tabel 4. 10

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.860	.860	4

Tabel 4. 11

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Produk (X4)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.677	.681	2

Tabel 4. 12

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kurang Minat (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.812	.811	4

Berdasarkan hasil dari uji reliabilitas diatas dapat disimpulkan dalam penjelasan berikut :

Tabel 4. 13

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Pengetahuan (X1)	.786	<i>Reliable</i>
Lokasi (X2)	.876	<i>Reliable</i>
Promosi (X3)	.860	<i>Reliable</i>
Produk (X4)	.677	<i>Reliable</i>
Kurang Minat	.812	<i>Reliable</i>

Sumber : Data Primer Diolah, 2023.

Dari tabel 4.13 diketahui bahwa variabel pengetahuan menunjukkan nilai 0.786, variabel lokasi sebesar 0.876, promosi 0.860, produk 0.677 dan variabel dependen kurang minat menunjukkan 0.812. Dimana masing-masing

variabel nilainya > 0.60 yang dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan, lokasi, promosi, produk dan kurang minat dinyatakan reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Langkah pengujian data melalui uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah suatu data berdistribusi normal atau tidak. Dalam uji normalitas ini peneliti menggunakan pendekatan monte carlo.

Tabel 4. 14

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.82520247
Most Extreme Differences	Absolute	.102
	Positive	.102
	Negative	-.059
Test Statistic		.102
Asymp. Sig. (2-tailed)		.012 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Data Primer Diolah, 2023.

Dalam uji K-S (*Kolmogorov Smirnov*) seperti terlihat pada tabel 4.14 di atas suatu data bisa dikatakan normal apabila nilai sig > 0.05 . Maka pengujian ini menunjukkan residual berdistribusi normal karena signifikan pada 0.12 yang artinya > 0.05 dan nilai tes statistik menunjukkan 0.102.

b. Uji Multikolinearitas

Uji ini dilakukan untuk melihat apakah ada dan tidaknya multikolinearitas dalam uji regresi data dimana bisa dilihat dengan nilai tolerance VIF (*variance inflation factor*). Nilai tolerance yang menunjukkan multikolinearitas yaitu < 0.10 atau sama dengan VIF > 10 . Berikut olah data uji multikolinearitas penelitian ini :

Tabel 4. 15

Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Pengetahuan	.667	1.499	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Lokasi	.727	1.375	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Promosi	.592	1.690	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Produk	.603	1.660	Tidak Terjadi Multikolinearitas

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai tolerance dari variabel pengetahuan sebesar 0.667, variabel lokasi 0.727, variabel promosi sebesar 0.592, variabel produk dengan nilai 0.603. Dan jika melihat dari nilai VIF setiap variabel, dari variabel pengetahuan sebesar 1.499, lokasi 1.375, promosi 1.690 dan produk 1.660 menunjukkan nilai yang $VIF < 10.00$. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini berguna untuk melihat ada dan tidaknya heteroskedastisitas dalam sebuah data penelitian. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Dimana bisa dikatakan mengalami hal tersebut apabila signifikansi antara variabel independen dengan absolute residual > 0.05 .

Tabel 4. 16**Hasil Uji Heteroskedastisitas****Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.107	.615		5.049	.000
Pengetahuan	-.076	.042	-.217	-1.808	.074
Lokasi	.023	.039	.070	.608	.545
Promosi	-.043	.047	-.115	-.904	.368
Produk	-.030	.078	-.048	-.380	.705

a. Dependent Variable: RES2

Sumber : Data Primer Diolah, 2023.

Pada tabel 4.16 di atas dapat diketahui bahwa variabel pengetahuan memiliki tingkat signifikansi 0.074, variabel lokasi bernilai signifikansi 0.545, variabel promosi 0.368 dan variabel produk memiliki signifikansi 0.705 dimana > 0.05. Maknanya data ini dapat disimpulkan bahwa tidak mengalami heteroskedastisitas.

3. Uji Analisis Regresi Berganda**Tabel 4. 17****Hasil Uji Analisis Regresi Berganda****Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.913	1.031		4.766	.000
Pengetahuan	-.028	.070	-.033	-.402	.689
Lokasi	.022	.065	.026	.338	.736
Promosi	.638	.079	.695	8.038	.000
Produk	.187	.131	.122	1.427	.157

a. Dependent Variable: Kurang_Minat

Sumber : Data Primer Diolah, 2023.

Berdasarkan pada tabel 4.17 diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Kurang minat = $4.913 - 0.028 \text{ pengetahuan} + 0.022 \text{ lokasi} + 0.638 \text{ promosi} + 0.187 \text{ produk}$

Berdasarkan persamaan tersebut, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Konstanta (α) bernilai 4,913 menunjukkan bahwa apabila variabel pengetahuan, lokasi, promosi dan produk bernilai tetap atau konstan, maka nilai variabel kurangnya minat masyarakat menabung di Bank Syariah bernilai 4,913.
2. Nilai koefisien regresi variabel Pengetahuan (X1) bernilai -0.028.
Ini menunjukkan besarnya pengaruh variabel pengetahuan terhadap kurangnya minat. Artinya, apabila variabel pengetahuan meningkat 1 persen, maka diprediksi nilai variabel kurangnya minat masyarakat menabung di Bank Syariah naik sebesar 2,8 persen dengan asumsi variabel lain konstan atau sama dengan 0.
3. Koefisien regresi variabel Lokasi (X2) bernilai 0.022
Ini menunjukkan besarnya pengaruh variabel lokasi terhadap kurangnya minat. Artinya, apabila variabel lokasi meningkat 1 persen, maka diprediksi nilai kurangnya minat masyarakat menabung di Bank Syariah naik sebesar 2,2 persen dengan asumsi variabel lain konstan atau sama dengan 0.
4. Koefisien regresi variabel Promosi (X3) bernilai 0.638
Ini menunjukkan besarnya pengaruh variabel promosi terhadap kurangnya minat. Artinya, apabila variabel promosi meningkat 1 persen, maka diprediksi nilai kurangnya minat masyarakat menabung di Bank Syariah naik sebesar 63,8 persen dengan asumsi variabel lain konstan atau sama dengan 0.
5. Koefisien regresi variabel Produk (X4) bernilai 0,187
Ini menunjukkan besarnya pengaruh variabel produk terhadap kurangnya minat. Artinya, apabila variabel produk meningkat 1 persen, maka diprediksi nilai kurangnya minat masyarakat menabung di Bank Syariah naik sebesar 18,7 persen dengan asumsi variabel lain konstan atau sama dengan 0.

4. Uji Koefisiensi Determinan (R²)

Tabel 4. 18

Hasil Uji Koefisiensi Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.762 ^a	.580	.562	1.86323

a. Predictors: (Constant), Produk, Pengetahuan, Lokasi, Promosi

Berdasarkan pada tabel di atas dapat diketahui nilai *adjusted Square* sebesar 0.431 yang artinya variabel pengetahuan, lokasi, promosi dan produk sebesar 56,2 % dan sisanya 43,8 % (100-56,2=43,8) dijelaskan oleh variabel diluar model ini.

5. Uji Hipotesis

a. Uji T_{tes}

Uji Tes yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan T Tabel dengan rumus : $t/2 : (N-K-1) = 0.025;95 = 1.985$ dengan tingkat signifikansi 5% atau 0.05

Tabel 4. 19

Hasil Uji T tes

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.913	1.031		4.766	.000
	Pengetahuan	-.028	.070	-.033	-.402	.689
	Lokasi	.022	.065	.026	.338	.736
	Promosi	.638	.079	.695	8.038	.000
	Produk	.187	.131	.122	1.427	.157

a. Dependent Variable: Kurang_Minat

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Dari tabel 4.19 dapat disimpulkan bahwa :

1. Pengaruh variabel pengetahuan (X1)

Nilai t hitung variabel pengetahuan yaitu - 0,402 lebih kecil dari t tabel (1,985) dengan nilai signifikansi 0.689 lebih besar dari 0.05. Maka dapat

disimpulkan bahwa secara parsial variabel pengetahuan tidak berpengaruh positif terhadap kurangnya minat masyarakat menabung di Bank Syariah.

2. Pengaruh variabel lokasi (X2)

Nilai t hitung variabel lokasi yaitu 0,338 lebih kecil dari t tabel (1,985) dengan nilai signifikansi 0.736 lebih besar dari 0.05. Maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kurangnya minat masyarakat menabung di Bank Syariah.

3. Pengaruh variabel promosi (X3)

Nilai t hitung variabel promosi yaitu 8,038 lebih besar dari t tabel (1,985) dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0.05. Maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kurangnya minat masyarakat menabung di Bank Syariah.

4. Pengaruh variabel produk (X4)

Nilai t hitung variabel produk yaitu 1,427 lebih kecil dari t tabel (1,985) dengan nilai signifikansi 0,157 lebih besar dari 0.05. Maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kurangnya minat masyarakat menabung di Bank Syariah.

b. Uji F_{tes}

Tabel 4. 20

Hasil Uji F_{tes}

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	455.235	4	113.809	32.782	.000 ^b
	Residual	329.805	95	3.472		
	Total	785.040	99			

a. Dependent Variable: Kurang Minat

b. Predictors: (Constant), Produk, Pengetahuan, Lokasi, Promosi

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan pada tabel 4.20 di atas yang menggunakan rumus $F_{tabel} : (k;n-k) : (4;100-4) : (4;96) : 2.47$ ini menunjukkan bahwa F hitung 32,782 lebih besar dari F tabel 2,47 dan signifikansi 0.000 kurang dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa pengetahuan, lokasi, promosi dan produk secara bersama-sama mempengaruhi kurangnya minat masyarakat menabung di bank syariah.

4.4 Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh pengetahuan terhadap kurangnya minat menabung di bank syariah

Berdasarkan hasil penelitian secara statistik menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi variabel pengetahuan (X_1) sebesar $-0,028$. Artinya pada variabel pengetahuan terdapat hubungan negatif dengan kurangnya minat masyarakat menabung di Bank Syariah. Hal ini menunjukkan bahwa setiap ada kenaikan pada nilai pengetahuan maka tidak akan menyebabkan kenaikan pada variabel kurangnya minat menabung, dengan hasil perhitungan pada tabel 4.19 pengetahuan tidak berpengaruh signifikan terhadap kurangnya minat menabung masyarakat karena nilai t hitung lebih kecil dari t tabel atau $-0,402 < 1,985$ dengan tingkat signifikansi pengetahuan sebesar $0,689 > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak dengan kata lain bahwa pengetahuan tidak berpengaruh signifikan terhadap kurangnya minat masyarakat menabung di Bank Syariah.

Pengetahuan adalah faktor penting pendukung seseorang atau masyarakat dalam menentukan pilihan terhadap sesuatu hal, seperti halnya dalam menentukan dimana seseorang ingin menabungkan uangnya. Pengetahuan dapat didefinisikan hasil penginderaan manusia atau hasil “tahu” seseorang terhadap objek melalui indera yang dimilikinya yaitu indera penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan raba. Pengetahuan saat ini dapat diakses mudah didapatkan seiring berkembangnya teknologi, terutama pada perkembangan perbankan syariah.

Dalam penelitian ini pengetahuan tidak memiliki pengaruh terhadap kurangnya minat masyarakat menabung di Bank Syariah secara signifikan di Desa Widodaren. Hal itu karena masyarakat di Desa Widodaren sebagian besar belum mengetahui tentang Bank Syariah hanya apalagi istilah akad dalam Bank Syariah masih asing bagi sebagian masyarakat di Desa Widodaren tersebut. Hal ini tidak sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Indah Puspita yang berjudul Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Masyarakat Desa Jedus Kecamatan Kumpeh

Menabung Di Bank Syariah. Menurut Indah Puspita yang menjadi faktor kurangnya minat masyarakat yaitu pelayanan dan lokasi. Pengetahuan merupakan faktor penting bagi seseorang untuk memilih menabung atau menitipkan dananya.

Namun dalam penelitian lain, penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Salwa Khairussyifa dan Nurul Jannah yang menyatakan bahwa pengetahuan tidak berpengaruh terhadap kurangnya minat menabung masyarakat (2022) dalam judul penelitian Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Masyarakat Dalam Menabung Di Bank Sumut KCP Kota Baru Marelan.

2. Pengaruh lokasi terhadap kurangnya minat menabung di bank syariah

Berdasarkan hasil penelitian secara statistik menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi variabel lokasi (X₂) sebesar 0,022. Artinya pada variabel lokasi terdapat hubungan yang tidak positif dengan kurangnya minat masyarakat menabung di Bank Syariah. Hal ini menunjukkan bahwa setiap ada kenaikan pada nilai variabel lokasi maka tidak akan menyebabkan kenaikan pada variabel kurangnya minat menabung, dengan hasil perhitungan pada tabel 4.19 lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kurangnya minat menabung masyarakat karena nilai t hitung lebih kecil dari t tabel atau $0,338 < 1,985$ dengan tingkat signifikansi pengetahuan sebesar $0,736 > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_{a1} ditolak dengan kata lain bahwa lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kurangnya minat masyarakat menabung di Bank Syariah.

Lokasi merupakan salah satu faktor pendukung penting bagi seseorang atau masyarakat dalam menentukan pilihan terhadap dimana mereka akan menitipkan dananya atau menabungkan uangnya tetapi dengan lokasi yang mudah untuk dijangkau. Menentukan lokasi merupakan keputusan penting dalam bisnis yang bertujuan untuk membujuk pelanggan/nasabah agar datang ke tempat tersebut dengan pemenuhan kebutuhan. Lokasi mempunyai fungsi yang strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan badan usaha. Lokasi yang tepat dalam mendirikan suatu usaha adalah salah satu hal yang sangat menentukan keuntungan bagi perusahaan, Bank Syariah akan selalu mencari lokasi yang strategis yang mudah dilihat dan dijangkau oleh nasabah.

Tetapi menurut sebagian masyarakat Desa Widodaren kenapa mereka kurang berminat untuk menabung di Bank Syariah karena lokasi Bank Syariah atau mesin ATM untuk bertransaksi juga sedikit sulit untuk dijangkau dibandingkan dengan Bank konvensional yang mereka gunakan pada saat ini. Tetapi bagi mereka yang baru ingin

memiliki tabungan di Bank Syariah atau yang menggunakan jasa Bank Syariah mereka tidak memperlmasalahkan jarak lokasi Bank Syariah karena menurut mereka ingin menghindari sistim bunga yang merupakan riba menurut hukum islam. Dan ada pula yang dalam wawancara menyebutkan bahwa dengan kemajuan teknologi, bisa memilih mengakses digital banking yang lebih menguntungkan hanya dengan mengakses perbankan melalui *handphone* tanpa harus menjangkau jarak yang cukup jauh.

Sejalan dengan penelitian terdahulu yang menunjukkan hasil yang sama, yaitu variabel lokasi yang tidak berpengaruh terhadap kurangnya minat menabung. Dijelaskan dalam penelitian yang dilakukan oleh Fian Ayu (2020) dalam judul penelitian faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kurangnya minat menabung masyarakat di bank syariah studi yang dilakukan pada masyarakat di kecamatan Ulujadi, Palu.

3. Pengaruh promosi terhadap kurangnya minat menabung di bank syariah

Berdasarkan hasil penelitian secara statistik menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi variabel promosi (X3) sebesar 0,638. Artinya pada variabel promosi terdapat hubungan yang positif dengan kurangnya minat masyarakat menabung di Bank Syariah. Hal ini menunjukkan bahwa setiap ada kenaikan pada nilai variabel promosi maka akan menyebabkan kenaikan pada variabel kurangnya minat menabung, dengan hasil perhitungan pada tabel 4.19 promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kurangnya minat menabung masyarakat karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel atau $8,038 > 1,985$ dengan tingkat signifikansi pengetahuan sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_{a1} diterima dengan kata lain bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kurangnya minat masyarakat menabung di Bank Syariah.

Promosi merupakan proses pengkomunikasian produk dan layanan yang ditawarkan sehingga konsumen dapat mengetahuinya dan melakukan pembelian. Promosi sendiri bertujuan untuk mengenalkan produk dan jasa yang perlu diketahui, dibutuhkan, dan diminta konsumen. Laksana (2008:133) sendiri berpendapat bahwa promosi adalah komunikasi antara penjual dan pembeli, berbagai informasi tentang produk yang ditawarkan. Menurutnya, komunikasi bahkan bisa mengubah sikap dan perilaku pembeli yang sebelumnya acuh menjadi aktif dalam mengenal produk sehingga pembeli dapat mengingat produk tersebut. Promosi bukan hanya berkaitan dengan mengkomunikasikan produk terhadap masyarakat atau konsumen agar produk dikenal secara mendalam, namun

juga sebagai bentuk sikap merayu untuk bagaimana kemudian masyarakat ini tertarik untuk memiliki produk tersebut.

Sehubungan dengan ini, maka sesuai pula dengan penelitian A.Anugera Batari (2022) terkait Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Rendahnya Minat Masyarakat Walenrang Utara Menabung Di Bankan Syariah (Studi Kasus Desa Limbong). Dimana hasilnya mengungkapkan indikator promosi berpengaruh terhadap kurangnya minat masyarakat menabung di bank syariah dan dalam penelitian ini membuktikan bahwa variabel promosi ialah variabel yang paling banyak memengaruhi dalam penelitiannya. Serta didukung oleh penelitian dari Cita Ayni Putri Silalahi, Dalmi Iskandar Sultani (2020) dalam Pengaruh Pelayanan, Lokasi dan Promosi Terhadap Kurangnya Minat Mahasiswa FKIP Universitas Muslim Nusantara (UMN) Al Washliyah Menabung di Bank Syariah. Walaupun objeknya berbeda namun hasil penelitian menunjukkan bahwa secara signifikan variabel promosi berpengaruh terhadap kurangnya minat menabung di Bank Syariah.

4. Pengaruh produk terhadap kurangnya minat menabung di bank syariah

Berdasarkan hasil penelitian secara statistik menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi variabel produk (X4) sebesar 0,187. Artinya pada variabel produk terdapat hubungan yang tidak positif dengan kurangnya minat masyarakat menabung di Bank Syariah. Hal ini menunjukkan bahwa setiap ada kenaikan pada nilai variabel produk maka tidak akan menyebabkan kenaikan pada variabel kurangnya minat menabung, dengan hasil perhitungan pada tabel 4.19 produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kurangnya minat menabung masyarakat karena nilai t hitung lebih kecil dari t tabel atau $1,427 < 1,985$ dengan tingkat signifikansi pengetahuan sebesar $0,157 > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_{a1} ditolak dengan kata lain bahwa produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kurangnya minat masyarakat menabung di Bank Syariah.

Produk merupakan elemen pendukung penting bagi masyarakat untuk mengambil keputusan tentang sesuatu, seperti halnya dimana mereka akan menabung atau menyimpan dananya. Produk sendiri memiliki daya tarik yang kuat dalam meningkatkan minat seseorang untuk menggunakannya. Namun produk tidak berpengaruh positif terhadap kurangnya minat menabung masyarakat Desa Widodaren sesuai dengan kondisi masyarakat yang kurang terbiasa menggunakan Bank Syariah, sehingga produk-produk

tidak terlalu menjadi bagian terpenting dalam menarik minat menabung di perbankan syariah.

Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Irnawati Indi berjudul Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kecamatan Rapocini Makasar). Menurut Irnawati Indi yang menjadi faktor kurangnya minat masyarakat kecamatan rapocini yaitu produk sangat berpengaruh signifikan dan positif terhadap kurangnya masyarakat menabung di Bank Syariah.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian dan pengolahan data yang telah dilakukan oleh peneliti, maka dapat ditarik kesimpulan :

1. Variabel pengetahuan tidak berpengaruh signifikan terhadap kurangnya minat menabung masyarakat Desa Widodaren. Hal tersebut ditunjukkan oleh nilai t hitung variabel pengetahuan yaitu $-0,402 < t \text{ tabel } (1,985)$ dengan nilai signifikansi $0,689 > 0,05$. Adapun besaran pengaruh dari pengetahuan yaitu sebesar bernilai $-0,028$. Artinya jika variabel pengetahuan meningkat 1 persen, maka diprediksi nilai variabel kurangnya minat masyarakat menabung di Bank Syariah naik sebesar 2,8 persen.
2. Variabel lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kurangnya minat menabung masyarakat Desa Widodaren. Hal tersebut ditunjukkan oleh nilai t hitung variabel lokasi yaitu $0,338 < t \text{ tabel } (1,985)$ dengan nilai signifikansi $0,736 > 0,05$. Adapun besaran pengaruh dari lokasi yaitu sebesar bernilai $0,022$. Artinya jika variabel lokasi meningkat 1 persen, maka diprediksi nilai variabel kurangnya minat masyarakat menabung di Bank Syariah naik sebesar 2,2 persen.
3. Variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kurangnya minat menabung masyarakat Desa Widodaren. Hal tersebut ditunjukkan oleh nilai t hitung variabel pengetahuan yaitu $8,038 > t \text{ tabel } (1,985)$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Adapun besaran pengaruh dari promosi yaitu sebesar bernilai $0,638$. Artinya jika variabel promosi meningkat 1 persen, maka diprediksi nilai variabel kurangnya minat masyarakat menabung di Bank Syariah naik sebesar 63,8 persen.
4. Variabel produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kurangnya minat menabung masyarakat Desa Widodaren. Hal tersebut ditunjukkan oleh nilai t hitung variabel pengetahuan yaitu $1,427 < t \text{ tabel } (1,985)$ dengan nilai signifikansi $0,157 > 0,05$. Adapun besaran pengaruh dari pengetahuan yaitu sebesar bernilai $0,187$. Artinya jika variabel pengetahuan meningkat 1 persen, maka diprediksi nilai variabel kurangnya minat masyarakat menabung di Bank Syariah naik sebesar 18,7 persen.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang ada, penulis ingin memberikan saran-saran sebagai berikut :

1. Untuk pihak bank syariah, perlunya evaluasi dengan menyebar luaskan pengetahuan berbentuk informasi-informasi mengenai perbankan syariah, sehingga nasabah mengetahui lebih mendalam dengan harapan dapat memperluas jaringan nasabah dan tertarik menabung di Bank Syariah.
2. Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan memperluas jangkauan sampel penelitian dengan menggunakan indikator ataupun variabel lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, Hamdi. “Teori Bank Syariah.” *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)* 2, no. 1 (2021): 67–83.
- Alhifni, Daniel Ortega Anas. “Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah.” *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah* 5 (2017): 87–98.
- Bambang Sudaryana. *Metode Penelitian Teori Dan Praktek Kuantitatif Dan Kualitatif*. Cet.1. Yogyakarta: Deepublish, n.d.
- Besse Arna Wisudanigsi, Irvana Arofah, Konstansius Aji Belang. “Kualitas, Pengaruh Dan, Pelayanan Produk, Kualitas Konsumen, Kepuasan Menggunakan, Dengan Analisis, Metode Berganda, Regresi Linear” 1, no. 1 (2019): 103–116.
- Departemen Agama RI. *Al-Qur’an Dan Terjemahannya*, 2002.
- Ekonomi, Fakultas, Islam Institut, Agama Islam, Negeri Iain, and David Ahmad Yani. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Warga Menabung Pada Bank Syariah Di Kelurahan Sumberrejo Sejahtera Kecamatan Kemiling Kota Bandar Lampung A . Latar Belakang Masalah” 03, no. 01 (2020): 43–48.
- Fajar Mujaddid, Pandu Tezar Adi Nugroho. “Pengaruh Pengetahuan, Reputasi, Lingkungan Dan Religiusitas Terhadap Minat Pelajar Sekolah Menengah Kejuruan Prodi Perbankan Syariah Dalam Menabung Di Bank Syariah.” *Jurnal Ekonomi Islam* 10 (2019): 1.
- Fred L.Benu, Agus S.Benu. *Metodologi Penelitian Kuantitatif (Ekonomi, Sosiologi, Komunikasi, Administrasi, Pertanian Dan Lainnya)*. Cet.1. Jakarta: Prenadamedia Group, 2019.
- Halnira, Auvi, Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya, and Faktor-faktor Yang Mempengaruhi. “MEDAN BELAWAN MENABUNG PADA BANK SYARIAH (Studi Kasus Di Belawan II)” (n.d.): 511–522.
- Haris, Muhammad. “Ayat Dan Hadist Mudharabah , Musyarakah , Muzaraah , Hukum Di Indonesia)” 1 (2022): 113–131.
- Heri Ilma Nasrudin , Tubagus Rifqy Thantawi, Ermi Suryani. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa Institut Agama Islam Sahid Inais Bogor Menabung Di Bank BNI Syariah.” *Sahid Banking Journal* 1 (2021): 155.

- Imam Ghozali. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018.
- . *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016.
- Indah Puspita. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Masyarakat Desa Jebus Kec.Kumpeh Menabung Di Bank Syariah.” UIN Sulthan Thaha Saifuddin, 2016.
- Ishak, Khodijah, and Ida Afrida Ningsih. “ANALISA PRODUK TABUNGAN BSM DALAM MENARIK” 1, no. 1 (2020): 43–52.
- Khairussyifa, Salwa, and Nurul Jannah. “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Masyarakat Dalam Menabung Di Bank Sumut Kcp Syariah Kota Baru Marelan.” *Regress: Journal of Economics & Management* 2, no. 1 (2022): 118–130.
- Lijan Poltak Sinambela. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014.
- Masrukhin. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Kudus: Media Ilmu Pers, 2016.
- Nur, Ahlan. “Perbankan Dalam Perspektif Al- Qur ’ an Dan Hadis t.” *Pedagogik:Jurnal Ilmiah Pendidikan dan Pembelajaran* 4, no. 2 (2017): 90–100.
- Otoritas Jasa Keuangan. “[https://statistik Perbankan Syariah](https://statistik.perbankan syariah).” 12 Juni 2023 Pada Pukul 13.00 Wib.
- Rifda Arum. “Rumus Slovin: Definisi, Contoh Soal, Beserta Pemahaman Mengenai Populasi Dan Sampel Penelitian.” *Gramedia Blog*. Last modified 2021. Accessed June 5, 2023. <https://www.gramedia.com/literasi/rumus-slovin/>.
- Romdhan, Ahmad, and Mashuri Toha. “Persepsi Masyarakat Desa Kapedi Sumenep Tentang Perbankan Syariah.” *Investasi:Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 1, no. 2 (2021): 65–71.
- Roni Andespa. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung Di Bank Syariah.” *Al Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan* 2, no. 1 (2017): 44–58.
- Sari, Ayu Retno. “Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Masyarakat Muslim Menabung Di Bank Syariah.” *UMY, Fakultas ekonomi* (2017): 1–21. <http://thesis.umy.ac.id/datapublik/t81430.pdf>.
- Sri Rahmany, Yuni Asnita. “Pengaruh Pendidikan, Profesi Dan Bagi Hasil Terhadap Persepsi

- Masyarakat Pada Perbankan Syariah.” *Jurnal Perbankan Syariah* 1, no. 1 (2020): 69–84.
- Sri Wahyuni Hasibuan; Ahmad Daud; “Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Bank Syariah Mandiri Cabang Stabat.” *El Mal: Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam* 2, no. 2 (2019): 225–233.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Cet.I. Bandung: CV.Alfabeta, 2019.
- Sulasih, Rifqo Yatul Ulya, Weni Novandari. “Identifikasi Minat Memilih Produk Bank Syariah Melalui Peran Gaya Hidup, Religiusitas Dan Literasi Keuangan Syariah” 03, no. 02 (2022): 233–252.
- Wahab, Wirdayani. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Industri Perbankan Syariah Di Kota Pekanbaru.” *Jurnal Kajian Ekonomi Islam* 2, no. 1 (2017): 51–66.
<http://journal.febi.uinib.ac.id/index.php/maqdis/article/view/78>.
- Yuningrum, Heny, Muyassarah, and Risma Dewi Astuti. “Trust In Customer Satisfaction (Studi Kasus Pada Bank BRI Syariah KCP Kendal).” *Al Arbah: Jurnal Keuangan dan Perbankan Islam* 2, no. 2 (2020): 139–156.

LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

Kuesioner Penelitian

Assalamualaikum. Wr. Wb.

Saya Uul Musmaitika Suhaemi (Tika). Jurusan S1 Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Bermaksud melakukan penelitian dengan judul "**Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kurangnya Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus: Masyarakat Desa Widodaren Kec. Petarukan Kab. Pemalang)**" Penelitian ini guna memenuhi tugas akhir. Untuk itu saya mohon diisi dengan jujur dan sesuai fakta dilapangan.

Terima kasih, Wassalamualaikum. Wr. Wb.

Petunjuk Pengisian Kuesioner :

1. Mengisi dengan memberi tanda ceklis (√) pada kolom pertanyaan
2. Mengisi informasi pribadi dengan cara ditulis sesuai data asli
3. Diharapkan mengisi dengan fakta dan kondisi di lapangan
4. Tidak mengosongkan jawaban tanpa terkecuali

A. Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
3. Agama :
4. Umur :
5. Pendidikan Terakhir:
 - a. Tidak Sekolah
 - b. SD/Sederajat
 - c. SMP/Sederajat
 - d. SMA/Sederajat
 - e. Diploma
 - f. S1/S2/S2

6. Status Pekerjaan

- a. Pelajar/Mahasiswa
- b. Petani/Pedagang
- c. Buruh
- d. Wiraswasta/Karyawan
- e. Guru/PNS
- f. PNS
- g. Ibu Rumah Tangga

B. Daftar Pertanyaan

Keterangan :

Simbol	Alternatif Jawaban	Nilai
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STJ	Sangat Tidak Setuju	1

Pengetahuan (X1)

No	Pertanyaan	Penilaian				
		SS	S	N	TS	STJ
1	Informasi tentang Bank Syariah yang dapat menarik minat masyarakat masih kurang					
2	Saya tidak menabung di Bank Syariah karena belum mengetahui mekanisme dan konsep Bank Syariah					
3	Istilah akad dalam Bank Syariah asing bagi saya					
4	Saya tidak mengetahui manfaat dan keuntungan menabung di bank syariah					

Lokasi (X2)

No	Pertanyaan	Penilaian				
		SS	S	N	TS	STJ
1	Saya tidak tertarik menabung di Bank Syariah karena lokasi yang jauh					
2	Lokasi parkir di setiap bank syariah sempit sehingga saya kurang minat					
3	Sarana dan prasarana masih sulit untuk menjangkau lokasi Bank Syariah					

Promosi (X3)

No	Pertanyaan	Penilaian				
		SS	S	N	TS	STJ
1	Kurangnya media yang digunakan untuk melakukan promosi yang dapat memudahkan saya memahami bank syariah					
2	Bank Syariah masih kurang melakukan promosi produknya secara aktif					
3	Bank Syariah kurang melakukan sosialisasi terhadap masyarakat pedesaan					
4	Bank syariah jarang memberikan sponsorship sebagai bentuk mempromosikan produk					

Produk (X4)

No	Pertanyaan	Penilaian				
		SS	S	N	TS	STJ
1	Bank Syariah kurang melakukan inovasi produk dibandingkan dengan Bank Konvensional (bukan syariah)					

2	Produk-produk Bank Syariah yang di tawarkan masih kurang menarik					
---	------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--

Kurangnya Minat Masyarakat Menabung (Y)

No	Pertanyaan	Penilaian				
		SS	S	N	TS	STJ
1	Kurangnya pengetahuan masyarakat tentang bank syariah sehingga kurang berminat menabung di bank syariah					
2	Lokasi bank syariah yang jauh dari desa mempengaruhi kurangnya minat masyarakat menabung di bank syariah					
3	Promosi bank syariah yang masih kurang belum dapat menarik minat masyarakat menabung					
4	Minat masyarakat menabung masih kurang karena produk yang ditawarkan bank syariah masih kurang					

Lampiran 2 : Tabulasi Data Responden

Tabulasi Data Responden Variabel Penegtahuan (XI)

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4
4	5	5	5
2	4	3	3
2	2	2	3
3	3	3	4
3	4	4	3
4	5	5	2
2	2	3	5
4	5	5	3
4	1	2	3
5	2	3	3

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4
2	3	3	4
1	1	3	5
2	4	4	4
1	4	4	3
3	4	4	4
2	4	4	4
3	3	2	2
2	4	4	4
1	3	2	2
4	5	4	5
4	4	5	4
2	2	3	2
4	4	4	4
4	5	4	5
4	4	4	4
3	4	3	3
2	4	2	2
3	5	2	4
2	3	2	4
5	4	2	2
4	5	4	4
4	5	4	4
2	3	2	2
4	5	2	4
3	3	3	5
4	4	4	4
3	2	2	1
4	4	5	4
3	3	2	2
1	3	2	5

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4
5	5	4	5
4	4	5	5
4	5	5	5
2	2	1	3
4	4	4	4
3	4	4	4
2	3	2	2
4	4	4	4
2	3	3	3
3	4	4	4
3	4	3	2
4	4	4	4
4	5	4	5
2	3	2	3
4	4	5	4
5	2	2	2
3	3	3	3
4	4	4	4
4	4	4	4
3	4	4	4
3	4	3	2
3	4	2	3
4	4	4	4
2	2	2	2
2	2	2	1
3	4	4	4
4	4	5	4
5	5	5	4
5	5	5	4
5	4	4	5

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4
1	2	3	4
3	2	5	4
5	5	5	5
4	4	4	4
3	4	5	2
3	3	2	4
2	3	5	3
5	4	5	5
5	5	4	5
3	2	2	3
3	4	4	4
5	5	5	5
4	4	5	5
3	3	4	4
4	3	2	3
2	5	4	5
3	2	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
3	2	3	2
2	3	4	3
4	4	4	4
3	4	3	4
3	4	2	3
3	3	3	3
2	2	2	2
4	4	4	4

Tabulasi Data Variabel Lokasi (X2)

X2.1	X2.2	X2.3
5	5	5
2	3	4
3	2	2
3	2	3
3	2	2
3	3	4
5	5	4
2	2	3
1	1	3
2	3	5
4	2	5
5	5	4
3	4	4
1	1	2
3	3	3
3	3	3
2	3	2
4	2	2
3	2	2
1	1	2
4	4	5
2	1	2
2	3	5
2	1	5
5	4	2
2	3	3
2	2	2
5	3	5
2	1	4

X2.1	X2.2	X2.3
1	1	2
4	4	5
4	5	4
2	2	2
1	4	4
4	5	4
4	3	4
4	4	4
5	4	4
3	2	3
4	4	4
5	5	5
5	4	5
5	4	5
1	1	2
1	3	2
4	4	3
4	4	4
2	2	1
4	4	4
3	3	3
4	3	4
4	4	4
4	4	4
4	5	4
4	4	4
4	4	4
3	3	3
4	4	4
4	4	4

X2.1	X2.2	X2.3
4	3	3
3	2	2
4	2	3
4	4	4
2	2	2
2	1	2
2	2	2
5	4	5
4	3	3
4	5	5
4	5	5
1	2	4
3	3	3
5	5	5
5	5	5
4	4	5
2	3	2
3	3	4
5	5	5
5	5	5
5	5	5
2	2	2
4	5	5
5	5	5
2	3	3
1	2	2
2	2	2
2	3	2
1	1	2
2	1	2

X2.1	X2.2	X2.3
2	2	1
1	1	3
1	2	1
2	3	2
5	3	3
2	4	4
2	3	3
3	4	3
4	3	3
2	2	2
1	2	1

Tabulasi Data Variabel Promosi (X3)

X3.1	X3.2	X3.3	X3.4
5	5	5	5
3	3	1	2
2	2	2	3
4	4	3	4
5	2	2	2
5	5	5	5
4	5	5	4
2	2	3	2
1	3	2	3
2	3	4	5
2	2	2	3
2	3	3	2
2	5	2	3
2	2	3	2
3	4	3	4

X3.1	X3.2	X3.3	X3.4
2	3	3	2
4	4	3	3
3	3	2	2
3	4	4	3
4	4	5	5
4	5	4	5
5	2	1	2
4	3	3	3
3	2	3	5
4	5	4	4
4	3	4	4
4	2	2	2
2	4	4	4
4	3	4	4
4	4	3	4
4	4	4	3
5	5	5	4
4	4	4	4
4	4	4	4
5	4	4	5
4	2	3	4
4	3	3	3
5	4	5	4
3	3	2	3
4	4	4	4
5	5	5	5
5	5	4	4
5	4	5	5
4	4	4	4
4	4	4	4

X3.1	X3.2	X3.3	X3.4
4	4	3	3
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	3	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	5
4	4	4	4
3	3	3	3
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	3	2	3
2	4	3	3
4	4	4	4
2	4	5	4
4	4	4	4
3	3	2	3
4	4	4	4
4	5	5	5
5	4	5	5
5	4	5	5
3	2	4	4
4	4	4	4
5	5	5	5
4	4	4	4
3	2	4	2

X3.1	X3.2	X3.3	X3.4
3	2	4	2
4	4	4	4
5	5	4	5
4	5	5	5
4	4	3	3
3	3	3	4
5	5	5	4
5	5	5	5
3	4	4	3
4	4	4	4
4	5	4	4
4	4	4	4
5	5	5	5
5	5	5	5
5	5	5	5
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
3	3	3	3
4	4	4	4
4	3	4	3
4	4	4	4
3	3	3	3
4	4	4	4
4	4	4	4

Tabulasi Data Variabel Produk

X4.1	X4.2
5	5
3	2
3	2
3	3
4	3
4	4
5	5
2	2
1	3
2	2
3	1
2	2
2	3
2	2
4	3
3	2
4	3
4	2
3	3
4	4
4	5
4	4
5	3
4	5
3	2
3	3
2	2
4	1

X4.1	X4.2
3	5
5	4
3	4
4	5
4	4
4	4
4	4
4	4
4	4
4	4
5	4
3	3
2	5
4	5
5	5
4	5
4	4
4	4
3	3
4	4
4	4
4	4
3	3
4	4
4	4
5	4
3	4
5	4
4	4
3	3
4	4

X4.1	X4.2
4	4
4	4
4	4
2	3
4	3
2	3
3	2
3	3
4	1
5	5
5	5
5	5
4	4
3	3
5	5
4	4
2	3
3	3
4	4
4	5
5	5
3	4
4	4
5	5
5	5
4	4
4	3
5	2
2	2
1	3

X4.1	X4.2
3	1
2	2
2	2
4	2
3	4
3	2
4	1
3	3
4	4
3	3
4	2
2	3

Tabulasi Data Variabel Kurang Minat (Y)

Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4
5	5	4	5
4	4	3	4
3	2	3	2
2	4	3	4
4	4	3	3
5	5	4	5
5	5	5	4
2	2	5	2
4	2	2	2
3	2	2	4
2	2	2	4
2	3	3	5
4	4	4	4
2	3	3	2

Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4
4	3	3	3
4	4	4	4
4	4	3	3
4	4	4	3
3	2	4	3
4	5	4	4
4	4	5	4
4	3	2	2
4	2	2	2
4	4	5	4
4	4	4	4
3	3	4	3
4	2	2	2
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	3
4	5	4	3
4	4	4	4
4	4	4	5
4	3	4	3
4	5	4	5
4	5	5	5
5	4	4	5
3	3	3	3
4	4	4	4
5	5	5	5
5	5	5	4
5	4	4	5
5	5	5	4

Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4
5	4	5	5
5	5	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	3	4	4
5	5	5	5
4	4	4	4
5	4	5	4
4	3	4	3
4	5	5	4
4	5	5	5
3	3	3	3
4	4	4	4
4	4	4	4
4	3	4	4
3	4	2	3
4	2	4	3
4	4	4	4
5	4	4	4
5	5	5	5
4	4	3	2
5	4	4	4
5	4	4	5
5	4	5	4
5	4	5	4
4	4	4	3
3	4	4	4
5	5	5	5
5	5	5	4

Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4
4	3	3	2
2	3	3	4
5	5	5	5
5	5	4	4
5	4	5	4
3	4	3	4
4	2	4	3
4	4	5	5
5	5	5	5
4	3	4	4
4	4	4	4
5	2	5	2
4	5	4	4
5	5	5	5
5	5	5	4
3	5	5	4
5	5	3	4
3	5	5	4
5	5	4	4
3	3	3	3
4	4	4	4
3	2	3	3
4	3	4	4
3	4	3	3
5	4	4	2
4	4	4	4

Lampiran 3 : Hasil Uji Validitas Variabel Pengetahuan (X1)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Pengetahuan
X1.1	Pearson Correlation	1	.510**	.473**	.333**	.746**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.510**	1	.570**	.444**	.804**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.473**	.570**	1	.545**	.832**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.333**	.444**	.545**	1	.740**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Pengetahuan	Pearson Correlation	.746**	.804**	.832**	.740**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

Lampiran 4 : Hasil Uji Validitas Lokasi (X2)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	Lokasi
X2.1	Pearson Correlation	1	.760**	.655**	.905**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.760**	1	.692**	.913**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.655**	.692**	1	.868**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
Lokasi	Pearson Correlation	.905**	.913**	.868**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

Lampiran 5 : Hasil Uji Validitas Promosi (X3)

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	Promosi
X3.1	Pearson Correlation	1	.520**	.515**	.537**	.766**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.520**	1	.660**	.666**	.846**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.515**	.660**	1	.736**	.871**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.537**	.666**	.736**	1	.874**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Promosi	Pearson Correlation	.766**	.846**	.871**	.874**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

Lampiran 6 : Hasil Uji Validitas Produk (X4)

Correlations

		X4.1	X4.2	Produk
X4.1	Pearson Correlation	1	.517**	.852**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	100	100	100
X4.2	Pearson Correlation	.517**	1	.889**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	100	100	100
Produk	Pearson Correlation	.852**	.889**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	100	100	100

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

Lampiran 7 : Hasil Uji Validitas Variabel (Y)

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Kurang_Minat
Y.1	Pearson Correlation	1	.521**	.515**	.358**	.739**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	.521**	1	.563**	.628**	.859**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	.515**	.563**	1	.519**	.808**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y.4	Pearson Correlation	.358**	.628**	.519**	1	.789**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Kurang_Minat	Pearson Correlation	.739**	.859**	.808**	.789**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

Lampiran 8 : Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1, X2, X3, X4 dan Y

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pengetahuan (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.786	.786	4

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Lokasi (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.876	.876	3

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.860	.860	4

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kurang Minat (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.812	.811	4

Lampiran 9 : Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.82520247
Most Extreme Differences	Absolute	.102
	Positive	.102
	Negative	-.059
Test Statistic		.102
Asymp. Sig. (2-tailed)		.012 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Lampiran 10 : Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.913	1.031		4.766	.000		
	PENGETAHUAN	-.028	.070	-.033	-.402	.689	.667	1.499
	LOKASI	.022	.065	.026	.338	.736	.727	1.375
	PROMOSI	.638	.079	.695	8.038	.000	.592	1.690
	PRODUK	.187	.131	.122	1.427	.157	.603	1.660

a. Dependent Variable: KURANGMINAT

Lampiran 11 : Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.107	.615		5.049	.000
	Pengetahuan	-.076	.042	-.217	-1.808	.074
	Lokasi	.023	.039	.070	.608	.545
	Promosi	-.043	.047	-.115	-.904	.368
	Produk	-.030	.078	-.048	-.380	.705

a. Dependent Variable: RES2

Lampiran 12 : Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.762 ^a	.580	.562	1.86323

a. Predictors: (Constant), Produk, Pengetahuan, Lokasi, Promosi

Lampiran 13 : Hasil Uji Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.913	1.031		4.766	.000
	Pengetahuan	-.028	.070	-.033	-.402	.689
	Lokasi	.022	.065	.026	.338	.736
	Promosi	.638	.079	.695	8.038	.000
	Produk	.187	.131	.122	1.427	.157

a. Dependent Variable: Kurang_Minat

Lampiran 14 : Hasil Uji T test

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.913	1.031		4.766	.000
	Pengetahuan	-.028	.070	-.033	-.402	.689
	Lokasi	.022	.065	.026	.338	.736
	Promosi	.638	.079	.695	8.038	.000
	Produk	.187	.131	.122	1.427	.157

a. Dependent Variable: Kurang_Minat

Lampiran 15 : Hasil Uji F test

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	455.235	4	113.809	32.782	.000 ^b
	Residual	329.805	95	3.472		
	Total	785.040	99			

a. Dependent Variable: Kurang_Minat

b. Predictors: (Constant), Produk, Pengetahuan, Lokasi, Promosi

Lampiran 16 : Dokumentasi Penelitian





DAFTAR RIWAYAT HIDUP

IDENTITAS DIRI

Nama Lengkap : Uul Musmaitika Suhaemi
Nama Panggilan : Tika / Uul
Tempat, Tanggal Lahir : Pematang, 22 Februari 1999
Alamat : Rt 27 / Rw 04 Widodaren, Kec.Petarukan Kab.Pematang
Agama : Islam
Status : Belum Menikah / Lajang
Email : uulmusmaitika998@gmail.com
Sosial Media : Ig@tikasuhaemi

PENDIDIKAN

SD : SD N 01 Widodaren
SMP : SMP N 1 Comal
SMA : SMA N 1 Comal
S1 : UIN Walisongo Semarang

LATAR BELAKANG KELUARGA

Ayah : Suyono
Ibu : Sunarmi
Saudara Kandung : Imam Suhaemi