

**PENGARUH PENGETAHUAN, LOKASI DAN PROMOSI TERHADAP MINAT  
MENABUNG SANTRI YPMI AL-FIRDAUS SEMARANG DI BANK SYARIAH**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Program Strata 1 (S. 1) dalam Ilmu Perbankan Syariah



Oleh:

**Daffa Caesario Pramoedjo**

**NIM.1805036106**

**PROGRAM STUDI S1 PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG**

**2022**

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Lamp. : 4 (empat) eks.  
Hal : Naskah Skripsi  
An. Sdr. Daffa Caesario Pramoedjo  
Kepada Yth  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Walisongo

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah Saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini saya kirim naskah skripsi saudara:

Nama : Daffa Caesario Pramoedjo  
NIM : 1805036106  
Judul : Pengaruh Pengetahuan, Lokasi, dan Promosi Terhadap Minat Menabung Santri YPMI Al-firdaus di Bank Syariah.

Dengan ini saya mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosyahkan.

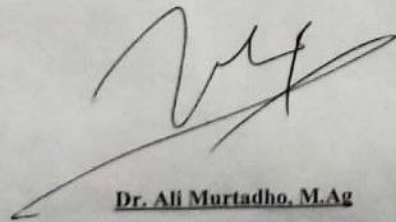
Demikian harap menjadikan maklum.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

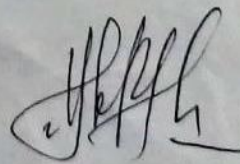
Semarang, 15 Juni 2022

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**



**Dr. Ali Murtadho, M.Ag**  
NIP. 19710830 199803 1 003



**Kartika Marella Vanni, S.S.T, ME.**  
NIP. 199304212019032018



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

Jl. Prof. Dr. Hamka (kampus III) Ngaliyan Telp/Fax. (024) 7624691 Semarang 50185

**PENGESAHAN**

Naskah skripsi dengan:

Nama : Daffa Caesario Pramoedjo  
NIM : 1805036106  
Jurusan : S1 Perbankan Syariah  
Judul : **Pengaruh Pengetahuan, Lokasi, dan Promosi terhadap Minat Menabung Santri YPMI Al-Firdaus di Bank Syariah**

Telah diujikan dalam sidang munaqasyah oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan lulus pada tanggal 23 Juni 2022.

Dengan demikian dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (satu) Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam tahun akademik 2021/2022.

Semarang, 23 Juni 2022

Ketua Sidang

**Farah Amalia, S.E., M.M.**  
NIP. 19940118 201903 2026

Sekretaris Sidang

**Dr. Ali Murtadho, M.Ag.**  
NIP. 19710830 199803 1 003

Penguji I

**Rakhmat Dwi Pambudi, S.E., M.Sc.**  
NIP. 19860731 201903 1 008



Penguji II

**Mardiyaturrositaningsih, S.E.Sy., M.E.**  
NIP. 19930311 201903 2 020

Pembimbing I

**Kartika Marella Vanni, S.S.T., M.E.**  
NIP. 19930421 201903 2 028

Pembimbing II

**Dr. Ali Murtadho, M.Ag.**  
NIP. 19710830 199803 1 003

## MOTTO HIDUP

قَالَ اجْعَلْنِي عَلَى خَزَائِنِ الْأَرْضِ إِنِّي حَفِيظٌ عَلِيمٌ

Dia (Yusuf) berkata, “Jadikanlah aku bendaharawan negeri (Mesir); karena sesungguhnya aku adalah orang yang pandai menjaga, dan berpengetahuan”. (Q.S. Yusuf : 55)

## **PERSEMBAHAN**

Alhamdulillah segala puji syukur atas kehadiran Allah SWT. Yang senantiasa melimpahkan rahmat dan krunia-Nya, akhirnya saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Skripsi ini saya persembahkan kepada :

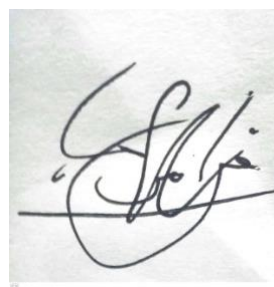
1. Kedua orang tua saya, ibu yang paling saya cintai dan sayangi Ibu Nunik Nurhayati dan Bapak yang paling saya hormati Djoko Pramudjo yang telah menjadi penyemangat hidup dan mencurahkan kasih sayangnya yang tiada habisnya, serta yang telah memberikan dukungannya baik berbentuk doa, moral, maupun materiil sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua adik saya yaitu Shifa Caesa Noviryandini dan Raffa Hayyen Pramloedhya sebagai pemberi kebahagiaan dan semangat dalam hidup saya dan senantiasa memberikan doa agar diberi kemudahan dalam pengerjaan skripsi ini.
3. Wali dosen saya yaitu Bapak Setyo Budi Hartono, S.A.B, M.Si yang selalu memberikan semangat dan dukungannya selama saya kuliah dan memudahkan saya pada saat acc judul skripsi
4. Dosen pembimbing I saya yaitu Bapak Dr. Ali Murtadho, M.Ag yang selalu memberikan masukan dan arahannya dengan penuh kesabaran dalam penelitian skripsi ini.
5. Dosen pembimbing II saya yaitu Ibu Kartika Marella Vanni, M.E yang juga selalu memberikan masukan dan arahannya dengan penuh kesabaran dalam penelitian skripsi ini
6. Semua sahabat, teman-teman saya dan semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu, terimakasih atas semangat dan doa yang telah diberikan serta ikut andil dan berkontribusi dalam menyelesaikan skripsi ini.

## DEKLARASI

Dengan penuh Kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang telah pernah ditulis orang lain atau diterbitkan. Demikian juga skripsi ini tidak berisi satupun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan

Semarang, 15 Juni 2022

Deklarator

A square image containing a handwritten signature in black ink on a light-colored background. The signature is stylized and appears to be 'D. Caesario Pramoedjo'.

Daffa Caesario Pramoedjo

## PEDOMAN TRANSLITERASI HURUF ARAB KE HURUF LATIN

Transliterasi merupakan hal yang penting dalam skripsi karena pada umumnya banyak istilah Arab, nama orang, judul buku, nama lembaga dan lain sebagainya yang aslinya ditulis dengan huruf Arab harus disalin ke dalam huruf Latin. Untuk menjamin konsistensi, perlu ditetapkan satu transliterasi sebagai berikut:

### A. Konsonan

ء = ‘	ز = z	ق = q
ب = b	س = s	ك = k
ت = t	ش = sy	ل = l
ث = ts	ص = sh	م = m
ج = j	ض = dl	ن = n
ح = h	ط = th	و = w
خ = kh	ظ = zh	ه = h
د = d	ع = ‘	ي == y
ذ = dz	غ = gh	
ر = r	ف = f	

### B. Vokal

◌َ = a

◌ِ = i

◌ُ = u

### C. Diftong

أَي = ay

أَوْ = aw

### D. Syaddah (-)

*Syaddah* dilambangkan dengan konsonan ganda, misalnya الطَّبّ *al-thibb*

### E. Kata Sandang

Kata sandang ( ... ال) ditulis dengan al- ... misalnya الصنعة = *al-shina'ah*. *Al-* ditulis huruf kecil kecuali jika terletak pada permulaan kalimat.

## **F. Ta' Marbutah (ة)**

Setiap ta' marbutah ditulis dengan “h” misalnya المعيشة الطبيعية = *al-ma'isyah al-thabi'iyah*



## **ABSTRAK**

Perbankan konvensional dan perbankan syariah di Indonesia sama-sama berkembang pesat yang dibuktikan dengan data statistik dimana keduanya menampilkan pertumbuhan setiap tahunnya. Meskipun sama-sama berkembang, data tabungan perbankan syariah menunjukkan angka yang lebih rendah dari bank konvensional. Sekarang ini masih banyak masyarakat yang belum benar-benar paham terkait bank syariah, riba, bunga dan bagi hasil. Begitupun juga pada kelompok santri. Permasalahannya yaitu karena sudah terlalu lama melekatnya perbankan konvensional di kehidupan masyarakat maupun santri, sehingga masih banyak dari mereka yang menggunakan produk dan jasa perbankan konvensional. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan, lokasi, dan promosi bank syariah terhadap minat menabung santri di bank syariah.

Metode Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif. Dengan populasi yaitu santri YPMI Al-Firdaus Semarang. Penelitian ini menggunakan data primer yang didapatkan melalui kuesioner sebanyak 98 Responden. Analisis data menggunakan uji validitas, realibilitas, analisis regresi linier berganda, dan menggunakan ujian hipotesis yaitu uji F, uji T, dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa Pengetahuan dan Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung santri di bank syariah dengan Pengetahuan nilai t-hitung yaitu 9.471 dan signifikansi yaitu 0.000. sedangkan Promosi nilai t-hitung sebesar 3.948 dan signifikansi yaitu 0.000. Untuk Lokasi tidak berpengaruh secara signifikan dengan nilai t-hitung sebesar 1.346 dan signifikansi sebesar 0.182

**Kata Kunci : Pengetahuan, Lokasi, Promosi, Minat Menabung, Bank Syariah**

## **ABSTRACT**

*Conventional banking and Islamic banking in Indonesia are both growing rapidly, as evidenced by statistical data, both of which show growth every year. Even though they are both developing, data on Islamic banking savings shows a lower number than conventional banks. Currently, there are still many people who do not really understand Islamic banking, usury, interest and profit sharing. Likewise for the santri group. The problem is that conventional banking has been attached to society and santri for too long, so that many of them still use conventional banking products and services. This study aims to determine the effect of knowledge, location, and promotion of Islamic banks on santri interest in saving in Islamic banks*

*The research method used in this research is quantitative method. The population is YPMI Al-Firdaus Semarang students. This study uses primary data obtained through a questionnaire as many as 98 respondents. Analysis of the data using validity, reliability, multiple linear regression analysis, and using a hypothesis test, namely the F test, T test, and the coefficient of determination.*

*The results obtained indicate that Knowledge and Promotion have a positive and significant effect on the interest in saving students in Islamic banks with Knowledge, the t-count value is 9.471 and the significance is 0.000. while Promotion t-count value is 3.948 and significance is 0.000. Location has no significant effect with a t-count value of 1.346 and a significance of 0.182*

**Keywords: Knowledge, Location, Promotion, Interest in Saving, Sharia Banking**

## **KATA PENGANTAR**

Syukur Alhamdulillah peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat, taufiq, dan hidayah-Nya. Sholawat serta salam peneliti curahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW. Sampai pada akhirnya saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan, Lokasi, dan Promosi Terhadap Minat Menabung Santri YPMI Al-Firdaus di Bank Syariah”. Skripsi ini bertujuan untuk salah satu syarat dalam menyelesaikan program studi Strata 1 Jurusan S1 Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Penulis sadar bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini banyak kendala, namun berkat bantuan dan dukungan dari pihak yang telah berkontribusi, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Pada kesempatan kali ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Imam Taufiq M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang beserta para Wakil Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Negeri Walisongo Semarang.
3. Ibu Heny Yuningrum, S.E., M.Si selaku Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang
4. Ibu Muyassarah, MSI., selaku Sekretaris Jurusan S1 Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang
5. Bapak Setyo Budi Hartono, S.A.B, M.Si selaku Wali Dosen yang telah memberikan pengarahan selama kuliah
6. Bapak Dr. Ali Murtadho, M.Ag., selaku Pembimbing I yang telah membimbing dengan sabar dan memberikan arahan serta saran dalam pengerjaan skripsi
7. Ibu Kartika Marella Vanni M.E selaku Pembimbing II yang juga membimbing dengan penuh kesabaran dan memberikan arahan serta saran dalam penulisan skripsi
8. Segenap Dosen serta Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam khususnya Program Studi S1 Perbankan Syariah.

9. Keluarga tercinta, kedua orang tua saya Bapak Djoko Pramudjo dan Ibu Nunik Nurhayati serta kedua adik saya Shifa Caesa Noviryandini dan Raffa Hayyen Pramloedhya yang tulus memberikan kasih sayang, support, motivasi, danda yang tiada henti untuk saya.
10. Sahabat saya Helmi, Dika, Irsyad, Shofa, Rieke, Zazuq, Fahma, Sindi, Ita, Arin, Nela, Narendra, dan Setyani serta PBASC Angkatan 2018 yang telah berjuang bersama dari awal dan selalu memberikan semangat dan support untuk terus berjuang untuk menyelesaikan skripsi ini.
11. Sahabat terdekat dari Kamar Lucknut yaitu Ulinuha, Faried, Dimas, Fadli, Ruzda, Nasrul, Mukhlis, dan Agung yang selalu mensupport sekaligus membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Dan yang terakhir Hima yang selalu kebersamai dan menyemangati untuk segera menyelesaikan skripsi ini.

Semoga segala kebaikan yang telah kalian berikan mendapatkan kebaikan dan keberkahan oleh Allah SWT. Penulis menyadari bahwa apa yang telah dilakukan dalam proses pembuatan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran dengan sukarela. Dan semoga naskah skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai semua pihak. Aamiin.

Semarang, 15 Juni 2022

Penulis



Daffa Caesario Pramloedjo

## DAFTAR ISI

MOTTO HIDUP .....	iv
PERSEMBAHAN.....	v
DEKLARASI.....	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI HURUF ARAB KE HURUF LATIN .....	vii
ABSTRAK.....	ix
KATA PENGANTAR .....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	2
1.1 Latar Belakang .....	2
1.1 Rumusan Masalah .....	7
1.2 Tujuan Penelitian.....	7
1.3 Manfaat Penelitian .....	8
1.4 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	10
2.1 Bank Syariah .....	10
2.1.1 Pengertian Bank Syariah.....	10
2.1.2 Karakteristik Perbankan Syariah.....	13
2.1.3 Fungsi Bank Syariah.....	13
2.2 Minat .....	18
2.2.1 Pengertian Minat.....	18
2.2.2 Tahapan Minat .....	19
2.2.3 Faktor Terjadinya Minat .....	19
2.3 Pengetahuan .....	23
2.3.1 Pengertian Pengetahuan .....	23
2.3.2 Pengetahuan Nasabah Tentang Riba.....	25
2.3.3 Jenis-Jenis Pengetahuan.....	26
2.3.4 Indikator Pengetahuan .....	28
2.4 Lokasi.....	28

2.4.1	Pengertian Lokasi.....	28
2.4.2	Lokasi dalam Perspektif Islam .....	29
2.4.3	Tujuan Pengadaan lokasi .....	30
2.4.4	Indikator Penentuan Lokasi .....	30
2.5	Promosi.....	31
2.5.1	Pengertian Promosi .....	31
2.5.2	Jenis-Jenis Promosi.....	32
2.5.3	Tujuan Promosi .....	34
2.5.4	Indikator Promosi.....	34
2.6	Penelitian Terdahulu .....	34
2.7	Kerangka Berfikir.....	38
2.8	Hipotesis Penelitian .....	39
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>40</b>
3.1	Jenis Penelitian dan Sumber Data .....	40
3.1.1	Jenis Penelitian.....	40
3.1.2	Variabel Penelitian .....	40
3.1.3	Lokasi Penelitian.....	41
3.2	Populasi dan Sampel .....	41
3.2.1	Populasi.....	41
3.2.2	Sampel.....	41
3.3	Jenis dan Sumber data .....	42
3.4	Teknik Pengumpulan data.....	42
3.4.1	Kuisisioner (Angket) .....	42
3.5	Instrumen Penelitian.....	43
3.6	Uji Validitas dan Realibitas.....	43
3.6.1	Uji Validitas .....	43
3.6.2	Uji Reliabilitas .....	44
3.7	Uji Asumsi Klasis.....	45
3.7.1	Uji Normalitas.....	45
3.7.2	Uji Multikolinieritas.....	45
3.7.3	Uji heterodastistas .....	46

3.8	Uji Hipotesis.....	46
3.8.1	Analisis regresi linier berganda .....	46
3.8.2	Uji Pengaruh Simultan F (Uji F).....	46
3.8.3	Koefisien Determinasi .....	47
3.8.4	Uji Parsial.....	48
BAB IV PEMBAHASAN.....		49
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	49
4.1.1	Gambaran umum Pondok Pesantren YPMI Al-Firdaus.....	49
4.1.2	Visi dan Misi Pondok Pesantren YPMI Al-Firdaus.....	49
4.2	Deskripsi data dan Karakteristik Responden .....	50
4.1.1	Deskripsi data penelitian.....	50
4.1.2	Karakteristik responden .....	50
4.2	Uji Instrumen.....	51
4.2.1	Uji validitas .....	51
4.2.2	Uji Reabilitas .....	53
4.3	Uji Asumsi Klasik .....	53
4.3.1	Uji Normalitas.....	53
4.3.2	Uji Multikolinieritas.....	54
4.3.3	Uji Heteroskedasitas .....	55
4.3.4	Analisis Regresi Linier Berganda .....	56
4.4	Uji Hipotesis.....	58
4.4.1	Uji Pengaruh Stimultan F.....	58
4.4.2	Uji Parsial ( <i>t-test</i> ) .....	58
4.4.3	Uji Determinan R <sup>2</sup> .....	59
4.5	Pembahasan Hasil Analisis Data Penelitian.....	60
4.5.1	Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Santri YPMI Al-Firdaus di Bank Syariah.....	60
4.5.2	Pengaruh Lokasi Terhadap Minat Menabung Santri YPMI Al-Firdaus di Bank Syariah	61
4.5.3	Pengaruh Promosi Terhadap Minat Menabung Santri YPMI Al-Firdaus di Bank Syariah	62
BAB V PENUTUP .....		63

5.1	KESIMPULAN .....	63
5.2	Saran.....	63
	DAFTAR PUSTAKA .....	65
	LAMPIRAN-LAMPIRAN .....	71
	DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....	86



## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	50
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	51
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas .....	51
Tabel 4.4 Hasil Uji Realibilitas .....	53
Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas .....	53
Tabel 4.6 Hasil Multikolinearita .....	54
Tabel 4.7 Hasil Uji Heteroskedastistas .....	55
Tabel 4.8 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda .....	56
Tabel 4.9 Hasil Uji F.....	58
Tabel 4.10 Hasil Uji (t-test) .....	58
Tabel 4.11 Hasil Uji R .....	59

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 .....	71
Lampiran 2 .....	74
Lampiran 3 .....	78
Lampiran 4 .....	79
Lampiran 5 .....	80
Lampiran 6 .....	83
Lampiran 7 .....	84

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Bank yaitu lembaga perantara keuangan yang juga disebut sebagai *financial intermediary*. Dapat diartikan yaitu bank sebagai suatu lembaga yang kegiatannya terkait dengan keuangan. Untuk itu, usaha bank selalu berhubungan dengan masalah uang sebagai alat pelancar terjadinya perdagangan yang utama.<sup>1</sup>

Bank adalah suatu unit usaha yang menampung sejumlah besar uang masyarakat dalam bentuk simpanan, kemudian bank juga bank juga menyalurkan uang tersebut kepada masyarakat berbentuk pembiayaan maupun lainnya, untuk meningkatkan kehidupan masyarakat. Menurut ensiklopedia Islam, bank Islam merupakan jenis lembaga keuangan yang menyediakan pembiayaan, layanan perbankan, dan kegiatan bisnis yang sesuai dengan hukum Islam.<sup>2</sup>

Di Indonesia sendiri berlaku dua sistem operasional perbankan yaitu perbankan konvensional dengan sistem bunganya dan perbankan syariah dengan sistem bagi hasil. Sebagai lembaga keuangan dan jasa pembayaran, perbankan konvensional maupun syariah memiliki peran yang sangat penting. Perbedaan karakteristik yang dimiliki oleh keduanya bisa berpengaruh terhadap pilihan calon nasabah. Selanjutnya, pemahaman nasabah akan jenis-jenis produk dan karakteristik perbankan itu sendiri bisa mempengaruhi sikap nasabah terhadap pilihan selanjutnya.

Menurut UU No. 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah, dikatakan bahwa bank syariah adalah segala sesuatu yang berkaitan terhadap bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta sistem dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya dengan berdasarkan pada prinsip syariah.

Jika dilihat dari sisi fungsi utamanya, diantara perbankan syariah dan perbankan konvensional tidak terdapat perbedaan di keduanya. Yang mana fungsi utamanya menghimpun dana masyarakat dalam bentuk tabungan atau deposito dan setelah itu menyalurkan dananya kembali melalui pembiayaan maupun kredit. Peranan bank syariah sendiri adalah menjadikan operasional pada perbankan syariah sesuai dengan prinsip-

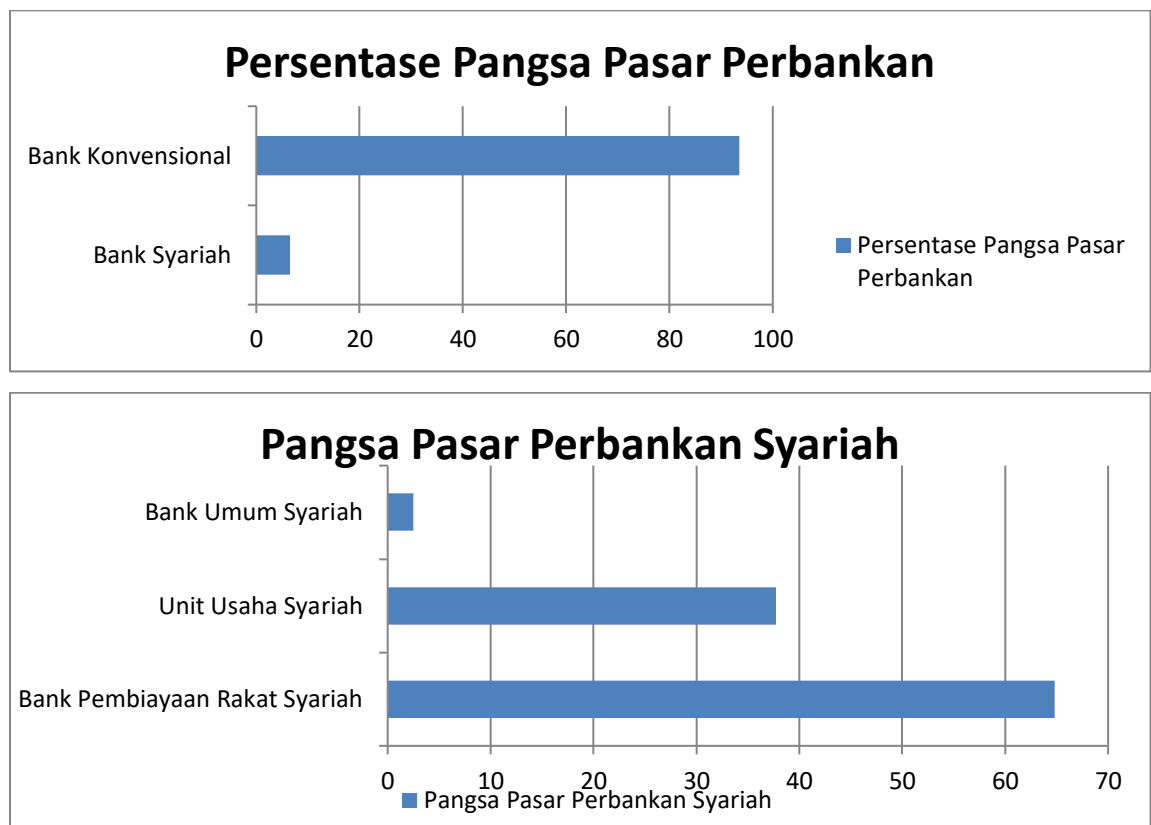
---

<sup>1</sup>Setia Budhi Wilardjo, "Pengertian, Peranan, Dan Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia," *Pengertian, Peranan, Dan Perkembangan Bank Syariah*

<sup>2</sup>Sumar'in, *Konsep Kelembagaan Bank Syariah* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012).

prinsip islam untuk meningkatkan rasa percaya masyarakat dan meningkatkan kesadaran terhadap prinsip syariah kepada umat Islam dengan tujuan melebarkan segmen dan pasar perbankan syariah.<sup>3</sup>

Indonesia adalah suatu negara yang mempunyai penduduk dengan agama Islam terbesar di dunia.<sup>4</sup> Dalam masa depan industry keuangan syariah Indonesia sangat prospektif. Hal tersebut dapat terwujud jika ada efek sinergis dari pemegang jabatan dengan citra perbankan syariah terhadap masyarakat dengan transaksi halalnya. Produk dan layanan bank syariah telah meningkat secara signifikan di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir. Maka dari itu, pemerintah melihat hal tersebut sangat penting dalam tonggak sejarah ekonomi syariah. Pada awal february pemerintah telah mengintegrasikan tiga bank syariah terbesar yaitu Bank Syariah Mandiri (BSM), Bank Rakyat Indonesia Syariah (BRIS), dan Bank Negara Indonesia Syariah (BNIS)



Gambar 1.1

<sup>3</sup>Wiiin Khasanah, "Pengaruh Persepsi Mahasiswa UIN Sunan Kali h Di Indonesia 2, no. 1 (2005).jaga Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Mandiri" (UIN Sunan Kalijaga, 2015).

<sup>4</sup>Viva Budi Kusnandar, "Populasi Muslim Terbesar Di Dunia (10 Negara Dengan Populasi Terbesar Di Dunia Menurut RISSC)," 2021, <https://databoks.katadata.co.id>.

Dalam gambar tersebut menunjukkan pangsa pasar perbankan syariah sangat terlampau jauh dengan perbankan konvensional yaitu sebesar 6,52%. Dalam persentase yang sangat kecil itu didominasi oleh Bank Umum Syariah sebesar 64,80% diikuti dengan Unit Usaha syariah sebesar 32,74% dan yang terakhir yaitu Bank Perkreditan Rakyat Syariah sebesar 2,46%

Data tabungan pada perbankan syariah per Januari 2021 menunjukkan angka yang lebih rendah dari bank konvensional yaitu 54.805 Miliar Rupiah<sup>5</sup> sedangkan bank konvensional mencapai 2.227.412 Miliar Rupiah.<sup>6</sup> Data tersebut menunjukkan perbedaan yang cukup jauh sehingga terlihat perbankan konvensional lebih berkuasa dan mendominasi dibandingkan perbankan syariah

Minat yaitu rasa lebih suka dan suatrasa ketertarikan terhadap sebuah kegiatan dengan tidak disertai paksaan.<sup>7</sup>Minat juga dapat diilustrasikan sebagai keadaan individu sebelum bertindak sesuatu yang bisa menjadi tolak ukur guna mengidentifikasi suatu perilaku atau perbuatan itu. Minat menabung juga didefinisikan dengan suatu minat beli yang timbul dan digunakan untuk menanggapi objek yang berkeinginan untuk melakukan pembelian.<sup>8</sup>

Penelitian yang akan dilakukan menggunakan tiga variabel yang dapat berpengaruh terhadap minat, seperti pengetahuan, lokasi, dan promosi. Karena ketiga variabel itu mempunyai keterkaitan terhadap timbulnya minat nasabah. Faktor pertama yang berpengaruh terhadap minat yaitu pengetahuan. Perbankan syariah dapat berkembang pesat jika sosialisasi dilakukan dengan sebaik mungkin terhadap masyarakat dan kepada para ahli bisnis perbankan. Apabila sosialisasi bank syariah tidak berjalan dengan baik dan tidak adanya dukungan dari orang-orang yang berkompeten (bankir) dibidangnya dan juga sistem hukum yang belum memadai, dikhawatirkan operasional bank menjadi tidak produktif dan sulit untuk mendapatkan hasil yang ingin dituju. Untuk itu, perbankan syariah diharuskan berperan aktif mensosialisasikan pengetahuan perbankan syariah dengan tetap menjaga nilai-nilai dan kaidah Islam. Sehingga dengan adanya pengetahuan ini nasabah akan tertarik untuk menyalurkan dananya di bank

---

<sup>5</sup>"Statistik Perbankan Syariah, Januari 2022" (Jakarta, 2022).

<sup>6</sup>"Statistik Perbankan Indonesia, Februari 2022" (Jakarta, 2022).

<sup>7</sup>Slameto, *Belajar Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya*, 6th ed. (Jakarta: Rineka Cipta, 2015), 180.

<sup>8</sup>Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1 da (Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia, 2005), 78.

syariah.<sup>9</sup>Gap penelitian terkait variabel pengetahuan yaitu penelitian yang dikembangkan oleh Zahra Fitriani menghasilkan bahwa tidak adanya pengaruh secara signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.<sup>10</sup>Sedangkan penelitian yang dikembangkan oleh Mirro Faricha wati menyimpulkan bahwa pengetahuan berpengaruh dengan signifikan terhadap minat menabung.<sup>11</sup>

Faktor kedua yang dapat memberikan pengaruh terhadap minat yaitu lokasi. Pemilihan lokasi yang tepat akan baik untuk pertumbuhan bisnis. Lamb menyatakan bahwa pemilihan lokasi yang tepat adalah suatu keputusan primer. Hal tersebut dikarenakan lokasi menjadi suatu kesepakatan pada sumber daya jangka panjang yang bisa meminimalisir terjadinya permasalahan pada usaha dimasa depan, mengenai status lokasi yang telah dibeli atau disewa. Selanjutnya lokasi dapat berpengaruh terhadap pertumbuhan usaha dimasa yang akan datang. lingkungan yang menjadi pilihan diharapkan dapat membantu dalam pertumbuhan segi ekonomi agar usaha bisa berjalan dengan jangka waktu yang lama. Selain itu, lingkungan sekitar bisa berubah setiap waktu, entah dari faktor geografis ataupun lainnya.<sup>12</sup>Skripsi yang diteliti oleh Lukman Hakim menghasilkan variabel lokasi yang tidak dapat mempengaruhi secara signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.<sup>13</sup>sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Dina Fitriana menyimpulkan bahwa lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.<sup>14</sup>

Untuk faktor ketiga yang menjadi pengaruh terhadap minat yaitu promosi. Promosi digunakan agar bertumbuhnya minat masyarakat terhadap bank syariah. Ketatnya daya saing yang dimiliki bank syariah bank konvensional menuntut bank syariah melakukan bermacam strategi untuk menarik masyarakat agar menyimpan

---

<sup>9</sup>Muhammad Ifan Murtadho, "Pengaruh Pengetahuan Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Di Bank BNI Syariah Cabang Semarang" (IAIN Walisongo, 2013).

<sup>10</sup>Zahra Fitriani, "Pengaruh Tingkat Pengetahuan Siswa/Siswi Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada MAN Model Banda Aceh)" (Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2018).

<sup>11</sup>Mirro Faricha Wati, "Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah" (Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2021).

<sup>12</sup>Chairul Munadi, "Pengaruh Pemilihan Lokasi Terhadap Minat Konsumen Membeli Perumahan (Pada Perumahan Arengka Resident Pekanbaru)" 4 (2017).

<sup>13</sup>Lukman Hakim, "Pengaruh Pengetahuan, Fasilitas Dan Lokasi Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Santri Di Bank Syariah ( Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Madrosatul Quranil Aziziah Beringin, Ngaliyan Kota Semarang)" (Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2021).

<sup>14</sup>Dina Fitriana, "Pengaruh Lokasi Dan Pengetahuan Nasabah Terhadap Minat Menabung Pada BRI Syariah KC Kediri" (Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2020).

tabungannya di bank syariah. Suatu hal yang harus diterapkan yaitu dengan memasarkan produk maupun jasa bank syariah kepada masyarakat melalui media cetak ataupun media elektronik.<sup>15</sup> karena promosi menjadi suatu hal yang utama, maka bank syariah wajib dapat menyampaikan sebuah informasi yang tepat yang mana hal tersebut mempunyai peran yang penting.<sup>16</sup> Terdapat Gap penelitian, yaitu penelitian skripsi yang dikerjakan oleh Handa Nurhalizah menghasilkan berpengaruhnya variabel promosi secara signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.<sup>17</sup> Namun penelitian yang dilakukan Feri Dwi Safitri menyimpulkan bahwa minat menabung di bank syariah tidak terpengaruh secara signifikan oleh variabel promosi.<sup>18</sup>

Pondok pesantren Al-Firdaus merupakan lembaga pendidikan islam dibawah naungan Yayasan Pembina Mahasiswa Islam (YPMI) yang terletak di Jalan Kedondong Kampung duwet RT.02 RW.04 Kelurahan Bringin Kecamatan Ngaliyan Kota Semarang. Pondok Pesantren yang didirikan pada tanggal 31 Mei 1993 ini merupakan inisiasi dan gagasan para tokoh-tokoh NU yang memiliki keinginan untuk mendirikan Pondok Pesantren Mahasiswa di daerah Semarang yang diperuntukkan sebagai pusat kaderisasi kader muda NU.<sup>19</sup>

Santri YPMI Al-Firdaus yang mayoritas mahasiswa di UIN Walisongo diwajibkan menggunakan bank syariah. Meski diwajibkan menggunakan bank syariah, tidak dipungkiri beberapa santri masih ada yang menjadi nasabah bank konvensional. Dan juga dari lingkungan keluarga yang menggunakan bank konvensional menjadikan salahsatu faktor para santri untuk masih menggunakan bank konvensional. Mekipun demikian para santri YPMI Al-Firdaus tetap loyal untuk menggunakan layanan bank syariah yang diakui oleh salah satu santri di YPMI Al-Firdaus Semarang.<sup>20</sup>

---

<sup>15</sup>Daniel Ortega and Anas Alhifni, "Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah," *Ekonomi Syariah* 5, no. 1 (2017).

<sup>16</sup>Anita Rahmayanti, "Relevansi Promosi Terhadap Minat Nasabah Dalam Melakukan Transaksi Di Bank Syariah Mandiri KC Kepanjen" 3 (2018).

<sup>17</sup>Handa Nurhalizah, "Pengaruh Promosi, Citra Merek, Pemahaman Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Di Bank Umum Syariah" (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2020).

<sup>18</sup>Feri Dwi Safitri, "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Religiusitas Terhadap Keputusan Menabung Di BRI Syariah KCP Demak Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening" (Institut Agama Islam Negeri Salatiga, 2018).

<sup>19</sup> Ypmialfirdaus.com

<sup>20</sup> Mochamad Ulinuha, Wawancara, 5 Mei 2022

Dalam pondok pesantren YPMI Al-Firdaus yang merupakan lembaga pendidikan Islam ini pasti sudah tidak asing dengan perbankan. Jika dilihat dari pelajaran fiqh muamalah bagi santri pastinya merupakan hal biasa yang sering mereka dapatkan ketiga proses pembelajaran di pondok pesantren. dari sini timbul pertanyaan bagaimana respon santri YPMI Al-Firdaus terkait pesatnya perkembangan bank syariah

Dalam penelitian ini, penulis ingin mencari tahu faktor apa saja yang bisa memberikan pengaruh terhadap minat santri YPMI Al-Firdaus dalam menabung di bank syariah. Pada umumnya, calon nasabah condong kepada lembaga perbankan yang berani memberi keuntungan lebih dan memudahkan saat berurusan di bank.

Atas dasar pemaparan data-data sebelumnya, penulis akan melakukan penelitian dengan judul, “Pengaruh Pengetahuan, Lokasi dan Promosi terhadap Minat Menabung Santri YPMI Al-Firdaus Semarang di Bank Syariah

### **1.1 Rumusan Masalah**

Latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya membentuk rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Apakah faktor pengetahuan secara individu berpengaruh terhadap minat menabung santri YPMI Al-Firdaus di bank syariah?
2. Apakah faktor lokasi secara individu berpengaruh terhadap minat menabung santri YPMI Al-Firdaus di bank syariah?
3. Apakah faktor promosi secara individu berpengaruh terhadap minat menabung santri YPMI Al-Firdaus di bank syariah?

### **1.2 Tujuan Penelitian**

Atas dasar rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka terbentuklah tujuan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah faktor pengetahuan secara individu berpengaruh terhadap minat menabung santri YPMI Al-Firdaus di bank syariah
2. Untuk mengetahui apakah faktor lokasi secara individu berpengaruh terhadap minat menabung santri YPMI Al-Firdaus di bank syariah.
3. Untuk mengetahui apakah faktor promosi secara individu berpengaruh terhadap minat menabung santri YPMI Al-Firdaus di bank syariah.



### **1.3 Manfaat Penelitian**

Penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat dan berguna untuk:

#### 1. Manfaat Teoritis

Peneliti berharap hasil akhir pada penelitian ini bisa memberikan kajian ilmu perbankan syariah secara lebih luas dan dapat mengembangkan ilmu mengenai pengetahuan, lokasi, promosi yang dipengaruhi oleh minat menabung.

#### 2. Manfaat Praktis

##### a. Bagi Bank Syariah

Sebagai analisa dan menjadikan pengetahuan, lokasi, dan promosi sebagai bahan pertimbangan untuk menambah minat calon nasabah

##### b. Bagi lainnya

Sebagai referensi dalam variabel pengetahuan, lokasi, dan promosi dengan minat menabung sebagai variabel yang berpengaruh terhadap minat nasabah.

### **1.4 Sistematika Penulisan**

Untuk memudahkan pengerjaan skripsi ini, bahasan-bahasan didalamnya terbagi menjadi lima bab. Setiap bab terdapat sub-sub yang satu dengan lainnya saling berhubungan. Untuk itu sistematika penulisan yang akan dilakukan sebagai berikut:

#### **BAB I. PENDAHULUAN**

Pembahasan dalam bab ini terkait dengan gambaran umum sebagai bentuk pola pemikiran bagi keseluruhan laporan penelitian yang berupa latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

#### **BAB II. TINJAUAN PUSTAKA**

Pembahasan dalam bab ini terkait dengan teori pengetahuan, lokasi, dan promosi, pembahasan mengenai penelitian terdahulu, kerangka berfikir dan yang terakhir hipotesis penelitian.

#### **BAB III. METODE PENELITIAN**

Pembahasan dalam bab ini mengenai metode penelitian, variabel penelitian, lokasi penelitian, populasi, sampel, jenis, sumber data, metode pengumpulan data dan metode pengolahan dan analisis data.

#### **BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini pembahasannya terkait dengan hasil pengujian instrumen, hasil pengujian deskripsi, hasil pengujian hipotesis dan analisa data.

#### **BAB V. PENUTUP**

Pembahasan dalam bab terakhir ini meliputi kesimpulan dari penelitian yang telah dibahas dan beberapa saran untuk penelitian selanjutnya.

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Bank Syariah

#### 2.1.1 Pengertian Bank Syariah

Kata bank dalam bahasa perancis berasal dari kata *banque*, sedangkan dalam bahasa Italia berasal dari kata *banc* yang mempunyai arti peti, lemari dan bangku. Secara garis besar kegiatan utama bank syariah yaitu menghimpun dana dan menyediakan jasa pembayaran dan distribusi lainnya serta beroperasi sesuai prinsip syariah. Maka dari itu, bisnis perbankan selalu berhubungan dengan proses keluarnya uang yang berperan sebagai alat utamanya.<sup>21</sup>

Para ahli saling berpendapat mengenai definisi bank syariah yang sebagai lembaga keuangan mempunyai fungsiperlancar mekanisme perekonomian terutama dalam sektor riil ini. Namun secara garis besar, definisi bank syariah yaitu lembaga perbankan yang operasionalnya disesuaikan dengan syariat islam.

Bank syariah terdiri dari dua kata, yaitu (a) bank, dan (b) syariah. Kata bank dapat diartikan sebagai lembaga yang mempunyai fungsi sebagai perantara keuangan dari dua pihak, yaitu pihak yang mempunyai dana lebih dan pihak yang membutuhkan dana. Kata syariah dalam bank syariah di Indonesia merupakanaturan perjanjian atas dasar yang telah dilakukan oleh kedua belah pihak guna menyimpan danalaupun pemodal terhadap kegiatan usaha dan kegiatan lainyang tidak melanggar syariat Islam.<sup>22</sup> Bank syariah pada operasionalnya telah diatur oleh Al-Qur'an dan Hadits:

Terdapat pada QS. Al Baqarah ayat 278-289

"يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ ۚ ۲۷۸ فَإِن لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَإِن تُبْتِغُوا فَلَئِمَّ رُءُوسُ أَمْوَالِكُمْ لَا تَحْمِلُونَ وَلَا تُحْمَلُونَ ۚ ۲۷۹"

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang mukmin (278) Jika

---

<sup>21</sup>Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Teori Ke Praktik* (Jakarta: Gema Insani, 2001), 18.

<sup>22</sup>Ali Zainuddin, *Hukum Perbankan Syariah* (Jakarta: Sinar Grafika, 2010).

kamu tidak melaksanakannya, ketahuilah akan terjadi perang (dahsyat) dari Allah dan Rasul-Nya. Akan tetapi, jika kamu bertobat, kamu berhak atas pokok hartamu. Kamu tidak berbuat zalim (merugikan) dan tidak dizalimi (279)”

Terdapat pada Hadits Riwayat Muslim

عَنْ جَابِرٍ قَالَ لَعَنَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَكِلَ الرَّبَا وَ مَوْكِلَهُ وَ  
اِكَاتِبَهُ وَ شَاهِدِيهِ وَقَالَ هُمْ فِيهِ سَوَاءٌ

Arttinya : Dari Jabir ra berkata, “Rasulullah SAW melaknat orang yang memakan riba, orang yang memberikannya, penulisnya dan dua saksinya, dan beliau berka55555ta mereka semua sama.” (HR. Muslim)

Menurut Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 tentang perbankan sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang No. 10 Tahun 1998, pengertian bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentukkredit lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Disahkannya Undang-Undang No. 10 tahun 1998, mengidentifikasi bahwa perbankan syariah maupun perbankan konvensional mempunyai peluang yang sama-sama lebih luas untuk menjalankan usaha dengan berdasarkan prinsip-prinsip Islam. Pemberdayaan perbankan syariah dapat dilakukan melalui cara kerja sama dengan bank umum atau bank konvensional untuk dapat membuka usaha berdasarkan prinsip syariah guna menambah jaringan perbankan syariah.

Jika dalam perbankan konvensional kita mengenal sistem bunga sedangkan didalam aspek Islam kita mengenal dengan sistem bagi hasil yang tentu saja berbeda dengan bunga. Pada sistem bunga, nasabah akan mendapatkan hasil yang sudah pasti berupa persentase tertentu dari saldo yang disimpannya di bank tersebut. Sedangkan pada sistem bagi hasil, tidak seperti itu. Bagi hasil dapat dihitung dari hasil usaha pihak bank dalam mengelola uang nasabah. Bank

dan nasabah membuat perjanjian bagi hasil berupa persentase tertentu untuk nasabah dan untuk bank, perbandingan ini disebut nisbah.<sup>23</sup>

Tabel 2.1 Perbedaan antara riba (bunga) dan bagi hasil

Sistem Bunga	Sistem Bagi hasil
Tidak terdapat risk and return sharing. Besarnya bunga ditentukan pada saat akad. Jadi, terdapat asumsi pemakaian dana pasti mendatangkan keuntungan.	Berdasarkan risk and return sharing besarnya nisbah bagi hasil disepakati pada saat akad dibuat dengan berpedoman pada kemungkinan adanya resiko untung-rugi
Besarnya bunga berdasarkan persentase atas modal (pokok pinjaman). Besaran bunga biasanya lebih ditentukan berdasarkan tingkat bunga pasar (market interest rate)	Besaran nisbah bagi hasil berdasarkan persentase atas keuntungan yang diperoleh. Besaran nisbah bagi hasil disepakati lebih didasarkan atas kontribusi masing-masing pihak, prospek perolehan keuntungan dan tingkat resiko yang mungkin terjadi
Pembayaran bunga tetap sebagai mana dalam perjanjian, tidak terpengaruh pada hasil riil dari pemanfaatan dana	Jumlah nominal bagi hasil akan berfluktuasi sesuai dengan keuntungan riil dari pemanfaatan dana jumlah nominal bagi hasil akan berfluktuasi sesuai dengan keuntungan riil dari pemanfaatan dana.
Jumlah pembayaran bunga tidak akan meningkat meskipun jumlah keuntungan mengalami peningkatan secara drastic.	Jumlah pembagian laba bagi hasil akan meningkat ketika jumlah keuntungan mengalami peningkatan secara drastic
Eksistensi bunga diragukan oleh hamper semua agama sasmawi, para pemikir besar, bahkan ekonomi	Eksistensinya berdasarkan nilai-nilai keadilan yang bersumber dari syariah Islam.

<sup>23</sup> Antonio, *Bank Syariah Teori Ke Praktik*.

### 2.1.2 Karakteristik Perbankan Syariah

Operasional bank syariah dalam kegiatannya mengimplementasikan nilai-nilai Islam yang menimbulkan karakteristik seperti:

- 1) Larangan riba mempunyai berbagai macam bentuk
- 2) Bank syariah tidak menggunakan konsep nilai waktu dari uang (*time value of money*)
- 3) Uang menjadi alat pertukaran bukan sebagai barang yang dapat diperdagangkan.
- 4) Tidak diperbolehkan berkegiatan yang bersifat spekulatif
- 5) Tidak diperbolehkan memakai lebih dari satu harga pada sebuah barang
- 6) Tidak diperbolehkan adanya dua akad pada satu perjanjian
- 7) Bank syariah mempunyai Dewan Pengawas Syariah (DPS) menjadi pengawas aktivitas bank syariah supaya tidak menyimpang.<sup>24</sup>

### 2.1.3 Fungsi Bank Syariah

Secara umum bank syariah mempunyai fungsi yang tidak terlalu berbeda dengan bank konvensional atau bank umum lainnya. Menurut Antonio, terdapat empat fungsi utama bank syariah, yaitu:

- 1) Sebagai manajemen investasi

Sebagai pengelola dana investasi, bank juga membantu masyarakat agar menggunakan dananya dalam berbagai macam alternatif yang sesuai dengan prinsip Islam. Untuk itu, bank syariah melakukan fungsinya dengan menjalankan akad mudharabah, yang mana apabila dalam suatu akad terdapat kerugian maka segala resiko ditanggung oleh *shahibul mal* (pemilik dana) dan tidak sama sekali menjadi resiko bank.

- 2) Sebagai *intermediary agen*

Seperti yang ditetapkan pada pasal 4 Undang-Undang Perbankan Syariah No. 21 Tahun 2008, bank syariah mempunyai kewajiban menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat. Dana yang telah

---

<sup>24</sup>Muhamad, *Manajemen Dana Bank Syariah* (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2017).

dihimpun akan dikelola dan disalurkan kepada bidang saha oleh bank syariah.

3) Sebagai jasa keuangan

Bank syariah dapat mempromosikan jasa yang dimilikinya untuk memperoleh suatu imbalan dari sebuah kontrak perwakilan maupun sewa

4) Sebagai jasa sosial

Menurut pasal 4 UU Perbankan Syariah No. 21 Tahun 2008, fungsi bank syariah dalam bentuk baitul mal yaitu menerima dana yang berasal dari zakat, infak, sedekah, hibah dan menyalurkan kepada organisasi pengelola zakat.

#### 2.1.4 Produk Produk Bank Syariah

Produk dapat diartikan sebagai sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan nabah. Dapat diartikan produk disini dapat memberikan manfaat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari konsumen dan juga dapat dimiliki oleh konsumen sesuai dengan keinginannya. Tujuan mengkonsumsi produk sendiri yaitu untuk memenuhi kebutuhan rohani maupun jasmani konsumen. Terdapat tiga jenis produk yang ditawarkan oleh bank syariah, yaitu:<sup>25</sup>

1) Produk Peyaluran Dana (*landing*)

Dalam penyaluran dana bank syariah, terdapat empat kategori pembiayaan syariah yang dibedakan berdasarkan kepada tujuan penggunaannya, antara lain:

a. Pembiayaan dengan prinsip jual beli (*ba'i*)

Pembiayaan ini memiliki unsur perpindahan kepemilikan barang atau benda antara si penjual dan si pembeli. Berdasarkan bentuk pembayarannya dan waktu penyerahan barangnya, pembiayaan dengan prinsip jual beli ada tiga, yaitu:

- Pembiayaan murabahah

Yaitu merupakan transaksi jual beli bank syariah dimana bank berperan sebagai penjual dan nasabah sebagai pembeli. Dimana nantinya harga jual barang akan dihitung dari harga beli barang ditambah dengan margin yang telah disepakati diawal kesepakatan. Didalam pembiayaan murabahah penyerahan barang dilakukan setelah

---

<sup>25</sup> Adiwarman A Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih Dan Keuangan* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2017).

berlangsungnya akad beserta pembayaran uang muka dan pembayaran selanjutnya dapat dilakukan secara berangsur.

- **Pembiayaan salam**

Salam merupakan transaksi jual beli dengan objek transaksi yang belum ada atau tersedia. Didalam pembiayaan salam, pembayaran dilakukan secara tunai diawal transaksi dan penyerahan barang dilakukan setelahnya. Peran bank didalam pembiayaan ini bertindak sebagai pembeli dan nasabah sebagai penjual.

- **Pembiayaan istishna'**

Istishna' merupakan transaksi jual beli yang alur transaksinya hamper mirip dengan salam, akan tetapi yang membedakannya yaitu proses pembayaran pada pembiayaan istishna' dapat dilakukan secara berangsur.

b. **Pembiayaan dengan Prinsip Sewa (Ijarah)**

Pembiayaan ini merupakan pembiayaan yang verdasarkan pada perpindahan manfaat. Pada hakikatnya prinsip sewa sama dengan prinsip jual beli dan perbedaannyat terletak pada objek transaksinya yaitu apabila transaksi jual beli menggunakan objek barang maka transaksi sewa menggunakan objek-jasa.

Pada akhir akad objek yang disewakan dapat dijual kepada nasabah. Prinsip syariah yang digunakan merupakan sewwa yang diikuti pemindahan kepemilikan atau biasa disebut dengan IMBT (Ijarah Muntahiyah bit Tamlik)

c. **Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil**

Pada pembiayan ini terdapat 2 produk, yaitu:

- **Pembiayaan musyarakah**

Pembiayaan musyarakah merupakan pembiayaan dengan asas kerja sama dimana baik bank dan nasabah sama-sama memberikan kontribusi atau modal dengan keuntungan dan kerugian yang ditanggung bersama sesuai kesepakatan.

- **Pembiayaan mudharabah**



Pembiayaan mudharabah merupakan pembiayaan dengan asas kerja sama antar dua belah pihak dimana salah satu pihak sebagai pemilik modal (shahibul mal) dan yang satunya lagi sebagai pengelola modal (mudharib) dengan keuntungan dan kerugian yang ditanggung bersama sesuai kesepakatan.

d. Pembiayaan dengan akad pelengkap

Prinsip akad pelengkap tidak ditujukan untuk mencari keuntungan, akan tetapi dengan tujuan untuk mempermudah pelaksanaan pembiayaan. Akad pelengkap ini adalah akad-akad tabarru'. Yang termasuk dalam akad pelengkap disini adalah:

- Hiwalah (peralihan hutang)

Hiwalah merupakan akad peralihan hutang dengan tujuan untuk membantu nasabah mendapatkan modal tunai dengan cepat dan mudah untuk kelancaran bisnisnya. Dimana bank berperan sebagai penanggung hutang nasabah dan nantinya bank akan mendapat ganti biaya atas jasa peralihan hutang tersebut.

- Rahn (gadai)

Rahn merupakan akad pencairan modal nasabah dengan cara memberikan jaminan pembayaran kembali kepada pihak bank. Dimana nasabah harus melunasi peminjaman modal yang ada untuk menebus jaminan yang diberikannya kepada bank.

- Qardh (pinjaman uang)

Qardh merupakan akad pinjam-meminjam uang yang terbagi kedalam empat aplikasi peminjaman, yaitu: pinjaman talangan haji, pinjaman tunai dengan produk kartu kredit, pinjaman kepada pengusaha kecil dan pinjaman kepada pengurus bank.

- Wakalah (perwakilan)

Wakalah merupakan aplikasi perbankan yang disediakan kepada nasabah apabila nasabah meminta kepada bank untuk mewakili dirinya atas pekerjaan atau jasa tertentu. Seperti pembukuan L/C, inkaso dan transfer uang.

- Kafalah (Garansi bank)

Kafalah atau garansi bank merupakan aplikasi perbankan yang diberikan kepada nasabah untuk menjamin pembayaran suatu kewajiban pembayaran yang dimiliki oleh nasabah.

## 2) Produk Penghimpunan Dana (Funding)

Produk penghimpunan dana bank syariah dapat berbentuk giro, tabungan dan deposito. Prinsip operasional syariah yang diterapkan adalah prinsip wadiah dan mudharabah.

### a. Prinsip wadiah

Prinsip wadiah yang diterapkan oleh bank syariah adalah wadiah yad-dhamaanah yang terdapat dalam produk rekening giro. Berbeda dengan wadiah yad-amanah yang mempunyai prinsip harta titipan tidak boleh dimanfaatkan oleh yang dititipkan. Pada wadiah yad-dhamaanah pihak-pihak yang diitipi (bank) bertanggung jawab atas keutuhan harta titipan sehingga boleh dimanfaatkan harta titipan tersebut.

### b. Prinsip mudharabah

Pada prinsip ini bank berperan sebagai mudharib (pengelola dana) dan deposan atau sebagai shahibul mal (pemilik modal). Mudharabah dibagi menjadi dua yakni mudharabah mutlaqah atau URJA (*Unrestricted Investment Account*) dan mudharabah muqayyadah atau RIA (*Restricted Investment Account*). Mudharabah mutlaqah adalah deposan atau nasabah memberikan hak sepenuhnya pada bank untuk memutar untuk menginvestasikan dananya. Sedangkan mudharabah muqayyadah adalah deposan atau nasabah memberi batasan

pada bank untuk menginvestasikan dananya sebagai contoh batasan pada tempat, jenis usaha dan lainnya.

### 3) Jasa (service)

Selain berfungsi sebagai *intermediate* (penghubung) antara pihak yang membutuhkan dana dengan pihak yang kelebihan dana, bank syariah dapat pula melakukan berbagai pelayanan jasa perbankan pada nasabah dengan imbalan sewa atau keuntungan yang dijanjikan. Jasa pelayanan perbankan tersebut adalah:

#### a. Sharf (jual beli valuta asing)

Sharf merupakan transaksi jual beli mata uang yang tidak sejenis dalam waktu yang sama dan bank mengambil keuntungan dalam harga jual mata uang tersebut.

#### b. Ijarah (sewa)

Ijarah merupakan jenis kegiatan bank dengan menyediakan penyewaan kotak penyimpanan (save deposit box) dan jasa tata laksana administrasi dokumen (custodian). Dan bank akan mendapat imbalan dari kegiatanjasa tersebut

## 2.2 Minat

### 2.2.1 Pengertian Minat

Minat dalam KBBI mempunyai artian kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu.<sup>26</sup> Secara umum, minat dapat diartikan sebagai perhatian yang mempunyai unsur perasaan. Minat menurut Siti Rodiyah, yaitu sebuah perasaan suka yang berlebih dan adanya ketertarikan terhadap suatu kegiatan atau suatu hal tanpa ada yang memerintahnya.<sup>27</sup>

Andi Mappiare mengatakan, minat merupakan perangkat mental yang tersusun dari suatu campuran yang berasal dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka, rasa takut atau kecenderungan-kecenderungan lain yang dapat

---

<sup>26</sup> KBBI, n.d.

<sup>27</sup> Siti Rodiyah, "Analisis Pengaruh Kualits Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah BPRS" (Institut Agama Islam Negeri Salatiga, 2015).

memberi arahan terhadap individu untuk memilih suatu pilihan.<sup>28</sup> Dalam minat menabung sendiri tercipta suatu rasa dorongan yang selalu muncul dalam pikiran dan terbentuk sebuah keinginan yang kuat sehingga konsumen dapat merealisasikan keinginannya tersebut.

### **2.2.2 Tahapan Minat**

Minat terjadi melalui tahapan-tahapan. Kottler dan Keller menguraikan tahapan minat dengan model AIDA seperti berikut:<sup>29</sup>

- 1) Perhatian (*attention*) yaitu tahapan pertama untuk mengidentifikasi suatu produk dan jasa yang disesuaikan dengan apa yang dibutuhkan oleh calon nasabah.
- 2) Tertarik (*interest*). Pada tahapan berikut, para calon nasabah mempunyai keinginan dalam menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan dan setelah diberikan informasi yang lebih mendalam mengenai jasa yang telah ditawarkan
- 3) Hasrat (*desire*). Calon nasabah akan berfikir dan menanyakan perihal tawaran jasa, karena hasrat dan keinginan untuk membeli telah tumbuh. Tahap tersebut dapat diidentifikasi dengan suatu keinginan yang berlebih dari calon nasabah untuk mencoba jasa yang ditawarkan.
- 4) Tindakan (*action*), yaitu ketika calon nasabah punya keyakinan lebih untuk menggunakan produk dan jasa yang telah ditawarkan.

### **2.2.3 Faktor Terjadinya Minat**

Selain melalui tahapan-tahapan, minat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Crow mengatakan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi minat, antara lain:<sup>30</sup>

- 1) Dorongan dalam individu

---

<sup>28</sup>Andi Mappiare, *Psikologi Orang Dewasa Bagi Penyesuaian Dan Pendidikan* (Surabaya: Usama Offset Printing, 1994), 64.

<sup>29</sup>Doni Juni Pariansa, *Perilaku Nasabah: Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer* (Bandung: Alfabeta, 2017).

<sup>30</sup>Sukanto, *Nafisologi* (Jakarta: Integritas Press, 1985), 120.

Misalnya, rasa haus. Rasa haus akan menumbuhkan minat untuk segera minum.

2) Motif sosial

Hal ini datang melalui lingkungan sekitar. Sehingga motif sosial bisa dijadikan sebagai suatu sebab yang berpengaruh terhadap minat untuk melakukan suatu kegiatan.

3) Faktor emosional

Minat mempunyai keterkaitan yang kuat dengan emosi, yaitu keinginan sesaat. Karena itu, bisa disimpulkan bahwa minat yaitu dorongan yang lebih kepada seseorang untuk melakukan suatu hal untuk mewujudkan keinginannya. Dan juga minat dapat tumbuh dikarenakan terdapat faktor eksternal dan juga adanya faktor internal.

Minat beli menurut Kinnear dan Taylor yaitu sebagai tahapan keseringan responden dalam mengambil tindakan sebelum memutuskan pembelian benarbenar dilakukan.<sup>31</sup> Terdapat bermacam tolak ukur yang mrujuk kepada minat beli dan dapat dipaparkan sebagai berikut:<sup>32</sup>

- 1) Minat tradisional, ialah keinginn seseorang untuk memutuskan pembelian produk tertentu
- 2) Minat referensial, ialah keinginan seseorang untuk menyarankan atau merekomendasikan suatu produk ke pihak lain.
- 3) Minat prefensial, merupakan suatu minat yang mengilustrasikan seseorang terhadap perilakunya kepada suatu produk yang sesuai selera mereka. Prefensi atau selera terhadap suatu produk at berubah ketika produk atau barang lainnya sesuai selera orang tersebut.
- 4) Minat eksploratif, yaitu minat yang mengilustrasikan perilaku seseorang dengan terus mencari informasi tentang produk satu dengan

---

<sup>31</sup> Iwan Kurniawan, Suryono Budi Santoso, and Bambang Munas Dwiyanto, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Produk Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Produk Sakatonik Liver Di Kota Semarang)," *Jurnal Studi Manajemen Organisasi* 4, no. 02 (2007).

<sup>32</sup> Husnul Khotimah, Sabar Warsini, and Yenni Nuraeni, "Pengaruh Sosialisai Dan Pengetahuan Terhadap Minat Investor Pada Bursa Efek Syariah Di Pasar Modal (Survei Pada Nasabah Danarek Sekuritas Cabang FE-UI Depok)," *Jurnal*, 205AD.

produk lainnya dan terus menggali informasi yang mengarah ke sifat positif suatu barang tersebut.

#### 2.2.4 Indikator Minat

Menurut Moch Darsyah Sinungan, indikator khusus yang mempengaruhi timbulnya minat nasabah bank syariah yaitu:<sup>33</sup>

##### 1) Lokasi

Lokasi bank yaitu tempat diperjualbelikannya produk perbankan dan pusat pengendalian perbankan. Bank dimana bertempat pada okasi yang strategis sangatlah mempermudah nasabah untuk berurusan dengan bank. Dalam pandangan umum estimasi untuk memutuskan tempat sesuatu lokasi yaitu: (a) dekatnya pada pasar/konsumen; (b) tersedianya sarana dan prasarana; (c) dekatnya pada pusat pemerintahan; (d) mudahnya dalam melaksanakan ekspansi

##### 2) Pelayanan

Pelayanan yaitu bentuk aktivitas dimana menolongnya menyediakan hal apapun dimana dibutuhkan orang lain ataupun konsumen berupa bentuk produk dimana paling baik hingga didapatkan kepuasan pelanggan serta usaha membeli secara berulang-ulang bentuk suatu tipe kualitas jasa dimana amat populer serta sampai saat ini sedang menjadi acuan untuk riset pemasaran yaitu model SERVQUAL (*service quality*) dimana dikembangkannya oleh Parasuraman dimana berupa 5 dimensi SERVQUAL seperti dibawah ini:

- (a) Berwujud (*tangible*), berupa fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lain-lain), perlengkapan dan peralatan dimana dipakai (teknologi), dan penampilan pegawai
- (b) Keandalan (*reability*), berupa memberikan pelayanan dimana cocok dalam apa dijanjikan berdasarkan akurat serta terpercaya;
- (c) Ketanggapan (*responsiveness*) berupa membantu dan memberikan pelayanan dimana cepat serta tepat terhadap pelanggan dalam menyampaikan informasi yang jelas;
- (d) Jaminan serta kepastian (*Assurance*), berupa pengetahuan, kesopansantunan dan kemampuan para pegawai;
- (e) Empati (*empathy*), berupa perhatian yang tulus serta bersifat individual ataupun pribadi dimana dibrikannya terhadap pelanggan.

##### 3) Religius Stimuli

---

<sup>33</sup> Moch Darsyah Sinungan, *Manajemen Dana Bank* (Jakarta: Rineka Cipta, 1990).

Yaitu faktor pengetahuan dan pengalaman aneka ragam dimana mendorong seorang dalam melaksanakan sesuatu aktivitas ekonomi. Berjumlah 2 dimensi, yaitu dimensi pemahaman produk dan ketaatan terhadap agama seperti di bawah ini:

- (a) Produk yaitu suatu dimana bisa ditawarkan ke pasar dalam memperoleh perhatian supaya dibeli, yaitu dipakai ataupun dikonsumsi untuk bisa terpenuhi keinginan dan kebutuhan;
- (b) Ketaatan terhadap agama yaitu tingkat kesadaran serta ketaatan seorang melaksanakan berdasarkan apa yang diyakininya untuk melakukan kegiatan yang sesuai yang dimana telah diajarkan oleh agama yang mereka patuhi. Dikarenakan kesadaran merupakan proses awal dari dasar proses perilaku ekonomi religious

4) Reputasi

reputasi bank yaitu menjadi suatu bangunan sosial yang bertugas untuk menanungi suatu hubungan agar kepercayaan masyarakat pada akhirnya bisa menciptakan *brand image* untuk sebuah perusahaan. Reputasi yang baik dan terpercaya menjadika suatu keunggulan untuk bersaing suatu bank. Dengan reputasi yang baik untuk suatu perusahaan bank bisa meningkatkan kepercayaan nasbaah.

5) *Profit Sharing* (bagi hasil)

Bagi hasil berdasarkan terminologi asing disebut *profit sharing*. *Profit sharing* pada kamus ekonomi dapat diartikan pembagian laba. Berdasarkan definitive profit sharing artinya distribusi beberapa bagian dari laba pada para pegawai pada sebuah perusahaan. Berdasarkan syariah, prinsip bagi hasil yaitu terdapat kaidah mudharabah, dimana bank bisa menjadi mudharib (pengelola dana) dan penabung menjadi shahibul mal (penyandang dana)

6) Promosi

Promosi yaitu aktivitas dimana ditunjukan dalam membujuk konsumen supaya mereka bisa menjadi kenal pada produk diaman ditawarkan oleh perusahaan pada mereka serta akhirnya mereka akan senang kemudian membeli produk demikian. Pada promosi dimana sesuatu penting diperhatikan yaitu pemilihan bentuk promosi (*promotion mix*), bentuk promoi sebagai berikut: iklan, promosi penjualan, serta hubungan masyarakat.<sup>34</sup>

---

<sup>34</sup> Sinungan.

## 2.3 Pengetahuan

### 2.3.1 Pengertian Pengetahuan

Pengetahuan berasal dari kata dasar “tahu”, mendapatkan awalan dan akhiran *pe* dan *an*. Imbuhan tersebut menunjukkan adanya proses. Jadi menurut susunan katanya, pengetahuan merupakan suatu proses ingin mengetahui dan ingin menghasilkan sesuatu yang disebut pengetahuan.<sup>35</sup> Sedangkan menurut KBBI, pengetahuan adalah segala sesuatu yang diketahui, berkenaan dengan hal. Pengetahuan bisa didapatkan melalui berbagai media informasi seperti koran, majalah, televisi, radio, dan lain-lain dan juga bisa melalui pengalaman yang pernah dialami seseorang.

Pengetahuan yaitu suatu istilah yang digunakan untuk mendeskripsikan suatu hal yang diketahui seseorang. Dalam hal ini, pengetahuan terdiri dari 1) unsur yang mengetahui, 2) hal yang ingin diketahui, 3) kesadaran mengenai hal yang ingin diketahui tersebut.<sup>36</sup>Oleh karenanya, kesadaran sangat penting dimiliki seseorang untuk mengetahui suatu objek sebagai hal yang ingin diketahuinya.

Pengetahuan konsumen yaitu seluruh informasi yang berkaitan dengan produk maupun jasa yang dimiliki konsumen, dan juga pengetahuan lainnya yang masih berhubungan dengan kegunaannya sebagai konsumen.<sup>37</sup> Pengetahuan atau informasi menabung pada perbankan bisa didapat dari orang lain, seperti karyawan bank, teman, saudara, keluarga, media cetak, media elektronik, dan lain-lain. Pengetahuan dapat juga berupa kelemahan maupun kelebihan produk, pelayanan, fasilitas dan sebagainya yang dapat menjelaskan tentang perbankan.<sup>38</sup>

---

<sup>35</sup> Maskur Rosyid and Halimatu Saidiah, “Pengetahuan Perbankan Syariah Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Menabung Santri Dan Guru,” *Islaminomic* 7, no. 2 (2016).

<sup>36</sup>Rusmini, “Dasar Dan Jenis Ilmu Pengetahuan,” *Edu-Bio* 5 (2014).

<sup>37</sup> Wiwick Rabiatal Adawiyah, “Pertimbangan, Pengetahuan, Dan Sikap Konsumen Individu Terhadap Bank Syariah,” *Jurnal Ekonomi Pembangunan* 11, no. 2 (2015).

<sup>38</sup> Lestari, “Pengaruh Religiusitas, Produk Bank, Kepercayaan, Pengetahuan, Dan Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Pada Perbank Syariah Studi Kasus Pada Mahasiswa,” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB* 3, no. 01 (2015).



Menurut Masykur Rosyid dan Halimatu saidiah, pengetahuan seseorang dipengaruhi oleh beberapa faktor, yang diantaranya adalah sebagai berikut:<sup>39</sup>

a) Pendidikan

Pendidikan merupakan suatu usaha untuk mengembangkan kepribadian dan kemampuan didalam dan diluar sekolah dan berlangsung seumur hidup. Pendidikan mempengaruhi proses belajar, makin tinggi pendidikan seseorang makin mudah orang tersebut untuk menerima informasi. Dengan pendidikan tinggi maka seseorang akan cenderung untuk mendapatkan informasi, baik dari orang lain maupun media massa. Semakin banyak informasi yang masuk semakin banyak pula pengetahuan yang didapat.

b) Media atau informasi

Informasi yang diperoleh baik dari pendidikan formal maupun non formal dapat memberikan pengaruh jangka pendek sehingga menghasilkan perubahan atau peningkatan pengetahuan. Majunya teknologi akan tersedia bermacam-macam media massa yang dapat mempengaruhi pengetahuan masyarakat tentang inovasi baru. Sebagai sarana komunikasi, berbagai bentuk media massa seperti televisi, radio, surat kabar, majalah, dan lain-lain yang mempunyai pengaruh besar terhadap pembentukan opini dan kepercayaan seseorang.

c) Lingkungan

Lingkungan adalah segala sesuatu yang ada disekitar individu, baik lingkungan fisik, biologis, maupun sosial. Lingkungan berpengaruh terhadap proses masuknya pengetahuan kedalam individu yang berada dalam lingkungan tersebut. Hal ini terjadi karena adanya interaksi timbal balik atau tidak yang akan direspon sebagai pengetahuan oleh setiap individu.

d) Pengalaman

---

<sup>39</sup> Rosyid and Saidiah, "Pengetahuan Perbankan Syariah Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Menabung Santri Dan Guru."

Pengalaman sebagai sumber pengetahuan adalah suatu cara untuk memperoleh kebenaran pengetahuan dengan cara mengulang kembali pengetahuan yang diperoleh dalam memecahkan masalah yang dihadapi pada masa lalu.

e) Usia

Usia mempengaruhi terhadap daya tangkap dan pola pikir seseorang. Semakin bertambah usia akan semakin berkembang pola daya tangkap dan pola pikirnya, sehingga pengetahuan yang diperolehnya semakin membaik. Pada usia madya, individu akan lebih berperan aktif dalam masyarakat dan kehidupan sosial serta lebih banyak melakukan persiapan demi suksesnya upaya menyesuaikan diri menuju usia tua. Selain itu usia madya akan lebih banyak menggunakan banyak waktu untuk membaca. Kemampuan intelektual, pemecahan masalah, dan kemampuan verbal dilaporkan hamper tidak ada penurunan pada usia dini.

### **2.3.2 Pengetahuan Nasabah Tentang Riba**

Secara bahasa, riba memiliki arti sebagai suatu tambahan pada uang tunai, benda maupun jasa yang perlu dibayarkan kembali oleh peminjam setelah tanggal jatuh tempo pembayaran pinjaman.<sup>40</sup> Hal tersebut diperbolehkan kecuali jika debitur akan melunasi hutangnya pada saat pembayaran tanpa persyaratan apapun. Ahli hukum menjelaskan terkait pembayaran utang yang termasuk riba jika hal itu disepakati pada waktu awal akad yaitu saat kontrak ditandatangani, tidak ada perjanjian untuk memberikan tambahan pada waktu akad. Hutang tersebut diberikan debitur pada saat melakukan pembayaran, bukan berarti debitur berterimakasih kepadanya dan tidak mengikat.<sup>41</sup>

Dalam sistem bunga, bank memberikan pengembalian uang dari deposito dan juga dengan ditambah jumlah bunga yang telah ditentukan pada hari penyetoran kepada nasabah yang menyimpan uang mereka dalam jangka waktu tertentu. Sebaliknya, kepada nasabah yang melakukan pinjaman uang dari bank

---

<sup>40</sup>Pariansa, *Perilaku Nasabah: Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*.

<sup>41</sup>Sulaiman Rasjid, *Fiqih Islam, Cetakan Ke-65*, 65th ed. (Bandung: Sinar Baru Algesindo, 2014).

dalam jangka waktu tertentu wajib mengembalikan pinjaman tersebut. Dan juga mereka diwajibkan untuk memberikan uang tambahan yang disepakati sebagai bunga ketika uang tambahan tersebut telah lunas.<sup>42</sup>

### 2.3.3 Jenis-Jenis Pengetahuan

Dalam kehidupannya, manusia mempunyai macam-macam pengetahuan. Menurut Muannif Ridwan, Ahmad Sukri, dan Badrusyamsi dalam penelitiannya dibagi menjadi 6 jenis, antara lain:<sup>43</sup>

1) Pengetahuan langsung (*immediate*)

Pengetahuan langsung merupakan suatu hal yang datang ke dalam jiwa setiap individu tanpa melewati proses penafsiran dan pikiran. Umumnya digambarkan dengan apa yang kita ketahui tentang hal tersebut sebagaimana adanya, terlebih kepada perasaan yang mempunyai suatu hubungan dengan berbagai realita yang sebelumnya sudah dikenal seperti pengetahuan tentang bunga, mobil, dan sumur.

2) Pengetahuan tidak langsung

Pengetahuan tidak langsung terjadi disebabkan oleh pengaruh dorongan, proses berpikir dan juga beberapa kejadian yang dialami. Seperti pengetahuan kita mengenai benda-benda eksternal mayoritas terdapat keterkaitan dengan tafsiran dan serapan pikiran kita.

3) Pengetahuan indrawi

Pengetahuan indrawi yaitu sesuatu yang dapat dan diperoleh melalui indra-indra lahiriah. Dalam hal ini, adanya beberapa faktor yang mempengaruhi seperti objek eksternal, kesehatan indra, dan juga pemikiran yang dapat mengembangkan benda-benda pribadi menjadi konsep universal, serta beberapa faktor sosial. Adanya beberapa faktor tersebut menjadikan pengetahuan indrawi tidak hanya akan dihasilkan melalui indra-indra lahiriah saja.

4) Pengetahuan konseptual

---

<sup>42</sup>Rasjid, 220.

<sup>43</sup>Muannif Ridwan, Ahmad Syukri, and Badrusyamsi, "Studi Analisis Tentang Makna Pengetahuan Dan Ilmu Pengetahuan Serta Jenis Sumbernya," *Geuthee* 04, no. Penelitian multidisiplin (2021): 31–54.

Pengetahuan konseptual mempunyai keterkaitan dengan pengetahuan indrawi. Secara langsung pikiran individu tidak dapat membentuk suatu konsepsi-konsepsi mengenai beberapa objek perkara eksternal jika tidak mempunyai hubungan dengan alam eksternal. Alam luar dan konsepsi mempunyai keterkaitan dengan lainnya dan pemisahan diantara keduanya disebut sebagai aktivitas pikiran.

5) Pengetahuan Partikular

Pengetahuan partikular memiliki keterkaitan terhadap suatu individu, beberapa objek tertentu dan kebenaran khusus. Seperti contoh ketika berbicara mengenai satu kitab atau individu tertentu, maka hal ini akan mempunyai hubungan terhadap pengetahuan particular tersebut.

6) Pengetahuan universal

Pengetahuan universal adalah pengetahuan seluruh hidup manusia

Selanjutnya Engel, Blackwell, dan Miniard membagi pengetahuan konsumen ke dalam tiga macam, yaitu:<sup>44</sup>

1) Pengetahuan Produk

Merupakan kumpulan informasi terkait suatu produk yang meliputi kategori, merek, terminologi, atribut atau fitur, harga, dan kepercayaan terkait produk

2) Pengetahuan Pembelian

Yaitu informasi yang diolah konsumen. Pengetahuan pembelian ini berisi kapan dan di mana jika ingin membeli produk. Keputusan konsumen ini sangat dipengaruhi oleh pengetahuannya. Hal yang penting untuk strategi pemasaran yaitu menginformasikan kepada konsumen dimana konsumen dapat membeli suatu produk

3) Pengetahuan Pemakaian

Informasi mengenai tata cara penggunaan suatu produk yang benar menjadi hal yang sangat penting diinformasikan produsen kepada konsumen agar mendapatkan manfaat dan memberikan kepuasan

---

<sup>44</sup>James F. Engel, Roger D. Blackwell, and Paul W. Miniard, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: Binarupa Aksara, 1995).

secara maksimal. Karena jika konsumen salah menggunakan produk dan menyebabkan produk tersebut tidak bekerja dapat menyebabkan konsumen kecewa yang mana kesalahan tersebut dilakukan oleh konsumen sendiri.

#### **2.3.4 Indikator Pengetahuan**

Philip Kotler berpendapat indikator pengetahuan adalah jenis tingkah laku yang dimiliki konsumen yang disebabkan karena adanya pengetahuan. Guna mengatasi jasa/produk, data yang dimiliki oleh masyarakat seharusnya dapat berpengaruh pada pembelian jasa/produk dan dikelompokkan pengetahuan menjadi 4 tipe yaitu:

- 1) Jenis pengetahuan terkait ciri khas ataupun nama sebuah produk dikarenakan nasabah/konsumen melihat dari ciri khas sebuah produk. Hal tersebut dapat digunakan oleh nasabah sebelum memulai investasi dengan cara mengenal produknya.
- 2) Jenis pengetahuan mengenai fungsi. Para nasabah menginvestasikan uangnya pada bank syariah karena nasabah sudah paham terkait manfaat dalam bank syariah yang tidak menggunakan praktik riba.
- 3) Jenis pengetahuan mengenai kepuasan. Seorang nasabah secara tidak langsung akan membagikan pengalamannya kepada keluarga maupun kerabatnya mengenai pengalaman yang memuaskan setelah menggunakan bank syariah.
- 4) Jenis pengetahuan terkait teori pengantar dasar bank syariah yaitu terkumpulnya ide maupun pendapat dan setelah itu disempurnakan.<sup>45</sup>

### **2.4 Lokasi**

#### **2.4.1 Pengertian Lokasi**

Lokasi merupakan tempat sebuah perusahaan melakukan kegiatan operasionalnya untuk menghasilkan barang dan jasa. Menurut Lupiyoadi, lokasi didefinisikan sebagai tempat perusahaan bermakas dan melakukan kegiatannya. Penentuan lokasi yang memiliki fungsi strategis akan membantu tercapainya

---

<sup>45</sup>Rosyid and Saidiah, "Pengetahuan Perbankan Syariah Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Menabung Santri Dan Guru."

tujuan perusahaan.<sup>46</sup> . Seperti yang dikatakan Kotler, bahwa lokasi merupakan salah satu kunci sukses.<sup>47</sup> Lokasi dapat bermula dengan memilih kelompok, peluang pertumbuhan ekonomis dan stabilitas, persaingan, dan iklim politik akan sangat berpengaruh terhadap pengambilan keputusan awal.

Lokasi bank yaitu tempat jual beli produk maupun jasa bank dan sebagai pusat pengendalian operasional perbankan. Dalam praktek perbankan, lokasi kantor bank mempunyai beberapa jenis, antara lain kantor lokasi kantor pusat, cabang utama, cabang pembantu, kantor kas, dan lokasi mesin ATM. Dapat disimpulkan bahwa lokasi bank yaitu tempat yang digunakan untuk mengoperasikan produk-produk perbankan dan untuk mengatur serta mengendalikan sistem perbankan sesuai dengan ketentuan-ketentuan syariat islam (bank syariah)<sup>48</sup>

Sebagai salah satu faktor penting untuk mendirikan usaha perbankan dan untuk mendukung kegiatan penghimpunan dana dari masyarakat serta dapat menyalurkan pembiayaan lokasi menjadi pengaruh yang cukup tinggi. Jika pilihan lokasi untuk suatu bank dapat tepat sasaran, maka untuk mencapai suatu target akan lebih mudah. Juga sistem dan sumber daya yang terdapat di perbankan akan lebih dimudahkan dengan penentuan lokasi yang tepat. Selain pemilihan lokasi yang strategis, penetapan *layout* gedung dan ruangan bank merupakan hal yang sama pentingnya. Hal tersebut sangat berpengaruh terhadap lokasi bank apabila diatur dengan baik dan juga dapat membuat rasa kenyamanan nasabah bertambah saat berurusan dengan bank.<sup>49</sup>

#### **2.4.2 Lokasi dalam Perspektif Islam**

Lokasi merupakan suatu faktor utama dalam marketing. Menurut Islam, penentuan lokasi berlandaskan pada etika dalam bauran pemasarannya.<sup>50</sup> Etika pemasaran di dalam konteks lokasi yaitu:

- 1) Ketepatan waktu

---

<sup>46</sup>Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran*, n.d.

<sup>47</sup>Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Di Indonesia Analisis, Perencanaan, Implementasi, Dan Pengendalian* (Jakarta: Salemba Empat, 2000).

<sup>48</sup>Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana, 2005).

<sup>49</sup>Kasmir.

<sup>50</sup>Muhammad, *Manajemen Bank Syariah* (Yogyakarta: AMP YKPM, 2005).

- 2) Keamanan dan keutuhan barnag
- 3) Sarana memberikan pelayanan kepada masyarakat

Maka dari itu, lokasi merupakan aspek yang perlu penanganan khusus pada kegiatan muammalah. Tempat yang kurang lapang dan kurang kondusif akan menjadikan masalah terhadap suatu usaha. Dengan adanya tempat yang strategis dapat dimanfaatkan sebaik mungkin untuk kegiatan operasional perbankan dan dapat dijadikan tempat untuk berdakwah

#### **2.4.3 Tujuan Pengadaan lokasi**

Pengadaan lokasi menjadi suatu kegiatan yang sangat penting untuk beroperasinya suatu bank. Dalam aktivitas menghimpun dana dan menyalurkan pembiayaan lokasi menjadi suatu yang sangat penting. Jika pemilihan lokasi tepat sasaran, maka tercapainya target akan semakin mudah. Pengadaan strategi lokasi mempunyai tujuan yaitu sebagai berikut:

- 1) Untuk bank menentukan lokasi yang tepat dan strategis agar nasabah tidak kesulitan saat berurusan dengan bank.
- 2) Untuk menentukan teknologi yang akan digunakan dengan tujuan memberikan keakuratan dan kecepatan dalam melayani nasabah
- 3) Untuk menentukan tampilan yang sesuai dengan standar keamanan
- 4) Dan juga untuk bank menerapkan model antrian supaya tetap efisien saat ramai nasabah.

#### **2.4.4 Indikator Penentuan Lokasi**

Kasmir berpendapat lokasi bank merupakan tempat jual beli produk-produk maupun jasa perbankan dan sebagai pusat kontrol bank. Penentuan lokasi bank merupakan hal yang penting karena bank yang berlokasi strategis akan memudahkan nasabah untuk berurusan dengan bank. Secara umum Kasmir mengatakan bahwa dalam menentukan lokasi suatu usaha adalah memerlukan pertimbangan yaitu sebagai berikut:<sup>51</sup>

- 1) Jenis usaha
- 2) Apakah dekat dengan pasar/konsumen

---

<sup>51</sup>Kasmir, *Pemasaran Bank*, 2005, 163.

- 3) Apakah tersedia tenaga kerja
- 4) Tersedia sarana prasarana
- 5) Dekat dengan pusat pemerintahan
- 6) Berada pada kawasan industri
- 7) Mudah untuk melakukan ekspansi
- 8) Situasi adat istiadat, budaya atau masyarakat sekitar
- 9) Hukum yang berlaku di wilayah tersebut
- 10) Terdapat sumber daya lain yang dibutuhkan.

## 2.5 Promosi

### 2.5.1 Pengertian Promosi

Promosi yaitu aktivitas penjual untuk menginformasikan produk kepada pembeli, agar menimbulkan ketertarikan pembeli/konsumen agar melakukan pembelian atau pertukaran terhadap produk/jasa yang dijual atau ditawarkan.<sup>52</sup> Promosi juga disebut sebagai teknik komunikasi untuk menstimulasi konsumen agar membeli.

Promosi adalah arus informasi atau persuasi arah yang diciptakan untuk mengarahkan individu atau kelompok kepada tindakan menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Terlihat bahwa strategi promosi merupakan kegiatan yang dibuat dengan maksud membujuk, merangsang, konsumen agar membeli produk perusahaan sehingga tercapainya tujuan peningkatan pendapatan.<sup>53</sup>

Definisi promosi menurut Arif yaitu aktivitas marketing campuran yang terakhir setelah produk, harga, dan tempat. Dan juga promosi adalah yang sering dikatakan sebagai kegiatan pemasaran dalam arti sempit. Dalam kegiatan promosi setiap bank berusaha seluruh produk/jasa yang dimilikinya baik secara langsung maupun tidak langsung. Tanpa kegiatan promosi nasabah akan sulit untuk mengenal bank dan produk-produknya.<sup>54</sup>

---

<sup>52</sup>Nurudin and Hida Alfathin Mila Ulwiya, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Dan Persepsi Religiusitas Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Di Bank Syariah Indonesia Cabang Semarang)," *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah* 3 (2021): 145.

<sup>53</sup>A. Niswati Anwar, "Analisis Dan Pengaruh Strategi Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah (Studi Objek Di Kecamatan Tanette Riattang Barat Kabupaten Bone)" (Universitas Muhammadiyah Makassar, 2020), 9.

<sup>54</sup>Al Arif and M Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: ALFABETA, 2012).



Selanjutnya Promosi adalah sebuah komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli terhadap suatu produk.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa promosi merupakan jalan terciptanya komunikasi antara penjual dan pembeli yang bersifat menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk, atau mengingatkan target pasar untuk menciptakan permintaan terhadap produk/jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Pada dasarnya, dari kegiatan tersebut diharapkan munculnya ketertarikan minat konsumen terhadap produk/jasa yang ditawarkan dengan tujuan agar konsumen membeli dan menjadi pelanggan tetap sehingga dapat mempengaruhi konsumen lain yang belum menggunakan produk perusahaan tertentu.

### **2.5.2 Jenis-Jenis Promosi**

Kotler dan Armstrong berpendapat bahwa promosi bisa dibagi menjadi lima jenis, yaitu:<sup>55</sup>

#### **1) Periklanan**

Periklanan merupakan presentasi impersonal dan promosi ide terhadap barang dan jasa yang dibayarkan oleh sponsor tertentu, yaitu tidak hanya dari perusahaan melainkan juga instansi nonprofit tertentu (seperti instansi pemerintahan, universitas, dll) dan individu. Iklan bertujuan untuk menciptakan dorongan untuk menciptakan pembelian terhadap barang maupun jasa. Seperti contoh periklanan meliputi penyiaran, media cetak, internet, brosur, billboard atau poster.

#### **2) Promosi penjualan**

Yaitu sebagai insentif jangka pendek yang bertujuan untuk meningkatkan pembelian atau penjualan produk maupun jasa. hal ini didalamnya mencakup seperti diskon, kupon, pajangan dan demonstrasi. Selain itu, kegiatan ini juga dapat dikatakan sebagai

---

<sup>55</sup>Philip Kotler and Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2001).

tawaran bonus kepada mitra maupun konsumen untuk meningkatkan penjualan yang optimal yang memiliki peran sebagai berikut:

- a) Untuk konsumen pengguna: meningkatkan penggunaan produk lain yang dimiliki perusahaan dan menarik minat pengguna merek lain.
- b) Untuk konsumen non pengguna: menarik minat agar mau mencoba produk yang dimiliki perusahaan
- c) Untuk para perantara penjualan: mendorong meningkatkan penyediaan stok, menciptakan loyalitas terhadap merek dan dapat unggul dengan promosi pesaing
- d) Untuk penjualan: membantu mengenalkan produk-produk baru, model-model, dan meningkatkan prospek penjualan. Seperti pameran, pembagian voucher, pembagian sampel produk merupakan macammacam promosi penjualan.

### 3) Hubungan Masyarakat

Menciptakan hubungan yang baik kepada semua kalangan untuk tercapainya persepsi masyarakat yang diinginkan, membangun citra perusahaan yang baik dan menangani atau menghadapi rumor, berita dan kejadian yang buruk. Hal tersebut bertujuan untuk memperluas dan mengembangkan pemahaman opini publik yang positif. Hubungan masyarakat meliputi siaran pers, sponsor, acara khusus dan halaman web

### 4) Penjualan tatap muka

Yaitu penjualan yang dilakukan oleh iraniaga perusahaan dengan cara mempresentasikan produknya secara langsung yang bertujuan untuk menghasilkan penjualan dan menciptakan hubungan dengan konsumen. Penjualan personal meliputi presentasi penjualan, pameran dagang dan program insentif

### 5) Pemasaran Langsung

Hubungan langsung kepada konsumen individu yang secara tepat ditargetkan guna memperoleh respon segera dan membangun

hubungan dengan konsumen yang langsung, penggunaan surat langsung, telepon, televise respon langsung, email, internet dan media lainnya untuk berkomunikasi secara langsung dengan konsumen tertentu.

### 2.5.3 Tujuan Promosi

Menurut Kotler dan Armstrong tujuan promosi yaitu:<sup>56</sup>

- 1) Meningkatkan omset jangka pendek atau menambah hubungan dengan pelanggan untuk menambah omset jangka panjang.
- 2) Menjadikan pengecer menjual barang terbaru dan lebih banyak menyediakan stok persediaan
- 3) Mengiklankan produk perusahaan dan ruang rak yang lebih banyak
- 4) Untuk tenaga penjualan, digunakan supaya memperoleh lebih banyak dukungan tenaga penjualan untuk produk lama atau baru maupun mendorong wiraniaga mendapatkan pelanggan baru.

### 2.5.4 Indikator Promosi

Indikator promosi menurut Kotler dan killer yaitu:

- 1) Pesan promosi  
Sebagai pengukur seberapa baik pesan promosi yang dilakukan dan disampaikan kepada pelanggan.
- 2) Media promosi  
Media ini digunakan oleh perusahaan untuk kegiatan promosi
- 3) Waktu promosi  
Seberapa lamanya promosi yang dilakukan oleh perusahaan.

## 2.6 Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti dan Judul penelitian	Variabel	Hasil
1	Adhita Prabawati, 2021, <i>Pengaruh Pengetahuan, Fasilitas, dan Lokasi terhadap Keputusan</i>	Independen: pengetahuan, fasilitas, lokasi Dependen: keputusan	secara parsial pengetahuan dan lokasi berpengaruh terhadap kepercayaan, sedangkan fasilitas tidak berpengaruh terhadap

<sup>56</sup>Kotler and Armstrong.

	<i>Nasabah Guru dan Karyawan Pondok Pesantren Darut Taqwa dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah sebagai Variabel Intervening</i>	nasabah Intervening: Kepercayaan	kepercayaan. Dan pengetahuan secara stimultan mempengaruhi keputusan, sedangkan fasilitas, lokasi, dan kepercayaan tidak berpengaruh terhadap keputusan. <sup>57</sup>
2	<i>Nuramina Harahap, 2021, Pengaruh Pengetahuan, Pelayanan, Lokasi, dan E-Banking terhadap Minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah FEBI IAIN Padang Sidempuan)</i>	Independen: pengetahuan, pelayanan, lokasi, e- banking  Dependen: Minat Menabung	pengetahuan, lokasi, dan <i>e-banking</i> berpengaruh terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah, sedangkan pelayanan tidak berpengaruh terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah. <sup>58</sup>
3	<i>Mirro Faricha Wati, 2021, Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, dan Lingkungan Sosial terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Dusun Wates Kedensari Kab. Sidoarjo Jawa Timur)</i>	Independen: Pengetahuan, religiusitas, lingkungan  Dependen: minat menabung	pengetahuan, religiusitas dan lingkungan sosial secara parsial maupun stimultan memiliki pengaruh baik terhadap minat menabung di bank syariah. <sup>59</sup>
4	<i>A. Nismawati Anwar, 2020, Analisis dan Pengaruh Strategi Promosi Perbankan Syariah terhadap</i>	Independen: Strategi promosi  Dependen: Minat menabung	Promosi berpengaruh terhadap variabel perbankan syariah, variabel perbankan syariah berpengaruh terhadap variabel minat dan variabel

<sup>57</sup>Ardhita Prabawati, "Pengaruh Pengetahuan, Fasilitas, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Guru Dan Karyawan Pondok Pesantren Darut Taqwa Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening" (Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2021).

<sup>58</sup>Nuramina Harahap, "Pengaruh Pengetahuan, Pelayanan, Lokasi, Dan E-Banking Terhadap Minat Mahasiswa Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah FEBI IAIN Padang Sidempuan)" (Institut Agama Islam Negeri Padang Sidempuan, 2021).

<sup>59</sup>Wati, "Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah."

	<i>Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah (Studi Objek di Kecamatan Tanete Riattang Barat Kabupaten Bone)</i>		promosi tidak berpengaruh terhadap minat. <sup>60</sup>
5	Handa Nurhalizah, 2020, <i>Pengaruh Promosi, Citra Merek, Pemahaman dan Kepercayaan terhadap Minat Menabung di Bank Umum Syariah</i>	Independen: promosi, citra merek, kepercayaan Dependen: minat menabung	variabel promosi, citra merek, pemahaman dan kepercayaan secara simultan maupun parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung. <sup>61</sup>
6	Siti Raihana dan Riza Aulia Azhari, 2020, <i>Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Lokasi dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung di Bank Aceh Syariah Cabang Jeuram (Studi pada Masyarakat Kecamatan Seunagan Kabupaten Nagan Raya)</i>	Independen: pengetahuan, religiusitas, lokasi, lingkungan sosial Dependen: minat menabung	Variabel pengetahuan dan lingkungan sosial berpengaruh negative terhadap minat. Religiusitas dan lokasi berpengaruh positif terhadap minat. <sup>62</sup>
7	Nurudin dan Hida Alfathin Mila Ulwiya, 2021, <i>Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Persepsi Religiusitas Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah Indonesia Cabang Semarang</i>	Independen: Kualitas Pelayanan, Promosi, Persepsi Religiusitas Dependen: Minat Masyarakat	Secara simultan atau secara secara keseluruhan dapat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel minat menabung. <sup>63</sup>

<sup>60</sup>Anwar, "Analisis Dan Pengaruh Strategi Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah (Studi Objek Di Kecamatan Tanette Riattang Barat Kabupaten Bone)."

<sup>61</sup>Nurhalizah, "Pengaruh Promosi, Citra Merek, Pemahaman Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Di Bank Umum Syariah."

<sup>62</sup>Siti Raihana and Riza Aulia Azhary, "Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Lokasi Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Aceh Syariah Cabang Jeuram (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Seunagan Kabupaten Nagan Raya)," *Global Journal of Islamic Banking and Finance* 2 (2020).

<sup>63</sup>Nurudin and Ulwiya, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Dan Persepsi Religiusitas Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Di Bank Syariah Indonesia Cabang Semarang)."

8	Anwar Solihin dan Bunga Rahma Aulia, 2022, <i>Analisis Pengaruh Lokasi dan Pelayanan Terhadap Minat Menabung di BPRS Ampek Angkek Canduang (Studi Kasus Pedagang Pasar Aung Bukittinggi)</i>	Independen: Lokasi dan pelayanan  Dependen: Minat Menabung	Pengaruh lokasi dan pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung pedagang aur kuning bukittinggi terhadap BPRS Ampek Angkek Canduang. <sup>64</sup>
9	Fajar Mujadid dan Pandu Tezar Adi Nugroho, 2019, <i>Pengaruh pengetahuan, Reputasi, Lingkungan dan Religiusitas Terhadap Minat Pelajar Sekolah Menengah Kejuruan Prodi Perbankan Syariah dalam Menabung di Bank Syariah</i>	Independen: Pengetahuan, Reputasi, Lingkungan, Religiusitas  Dependen: Minat menabung	Variabel independen secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat pelajar menabung di bank syariah. <sup>65</sup>
10	Nazarudin Aziz dan Vito Shiga Hendrastyo, 2020, <i>Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menabung di Bank Syariah Cabang Ulak Karang Kota Padang</i>	Independen: Kualitas Layanan, Kepercayaan, Promosi  Dependen: Minat Nasabah Menabung	Variabel kualitas layanan, kepercayaan, dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap minat nasabah menabung. <sup>66</sup>

<sup>64</sup>Anwar Sholihin and Rahma Bunga Aulia, "Analisis Pengaruh Lokasi Dan Pelayanan Terhadap Minat Menabung Di BPRS Ampek Angkek Canduang (Studi Kasus Pedagang Pasar Aung Bukittinggi)," *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah* 5 (2022).

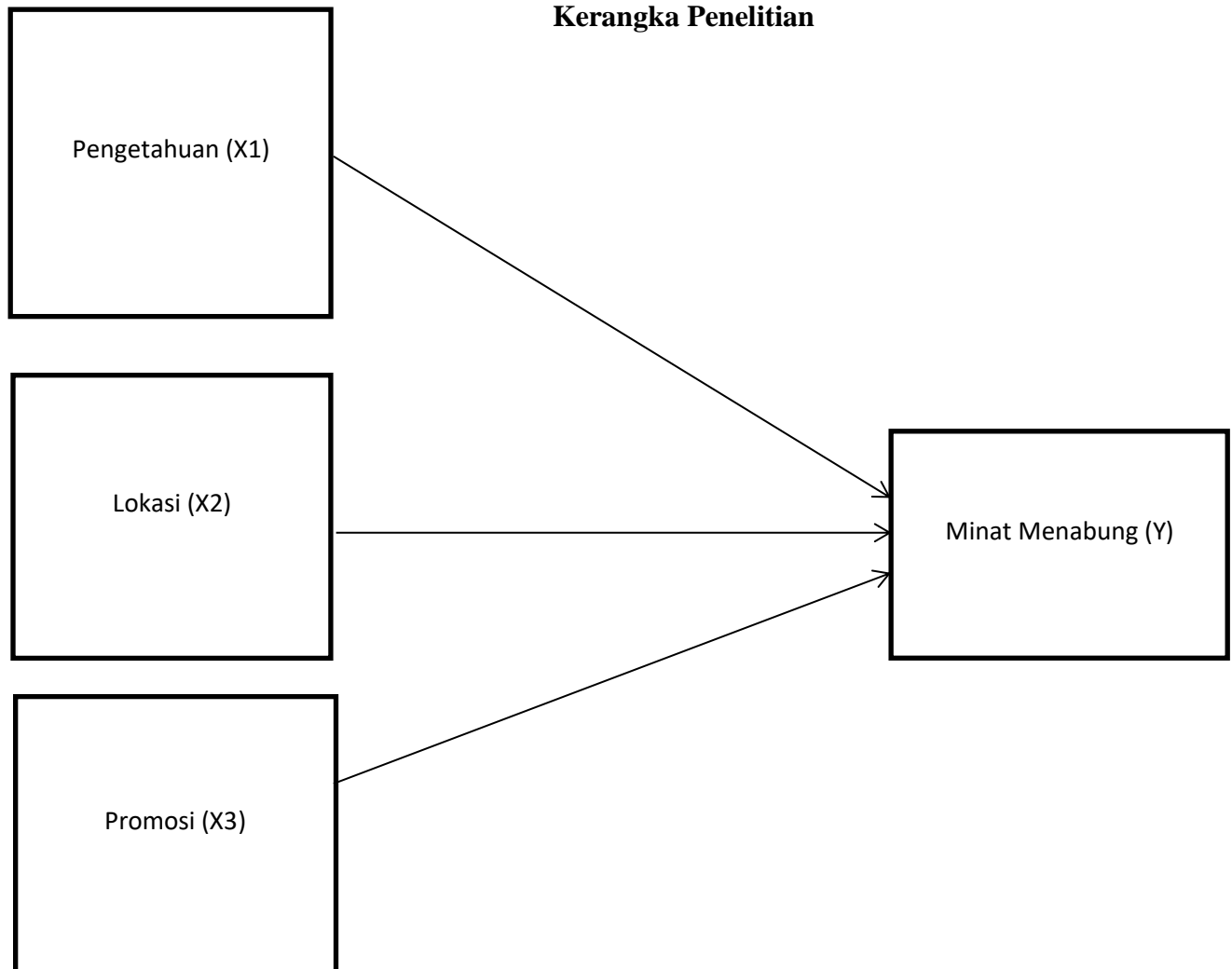
<sup>65</sup>Fajar Mujadid and Pandu Tezar Adi Nugroho, "Pengaruh Pengetahuan, Reputasi, Lingkungan Dan Religiusitas Terhadap Minat Pelajar Sekolah Menengah Kejuruan Prodi Perbankan Syariah Dalam Menabung Di Bank Syariah," *Jurnal Ekonomi Islam* 10 (2019).

<sup>66</sup>Nazarudin Aziz and Vito Shiga Hendrastyo, "Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menabung Di Bank Syariah Cabang Ulak Karang Kota Padang," *Jurnal Pundi* 03 (2019).

## 2.7 Kerangka Berfikir

Pada peneltiian ini terdapat tiga Variabel X (bebas/independen) yaitu, pengetahuan, lokasi dan promosi. Dan juga menggunakan satu Variabel Y (terikat/dependen) yaitu minat menabung Santri YPMI Al-Firdaus di bank syariah. Maka dari itu, kerangka berfikir pada penelitian ini digambarkan sebagai berikut:

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Penelitian**



## 2.8 Hipotesis Penelitian

Hipotesis yaitu suatu dugaan atau jawaban sementara dari pertanyaan yang terdapat pada perumusan masalah penelitian. Disebut sebagai jawaban sementara dikarenakan jawaban yang tersedia merupakan jawaban yang berasal dari teori. Jawaban sebenarnya hanya akan ditemukan jika penelitian telah melakukan pengumpulan data dan analisis data penelitian.<sup>67</sup> Hipotesis penelitian ini adalah:

1. Pengaruh pengetahuan, lokasi dan promosi terhadap minat menabung santri YPMI Al-Firdaus

$H_0$  : Pengetahuan, lokasi, dan promosi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung santri YPMI Al-Firdaus

$H_a$  : Pengetahuan, lokasi dan promosi berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung santri YPMI Al-Firdaus.

2. Pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung santri YPMI Al-Firdaus di bank syariah.

$H_0$  : Pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat menabung santri YPMI Al-Firdaus

$H_a$  : Pengetahuan berpengaruh terhadap minat menabung santri YPMI Al-Firdaus

3. Pengaruh lokasi terhadap minat menabung santri YPMI Al-Firdaus di bank syariah.

$H_0$  : Lokasi tidak berpengaruh terhadap minat menabung santri YPMI Al-Firdaus

$H_a$  : Lokasi berpengaruh terhadap minat menabung santri YPMI Al-Firdaus

---

<sup>67</sup>Azuar Juliandi and Irfan, *Metode Penelitian Kuantitatif: Untuk Ilmu-Ilmu Bisnis* (Bandung: Citapustaka Media Perintis, 2013).



## BAB III METODE PENELITIAN

### 3.1 Jenis Penelitian dan Sumber Data

#### 3.1.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan, karena data diperoleh langsung melalui hasil pengamatan pada santri YPMI Al-Firdaus. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif yaitu suatu metode penelitian yang prosesnya menggunakan data-data yang didapatkan dari sampel atau populasi yang berbentuk angka atau numeric. Tujuan dari penelitian kuantitatif adalah untuk mengembangkan dan menggunakan model matematis, teori atau hipotesis yang mempunyai hubungan dengan fenomena yang disediakan oleh peneliti.<sup>68</sup>

Secara spesifik metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang berdasar kepada filsafat positivism atau dengan kata lain memandang sebuah kejadian itu dapat berupa data berbentuk angka-angka dan dibahas menggunakan uji statistik, teknik perhitungan secara kuantitatif matematik dapat dilakukan sehingga dapat menghasilkan suatu kesimpulan atau hipotesis.

Pada penelitian yang akan dilakukan ini bertujuan untuk menguji teori, menciptakan fakta, memberikan penjabaran mengenai statistik, menunjukkan hubungan dan pengaruh antara pengetahuan, lokasi dan promosi terhadap minat menabung santri YPMI Al-Firdaus di bank syariah.

#### 3.1.2 Variabel Penelitian

Dalam variabel penelitian akan menjelaskan terkait variabel-variabel yang digunakan baik variabel independen (bebas) maupun variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini menggunakan tiga variabel independen (bebas) dan satu variabel dependen (terikat). Variabel bebas (*Independent variable*) yaitu sebagai variabel penentu arah atau perubahan tertentu terhadap variabel dependen.<sup>69</sup> Variabel independen yang digunakan di penelitian ini yaitu pengetahuan (X1), lokasi (X2), Promosi (X3). Variabel terikat (*Dependent*

---

<sup>68</sup>Rizki Yuliardi and Zuli Nuraeni, *Statistik Penelitian: Plus Tutorial SPSS* (Yogyakarta: Innosain, 2017), 2.

<sup>69</sup>Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017), 68.

*Variable*) merupakan variabel yang terpengaruh atau yang menjadi akibat adanya dari variabel bebas.<sup>70</sup>Dalam penelitian ini, variabel dependen yang digunakan yaitu minat menabung santri YPMI Al-Firdaus di bank syariah (Y).

### 3.1.3 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan pada seluruh santri YPMI Al-Firdaus. Pengambilan lokasi tersebut dilakukan oleh peneliti karena terdapat permasalahan yang timbul dari wawancara santri YPMI Al-Firdaus, yaitu terdapat kurangnya rasa percaya dari santri YPMI Al-Firdaus terhadap perbankan syariah. Mereka berpendapat bank syariah dalam praktiknya sama dengan bank konvensional karena masih terbatasnya pemahaman terhadap perbankan syariah.

## 3.2 Populasi dan Sampel

### 3.2.1 Populasi

Populasi yaitu wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek/objek yang memiliki ciri-ciri tertentu dan mempunyai peluang yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel.<sup>71</sup>Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh santri yang berada di YPMI Al-Firdaus Semarang sebanyak 186 orang.

Peneliti memilih santri YPMI Al-Firdaus untuk menjadi populasi dalam penelitian yang akan dilakukan karena mereka merupakan satu kelompok yang dapat mengkritisi apabila dilihat dari sisi informasi yang didapat dan kemampuan mereka untuk mencerna informasi.

### 3.2.2 Sampel

Sampel yaitu bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.<sup>72</sup> Pengambilan sampel bisa dihitung menggunakan rumus *slovin* seperti berikut:

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$
$$n = \frac{186}{1+186(0,07)^2} = 97,56$$

---

<sup>70</sup>Sugiono, 68.

<sup>71</sup>Husein Umar, *Metodelogi Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis* (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2011).

<sup>72</sup>Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi Dan R&D*, 81.

Keterangan:

n = Banyaknya sampel

N = Populasi

e = Standar eror

sesuai dengan hasil perhitungan di atas, dari populasi yang berjumlah 186 mendapatkan sampel sebanyak 97,56 yang jika dibulatkan menjadi 98. Maka dari itu peneliti akan menjadikan 98 responden sebagai sampel dalam penelitian ini.

### **3.3 Jenis dan Sumber data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan data primer yang didapatkan langsung dari populasi atau sampel yang telah ditentukan.<sup>73</sup> Pada penelitian ini menggunakan sumber data berupa objek dari mana data didapat, dan juga dalam penelitian ini menggunakan kuisioner sehingga sumber data tersebut dikatakan sebagai responden, yaitu setiap individu yang telah menjawab seputar pertanyaan peneliti secara tertulis.

### **3.4 Teknik Pengumpulan data**

Teknik pengumpulan data menjadi faktor penting dalam penelitian yang dilakukan, dikarenakan dalam penelitian ini bertujuan untuk mencari data. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu seperti berikut:

#### **3.4.1 Kuisioner (Angket)**

Kuisioner atau angket merupakan teknik pengumpulan data yang kegiatannya memberi beberapa pertanyaan atau pertanyaan tertulis pada responden untuk dijawabnya.<sup>74</sup> Teknik tersebut mudah dilakukan jika pemahaman peneliti terkait variabel yang diukur cukup baik dan dapat memahami apa yang diharapkan dari responden. Kuisioner biasanya berbentuk pertanyaan tertutup atau terbuka, yang bisa dibagikan kepada responden secara langsung maupun melalui pos atau internet. Pada penelitian ini kuisioner ditujukan kepada seluruh santri YPMI Al-Firdaus.

---

<sup>73</sup>Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS* (Jakarta: Kencana, 2013).

<sup>74</sup>Siregar, 142.

Adapun skala yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan skala likert. Skala likert berfungsi untuk mengukur sikap, pendapat dan pemahaman seseorang atau kelompok orang mengenai fenomena sosial.<sup>75</sup> Jawaban setiap pertanyaan menggunakan skala likert yang mempunyai tingkatan dari sangat positif sampai sangat negatif, antara lain:

- a. Jawaban sangat setuju (SS) diberi skor 5
- b. Jawaban setuju (S) diberi skor 4
- c. Jawaban kurang setuju (KS) diberi skor 3
- d. Jawaban tidak setuju (TS) diberi skor 2
- e. Jawaban sangat tidak setuju (STS) diberi skor 1

### **3.5 Instrumen Penelitian**

Dengan tujuan mendapatkan data yang mempunyai hubungan dengan penelitian yang akan, maka yang digunakan oleh peneliti berupa kuisisioner atau angket. Kuisisioner atau angket adalah teknik pengumpulan data yang cara kerjanya memberi beberapa pertanyaan atau pernyataan tertulis pada responden untuk dijawabnya. Kuisisioner atau angket yaitu suatu cara untuk mengumpulkan data yang pelaksanaannya dengan memberi beberapa pertanyaan secara tertulis kepada responden untuk dijawabnya.<sup>76</sup> Adapun daftar pertanyaan (berupa isian yang akan diisi oleh responden) seperti *checklist* (berupa suatu pilihan dengan cara menandakan pada kolom berdasarkan tingkat tertentu). Kuisisioner yang digunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu adanya pengaruh adanya pengetahuan, lokasi, dan promosi terhadap minat menabung santri YPMI Al-Firdaus di bank syariah.

### **3.6 Uji Validitas dan Realibilitas**

#### **3.6.1 Uji Validitas**

Validitas merupakan sebuah pengukur valid atau tidaknya suatu instrument. Sebuah instrumen dapat dikatakan valid apabila mempunyai tingkat kevalidan yang tinggi dan jika tingkat kevalidannya rendah maka instrument tersebut bisa dikatakan kurang valid. Sebuah instrument dapat dikatakan valid apabila mampu mengukur apa

---

<sup>75</sup>Siregar, 93.

<sup>76</sup>Siregar, 142.

yang diinginkan.<sup>77</sup> Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau validnya pertanyaan pada kuisioner. Suatu kuisioner dapat dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut.

Uji validitas ini dilakukan untuk melihat hasil *corrected item-total correlation*, jika kuesioner dikatakan valid apabila nilai item dari total *correlation* lebih besar dari r tabel.<sup>78</sup> Berikut adalah rumus validitas:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum xi yi) - (\sum xi)(\sum yi)}{\sqrt{n(\sum x_1^2) - (xi^2)n(\sum y_1^2) - (yi^2)}}$$

Keterangan:

- $r_{xy}$  : Koefisien Korelasi
- $n$  : Jumlah Responden
- $xi$  : Skor tiap item pada instrument
- $yi$  : Skor tiap item pada kriteria

### 3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji ini mempunyai fungsi sebagai penguji suati instrument reliable atau tidak. Reliable bisa diartikan sebagai yang dapat dipercaya, maka dari itu data yang diperoleh dalam uji ini dapat digunakan dengan baik.<sup>79</sup>

Dalam peneltian ini rumus Alpha digunakan sebagai penguji reabilitas instrument penelitian dengan menggunakan formula *Crombach Alpha*. Sebagai penentu instrument tersebut reliable atau tidak maka 6.00 digunakan sebagai pembatas. Jika *Crombach Alpha* > 6.00 maka beberapa soal tersebut reliable.

$$r = \left(\frac{N}{N-1}\right) \left(1 - \frac{\sum ab^2}{at^2}\right)$$

Keterangan:

- $r$  : Koefisien reabilitas instrument (*cronbach's alpha*)
- $N$  : Banyaknya Pertanyaan
- $\sum ab^2$  : Total varians pertanyaan
- $t$  : Total varians

<sup>77</sup>Riduwan and Sunarto, *Pengantar Statistika* (Bandung: Alfabeta, 2013), 348.

<sup>78</sup>Santoso, *Buku Latihan SPSS : Statistik Parametrik* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2002).

<sup>79</sup>Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), 221.

### 3.7 Uji Asumsi Klasik

#### 3.7.1 Uji Normalitas

Distribusi normal yaitu suatu penyebaran yang memuat ditengah (mean, mode dan median berada ditengah). Uji ini mempunyai tujuan mengetahui apakah populasi dapat diwakilkan dengan sampel yang digunakan. Prinsip uji distribusi normal merupakan perbandingan antara distribusi data yang diperoleh (*observed*) dan distribusi data normal (*expected*). Uji normalitas bisa dilakukan melalui beberapa cara, salah satunya yaitu membandingkan nilai *Jarque-Bera* (JB) pada tabel nilai *Chi Square* tabel. Uji JB diperoleh melalui histogram normality. Hipotesis yang digunakan adalah:

$H_0$  : Data berdistribusi normal

$H_1$  : Data tidak berdistribusi normal

Jika hasil dari JB hitung  $> Chi Square$  tabel, maka  $H_0$  ditolak, sedangkan jika hasil JB hitung  $< Chi Square$  tabel, maka  $H_0$  diterima.<sup>80</sup>

#### 3.7.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dijadikan sebagai bentuk persyaratan untuk seluruh uji hipotesis kausalitas (regresi). Uji ini dapat dilihat menggunakan cara menghitung koefisien korelasi ganda dan membandingkannya dengan koefisien korelasi antarvariabel bebas. Uji multikolinieritas berfungsi untuk mendeteksi kesalahan (gangguan) standar estimasi model pada penelitian.<sup>81</sup> Alat untuk menguji gangguan multikolinieritas yaitu menggunakan *Variance Inflation Factor* (VIF).

$$VIF_j = \frac{1}{1 - R_j^2}$$

$R_j^2$  ini adalah koefisien determinasi dari regresi variabel independen ke  $j$  terhadap sisa variabel-variabel independen  $k-l$ . untuk variabel independen dimana  $k = 2$ , maka  $r_j^2$  adalah akar dari koefisien korelasi (r).

---

<sup>80</sup>Ansofino et al., *Buku Ajar Ekonometrika* (Yogyakarta: Deepublish, 2016).

<sup>81</sup>Imam Gunawan, *Pengantar Statistika Inferensial* (Jakarta: Grafindo Persada, 2017), 102.

### 3.7.3 Uji heteroskedastitas

Heteroskedastitas merupakan salah satu variabel dalam model tidak sama. Karim dan Hadi berpendapat bahwa konsekuensi heteroskedastitas pada model regresi yaitu estimasi yang didapat tidak efisien, baik dalam sampel kecil maupun dalam sampel besar.<sup>82</sup> Uji statistik yang dipakai adalah Glejser, uji ini dijalankan dengan meregresi nilai absolut residual terhadap variabel independen. Kriteria terjadinya masalah heteroskedastitas adalah

## 3.8 Uji Hipotesis

### 3.8.1 Analisis regresi linier berganda

Dalam penelitian ini juga menggunakan analisis regresi berganda, regresi berganda yaitu sebuah analisis yang menguji dua atau lebih *independent variable*, dengan formulasi umum:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n + e$$

Keterangan:

Y = variabel dependen

a = konstanta

$b_1$  = koefisien regresi  $X_1$ ,  $b_2$  = koefisien  $X_2$  dan selanjutnya

e = residual/error

Selain untuk memprediksi nilai variabel terkait, fungsi persamaan regresi juga dapat digunakan untuk mendeteksi arah dan besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.<sup>83</sup>

### 3.8.2 Uji Pengaruh Simultan F (Uji F)

Uji F adalah pengujian signifikansi persamaan yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas ( $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$ ) secara bersama-sama terhadap variabel terkait (Y).<sup>84</sup> Nilai statistik  $F$  dan  $p$ value secara otomatis dihitung sebagai bagian dari analisis regresi yang tertuang didalam *Analysis of Variance*, ANOVA. Tidak seperti uji t yang menguji signifikansi koefisien parsial

---

<sup>82</sup>Gunawan, 102–3.

<sup>83</sup>Agus Tri Basuki and Nano Prawoto, *Analisis Regresi* (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2017), 45.

<sup>84</sup>Asep Saefudin and Dkk, *Statistika Dasar* (Jakarta: Grasindo, 2009), 48.

secara regresi sama dengan nol. Uji F menguji join hipotesis bahwa  $b_1$ ,  $b_2$ , dan  $b_3$  secara bersama-sama dengan nol, atau:

$$H_0: b_1 = b_2 = b_3 = \dots = b_k = 0$$

$$H_1: b_1 \neq b_2 \neq b_3 = \dots \neq b_k \neq 0$$

Uji hipotesis seperti diatas disebut uji signifikansi keseluruhan terhadap garis regresi yang diobservasi maupun estimasi, apakah Y berhubungan linear terhadap  $X_1$ ,  $X_2$  dan  $X_3$ . Apakah join hipotesis bisa diuji menggunakan signifikan  $b_1$ ,  $b_2$  dan  $b_3$  secara individu atau tidak.

Cara menguji hipotesis ini dengan menggunakan statistic F dengan kriteria penentuan keputusan sebagai berikut:

- 1) Jika nilai F lebih besar daripada 4 maka  $H_0$  dapat ditolak pada derajat kepercayaan 5%. Dengan kata lain kita menerima hipotesis *alternative*, yang menyatakan bahwa semua variabel independent memiliki pengaruh yang besar terhadap variabel dependen.
- 2) Perbandingan nilai F hasil perhitungan dengan nilai F menurut tabel. Jika F dihitung lebih besar daripada nilai F tabel, maka  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_1$ .<sup>85</sup>

### 3.8.3 Koefisien Determinasi

Nilai  $R^2$  pada Tabel Model Summary merupakan presentase kecocokan model, atau nilai yang menunjukkan variabel dependen. Banyaknya variabel dependen yang terlihat, maka nilai  $R^2$  semakin besar.<sup>86</sup> Pada dasarnya, koefisien determinasi digunakan sebagai pengukur kemampuan model dalam menjelaskan variabel-variabel terikat. Nilai koefisien determinasi merupakan nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu variabel

---

<sup>85</sup>Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2018).

<sup>86</sup>Saefudin and Dkk, *Statistika Dasar*, 249.



independen menyediakan hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi variabel dependen.<sup>87</sup>

$$R^2 = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

$R^2$  : Koefisien determinasi

$r^2$  : Koefisien korelasi

### 3.8.4 Uji Parsial

Uji parsial *t-test* yaitu pengujian kepada koefisien regresi dari masing-masing variabel independen dan dirancang sebagai penentu apakah variabel independen berpengaruh (berpengaruh positif/negative) terhadap variabel dependen.

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:;

t : Nilai T hitung

r : Koefisien Korelasi

n : Jumlah responden

---

<sup>87</sup>Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*.

## **BAB IV**

### **PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

##### **4.1.1 Gambaran umum Pondok Pesantren YPMI Al-Firdaus**

Pondok Pesantren Al-Firdaus merupakan Lembaga Pendidikan Islam di bawah naungan Yayasan Pembina Mahasiswa Islam (YPMI) yang terletak di Jl. Kedondong Kampung Duwet RT.02 RW.04 Kelurahan Bringin Kecamatan Ngaliyan Kota Semarang. YPMI Al-Firdaus yang berdiri pada tanggal 31 Mei 1993 berawal dari mimpi besar Korcap PMII untuk mengnginkan adanya basecamp, maka para senior-senior seperti Kyai Umar Faruq menyetujui dan sangat antusias dengan syarat bukan sekedar basecamp melainkan pondok pesantren. Maka pada masa kepemimpinan Korcap oleh Bapak Abu Hapsin dilakukan peletakan batu pertama yang dilakukan langsung oleh Almarhum Gusdur.

Hadirnya Pondok Pesantren Al-Firdaus merupakan inisiasi dan gagasan tokoh-tokoh Nahdlatul Ulama' yang memiliki keinginan untuk mendirikan Pondok Pesantren Mahasiswa di daerah Semarang yang membangun kaderisasi kader pemuda Nahdlatul Ulama'.Kegiatan di Pondok Pesantren Al-Firdaus berorientasi pada nilai-nilai Ahlusunnah Wal Jama'ah dan tradisi kepesantrenan pada umumnya mulai dari kitab bandongan, sorogan, tahlil, diba'an, dll. Unuk kitab yang dikaji seperti Tafsir Jalalain, Risalah Ahli Sunnah Wal Jama'ah, Arbain Nawawi, Ushul Fiqh, Riyadlus Sholihin, dan masih banyak lainnya.

##### **4.1.2 Visi dan Misi Pondok Pesantren YPMI Al-Firdaus**

###### **a. Visi**

- 1) Menuju kesalihan individu dan sosial dengan prinsip Dzikir, Fikir dan Amal Saleh berdasarkan nilai dan ajaran Islam *Ahlusunnah Wal Jama'ah*.

###### **b. Misi**

- 1) Mendidik dan membina santri mahasiswa serta menanamkan nilai-nilai Islam *Ahlussunnah Wal Jama'ah*.

- 2) Memelihara dan menjaga dari yang bertentangan dengan tradisi Islam *Ahlussunnah Wal Jama'ah*.
- 3) Mencetak generasi muda yang cerdas, mandiri dan berakhlakul karimah.

## 4.2 Deskripsi data dan Karakteristik Responden

### 4.1.1 Deskripsi data penelitian

Deskripsi data yang digunakan penelitian ini merupakan data yang menjelaskan serta menggambarkan keadaan dan kondisi responden yang telah membantu dalam analisis penelitian ini. Pada penelitian ini menggunakan 98 responden yang dijadikan sampel dari total santri YPMI Al-Firdaus yang menggunakan bank syariah.

Dalam penelitian ini, angket berupa kuesioner yang peneliti gunakan dan selanjutnya dibagikan secara online melalui aplikasi Whatsapp. Pembagian kuesioner tersebut dilakukan pada 23 Mei-7 Juni 2022. Setelah pengumpulan data selesai, peneliti mengolah data tersebut menggunakan aplikasi SPSS versi 25

### 4.1.2 Karakteristik responden

- a. Jenis kelamin

**Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	53	54.1	54.1	54.1
	Perempuan	45	45.9	45.9	100.0
	Total	98	100.0	100.0	

Tabel 4.1 dapat disimpulkan bahwa jumlah santri YPMI Al-Firdaus berdasarkan jenis kelamin untuk jumlah santri laki-laki yaitu 54,1% atau 53 santri sedangkan jenis kelamin perempuan berjumlah 45,9% atau 45 nasabah.

Maka dapat disimpulkan bahwa jumlah responden terbanyak dalam penelitian ini adalah laki-laki.

b. Usia

**Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

Usia					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18-20	47	48.0	48.0	48.0
	21-23	51	52.0	52.0	100.0
	Total	98	100.0	100.0	

Tabel 4.2 diketahui terkait objek pada penelitian ini berdasarkan usia/umur. Diketahui bahwa usia 18-20 tahun berjumlah 48% atau 47 santri, sedangkan untuk usia 21-23 tahun berjumlah 52% atau 51 santri. Dapat disimpulkan responden terbanyak pada penelitian ini berusia 21-23 tahun.

## 4.2 Uji Instrumen

### 4.2.1 Uji validitas

Uji validitas dapat dihitung menggunakan korelasi antar skor atau dari setiap pernyataan dengan skor konstruk atau variabel. Instrument tiap item pernyataan dapat dinyatakan valid jika diketahui  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  atau ( $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ ) dan nilai r positif. Untuk penghitungan uji validitas peneliti menggunakan bantuan aplikasi SPSS v.25 dengan taraf signifikansi sebesar 5% atau 0,05.

**Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas**

Item Kuesioner	r-hitung	r-tabel	Keterangan

X1.1	0,669	0,1671	Valid
X1.2	0,846	0,1671	Valid
X1.3	0,884	0,1671	Valid
X1.4	0,853	0,1671	Valid
X2.1	0,838	0,1671	Valid
X2.2	0,774	0,1671	Valid
X2.3	0,843	0,1671	Valid
X2.4	0,753	0,1671	Valid
X3.1	0,739	0,1671	Valid
X3.2	0,906	0,1671	Valid
X3.3	0,888	0,1671	Valid
X3.4	0,896	0,1671	Valid
Y1	0,892	0,1671	Valid
Y2	0,888	0,1671	Valid
Y3	0,887	0,1671	Valid
Y4	0,836	0,1671	Valid

Apabila  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, dapat dinyatakan valid, sebaliknya jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka dinyatakan tidak valid. Pada penelitian yang dilakukan menggunakan uji signifikansi untuk membandingkan antara nilai  $r$  hitung dan

nilai r tabel untuk *degerree of freedom* (df) = n-2. Dalam hal ini jumlah sampel besarnya df = 98-2 atau df = 96 dengan alpha 5% (0,05) didaoat r tabel = 0,1671 maka r hitung harus lebih besar dari r tabel supaya mendapatkan hasil yang valid. Berikut merupakan hasil analisis:

Berdasarkan tabel 4.3 diketahui nilai r hitung dari total skor secara keseluruhan nilai indeks jika diujikan ternyata hasilnya lebih besar dari r tabel sebesar 0,1671 yang artinya setiap pertanyaan secara keseluruhan dalam empat variabel pengetahuan (X1), lokasi (X2), promosi (X3) dan minat menabung (Y) yang mendukung penelitian ini adalah valid.

#### 4.2.2 Uji Reabilitas

**Tabel 4.4 Hasil Uji Realibitas**

Variabel	Reability Coefficient	Cronbach's alpha	Keterangan
Pengetahuan (X1)	4 Item	0,832	Reliabel
Lokasi (X2)	4 Item	0,815	Reliabel
Promosi (X3)	4 Item	0,876	Reliabel
Minat Menabung (Y)	4 Item	0,899	Reliabel

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui bahwa tiap variabel memiliki *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,60 ( $\alpha > 0,60$ ), yang berarti semua variabel X dan Y (Pengetahuan, lokasi, promosi, dan minat menabung) dapat dikatakan reliable.

#### 4.3 Uji Asumsi Klasik

##### 4.3.1 Uji Normalitas

**Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		98
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.76032574
Most Extreme Differences	Absolute	.055
	Positive	.055
	Negative	-.055
Test Statistic		.055
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan tabel 4.5 dapat dilihat untuk uji normalitas nilai signifikansi  $0,200 > 0,05$ , untuk itu dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal. Seluruh variabel serta data yang digunakan dalam penelitian ini memiliki distribusi normal dan menunjukkan bahwa model regresi layak digunakan karena memenuhi asumsi normalitas yang telah ditentukan yaitu lebih dari 0,05

#### 4.3.2 Uji Multikolinieritas

**Tabel 4.6 Hasil Multikolinierita**

Coefficients <sup>a</sup>				
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.

		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.276	.761		.363	.718
	Pengetahuan (X1)	.618	.065	.620	9.471	.000
	Lokasi (X2)	.086	.064	.084	1.346	.182
	Promosi (X3)	.261	.066	.281	3.948	.000

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Pengetahuan (X1)	.676	1.479
	Lokasi (X2)	.736	1.359
	Promosi (X3)	.572	1.747

a. Dependent Variable: Minat Menabung (Y)

berdasarkan tabel 4.6 untuk variabel pengetahuan (X1) mempunyai nilai tolerance sebesar 0,676 dan nilai VIF sebesar 1,479. Variabel lokasi (X2) mempunyai nilai tolerance sebesar 0,736 dan nilai VIF sebesar 1.359. Variabel promosi (X3) mempunyai nilai tolerance sebesar 0,572 dan nilai VIF sebesar 1.747. dapat disimpulkan seluruh variabel independen mempunyai tolerance >0,10 dan nilai VIF <10.00 maka dari itu tidak menimbulkan gejala multikolinearitas pada penelitian ini.

#### 4.3.3 Uji Heteroskedastitas

**Tabel 4.7 Hasil Uji Heteroskedastitas**

Coefficients <sup>a</sup>	
---------------------------	--



Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.473	.422		1.120	.266
	Pengetahuan (X1)	-.021	.036	-.071	-.593	.554
	Promosi (X3)	.069	.037	.247	1.895	.061
	Lokasi (X2)	.037	.035	.120	1.042	.300

a. Dependent Variable: Abs\_RES

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa variabel pengetahuan (X1) memiliki nilai yang signifikan sebesar 0,266, variabel lokasi (X2) memiliki nilai signifikan 0,554, dan variabel promosi memiliki nilai signifikan sebesar 0,300. Seluruh variabel independen mempunyai nilai signifikansi diatas 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala asumsi heteroskedastistas.

#### 4.3.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4.8 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.276	.761		.363	.718
	Pengetahuan (X1)	.618	.065	.620	9.471	.000

	Promosi (X3)	.261	.066	.281	3.948	.000
	Lokasi (X2)	.086	.064	.084	1.346	.182

a. Dependent Variable: MInat Menabung (Y)

berdasarkan tabel 4.8 dapat diketahui jika persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 0,276 + 0,618X_1 + 0,086X_2 + 0,261X_3 + e$$

Keterangan:

Y : Keputusan Nasabah Menabung

X<sub>1</sub> : Pengetahuan

X<sub>2</sub> : Lokasi

X<sub>3</sub> : Promosi

e : Standar Error

Dari hasil analisis dalam penelitian yang dilakukan menggunakan aplikasi SPSS versi 25 ini, dapat disimpulkan bahwa hasilnya sebagai berikut:

1. Konstanta (a) bernilai positif 0.276, maka pengaruh pengetahuan, lokasi, dan promosi terhadap minat menabung santri YPMI Al-Firdaus di bank syariah sebesar 0.276.
2. Koefisien regresi X<sub>1</sub> sebesar 0.618 bernilai positif, maka terdapat pengaruh antara variabel pengetahuan dengan minat menabung santri YPMI Al-Firdaus di bank syariah sebesar 0.618.
3. Koefisien regresi X<sub>2</sub> sebesar 0.086 bernilai positif, maka terdapat pengaruh antara variabel lokasi dengan minat menabung sasntri YPMI Al-Firdaus di bank syariah sebesar 0.086

4. Koefisien regresi  $X_3$  sebesar 0.261 bernilai positif, maka terdapat pengaruh antara variabel promosi dengan minat menabung santri YPMI Al-Firdaus di bank syariah sebesar 0.261

#### 4.4 Uji Hipotesis

##### 4.4.1 Uji Pengaruh Stimultan F

**Tabel 4.9 Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	803.340	3	267.780	83.743	.000 <sup>b</sup>
	Residual	300.578	94	3.198		
	Total	1103.918	97			

a. Dependent Variable: Minat Menabung (Y)

b. Predictors: (Constant), Lokasi (X2), Pengetahuan (X1), Promosi (X3)

Menurut tabel 4.9 dapat dipahami bahwa nilai signifikansi pengaruh pengetahuan (X1), lokasi (X2), dan promosi (X3) terhadap minat menabung santri YPMI Al-Firdaus (Y) secara stimultan memiliki nilai sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai F hitung  $83.743 > F$  tabel 2,70 sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_3$  diterima yang berarti terdapat pengaruh pengetahuan (X1), lokasi (X2), dan promosi (X3) secara simultan terhadap minat menabung santri YPMI Al-firdaus (Y)

##### 4.4.2 Uji Parsial (*t-test*)

**Tabel 4.10 Hasil Uji (*t-test*)**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	.276	.761		.363	.718
	Pengetahuan (X1)	.618	.065	.620	9.471	.000
	Promosi (X3)	.261	.066	.281	3.948	.000
	Lokasi (X2)	.086	.064	.084	1.346	.182

a. Dependent Variable: MInat Menabung (Y)

berdasarkan tabel 4.10 diketahui apabila uji parsial (*t*-test) digunakan untuk menguji hipotesis secara individual antara variabel independen pengetahuan (X1), lokasi (X2), dan promosi (X3) secara parsial terkait pengaruh signifikansi terhadap variabel dependen minat menabung santri YPMI Al-Firdaus di bank syariah (Y). Pengambilan keputusan untuk hasil uji *t* berdasarkan ketentuan berikut:

1. Nilai Signifikan positif untuk pengaruh pengetahuan (X1) terhadap minat menabung santri YPMI Al-Firdaus di bank syariah (Y) adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai *t* hitung  $9.471 > 1.66055$ , untuk itu bisa disimpulkan bahwa  $H_1$  diterima dan dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh X1 terhadap Y
2. Nilai Signifikan positif untuk pengaruh lokasi (X2) terhadap minatmenabung santri YPMI Al-Firdaus di bank syariah (Y) adalah sebesar  $0,182 > 0,05$  dan nilai *t* hitung  $1.346 < 1.66055$ , untk itu dapat diambil kesimpulan bahwa  $H_2$  ditolak dan dapat diartikan bahwa tidak terdapat pengaruh X2 terhadap Y
3. Nilai Signifikan positif untuk pengaruh promosi (X3) terhadap minat menabung santri YPMI Al-Firdaus di bank syariah (Y) adalah sebesar  $0.000 < 0.05$  dan nilai *t* hitung  $3.948 > 1.66055$ , untuk itu dapat diambil sebagai kesimpulan bahwa  $H_3$  diterima dan dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh X3 terhadap Y

#### 4.4.3 Uji Determinan $R^2$

**Tabel 4.11 Hasil Uji R**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.853 <sup>a</sup>	.728	.719	1.788

a. Predictors: (Constant), Lokasi (X2), Pengetahuan (X1), Promosi (X3)

berdasarkan tabel 4.11 dapat diketahui jika koefisien korelasi (R) sebesar 0.728 yang dapat diartikan terdapat keterkaitan antara variabel dependen minat menabung (Y) dengan variabel independen pengetahuan (X1), lokasi (X2), dan promosi (X3) sebesar 0.853. koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0.719 ini berarti kontribusi variabel independen (pengetahuan, lokasi, dan promosi) mempengaruhi variabel dependen (minat menabung) sebesar 71,9% sedangkan untuk sisanya sebesar 28,1% terpengaruh oleh variabel lainnya.

## 4.5 Pembahasan Hasil Analisis Data Penelitian

### 4.5.1 Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Santri YPMI Al-Firdaus di Bank Syariah

Hasil analisis pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung santri YPMI Al-Firdaus di bank syariah yang menggunakan aplikasi SPSS versi 25 berdasarkan uji analisis (*t*-test) menyatakan bahwa nilai koefisien sebesar 0,618 dan tingkat signifikansi  $0.000 < 0.05$  dan nilai *t* hitung  $9.471 > 1.66055$ . Dapat diambil kesimpulan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh terhadap minat menabung santri YPMI Al-Firdaus. Hal ini didukung dengan penelitian telah dilakukan sebelumnya oleh Mirro Faricha Wati dimana yang diuji adalah pengaruh pengetahuan religiusitas dan lingkungan sosial terhadap minat menabung masyarakat, hasil dari penelitian tersebut menyimpulkan bahwa pengetahuan berpengaruh secara signifikan terhadap minat

menabung.<sup>88</sup> Pengetahuan menurut Notoadmojo merupakan hasil dari pemahaman setelah seseorang melakukan menginderaan terhadap sebuah obyek tertentu.<sup>89</sup>

Pengetahuan dalam penelitian ini yaitu terkait dengan pengetahuan perbankan syariah. Ketika informasi terkait perbankan syariah sudah sampai kepada seseorang dengan secara langsung maupun tidak langsung, maka orang tersebut telah mengenal bank syariah. Jika seseorang telah mengetahui bank syariah maka orang tersebut memiliki keinginan untuk menabung di bank syariah.

Dari hasil analisis diatas menunjukkan bahwa pengetahuan dapat memberi pengaruh positif terhadap minat menabung di bank syariah. Dalam penelitian ini, pemahaman santri YPMI Al-Firdaus terkait perbankan syariah sudah cukup baik. Hal tersebut dikarenakan minat santri YPMI Al-Firdaus yang tinggi terhadap perkembangan bank syariah.

#### **4.5.2 Pengaruh Lokasi Terhadap Minat Menabung Santri YPMI Al-Firdaus di Bank Syariah**

Hasil analisis pengaruh lokasi terhadap minat menabung santri YPMI Al-Firdaus di bank syariah dalam penelitian yang telah digunakan ini menggunakan SPSS versi 25. Berdasarkan uji analisis (t-test) nilai koefisien sebesar 0,086 dan tingkat signifikansi  $0.182 > 0.05$  dan nilai t hitung  $1.346 < 1.66055$ . maka dari itu bisa diambil kesimpulan bahwa pengaruh variabel lokasi tidak signifikan terhadap minat menabung. Jika sesuai dengan pernyataan semakin dekat lokasi maka semakin bertambah minat menabung, maka hipotesis Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Lukman Hakim dimana yang di uji adalah pengaruh pengetahuan, fasilitas, dan lokasi bank syariah terhadap minat santri. dalam penelitiannya menghasilkan bahwa lokasi berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap minat menabung.<sup>90</sup> Menurut kasmir, lokasi bank merupakan tempat mengoperasikan produk-produk perbankan

---

<sup>88</sup>Mirro Faricha Wati, "Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Dusun Wates Kedensari Kab. Sidoarjo Jawa Timur)" (Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2021).

<sup>89</sup>Soekidjo Notoadmojo, *Ilmu Perilaku Kesehatan* (Manado: Penerbit Rineka Cipta, 2010).

<sup>90</sup>Hakim, "Pengaruh Pengetahuan, Fasilitas Dan Lokasi Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Santri Di Bank Syariah ( Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Madrosatul Quranil Aziziah Beringin, Ngaliyan Kota Semarang)."

dan untuk mengatur serta mengendalikan perbankan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam<sup>91</sup>.

Lokasi tempat tinggal santri YPMI Al-Firdaus bisa dikatakan dekat dengan bank syariah. Dalam penelitian ini pengaruh lokasi terhadap minat menabung Santri YPMI Al-Firdaus di bank syariah tidak signifikan. Hal ini dikarenakan lokasi tempat tinggal santri yang berdekatan dengan bank syariah menjadikan lokasi tidak berpengaruh terhadap minat menabung santri YPMI Al-Firdaus yang dekat dan memiliki akses yang mudah bukan menjadi suatu aspek atau permasalahan dalam menentukan dalam menentukan minat para santri YPMI Al-Firdaus untuk menabung di bank syariah.

#### **4.5.3 Pengaruh Promosi Terhadap Minat Menabung Santri YPMI Al-Firdaus di Bank Syariah**

Hasil analisis yang telah dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan nilai koefisien sebesar 0.261 dan tingkat signifikansi  $0.000 < 0.05$  dan nilai t hitung  $3.948 > 1.66055$ . Dapat disimpulkan bahwa variabel promosi berpengaruh terhadap minat menabung yang artinya promosi mempunyai peran yang penting dalam meningkatkan minat nasabah. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Handa Nurhalizah di mana yang di uji adalah pengaruh promosi, citra merek, pemahaman dan kepercayaan terhadap minat menabung di bank syariah dalam penelitian tersebut menyimpulkan bahwa variabel promosi mempunyai pengaruh terhadap minat menabung di bank syariah.<sup>92</sup>

Nazaruddin Aziz dan Vito Shiga Hendrastyo mengatakan bahwa melakukan promosi dapat meningkatkan minat nasabah untuk menabung<sup>93</sup> Dalam penelitian ini promosi mempunyai pengaruh terhadap minat menabung santri di bank syariah. Hal tersebut dapat diartikan bahwa promosi yang dilakukan marketing perbankan syariah di media elektronik maupun cetak meningkatkan minat santri YPMI Al-Firdaus untuk menabung di bank syariah.

---

<sup>91</sup>Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana, 2010), 145.

<sup>92</sup>Nurhalizah, "Pengaruh Promosi, Citra Merek, Pemahaman Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Di Bank Umum Syariah."

<sup>93</sup>Aziz and Hendrastyo, "Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menabung Di Bank Syariah Cabang Ulak Karang Kota Padang."

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 KESIMPULAN**

Dari hasil penelitian dan analisis yang telah peneliti lakukan terkait pengaruh pengetahuan, lokasi, dan promosi terhadap minat menabung santri YPMI Al-Firdaus di bank syariah dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat menabung di bank syariah. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 9.471 lebih besardari nilai t tabel sebesar 1.66055 dan nilai signifikan 0.000 lebih kecil dari 0.05. Dapat diartikan bahwa pengetahuan menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi minat menabung santri. Dengan demikian semakin besar pengetahuan santri YPMI Al-Firdaus semakin besar juga minat menabung santri di bank syariah.
2. Variabel lokasi mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Untuk itu dapat diartikan jarak lokasi bank syariah tidak mempengaruhi terhadap peningkatan minat menabung. Lokasi yang ada tidak membuat minat santri bertambah.
3. Variabel promosi mempunyai pengaruh secara positif dan signifikan secara parsial terhadap minat menabung di bank syariah. Bisa disimpulkan bahwa promosi menjadi suatu faktor yang dapat menimbulkan minat menabung santri YPMI Al-Firdaus.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan pada penelitian yang telah dilakukan, yang juga telah dijelaskan dalam faktor-fakor yang berpengaruh terhadap minat santri YPMI Al-Firdaus untuk menabung di bank syariah. Peneliti memberikan beberapa saran yang semoga dapat bermanfaat, seperti berikut:

1. Lembaga Bank Syariah



Lembaga ini dapat lebih meningkatkan kegiatan promosi terhadap santri di pondok pesantren agar untuk lebih mengenal pada bank syariah dan nantinya diharapkan bisa menggunakan produk-produk bank syariah itu sendiri

2. Santri YPMI Al-Firdaus

Santri Pondok Pesantren Al-firdaus diharapkan dapat merealisasikan minatnya dengan menggunakan produk-produk dan jasa bank syariah yang sesuai dengan prinsip-prinsip islam.

3. Peneliti Berikutnya

Peneliti menyarankan penelitian ini dikembangkan dengan penambahan suatu variabel maupun menggunakan variabel lainnya dalam hubungannya dengan minat menabung seperti media sosial, media massa, komunitas budaya organisasi perbankan syariah, dan lainnya. Juga peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperkaya sumber acuan dimana hendak melakukan penelitian berikutnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, Wiwick Rabiatul. "Pertimbangan, Pengetahuan, Dan Sikap Konsumen Individu Terhadap Bank Syariah." *Jurnal Ekonomi Pembangunan* 11, no. 2 (2015).
- Ansofino, Jolianis, Yolamalinda, and Hagi Arfilindo. *Buku Ajar Ekonometrika*. Yogyakarta: Deepublish, 2016.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. *Bank Syariah Teori Ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani, 2001.
- Anwar, A. Niswati. "Analisis Dan Pengaruh Strategi Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah (Studi Objek Di Kecamatan Tanette Riattang Barat Kabupaten Bone)." Universitas Muhammadiyah Makassar, 2020.
- Arif, Al, and M Nur Rianto. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: ALFABETA, 2012.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2013.
- Aziz, Nazarudin, and Vito Shiga Hendrastyo. "Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menabung Di Bank Syariah Cabang Ulak Karang Kota Padang." *Jurnal Pundi* 03 (2019).
- Basuki, Agus Tri, and Nano Prawoto. *Analisis Regresi*. Jakarta: PT Raja Grafindo, 2017.
- Engel, James F., Roger D. Blackwell, and Paul W. Miniard. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara, 1995.
- Fitriana, Dina. "Pengaruh Lokasi Dan Pengetahuan Nasabah Terhadap Minat Menabung Pada BRI Syariah KC Kediri." Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2020.
- Fitriani, Zahra. "Pengaruh Tingkat Pengetahuan Siswa/Siswi Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada MAN Model Banda Aceh)." Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2018.

- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro, 2018.
- Gunawan, Imam. *Pengantar Statistika Inferensial*. Jakarta: Grafindo Persada, 2017.
- Hakim, Lukman. “Pengaruh Pengetahuan, Fasilitas Dan Lokasi Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Santri Di Bank Syariah ( Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Madrosatul Quranil Aziziah Beringin, Ngaliyan Kota Semarang).” Universtitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2021.
- Harahap, Nuramina. “Pengaruh Pengetahuan, Pelayanan, Lokasi, Dan E-Banking Terhadap Minat Mahasiswa Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah FEBI IAIN Padang Sidempuan).” Institut Agama Islam Negeri Padang Sidempuan, 2021.
- Juliandi, Azuar, and Irfan. *Metode Penelitian Kuantitatif: Untuk Ilmu-Ilmu Bisnis*. Bandung: Citapustaka Media Perintis, 2013.
- Karim, Adiwarmann A. *Bank Islam: Analisis Fiqih Dan Keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2017.
- Kasmir. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana, 2005.
- . *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana, 2010.
- KBBI*, n.d.
- Khasanah, Wiwiin. “Pengaruh Persepsi Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Mandiri.” UIN Sunan Kalijaga, 2015.
- Khotimah, Husnul, Sabar Warsini, and Yenni Nuraeni. “Pengaruh Sosialisai Dan Pengetahuan Terhadap Minat Investor Pada Bursa Efek Syariah Di Pasar Modal (Survei Pada Nasabah Danarek Sekuritas Cabang FE-UI Depok).” *Jurnal*, 205AD.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 da. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia, 2005.

- Kotler, Philip, and Gary Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2001.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran Di Indonesia Analisis, Perencanaan, Implementasi, Dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat, 2000.
- Kurniawan, Iwan, Suryono Budi Santoso, and Bambang Munas Dwiyanto. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Produk Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Produk Sakatonik Liver Di Kota Semarang)." *Jurnal Studi Manajemen Organisasi* 4, no. 02 (2007).
- Kusnandar, Viva Budi. "Populasi Muslim Terbesar Di Dunia (10 Negara Dengan Populasi Terbesar Di Dunia Menurut RISSC)," 2021. <https://databoks.katadata.co.id>.
- Lestari. "Pengaruh Religiusitas, Produk Bank, Kepercayaan, Pengetahuan, Dan Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Pada Perbank Syariah Studi Kasus Pada Mahasiswa." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB* 3, no. 01 (2015).
- Lupiyoadi, Rambat. *Manajemen Pemasaran*, n.d.
- Mappiare, Andi. *Psikologi Orang Dewasa Bagi Penyesuaian Dan Pendidikan*. Surabaya: Usama Offset Printing, 1994.
- Muhamad. *Manajemen Dana Bank Syariah*. Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2017.
- Muhammad. *Manajemen Bank Syariah*. Yogyakarta: AMP YKPM, 2005.
- Mujaddid, Fajar, and 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).
- Munadi, Chairul. "Pengaruh Pemilihan Lokasi Terhadap Minat Konsumen Membeli Perumahan (Pada Perumahan Arengka Resident Pekanbaru)" 4 (2017).
- Murtadho, Muhammad Ifan. "Pengaruh Pengetahuan Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Di Bank BNI Syariah Cabang Semarang." IAIN Walisongo, 2013.

- Notoadmojo, Soekidjo. *Ilmu Perilaku Kesehatan*. Manado: Penerbit Rineka Cipta, 2010.
- Nurhalizah, Handa. “Pengaruh Promosi, Citra Merek, Pemahaman Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Di Bank Umum Syariah.” Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2020.
- Nurudin, and Hida Alfathin Mila Ulwiya. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Dan Persepsi Religiusitas Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Di Bank Syariah Indonesia Cabang Semarang).” *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah* 3 (2021).
- Ortega, Daniel, and Anas Alhifni. “Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah.” *Ekonomi Syariah* 5, no. 1 (2017).
- Pariansa, Doni Juni. *Perilaku Nasabah: Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Prabawati, Ardhita. “Pengaruh Pengetahuan, Fasilitas, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Guru Dan Karyawan Pondok Pesantren Darut Taqwa Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening.” Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2021.
- Rahmayanti, Anita. “Relevansi Promosi Terhadap Minat Nasabah Dalam Melakukan Transaksi Di Bank Syariah Mandiri KC Kepanjen” 3 (2018).
- Raihana, Siti, and Riza Aulia Azhary. “Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Lokasi Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Aceh Syariah Cabang Jeuram (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Seunagan Kabupaten Nagan Raya).” *Global Journal of Islamic Banking and Finance* 2 (2020).
- Rasjid, Sulaiman. *Fiqih Islam, Cetakan Ke-65*. 65th ed. Bandung: Sinar Baru Algesindo, 2014.
- Riduwan, and Sunarto. *Pengantar Statistika*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Ridwan, Muannif, Ahmad Syukri, and Badrusyamsi. “Studi Analisis Tentang Makna

- Pengetahuan Dan Ilmu Pengetahuan Serta Jenis Sumbernya.” *Geuthee* 04, no. Penelitian multidisiplin (2021): 31–54.
- Rodiyah, Siti. “Analisis Pengaruh Kualits Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah BPRS.” Institut Agama Islam Negeri Salatiga, 2015.
- Rosyid, Maskur, and Halimatu Saidiah. “Pengetahuan Perbankan Syariah Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Menabung Santri Dan Guru.” *Islaminomic* 7, no. 2 (2016).
- Rusmini. “Dasar Dan Jenis Ilmu Pengetahuan.” *Edu-Bio* 5 (2014).
- Saefudin, Asep, and Dkk. *Statistika Dasar*. Jakarta: Grasindo, 2009.
- Safitri, Feri Dwi. “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Religiusitas Terhadap Keputusan Menabung Di BRI Syariah KCP Demak Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening.” Institut Agama Islam Negeri Salatiga, 2018.
- Santoso. *Buku Latihan SPSS : Statistik Parametrik*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2002.
- Sholihin, Anwar, and Rahma Bunga Aulia. “Analisis Pengaruh Lokasi Dan Pelayanan Terhadap Minat Menabung Di BPRS Ampek Angkek Canduang (Studi Kasus Pedagang Pasar Aung Bukittinggi).” *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah* 5 (2022).
- Sinungan, Moch Darsyah. *Manajemen Dana Bank*. Jakarta: Rineka Cipta, 1990.
- Siregar, Syofian. *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana, 2013.
- Slameto. *Belajar Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya*. 6th ed. Jakarta: Rineka Cipta, 2015.
- “Statistik Perbankan Indonesia, Februari 2022.” Jakarta, 2022.
- “Statistik Perbankan Syariah, Januari 2022.” Jakarta, 2022.
- Sugiono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.

Sukamto. *Nafisologi*. Jakarta: Integritas Press, 1985.

Sumar'in. *Konsep Kelembagaan Bank Syariah*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012.

Umar, Husein. *Metodelogi Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2011.

Wati, Mirro Faricha. "Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah." Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2021.

———. "Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Dusun Wates Kedensari Kab. Sidoarjo Jawa Timur)." Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2021.

Wilardjo, Setia Budhi. "Pengertian, Peranan, Dan Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia." *Pengertian, Peranan, Dan Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia* 2, no. 1 (2005).

Yuliardi, Rizki, and Zuli Nuraeni. *Statistik Penelitian: Plus Tutorial SPSS*. Yogyakarta: Innosain, 2017.

Zainuddin, Ali. *Hukum Perbankan Syariah*. Jakarta: Sinar Grafika, 2010.

## LAMPIRAN-LAMPIRAN

### Lampiran 1

#### Kuesioner Penelitian

Kepada Yth.

Saudara/i

Santri Pondok Pesantren YPMI Al-Firdaus Semarang

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Saudara yang saya hormati. Dalam rangka menuntaskan tugas skripsi pada Program Studi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, maka saya:

Nama : Daffa Caesario Pramoedjo

NIM : 1805036106

Judul : "PENGARUH PENGETAHUAN, LOKASI, DAN PROMOSI  
TERHADAP MINAT MENABUNG SANTRI YPMI AL-FIRDAUS DI  
BANK SYARIAH"

Untuk membantu kelancaran penelitian, saya memohon ketersediaan dan kerelaan saudara untuk mengisi kuesioner yang terlampir. Mengingat data yang saya kumpulkan ini sangat berarti dan peran saudara akan bermanfaat bagi keberhasilan penelitian yang dilakukan.

Berkat ketersediaannya untuk memberi jawaban atas pertanyaan maupun pernyataan pada kuesioner ini, saya ucapkan terimakasih.

*Wassaamu'alaikum Wr. Wb.*

Hormat Saya

Daffa Caesario Pramoedjo  
(Mahasiswa UIN Walisongo Semarang)



## 1. Identitas Responden

Nama :  
Jenis Kelamin :  
Usia :

## 2. Petunjuk Pengisian

1. Saudara/I diminta untuk memberikan tanggapan jawaban pernyataan dibawah ini.
2. Berikan tanda (√) pada kolom skala pengukuran yang tersedia mulai dari Sangat Setuju (SS) sampai Sangat Tidak Setuju (STS)
3. Isilah sesuai keadaan dan kondisi saat ini.

No	Pertanyaan	Sangat Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
<b>Pengetahuan (X1)</b>						
1	Saya memiliki pengetahuan yang baik tentang bank syariah					
2	Sistem bank syariah sesuai dengan hukum Al-qur'an, Hadits dan Fatwa Ulama'					
3	Menabung di bank syariah terhindar dari riba, gharar, dan maysir.					
4	Sistem di bank syariah berdasarkan bagi hasil, bukan menganut sistem bunga.					
<b>Lokasi (X2)</b>						
1	Lokasi bank syariah mudah untuk dijangkau.					
2	Lokasi bank syariah lebih dekat daripada bank konvensional.					
3	Lokasi ATM bank syariah yang strategis untuk dijangkau					
4	Lokasi ATM bank syariah yang dekat dengan pusat perbelanjaan.					
<b>Promosi(X3)</b>						

1	Iklan perbankan syariah di media cetak/elektronik membuat saya tertarik menabung.					
2	Keberadaan bank syariah bisa diketahui di media cetak.					
3	Keberadaan bank syariah bisa diketahui melalui promosi yang dilakukan marketing.					
4	Keberadaan bank syariaiah bisa diketahui di media elektronik					
<b>Minat Menabung (Y)</b>						
1	Saya yakin menabung di bank syariah sesuai prinsip-prinsip syariah					
2	Saya yakin menabung di bank syariah terhindar dari praktek riba, gharar, dan maysir					
3	Saya tertarik menabung di bank syariah karena pelayanan dan kualitas yang terpercaya.					
4	Saya tertarik dengan menabung di bank syariah karena fasilitasnya canggih dan lengkap					

## Lampiran 2

### Hasil Jawaban Kuesioner

No	Jenis Kelamin	Usia	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Tota1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Tota1	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	Tota1	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Tota1
1	1	2	3	3	4	5	15	5	2	3	4	14	3	4	4	5	16	4	4	4	4	16
2	2	2	2	4	4	3	13	5	5	5	5	20	3	3	3	5	14	4	4	4	4	16
3	1	1	3	5	5	4	17	2	4	2	2	10	3	3	4	4	14	5	4	2	1	12
4	2	2	3	3	3	4	13	4	3	2	2	11	2	3	4	4	13	3	4	4	4	15
5	1	1	4	3	3	3	13	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	4	3	4	4	15
6	2	2	3	3	4	4	14	2	2	2	4	10	3	3	4	4	14	3	4	4	4	15
7	1	1	2	4	4	4	14	4	3	3	4	14	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
8	1	1	3	4	5	5	17	2	2	2	4	10	4	4	3	5	16	4	4	4	3	15
9	1	1	4	4	4	3	15	3	3	3	3	12	4	4	4	4	16	4	4	5	4	17
10	1	1	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
11	1	1	3	4	4	4	15	3	1	2	3	9	3	3	3	3	12	4	4	4	5	17
12	1	2	2	3	3	3	11	5	4	2	3	14	3	3	2	4	12	4	4	3	4	15
13	1	2	3	3	3	3	12	4	3	4	4	15	4	5	5	5	19	3	3	4	3	13
14	1	2	3	3	3	5	14	3	3	3	3	12	5	3	3	3	14	4	4	4	4	16
15	1	2	3	3	5	1	12	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	3	18
16	1	2	3	4	4	2	13	2	4	2	2	10	3	2	4	5	14	3	3	4	3	13
17	1	2	4	4	3	5	16	3	2	2	2	9	4	4	4	4	16	4	4	3	2	13
18	2	1	4	4	4	4	16	5	2	4	4	15	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
19	2	2	5	3	5	5	18	4	3	4	3	14	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
20	2	2	3	4	4	4	15	5	2	4	4	15	2	4	5	5	16	4	3	4	4	15
21	1	2	3	4	3	3	13	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
22	1	2	2	2	2	3	9	2	2	2	2	8	2	2	2	2	8	2	2	3	3	10

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

51	2	2	3	2	3	2	10	3	3	3	3	12	3	2	2	2	9	2	2	2	2	8
52	1	1	3	3	4	4	14	3	4	3	3	13	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
53	1	1	3	2	2	2	9	2	2	2	1	7	2	1	1	2	6	2	2	2	2	8
54	2	2	2	4	4	3	13	4	5	4	2	15	3	2	2	2	9	4	4	4	3	15
55	1	1	3	3	3	3	12	2	3	3	2	10	4	2	2	2	10	3	3	4	4	14
56	1	1	5	3	2	2	12	2	3	2	3	10	4	2	4	4	14	3	4	2	4	13
57	1	2	2	1	1	1	5	1	1	2	1	5	2	2	2	2	8	2	1	2	2	7
58	1	1	3	4	3	4	14	3	3	4	3	13	3	4	2	4	13	4	2	3	4	13
59	1	1	3	2	2	2	9	2	2	2	2	8	2	2	2	2	8	2	2	3	2	9
60	2	1	2	4	3	3	12	3	3	3	3	12	3	2	2	2	9	3	3	3	3	12
61	1	1	3	3	2	2	10	3	4	3	5	15	5	5	3	4	17	2	2	2	2	8
62	2	1	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
63	1	2	5	5	5	5	20	2	3	5	3	13	3	1	2	1	7	4	4	3	3	14
64	2	2	4	2	2	2	10	2	4	4	4	14	4	4	4	4	16	2	2	2	2	8
65	1	1	3	3	2	2	10	3	4	3	3	13	4	3	3	3	13	2	2	3	3	10
66	2	2	2	2	2	1	7	2	2	2	2	8	2	3	3	2	10	2	2	2	1	7
67	2	2	2	1	3	3	9	2	3	2	3	10	4	2	2	1	9	2	4	2	2	10
68	2	1	2	1	2	2	7	2	2	2	2	8	2	2	2	2	8	2	2	2	2	8
69	2	2	4	3	3	3	13	3	4	4	4	15	5	5	5	5	20	4	3	3	4	14
70	1	2	3	2	4	3	12	3	3	4	3	13	3	3	2	2	10	2	3	2	3	10
71	2	2	3	3	2	2	10	4	5	4	2	15	1	2	2	1	6	2	2	2	2	8
72	2	1	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
73	1	2	2	2	3	3	10	3	2	2	3	10	2	2	2	2	8	2	3	2	3	10
74	1	1	2	3	3	2	10	2	2	2	2	8	2	2	2	2	8	3	3	2	2	10
75	1	1	2	2	3	3	10	2	4	4	2	12	4	3	2	2	11	2	2	2	3	9
76	2	2	3	2	2	2	9	1	2	2	2	7	5	3	3	2	13	2	3	2	2	9
77	1	1	3	1	4	3	11	2	2	2	3	9	3	2	2	1	8	1	2	4	2	9
78	1	1	3	3	4	3	13	2	2	3	3	10	3	2	3	2	10	3	3	3	3	12

79	2	2	2	1	2	1	6	2	2	2	2	8	2	2	2	1	7	2	2	2	2	8
80	1	1	1	1	1	1	4	2	1	1	1	5	1	2	2	2	7	2	2	2	1	7
81	1	1	2	3	3	3	11	4	4	3	3	14	3	3	3	3	12	2	3	2	2	9
82	1	2	3	4	4	4	15	1	1	2	3	7	2	3	3	4	12	3	4	4	4	15
83	2	2	2	3	3	2	10	4	4	4	4	16	2	2	3	2	9	2	2	2	2	8
84	2	1	2	2	2	2	8	2	2	2	2	8	2	2	2	2	8	2	2	2	2	8
85	2	2	2	2	3	3	10	2	4	4	4	14	3	2	2	2	9	3	3	2	2	10
86	2	2	2	3	4	2	11	4	4	4	3	15	3	2	2	2	9	3	4	3	3	13
87	1	2	2	2	2	1	7	3	4	4	4	15	4	4	4	4	16	2	2	1	2	7
88	1	1	1	2	2	2	7	2	4	4	2	12	3	2	2	2	9	2	3	2	3	10
89	1	1	2	2	2	1	7	3	3	3	3	12	3	3	2	3	11	1	1	2	2	6
90	2	1	3	2	2	2	9	2	2	2	2	8	2	2	2	2	8	2	2	2	2	8
91	2	1	3	2	2	2	9	3	2	2	1	8	2	1	1	1	5	1	2	1	2	6
92	1	2	1	2	2	1	6	1	3	5	1	10	5	3	2	2	12	3	2	2	3	10
93	2	2	3	3	4	3	13	2	2	4	3	11	4	3	3	2	12	3	4	4	3	14
94	2	1	3	2	2	1	8	5	5	4	5	19	4	2	3	1	10	2	2	1	4	9
95	1	1	1	4	4	5	14	4	3	3	2	12	3	4	4	4	15	5	5	3	3	16
96	1	2	3	3	3	3	12	3	3	4	3	13	3	4	3	3	13	3	3	3	3	12
97	2	1	4	3	3	3	13	4	3	4	3	14	4	3	3	4	14	4	3	4	4	15
98	2	2	3	2	2	2	9	2	2	2	2	8	2	2	2	2	8	2	2	2	2	8

### Lampiran 3

#### Karakteristik Responden

##### 1. Jenis Kelamin

<b>Jenis Kelamin</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	53	54.1	54.1	54.1
	Perempuan	45	45.9	45.9	100.0
	Total	98	100.0	100.0	

##### 2. Usia

<b>Usia</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18-20	47	48.0	48.0	48.0
	21-23	51	52.0	52.0	100.0
	Total	98	100.0	100.0	

## Lampiran 4

### Uji Validitas dan Reabilitas

#### 1. Uji Validitas

Item Kuesioner	r-hitung	r-tabel	keterangan
X1.1	0,669	0,1671	Valid
X1.2	0,846	0,1671	Valid
X1.3	0,884	0,1671	Valid
X1.4	0,853	0,1671	Valid
X2.1	0,838	0,1671	Valid
X2.2	0,774	0,1671	Valid
X2.3	0,843	0,1671	Valid
X2.4	0,753	0,1671	Valid
X3.1	0,739	0,1671	Valid
X3.2	0,906	0,1671	Valid
X3.3	0,888	0,1671	Valid
X3.4	0,896	0,1671	Valid
Y1	0,892	0,1671	Valid
Y2	0,888	0,1671	Valid
Y3	0,887	0,1671	Valid
Y4	0,836	0,1671	Valid

#### 2. Uji Reabilitas

Variabel	Reability Coefficient	Cronbach's alpha	Keterangan
Pengetahuan (X1)	4 Item	0,832	Reliabel
Lokasi (X2)	4 Item	0,815	Reliabel
Promosi (X3)	4 Item	0,876	Reliabel
Minat Menabung	4 Item	0,899	Reliabel



(Y)			
-----	--	--	--

## Lampiran 5

### Uji Asumsi Klasik

#### 1. Uji normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		98
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.76032574
Most Extreme Differences	Absolute	.055
	Positive	.055
	Negative	-.055
Test Statistic		.055
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

c. This is a lower bound of the true significance.

2. Uji Multikolinieritas

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.276	.761		.363	.718
	Pengetahuan (X1)	.618	.065	.620	9.471	.000
	Lokasi (X2)	.086	.064	.084	1.346	.182
	Promosi (X3)	.261	.066	.281	3.948	.000

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Pengetahuan (X1)	.676	1.479
	Lokasi (X2)	.736	1.359
	Promosi (X3)	.572	1.747

### 3. Uji Hekteroskedasitas

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.473	.422		1.120	.266
	Pengetahun (X1)	-.021	.036	-.071	-.593	.554
	Promosi (X3)	.069	.037	.247	1.895	.061
	Lokasi (X2)	.037	.035	.120	1.042	.300

a. Dependent Variable: Abs\_RES

### 4. Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.276	.761		.363	.718
	Pengetahun (X1)	.618	.065	.620	9.471	.000
	Promosi (X3)	.261	.066	.281	3.948	.000
	Lokasi (X2)	.086	.064	.084	1.346	.182

a.

Dependent Variable: Minat Menabung (Y)

## Lampiran 6

### Uji Hipotesis

#### 1. Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	803.340	3	267.780	83.743	.000 <sup>b</sup>
	Residual	300.578	94	3.198		
	Total	1103.918	97			

a. Dependent Variable: MInat Menabung (Y)

b. Predictors: (Constant), Lokasi (X2), Pengetahun (X1), Promosi (X3)

#### 2. Uji Parsial

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.276	.761		.363	.718
	Pengetahun (X1)	.618	.065	.620	9.471	.000
	Promosi (X3)	.261	.066	.281	3.948	.000
	Lokasi (X2)	.086	.064	.084	1.346	.182

#### 3. Uji R

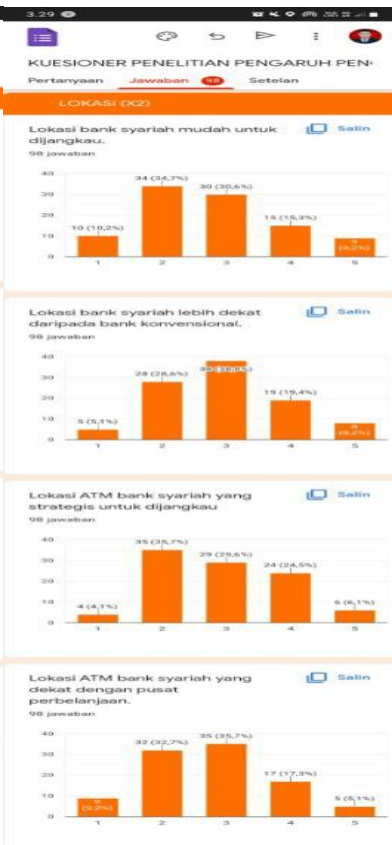
Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.853 <sup>a</sup>	.728	.719	1.788

# Lampiran 7

## Dokumentasi

The image is a collage of screenshots documenting a research questionnaire. It includes:

- WhatsApp Chat:** A screenshot of a chat with 'Santri Al Firdaus' dated 4 Juni 2022. It contains a Google Forms link: <https://forms.gle/Bnzjmn4oscmG6qmp9> and a message in Indonesian: "Assalamu'alaikum Wr. Wb. Saya Daffa Caesario Pramoedjo mahasiswa S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang yang sedang dalam proses penyelesaian tugas akhir/skripsi dengan judul 'PENGARUH PENGETAHUAN, LOKASI DAN PROMOSI TERHADAP MINAT MENABUNG SANTRI YPMI AL-FIRDAUS SEMARANG DI BANK SYARIAH DENGAN HALAL LIFESTYLE SEBAGAI VARIABEL INTERVENING', oleh karena itu diperlukan dukungan dan partisipasi dari teman-teman untuk meluangkan waktu mengisi kuesioner ini dengan sejujur-jujurnya. semua informasi yang diberikan akan dirahasiakan dan hanya digunakan untuk kepentingan akademis. Terimakasih atas dukungan dan partisipasi teman-teman dalam pengisian kuesioner ini."
- Video Call:** A small screenshot of a video call with a participant.
- Questionnaire Form (Google Forms):** Multiple screenshots of the questionnaire form. The title is "KUESIONER PENELITIAN PENGARUH PENGETAHUAN, LOKASI DAN PROMOSI TERHADAP MINAT MENABUNG SANTRI YPMI AL-FIRDAUS SEMARANG DI BANK SYARIAH DENGAN HALAL LIFESTYLE SEBAGAI VARIABEL INTERVENING". The introduction is identical to the WhatsApp message. The form includes sections for:
  - MINAT MENABUNG (Y)**: Questions about confidence in Islamic banking and interest in saving.
  - PROMOSI (X3)**: Questions about the effectiveness of electronic and print media advertising.
  - LOKASI (X2)**: Questions about the convenience and proximity of Islamic banking branches and ATMs.
  - PENGETAHUAN (X1)**: Questions about knowledge of Islamic banking and its compliance with Sharia law.



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Daffa Caesario Pramoedjo

Tempat dan Tanggal Lahir : Jakarta, 27 Nopember 1999

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Agama : Islam

Alamat : Kemloko 02/012 Sidodadi Kecamatan Garum Kabupaten Blitar  
Jawa Timur

Status: : Belum Menikah

Kewarganegaraan : Indonesia

Nama Ayah : Djoko Pramudjo

Pekerjaan Ayah : Buruh

Nama Ibu : Nunik Nurhayati

Pekerjaan Ibu : Ibu Rumah Tangga

No. Telepon : 085807187361

Email : [daffacaesario40@gmail.com](mailto:daffacaesario40@gmail.com)

Jenjang Pendidikan :

1. SD (2006-2012) : SD Negeri 03 Sidodadi
2. SMP (2012-2015) : SMP Negeri 1 Garum
3. SMA (2015-2018) : MA Ma'arif Nahdlatul Ulama' Kota Blitar
4. S1 (2018-2022) : Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang