

**PENGARUH PROMOSI, LINGKUNGAN SOSIAL DAN
PENGETAHUAN TERHADAP MINAT NASABAH
MENABUNG PADA BANK SYARIAH INDONESIA KCP
KUALA TUNGKAL**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat

ACC Munaqasab

Mernaih Gelar Sarjana Ekonomi

Refky Fielnanda

Refky Fielnanda, S.E.Sy., M.E.I

Revisi
9/6/22
H. Siswanto



Oleh :

Wiwik Rahmayani

NIM 502180079

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTHAN THAHA
SAIFUDDIN JAMBI**

2022 M/1443 H



SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : WIWIK RAHMAYANI

NIM : 502180079

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Alamat : Jl. Penunjang prt 2 Rt 003 Pulau Kijang Kecamatan Reteh.

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul. **PENGARUH PROMOSI, LINGKUNGAN SOSIAL DAN PENGETAHUAN TERHADAP MINAT NASABAH MENABUNG PADA BANK SYARIAH INDONESIA KCP KUALA TUNGKAL.** Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari Skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka Saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaanya).

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenar-benarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Jambi, Juni 2022

Pembuat Pernyataan,



Wiwik Rahmayani

NIM 502180079

Jambi, 06 April 2022

Pembimbing I : H. Sissah, S.Ag., M.H.I
Pembimbing II: Refky Fielnanda, S.E.Sy., M.E.I
Alamat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri
Sulthan Thaha Saifuddin Jambi Jalan Arif Rahman Hakim Nomor 1 Telanaipura
Jambi 36122 Website <https://febi.uinjambi.ac.id>
Kepada Yth,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi
Di-
Jambi

NOTA DINAS

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah membaca dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara Wiwik Rahmayani NIM: 502180079 yang berjudul: **"Pengaruh Promosi Lingkungan Sosial Dan Pengetahuan Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Tungkal"**, telah disetujui dan dapat diajukan untuk dimunaqasahkan untuk melengkapi tugas dan memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S.1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.

Demikianlah, kami ucapkan terimakasih semoga bermanfaat bagi agama, nusa dan bangsa.

Wassalaamualaikum Warahmatullaahi Waborakutuh

Yang Menyatakan

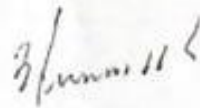
Pembimbing I

Pembimbing II



H. Sissah, S.Ag., M.H.I

NIP. 196502151999031001



Refky Fielnanda, S.E.Sy., M.E.I

NIP. 199207312020121013



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTHAN THAHA SAIFUDDIN JAMBI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Arif Rahman Hakim No 1 Telanaipura Jambi 36122 Telp./Fax: (0741) 65600 Website: febi-uinjambi.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor : B-157/D.V/PP.00.908/2022

Skripsi dengan judul "Pengaruh Promosi, Lingkungan Sosial dan Pengetahuan Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Tungkal" yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Wiwik Rahmayani
NIM : 502180079
Tanggal ujian skripsi : 26 Juli 2022
Nilai munaqasyah : 76,4 (B+)

Dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Sarjana Strata Satu UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.

Tim Penguji,
Ketua Sidang,

Dr. H. M Nazori Majid, M.SI
NIP. 19730418 199903 1 002

Penguji I,

Dr. Putri Apria Ningsih, M.A
NIP. 19870408 201503 2 005

Penguji II,

Khairivani, SE., M.S.Ak
NIP. 19920409 202012 2 017

Pembimbing I,

Drs. H. Sissah, M.H.I
NIP. 19650215 199903 1 001

Pembimbing II,

Refky Fielnanda, SE Sy. M.EI
NIP. 19920731 202012 1 013

Sekretaris Sidang,

Neneng Sudharvati, SE., MM
NIDN. 2002117801

Jambi, Agustus 2022
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi
Dekan,



Dr. A. A. Miftah, M.Ag
NIP. 19731125 199603 1 001

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi
 2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu.

Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”¹

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suntho Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suntho Jambi

¹ Al-Haramain Al-Quran Teremahan & Tajwid Berwarna. Rasm Usmani, Standar Indonesia., New Edition (Bandung: Cordoba, 2018), n Q.S. An-Nisa: 29

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil'aalamiin

Puji syukur kehadiran Allah SWT karena atas segalanya nikmat yang telah diberikan baik kesehatan jasmani maupun rohani. Shalawat beriring salam juga dipanjatkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umat manusia dari zaman zahiliyah menuju zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan seperti saat ini.

Skripsi ini penulis persembahkan kepada Ayahanda Takat dan Ibunda Ratna Ningsih. Terimakasih atas dukungannya baik moral maupun materi yang telah engkau berikan selama ini, maafkan keterlambatan anakmu, doakan anakmu semoga sukses dunia dan akhirat.

Teruntuk kakakku Yuliana dan adikku Indah Pratiwi terimakasih untuk segala dukungan dan doanya. Hidupku terlalu berat untuk mengandalkan diri sendiri tanpa melibatkan bantuan orang lain.

Terimakasih kepada keluarga, sahabat, teman yang selalu ada mendengarkan keluh kesah penulis, serta memberikan do'a dan semangat yang begitu luar biasa, terimakasih untuk selalu ada dalam suka maupun duka kepada penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini hingga selesai.

Semoga kita semua dalam Ridho-Nya dan menjadi amal baik dan mendapatkan ganjaran yang setimpal dari Allah SWT. Aamiinyaarobbal'aalamiin.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sunjambibi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sunjambibi

ABSTRAK

Dalam penelitian ini meliputi tiga faktor yang mempengaruhi minat, yaitu promosi, lingkungan sosial, serta pengetahuan. sebab ketiga faktor tersebut sangat berkaitan erat dengan apa yang dirasakan oleh masyarakat. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah faktor promosi, lingkungan sosial dan pengetahuan berpengaruh terhadap minat nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Tungkal. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah pada Bank BSI KCP Kuala Tungkal yang berjumlah 1.793 orang. Jumlah sampel yang didapat dilapangan lalu diolah menggunakan rumus slovin maka didapatkan hasil sebanyak 95 responden.

Berdasarkan hasil perhitungan data dengan metode yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS versi 20 hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menabung, lingkungan sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menabung dan pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menabung.

Kata Kunci : Promosi, Lingkungan Sosial, Pengetahuan, Minat Menabung

ABSTRACT

This research includes three factors that influence interest, namely promotion, social environment, and knowledge. because these three factors are closely related to what is felt by the community. This research was conducted to determine whether promotional factors, social environment and knowledge affect customer interest in saving at Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Tungkal. The type of research used in this research is descriptive quantitative. The population in this research were customers at Bank BSI KCP Kuala Tungkal, amounting to 1,793 people. The number of samples obtained in the field and then processed using the Slovin formula, the results obtained were 95 respondents.

Based on the results of data calculations, the method used is multiple linear regression with the help of the SPSS version 20 program. The results show that partially promotion has a positive and significant effect on customer interest in saving, social environment has a positive and significant effect on customer interest in saving and knowledge has a positive and significant effect on customer interest in saving.

Keywords: Promotion, Social Environment, Knowledge, Saving Interest

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah rabbil alamin, segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT, karena atas berkat rahmat, hidayahnya, yang mana dalam penyelesaian skripsi ini penulis selalu diberikan kesehatan dan kekuatan, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Kemudian shalawat dan salam semoga tetap telimpah kepada junjungan Nabi besar Muhammad SAW yang telah membimbing umatnya ke jalan yang benar dan dapat dirasakan manifestasinya dalam wujud Imam, Islam dan amal nyata yang *shalih likulli zaman wa makan*. Skripsi ini diberi judul “**Pengaruh Promosi, Lingkungan Sosial Dan Pengetahuan Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Tungkal**”. Kemudian dalam penyelesaian proposal skripsi ini, penulis akui tidak sedikit hambatan dan rintangan yang penulis temui baik dalam pengumpulan data maupun dalam penyusunannya. Dan berkat adanya bantuan dari berbagai pihak, terutama bantuan dan bimbingan yang diberikan oleh Bapak H. Sissah, S.Ag., M.H.I dan Refky Fielnanda, S.E.Sy., M.E.I selaku pembimbing satu dan dua, maka skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

Terima kasih kepada semua pihak yang turut membantu menyelesaikan skripsi ini, terutama sekali kepada Yang Terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. Su'aidi Asy'Ari, Ma, Ph. D selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

2. Bapak Dr. A.A Miftah, M.Ag selaku Dekan Fakultas di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di UIN STS Jambi.

3. Ibu Dr. Rafidah, SE, M.EI, selaku Wakil Dekan I, Ibu Titin Agustin Nengsih, Si., M.Si., Ph.D, selaku Wakil Dekan II, dan Dr. Sucipto, MA. Selaku Wakil Dekan III di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di UIN STS Jambi

4. Bpk H. Sissah, S.Ag., M.H.I dan Bpk Refky Fielnanda, S.E.Sy., M.E.I Selaku Pembimbing I Dan II yang telah banyak meluangkan waktu dalam memberikan bimbingan dan arahan hingga skripsi ini bisa

diselesaikandengan baik.

Ibu Mellya Embun Bainig, SE., M.EI dan Bapak Erwin Saputra Siregar, SE.,M.E Selaku Kajor dan Sekjur Akuntansi Syariah. Bapak Bambang Kurniawan SP., M.E dan M. Subhan, M.E Selaku Kajor dan Sekjur Perbankan Syariah. Ibu Efni Anita, SE., M.Sy dan Bapak Ahmad Syahrizal, S.Pd. I,M.E Selaku Kajor dan Sekjur Manajemen Keuangan Syariah. Bapak Ambok Pangiuk, S.Ag., M.Si dan Bapak M. Yunus, M.Si Selaku Kajor dan Sekjur Ekonomi Syariah.

6. Dosen-dosen serta karyawan-karyawati di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN STS Jambi.
7. Bapak Dan Ibu selaku Nasabah Bank BSI KCP Kuala Tungkal Yang telah membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.
8. Dan semua pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini, baik langsung maupun tidak langsung.

Disamping itu, disadari juga bahwa skripsi ini tidak luput dari kekhilafan dan kekeliruan oleh karenanya diharapkan kepada semua pihak untuk dapat memberikan kontribusi pemikiran demi perbaikan skripsi ini. Kepada Allah SWT kita memohon ampunan-Nya, dan kepada manusia kita memohon kemaafannya. Semoga amal kebajikan kita dinilai seimbang oleh Allah SWT.

Jambi, Juni 2022

Penulis

Wiwik Rahmayani

NIM 502180079

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| LEMBAR PERNYATAAN | ii |
| NOTA DINAS..... | iii |
| MOTTO | iv |
| PERSEMBAHAN..... | v |
| ABSTRAK | vi |
| KATA PENGANTAR..... | viii |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR TABEL..... | xiii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiv |
| BAB 1 PENDAHULUAN | |
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Identifikasi Masalah | 9 |
| C. Batasan Masalah..... | 9 |
| D. Rumusan Masalah | 10 |
| E. Tujuan Penelitian | 10 |
| F. Manfaat Penelitian | 11 |
| a. Manfaat Teoritis..... | 11 |
| b. Manfaat Praktis | 11 |
| G. Sistematika Penelitian | 11 |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS PENELITIAN

| | |
|--|----|
| A. Kajian Pustaka..... | 13 |
| 1. Minat | 13 |
| a. Pengertian Minat | 13 |
| b. Indikator Minat..... | 14 |
| c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat | 15 |
| 2. Promosi | 17 |
| a. Pengertian Promosi | 17 |
| b. Fungsi Promosi | 18 |
| c. Tujuan Promosi | 19 |
| 3. Lingkungan Sosial..... | 20 |
| a. Pengertian Lingkungan Sosial..... | 20 |
| 4. Pengetahuan | 23 |
| a. Pengertian Pengetahuan | 23 |
| B. Studi Relevan | 23 |
| C. Kerangka Pemikiran..... | 27 |
| D. Hipotesis Penelitian..... | 28 |

BAB III METODE PENELITIAN

| | |
|---------------------------------|----|
| A. Objek Penelitian | 30 |
| B. Jenis Penelitian..... | 30 |
| C. Jenis dan Sumber Data | 31 |
| 1. Data Primer | 31 |
| 2. Data Sekunder | 31 |
| D. Populasi Dan Sampel | 31 |
| 1. Populasi | 31 |
| 2. Sampel..... | 32 |
| E. Teknik Pengumpulan Data..... | 33 |
| 1. Kuesioner (Angket)..... | 33 |
| 2. Observasi..... | 34 |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
 1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sunha Jambi
 2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sunha Jambi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
 1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah,
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
 2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

| | |
|--|----|
| 3. Dokumentasi | 34 |
| F. Definisi Operasional Variabel | 34 |
| G. Metode Analisis Data..... | 37 |
| 1. Uji Coba Statistik..... | 37 |
| a. Uji Validitas | 37 |
| b. Uji Reliabilitas | 37 |
| 2. Uji Asumsi Klasik..... | 38 |
| a. Uji Normalitas | 38 |
| b. Uji Multikolinieritas..... | 38 |
| c. Uji Heterokedastisitas | 38 |
| 3. Uji Hipotesis | 39 |
| a. Analisis Regresi Berganda | 39 |
| b. Uji Persial (Uji t)..... | 40 |
| c. Uji Simultan (Uji F) | 40 |
| d. Uji Determinasi (R^2) | 41 |

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

| | |
|---|----|
| A. Gambaran Umum Objek Penelitian | 42 |
| 1. Sejarah Bank Syariah Indonesia..... | 42 |
| 2. Visi Dan Misi PT.Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Tungkal..... | 43 |
| 3. Struktur Organisasi BSI KCP Kuala Tungkal..... | 44 |
| 4. Deskripsi Data Responden | 45 |
| B. Hasil Penelitian | 47 |
| 1. Uji Coba Statistik | 47 |
| a. Uji Validitas | 47 |
| b. Uji Reliabilitas | 50 |
| 2. Uji Asumsi Klasik..... | 52 |
| a. Uji Normalitas | 52 |
| b. Uji Multikolinieritas..... | 54 |
| c. Uji Heterokedasitas | 55 |

| | |
|--|----|
| 3. Uji Hipotesis..... | 56 |
| a. Analisis Regresi Linear Berganda..... | 56 |
| b. Uji Parsial (Uji t)..... | 57 |
| c. Uji Simultan (Uji F) | 59 |
| d. Uji Determinasi (R^2) | 60 |
| C. Pembahasan Hasil Penelitian | 61 |

BAB V PENUTUP

| | |
|---------------------|----|
| A. Kesimpulan | 65 |
| B. Saran..... | 66 |

DAFTAR PUSTKA

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sulthan Thaha Saifuddin
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sulthan Thaha Saifuddin

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1.1 Jumlah Nasabah BSI KCP Kuala Tungkal..... | 2 |
| Tabel 2.1 Studi Relevan | 24 |
| Tabel 3.1 Variabel Penelitian..... | 31 |
| Tabel 3.2 Alternatif Jawaban Kuesioner..... | 34 |
| Tabel 3.3 Operasional Variabel..... | 35 |
| Tabel 4.1 Struktur Organisasi BSI KCP Kuala Tungkal..... | 44 |
| Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin | 45 |
| Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Promosi | 48 |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi

| | |
|---|----|
| Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Lingkungan Sosial..... | 48 |
| Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Pengetahuan | 49 |
| Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Minat | 50 |
| Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Promosi (X1)..... | 51 |
| Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Lingkungan Sosial (X2) | 51 |
| Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Pengetahuan (X3) | 52 |
| Tabel 4.10 Hasil Uji Relabilitas Minat Nasabah (Y) | 52 |
| Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas | 53 |
| Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinieritas | 54 |
| Tabel 4.13 Analisis Regresi Berganda | 56 |
| Tabel 4.14 Hasil Uji t..... | 58 |
| Tabel 4.15 Hasil Uji F..... | 60 |
| Tabel 4.16 Hasil Uji Determinasi (R^2)..... | 61 |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutba Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutba Jambi



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTHAN THAHA SAIFUDDIN
J A M B I

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran..... | 28 |
| Gambar 4.1 Karakteristik Berdasarkan Usia..... | 45 |
| Gambar 4.2 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan | 46 |
| Gambar 4.3 Karakteristik Berdasarkan Pendapatan..... | 46 |
| Gambar 4.4 Uji Heterokedasitas | 55 |



UNIVERSITAS SULTHAN THAHA SAIFUDDIN
J A M B I

@ Hakcipta milik UIN Sutha Jambi

State Islamic University of Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bank merupakan jantung dan urat nadinya perdagangan dan pembangunan ekonomi suatu negara. Bank baru dapat melakukan operasionalnya jika dananya telah ada. Semakin banyak dana yang dimiliki suatu bank, semakin besar peluangnya untuk melakukan kegiatan-kegiatannya dalam mencapai tujuan. Oleh karena itu, setiap bank selalu berusaha untuk memperoleh dana yang optimal.²

Menurut Adiwarman Karim Perbankan syariah merupakan sistem perbankan yang menggunakan hukum islam. Dimana terdapat larangan Islam untuk mengambil bunga (riba) dan larangan pada investasi pada usaha-usaha yang haram. Dalam melaksanakan operasionalnya bank syariah harus mematuhi prinsip syariah dan Dewan Syariah Nasional (DSN), yaitu dewan yang memiliki wewenang dalam mengeluarkan fatwa atau jenis kegiatan, produk dan jasa keuangan syariah, serta mengawasi penerapan fatwa tersebut.³

Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan bank yang kegiatannya adalah menghimpun dana dan juga menyalurkan dana kepada masyarakat, adapun produk yang ditawarkan bank syariah yaitu produk pendanaan, produk pembiayaan dan produk jasa, yang mana ketiga produk ini dilaksanakan berdasarkan akad-akad syariah yang telah ditetapkan.

Di Indonesia, bank syariah yang pertama didirikan pada tahun 1992 adalah Bank Muamalat Indonesia (BMI). Walaupun perkembangannya agak terlambat bila dibandingkan dengan negara-negara Muslim lainnya, perbankan syariah di Indonesia akan terus berkembang. Bila pada periode tahun 1992-1998 hanya ada satu unit Bank Syariah, maka pada tahun 2020, jumlah bank syariah di Indonesia telah bertambah menjadi 14 Bank Umum Syariah (BUS) dan 20 Unit Usaha Syariah (UUS) serta 163 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah

² Malayu Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan*, Yogyakarta: PT Grafindo, 2019 hlm 25.

³ Adiwarman Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih Dan Keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013, hlm 10.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Surtha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Surtha Jambi

(BPRS). Dari jumlah 20 UUS itu 7 diantaranya berasal dari bank umum swasta nasional termasuk UUS Bank Permata, BTN, Cimb Niaga, Maybank, OCBC NISP, Sinar Mas dan Danamon.

Berdasarkan data Bank Indonesia, prospek perbankan syariah pada tahun 2021 di perkirakan cukup baik. Perkembangan perbankan syariah ini tentunya juga harus didukung oleh sumber daya insani yang memadai, baik dari segi kualitas maupun kuantitasnya. Namun, realitas yang ada menunjukkan bahwa masih banyak sumber daya insani yang selama ini terlibat institusi syariah tidak memiliki pengealaman akademis maupun praktis dalam *Islamic Bank*. Tentunya kondisi ini cukup signifikan memengaruhi produktivitas dan profesionalisme perbankan syariah itu sendiri. Inilah yang memang harus mendapatkan perhatian dari kita semua, yakni mencetak sumber daya insani yang mampu mengamalkan ekonomi syariah..⁴

Di BSI KCP Kuala Tungkal merupakan unit usaha yang bergerak khusus melayani layanan perbankan nasabah berdasarkan prinsip syariah yang menyediakan berbagai produk untuk menghimpun dana masyarakat yang juga prinsip syariah. Berikut data jumlah nasabah di BSI KCP Kuala Tungkal pada tahun 2021:

Tabel 1.1

Jumlah Nasabah BSI KCP Kuala Tungkal

Tahun 2021

| Jumlah | Tahun |
|--------|-------|
| 1793 | 2021 |

Sumber : Data Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Tungkal

⁴ “Tentang Kami – Informasi Perusahaan Bank Syariah Indonesia,” diakses 26 Maret 2021, <https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami>.

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa jumlah nasabah BSI KC Kuala Tungkal pada tahun 2021 berjumlah 1793.

Sebagai salah satu entitas bisnis keuangan yang mempunyai fungsi intermidasi, bank syariah dihadapkan dengan berbagai resiko. Good Corporate Governance (GCG) wajib diterapkan pada bank syariah sebagai tata kelola yang baik yang mencakup prinsip transparansi, akuntabilitas, pertanggungjawaban, profesional, dan kewajaran dalam menjalankan kegiatan usaha. Untuk menjamin terlaksananya pengambilan keputusan dalam pengelolaan bank yang sesuai dengan prinsip kehati-hatian (prudential banking practise), perbankan syariah harus memiliki dan menerapkan sistem pengawasan entern, dan menaati ketentuan Bank Indonesia mengenai batas maksimum penyaluran dana berdasarkan prinsip syariah, pemberian jaminan, dan penempatan investasi surat berharga yang berbasis syariah. Pelaksanaan GCG yang efektif diperlukan untuk membangun industri perbankan syariah yang sehat dan tangguh, dengan tetap memenuhi prinsip syariah. Tetapi didalam situasi lain, dunia perbankan sendiri masih didominasi perbankan konvensional, maka dilihat dari tingkat bunga masih menjadi rujukan bagi nasabah. Akibatnya bank syariah dianggap kurang menarik, dalam mempromosikan dianggap masih kurang dan tempatnya sulit untuk dijangkau. Karena itu hanya masyarakat-masyarakat tertentu yang dapat menggunakannya. Karena itu termasuk cara lembaga keuangan untuk menarik nasabahnya agar melakukan keputusan dalam menggunakan perbankan syariah. Keputusan nasabah sendiri penting bagi suatu lembaga perbankan syariah.⁵

Menurut Schiffman serta Kanuk, faktor-faktor yang bisa mempengaruhi proses keputusan pembelian dipengaruhi oleh tiga faktor

⁵ Fitra DKK, "Dampak Makro Ekonomi Terhadap Profitabilitas Perbankan Syariah Di Indonesia. (Jakarta PT: Raja Grafindo Persada, 2013), Hlm 29."



penting yaitu faktor usaha dari pemasaran perusahaan, faktor lingkungan sosial-kultural, dan faktor syarat psikologis. Pertama, faktor usaha yg dilakukan pemasar dijelaskan melalui strategi serta bauran pemasaran yaitu meliputi produk, promosi, harga serta distribusi. kedua, faktor sosial lingkungan-kultural meliputi keluarga, sumber, isu, sumber non komersial, kelas sosial, serta budaya. Ketiga, faktor psikologis mencakup motivasi, kepribadian, pembelajaran, persepsi dan perilaku⁶

Dalam penelitian ini meliputi tiga faktor yang mempengaruhi minat, yaitu promosi, lingkungan sosial, serta pengetahuan. sebab ketiga faktor tersebut sangat berkaitan erat dengan apa yang dirasakan oleh masyarakat. Faktor pertama yg mempengaruhi minat merupakan promosi. Menurut Nur Arianto, promosi artinya aktivitas yang sangat penting yg harus dilakuka oleh bank guna menarik minat calon nasabah. salah satu tujuan promosi yaitu menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan promosi bisa menghipnotis nasabah buat membeli. Menurut Fandy Tjiptono, promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. kenaikan pangkat adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yakni suatu kegiatan pemasaran yang berusaha membuat informasi, mempengaruhi/membujuk, dan atau mengingatkan pasar. target atas perusahaan dan produknya agar dapat mendapatkan, membeli serta loyal terhadap produk yg sudah ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.⁷

Faktor kedua yang mempengaruhi minat yaitu lingkungan sosial. menurut Sartain pada buku Dalyono berkata bahwa lingkungan sosial ialah semua orang atau insan lain yang mempengaruhi kita. imbas eksklusif seperti dalam pergaulan sehari-hari dengan orang lain, dengan keluarga kita, teman, kawan sekolah, atau seperkejaan. dari Peter serta Olson didalam buku Vinna Sri Yuniarti yang berjudul sikap konsumen teori dan praktik, menjelaskan bahwa interaksi sosial pribadi ini bisa memiliki efek yang bertenaga pada

⁶ Antonio, Muhammad Syafi'i, *Bank Syariah*. (Jakarta: Gema Insani, 2001), Hlm 45.

⁷ Tjiptono, Fandy, *Strategi Pemasaran*. (Yogyakarta: Andi, 1998), Hlm.10.



pengetahuan dan perasaan konsumen wacana produk, toko, atau iklan, serta di perilaku pengonsumsian mereka. Lingkungan sosial secara pribadi seperti dalam pergaulan sehari-hari dengan orang lain, menggunakan famili, sahabat-sahabat, mitra sekolah, seperkejaan serta sebagainya.⁸

Berdasarkan Kotler serta Keller faktor sosial mirip kelompok sosial, keluarga serta peranan serta status sosial artinya aspek eksternal yang menstimulasi keputusan pengambilan keputusan konsumen. dengan demikian dapat dikatakan bahwa pengertian sosial adalah semua tingkah laku insan yang menggambarkan interaksi antara individu insan dengan insan lainnya. cita-cita seseorang di suatu produk juga umumnya dipengaruhi oleh faktor sosial.

Faktor ketiga yg mempengaruhi minat adalah pengetahuan. Seiring dengan perkembangan serta pertumbuhan industri perbankan syariah, saat rakyat mempunyai pengetahuan lebih banyak tentang bank syariah maka akan lebih baik pada mengambil keputusan serta lebih sempurna dalam mengolah berita sebagai akibatnya bisa merespon dengan baik. menurut Vinna Sri Yuniarti pengetahuan konsumen dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Apa yang dibeli, dimana harus membeli, dan kapan membeli akan tergantung pada pengetahuan konsumen. Jadi dapat disimpulkan pengetahuan ialah semua info yang dimiliki konsumen/nasabah tentang aneka macam produk atau jasa, dan pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk atau jasa tadi dan berita yang berafiliasi menggunakan fungsi menjadi konsumen/nasabah.

Masyarakat Kuala Tungkal dengan jumlah 36557 jiwa dan 98% masyarakatnya dominan memeluk agama islam. Penduduk pada Kecamatan Tungkal Ilir seharusnya sudah mengenal lembaga keuangan syariah, sebab seluruh kegiatan pada lembaga keuangan syariah menggunakan prinsip syariat islam. Masih kurangnya pengenalan mengenai bank syariah pada

⁸ Juni, Doni, *Perilaku Konsumen*. (Bandung: Pustaka Setia, 2017), Hlm.15.

Rakyat kecamatan Tungkal Ilir membentuk mereka kurang berminat buat memakai jasa bank syariah.

Tungkal Ilir adalah salah satu kecamatan yang berada di Kuala Tungkal Kabupaten Tanjung Jabung Barat yang 98% masyarakatnya muslim, dengan latar belakang pendidikan yg cukup baik, terbukti dengan adanya tujuh pondok pesantren yang telah relatif dikenal keberadaannya, pondok pesantren tadi bernama pondok pesantren Husnul Khatimah, Al Baqiyatush Shalihat, Riyadush Sholihin, At Tibyan, Al Khairat, Isti'dadul Mu'allimien, Al Anwar, setiap satu bulan sekali pondok pesantren tersebut secara rutin mengadakan istighosah. tak hanya secara rutinan saja, pondok pesantren tersebut jua seringkali mengadakan pengajian umum guna memperingati hari besar islam, seperti Maulid Nabi, tahun baru islam, dan Isra Mi'raj. namun dengan adanya pandemi yang sedang mewabah saat ini pengajian umum belum di laksanakan lagi. sesuai letak geografis, kecamatan tungkal ilir terletak langsung di pusat kota Kuala Tungkal. Terbilang relatif dekat dengan BSI KCP Kuala Tungkal.

Berdasarkan wawancara yang sudah penulis lakukan terhadap beberapa warga Kuala Tungkal, diketahui variabel promosi terdapat fakta bahwa kegiatan promosi yang dilakukan pihak BSI KCP Kuala Tungkal cukup baik melalui media sosial, juga secara langsung yang dilakukan melalui lembaga kemasyarakatan juga lembaga islam.⁹ Diperoleh info bahwa mereka telah mengetahui secara garis besar mengenai bank syariah, dan juga mendapatkan brosur serta penjelasan secara lebih jelasnya tentang produk tabungan yang terdapat pada BSI KCP Kuala Tungkal yang berupa produk tabungan. dari aktivitas promosi yang dilakukan oleh pihak bank tersebut telah cukup baik, namun masyarakat tidak memutuskan untuk menjadi nasabah pada bank tersebut. Hal ini tidak sejalan dengan teori yg menyatakan bahwa promosi yg baik memnuat konsumen tertarik melakukan keputusan dalam menggunakan suatu produk berupa barang atau jasa.

⁹ Gunari, *Wawancara*, 10 Desember 2021.





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suntho Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suntho Jambi

Kemudian untuk variabel lingkungan sosial, penulis mendapat keterangan dari hasil wawancara yang menyatakan bahwa masyarakat Kuala Tungkal untuk segi keagamaan sudah cukup baik, karena setiap satu minggu sekali rutin mengadakan yasinan, serta 1 bulan sekali terdapat semaan Al-Quran. Hal ini diperkuat oleh salah satu toko agama Kecamatan Tungkal Ilir yang beropini bahwa banyak masyarakat Kecamatan Tungkal ilir yg dalam kegiatan sehari-hari rutin mengadakan diskusi keagamaan yang mana kehasiran ponpes Al Baqiyatush Shalihat yg terletak di Jl. Parit gompong Kecamatan Tungkal Ilir memberikan dampak terhadap sikap dan sikap warga Kecamatan Tungkal Ilir dan memiliki jiwa sosial yang baik dalam bersosial mirip gotong royong saat terdapat aktivitas keagamaan di musholla.¹⁰ berasal hal tadi sudah tercermin bahwa rakyat Kecamatan Tungkal Ilir cukup baik dalam bersosial. namun responden tidak memutuskan untuk menjadi nasabah pada bank syariah. Hal ini tidak sejalan dengan teori yg menyatakan bahwa lingkungan sosial yang baik membentuk konsumen tertarik yang menyatakan bahwa lingkungan sosial yg baik membuat konsumen tertarik melakukan keputusan dalam menggunakan suatu produk berupa barang atau jasa.

Selanjutnya variabel pengetahuan didapati fakta dari hasil wawancara yang menyatakan bahwa masyarakat Kuala Tungkal menegtahui secara garis besar tentang bank syariah bahwa setiap transaksi yang dilakukan oleh pihak bank sesuai syariat islam dan mendapatkan berita baik melalui media sosial atau brosur tentang penjelasan produk bank syariah yaitu produk tabungan faedah.¹¹ dari wawancara menggunakan warga Kuala Tungkal tadi sudah membuktikan bahwa dari segi pengetahuan telah baik, tetapi hingga ketika ini belum membuka rekening pada BSI KCP Kuala Tungkal serta masih memakai bank konvensional. Hal ini tidak sejalan dengan teori yg menyatakan bahwa tingginya pengetahuan konsumen sangat mempengaruhi minat.

¹⁰ Samsul Hadi, *Wawancara*, 10 Desember 2021.

¹¹ Muhammad Taufik, *Wawancara*, 10 Desember 2021



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suntho Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suntho Jambi

Penelitian sebelumnya mengenai faktor promosi, lingkungan sosial dan pengetahuan terhadap minat nasabah menabung pada Bank Syariah menunjukkan hasil yang berbeda-beda, hal ini dapat terjadi karena perbedaan sampel, waktu, lokasi dan populasi yang diteliti.

Menurut penelitian yang dilakukan Dumasari Siregar (2020) yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan dan Promosi Terhadap Minat Menabung di Desa Payagoti Kecamatan Portibi menggunakan Produk Bank Syariah”, penelitiannya menunjukkan bahwa pengetahuan dan promosi berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung pada Bank Syariah. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Imanuddin (2018) yang berjudul “Pengaruh Promosi dan Pengetahuan Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo Terhadap Minat Menabung Bank Syariah” hasil penelitiannya menunjukkan bahwa promosi tidak berpengaruh terhadap minat menabung dan pengetahuan dapat berpengaruh terhadap minat menabung nasabah.

Pada penelitian yang dilakukan Fifin Zuriatul Casui (2019) yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan, Lingkungan Sosial dan Lokasi Terhadap Minat Menabung Santri Di Bank Syariah” penelitiannya menunjukkan bahwa pengetahuan dan lingkungan sosial berpengaruh signifikan terhadap minat menabung santri di Bank Syariah dan lokasi tidak berpengaruh terhadap minat menabung santri di Bank Syariah. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan Riafi Maulidi (2018) yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Lingkungan sosial Terhadap Minat Menabung Menggunakan Bank Syariah pada Siswa SMA Negeri 1 Ambarawa” penelitiannya menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah dan religiusitas dan lingkungan sosial tidak berpengaruh terhadap minat menabung Siswa SMA Negeri 1 Ambarawa di Bank Syariah.

Berdasarkan pemaparan diatas bahwa terdapat fakta yg tercermin di lapangan menunjukkan adanya ketidaksesuaian dengan teori. kemudian dari



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
 1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Surtha Jambi
 2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Surtha Jambi

@ Hak cipta milik UIN Surtha Jambi
 State Islamic University of Sultan Thaha Saifuddin Jambi

beberapa penelitian terdahulu ditemukan bahwa adanya perbedaan hasil penelitian yang dilakukan. sehingga dari keterangan di lapangan yang tidak selaras dengan teori serta perbedaan hasil penelitian-penelitian terdahulu, menunjukkan adanya kesenjangan. oleh karena itu, penulis ingin mengetahui serta melakukan penelitian lebih lanjut terkait konflik tersebut. Maka penulis tertarik untuk menulis judul: **PENGARUH PROMOSI, LINGKUNGAN SOSIAL DAN PENGETAHUAN TERHADAP MINAT NASABAH MENABUNG PADA BANK SYARIAH INDONESIA KCP KUALA TUNGKAL.**

B. Identifikasi Masalah

Dalam penelitian ini dibahas mengenai identifikasi cakupan yang mungkin muncul dalam penelitian, agar pembahasannya lebih terarah dan sesuai dengan tujuan yang akan dicapai yaitu terkait dengan pengaruh faktor promosi, lingkungan sosial dan pengetahuan terhadap minat nasabah menabung pada Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Tungkal, dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Masih kurangnya promosi yang di lakukan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Tungkal.
2. Perlunya promosi yang maksimal sebagai pendorong minat nasabah dalam menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Tungkal.
3. Lingkungan sosial di Kuala Tungkal dikelilingi oleh pondok pesantren sehingga menjadi nilai tambah bagi Bank Syariah dalam meningkatkan jumlah nasabah.
4. Kurangnya pengetahuan nasabah terhadap Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Tungkal.

C. Batasan Masalah

Agar pembahasan tidak meluas dan tepat sasaran, juga dapat tercapainya kesesuaian judul yang diangkat tanpa menyalahkan sistematika penulisan karya ilmiah, maka penulis hanya terfokus kepada analisis faktor

promosi, lingkungan sosial dan pengetahuan terhadap minat nasabah menabung di bank syariah kuala tungkal.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang pemikiran diatas maka dalam penelitian ini penulis mengangkat masalah yaitu:

1. Apakah promosi berpengaruh terhadap minat nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Tungkal?
2. Apakah lingkungan sosial berpengaruh terhadap minat nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Tungkal?
3. Apakah pengetahuan berpengaruh terhadap minat nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Tungkal?
4. Apakah promosi, lingkungan sosial dan pengetahuan berpengaruh terhadap minat nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Tungkal?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang pemikiran diatas maka peneliti dapat menyimpulkan tujuan penelitian ini:

1. Untuk mengetahui apakah promosi berpengaruh terhadap minat nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Tungkal.
2. Untuk mengetahui apakah lingkungan Sosial berpengaruh terhadap minat nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Tungkal.
3. Untuk mengetahui apakah pengetahuan berpengaruh terhadap minat nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Tungkal.
4. Untuk mengetahui apakah promosi, lingkungan sosial dan pengetahuan berpengaruh terhadap minat nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Tungkal.





F. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

- 1) Hasil penelitian ini dapat diharapkan mengembangkan ilmu pengetahuan dibidang ekonomi.
- 2) Penelitian ini diharapkan menjadi bahan kajian bagi penelitian selanjutnya.
- 3) Penelitian ini juga diharapkan menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

b. Manfaat Praktis

- 1) Bagi peneliti

Sebagai salah satu sarana pembelajaran bagi penulis untuk meningkatkan kemampuan dibidang penelitian ilmiah dalam mengungkapkan permasalahan-permasalahan tertentu secara sistematis. Hasil penelitian ini dapat diharapkan menambah pengetahuan peneliti

- 2) Bagi akademis

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran dan dapat dijadikan sebagai rujukan tentang analisis faktor promosi, lingkungan sosial dan pengetahuan terhadap minat nasabah menabung pada Bank Syariah Indonesia.

- 3) Bagi masyarakat

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi kepada masyarakat mengenai minat untuk menabung di Bank Syariah

G. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan penulisan dan penyusunan serta pemahaman tentang skripsi ini agar penelitian ini dapat berjalan sesuai dengan aturan yang telah penulis tentukan sebelumnya, maka terlebih dahulu di tentukan susunan dan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas mengenai latar belakang, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS PENELITIAN

Pada bab ini mnejelaskan tentang teori-teori yang berkaitan dengan variabel yang digunakan dalam penelitian ini, penelitian terdahulu kerangka berfikir dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang objek penelitian, jenis penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel, metode analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Pada bab ini membahas tentang gambaran umum objek penelitian, hasil penelitian, pembahasan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran dari hasil peneliti.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS PENELITIAN

A. Kajian Pustaka.

1. Minat

a. Pengertian Minat

Minat menurut bahasa (Etimologi), ialah usaha dan kemauan untuk mempelajari (learning) dan mencari sesuatu. Secara (Terminologi), minat adalah keinginan, kesukaan dan kemauan terhadap suatu hal. Menurut Hilgar minat adalah suatu proses yang tetap untuk memperhatikan dan memfokuskan diri pada sesuatu yang diminatinya dengan perasaan senang dan rasa puas.

Kartini Kartono menjelaskan bahwa, minat adalah momen kepada kecendrungan yang terarah secara intensif kepada suatu obyek yang dianggap penting. Minat erat kaitannya dengan kepribadian, dan selalu mengandung unsur efektif atau perasaan, kognitif dan kemauan. Menurut Shaleh Abdul Rahman dalam bukunya psikologi suatu pengantar dalam perspektif islam, menjelaskan bahwa minat adalah suatu kecendrungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan atau gembira.¹²

Minat (*interest*), adalah keadaan mental yang menghasilkan respon terarah kepada sesuatu, situasi atau objek tertentu yang menyenangkan dan memberikan kepuasan kepadanya.¹³ Suatu minat dapat diekspresikan melalui suatu pernyataan yang menunjukkan bahwa kita lebih menyukai suatu hal daripada yang lainnya, dapat pula

¹² Abdul Rahman Shaleh, Muhib Abdul Wahab “*Psikologi Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam*” (Jakarta: Kencana, 2004), Hlm 263.

¹³ Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana, 2018), Hlm. 155.

dimanifestasikan melalui partisipasi dalam bentuk aktivitas. Kita memiliki minat terhadap subjek tertentu cenderung untuk memberikan perhatian yang lebih besar terhadap subjek tersebut, karena pemusatan perhatian yang intensif terhadap suatu materi dapat memungkinkan kita untuk mengetahui hal tersebut lebih dalam.

Minat dapat menjadi penyebab seseorang ikut berpartisipasi dalam sebuah kegiatan. Minat akan mendorong seseorang melakukan kegiatan yang menimbulkan manfaat bagi diri sendiri, masyarakat dan juga pemerintah.¹⁴

b. Indikator Minat

Indikator minat secara umum adalah perasaan senang, ketertarikan, perhatian, dan keterlibatan. Penelitian ini menggunakan pedoman indikator minat tersebut, sehingga untuk indikator minat tersebut, sehingga untuk indikator minat dapat di jabarkan sebagai berikut:

1) Perasaan senang

Seseorang yang memiliki perasaan senang akan dunia bisnis maka akan mendorong orang tersebut untuk terus mempelajari ilmu bisnis tanpa ada keterpaksaan

2) Ketertarikan seseorang

Ketertarikan seseorang terhadap berbagai informasi bisnis yang diperoleh akan mendorong minat seseorang untuk kemudian mempraktikkan ilmu bisnisnya menjadi suatu usaha.

3) Perhatian seseorang

Perhatian merupakan konsentrasi terhadap suatu pengamatan dengan mengesampingkan yang lain, seseorang yang memiliki minat pada dunia dengan sendirinya akan memfokuskan kegiatan atau aktivitasnya terhadap minat tersebut

4) Keterlibatan seseorang



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi

¹⁴ Suryani, "Sistem Perbankan Islam Di Indonesia: Sejarah Dan Prospek Pengembangan." (Bandung: Alfabet, 2014). Hlm. 56.

Ketertarikan seseorang akan mengakibatkan orang tersebut senang dan tertarik untuk ikut serta melibatkan diri dalam kegiatan tersebut.¹⁵

c. Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Minat

Minat Menurut Taufani dalam Kurniasih dan Sani faktor yang mempengaruhi minat adalah:¹⁶

1) *The factor inner urge* (Faktor Internal)

Faktor internal adalah faktor yang berasal dari dalam diri individu atau manusia itu sendiri memiliki keinginan untuk sesuatu yang diinginkan

2) *The factor of social motive* (Faktor Motivasi Sosial)

Faktor motivasi sosial adalah faktor yang mempengaruhi minat seseorang karena dipengaruhi oleh faktor sosial (kemasyarakatan). Misalnya orangtua, tetangga, dan lain lain sebagainya.

3) *Emosional factor* (Faktor Emosional)

Faktor emosional adalah faktor yang mempengaruhi minat seseorang yang berasal dari emosi. Misalnya pencapaian seseorang terhadap suatu hal tertentu, hal tersebut didorong oleh perasaan senang yang timbul. Karena dia senang dia jadi bersungguh-sungguh sehingga hasilnya maksimal.

Selain itu, menurut Hurlock dalam Hermanto yang menjadi faktor yang mempengaruhi minat yaitu:

1) Status ekonomi

¹⁵ Tri Astuti dan Rr Indah Mustikawati, "Pengaruh persepsi nasabah tentang tingkat suku bunga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung nasabah," *Nominal: Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen* 2, no.1 (2013): Hlm.186.

¹⁶ Philip, Dkk, *Manajemen Pemasaran Jilid 2 Edisi Ke 13*. (Jakarta: Erlangga, 2008). Hlm.27.



Status ekonomi adalah kondisi ekonomi. Jika seseorang tersebut memiliki status ekonomi yang cenderung baik dan stabil, maka orang tersebut akan memberikan minat pada berbagai hal tertentu yang mereka belum lakukan

2) Pendidikan

Pendidikan adalah kegiatan pembelajaran berupa pengetahuan (kognitif), keterampilan (psikomotorik) dan sikap (efektif). Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang itu, maka minatnya terhadap sesuatu hal tertentu akan semakin besar. Dimana dia merasa kurang puas dan ingin tahu lagi dan lagi. Entah itu dengan dia melakukan pengamatan atau penelitian.

3) Situasional

Situasional adalah tergantung situasi dan kondisi tertentu. Dimana seseorang menyesuaikan minat berdasarkan situasi dan kondisi di sekitarnya terjadi. Jika dalam kondisi lingkungan tersebut terjadi hal-perjaka dalam kondisi yang negatif maka akan menghasilkan sesuatu yang buruk.

4) Keadaan Psikis

Keadaan psikis adalah kondisi kejiwaan seseorang. Misalnya dia merasa cemas akan sesuatu kondisi atau kekhawatiran terhadap sesuatu maka dia akan tidak tenang dan melakukan suatu hal yang akan membuatnya tenang.

Dari kedua pendapat diatas tentang faktor yang mempengaruhi minat seseorang, maka penulis mengambil kesimpulan bahwa yang mempengaruhi minat seseorang itu adalah:

- 1) Faktor internal
- 2) Faktor motivasi sosial, dan
- 3) Faktor Emosi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suttha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suttha Jambi

Faktor status ekonomi, pendidikan dan psikis seseorang itu menurut Hurlock lebih utama berasal dari diri sendiri (termasuk kedalam faktor internal). Sedangkan faktor situasional tersebut menurut Hurlock termasuk kedalam faktor motivasi sosial.

2. Promosi

a. Pengertian Promosi

Promosi adalah suatu aktifitas komunikasi yang dilakukan oleh seseorang atau suatu perusahaan dengan masyarakat luas, di mana tujuannya adalah untuk memperkenalkan sesuatu (barang/jasa/merek/perusahaan) kepada masyarakat dan sekaligus memengaruhi masyarakat luar agar membeli dan menggunakan produk tersebut.¹⁷

Promosi merupakan kegiatan pemasaran yang umum dilakukan tenaga pemasar untuk memberikan informasi suatu produk dan mendorong konsumen agar melakukan pembelian produk tersebut. Cara dan media promosi banyak sekali, bahkan metode promosi selalu berkembang dari waktu ke waktu.

Masyarakat awam sering mendengar dan membaca promosi dalam bentuk media cetak, baliho, billboard, radio, televisi, dan internet. Mereka yang memiliki minat yang sesuai dengan iklan atau promosi tersebut umumnya akan membaca informasi yang ada di promosi tersebut lebih lama.

Menurut Tjiptono, arti promosi adalah bentuk komunikasi pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia

¹⁷ Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua*. (Yogyakarta: BPFE, 2000) Hlm.237.



menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

b. Fungsi Promosi

Menurut Terence A. Ship, promosi memiliki 5 fungsi yang sangat penting bagi perusahaan/lembaga. Kelima fungsi tersebut dijabarkan sebagai berikut:

- 1) *Informing* (memberikan informasi), promosi membuat konsumen sadar akan produk-produk baru, mendidik mereka tentang berbagai fitur dan manfaat merek, serta memfasilitasi penciptaan citra sebuah perusahaan yang menghasilkan produk atau jasa. Promosi menampilkan peran informasi bernilai lainnya, baik untuk merek yang diiklankan maupun konsumennya, dengan mengajarkan manfaat-manfaat baru dari merek yang telah ada.
- 2) *Persuading* (membujuk), media promosi atau iklan yang baik akan mampu mempersuasi pelanggan untuk mencoba produk dan jasa yang ditawarkan. Terkadang persuasi berbentuk memengaruhi permintaan primer, yakni menciptakan permintaan bagi keseluruhan kategori produk. Lebih sering promosi berupaya untuk membangun permintaan sekunder, permintaan bagi merek perusahaan yang spesifik.
- 3) *Remiding* (mengingat), iklan menjaga agar merek perusahaan tetap segar dalam ingatan para konsumen. Saat kebutuhan muncul, yang berhubungan dengan produk dan jasa yang diiklankan, dampak promosi dimasa lalu memungkinkan merek pengiklan hadir di benak konsumen. Periklanan lebih jauh didemonstrasikan untuk memengaruhi pengalihan merek dengan meningkatkan para konsumen yang akhir-akhir ini belum membeli merek yang tersedia dan mengandung atribut-atribut yang menguntungkan.
- 4) *Adding value* (menambah nilai), terdapat 3 cara mendasar dimana perusahaan dapat memberi nilai tambah bagi penawaran-penawaran



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suttha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suttha Jambi

mereka, inovasi, penyempurnaan kualitas, atau mengubah persepsi konsumen. Ketiga komponen nilai tambah tersebut benar-benar independen. Promosi yang efektif menyebabkan merek dipandang lebih elegan, lebih bergaya, lebih bergengsi, dan bisa lebih unggul dari tawaran pesaing.

- 5) *Assisting* (mendampingi upaya-upaya lain dari perusahaan), periklanan merupakan salah satu alat promosi. Promosi membantu perwakilan penjualan. Iklan mengawasi proses penjualan produk-produk perusahaan dan memberikan pendahuluan yang bernilai bagi wiraniaga sebelum melakukan kontak personal dengan para pelanggan yang prospektif. Upaya waktu, dan biaya periklanan dapat dihemat karena lebih sedikit waktu yang di perlukan untuk memberi informasi kepadaprospek tentang keistimewaan dan keunggulan produk jasa. Terlebih lagi, iklan melegitimasi atau membuat apa yang dinyatakan klaim oleh perwakilan penjualan kredibel.

Jadi promosi itu sangat penting karena promosi adalah memasarkan suatu jasa atau suatu produk dan juga barang karena promosi merupakan suatu cara mencari klien dan calon konsumen agar produk dan jasa kita ramai para pembeli.

Tujuan promosi

Tujuan utama promosi adalah menyampaikan informasi tentang barang atau jasa yang di produks. Promosi dapat memberikan manfaat yang besar bagi promosi dapat memberi pengaruh dalam waktu yang lama terhadap perilaku pembelian. Promosi yang bersifat membujuk (persuasif) pada umumnya kurang disenangi oleh sebagian masyarakat. Namun kenyataannya, sekarang ini justru banyak promosi yang bersifat persuasif. Promosi demikian ini terutama diarahkan untuk mendorong proses pembelian. Promosi yang bersifat persuasif ini akan menjadi dominan jika



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

produk yang dipromosikan mulai menjadi kebutuhan pokok di dalam kehidupan seseorang.¹⁸

3. Lingkungan sosial

a. Pengertian Lingkungan Sosial

Sebagai makhluk sosial, manusia tidak pernah bisa hidup seorang diri. Dimana pun dan bila mana pun, manusia senantiasa memerlukan kerja sama dengan orang lain. Manusia membentuk pengelompokan sosial (*social grouping*) diantara sesama dalam upayanya mempertahankan hidup dan mengembangkan kehidupan. Kemudian dalam kehidupan bersamanya itu manusia memerlukan pula adanya organisasi, yaitu suatu jaringan interaksi sosial anatar sesama untuk menjamin ketertiban sosial. Interaksi-interaksi sosial itulah yang kemudian melahirkan sesuatu yang dinamakan lingkungan sosial, seperti keluarga inti, keluarga luas, kelompok masyarakat beserta pranatanya dengan simbol dan nilai serta norma yang sudah mapan, serta terkait dengan lingkungan alam (ekosistemnya) dan lingkungan binaan/buatan (tata ruang).

Manusia memerlukan lingkungan sosial yang serasi demi kelangsungan hidupnya. Lingkungan sosial yang serasi itu bukan hanya dibutuhkan oleh orang seorang melainkan juga oleh seluruh orang dalam kelompoknya. Untuk mewujudkan lingkungan sosial yang serasi itu di perlukan lagi kerja sama kolektif diantara sesama anggota. Kerja sama itu dimaksudkan untuk membuat dan melaksanakan aturan-aturan yang disepakati bersama oleh setiap anggota kelompok (norma hukum).

Dilihat dari sudut pengendalian perilaku, maka lingkungan sosial yang mulanya tercipta dari pengelompokan-pengelompokan sosial, pada akhirnya bersifat memaksa anggota dari pengelompokan itu untuk

¹⁸ Mujib, Abdul “*Manajemen Strategi Promosi Produk Pembiayaan Perbankan Syariah.*” (Bandung: Alfabet, 2017) Hlm.56.



menyesuaikan diri terhadapnya. Setiap anggota pengelompokan itu dituntut memahami atau menghayati pranata sosial yang menjadi bagian integral dari lingkungan sosial itu.¹⁹

Lingkungan sosial merupakan bagian dari lingkungan hidup, merupakan wilayah tempat berlangsungnya interaksi sosial anatar berbagai kelompok, beserta pranata, simbol dan norma, dan terkait dengan lingkungan alam dan lingkungan binaan/buatan. Faktor lingkungan berperan dalam membantu konsumen pada saat proses pengambilan keputusan pembelian. Sudah menjadi pengetahuan umum bahwa manusia adalah makhluk sosial. Manusia tidak dapat memenuhi kebutuhan atau keinginannya tanpa berinteraksi satu sama lain. Manusia hidup berada dalam lingkungan. Lingkungan tersebut akan memberikan pengaruh, baik maupun tidak, pada perilaku individu manusia tersebut.²⁰

Lingkungan sosial memiliki peranan yang sangat penting dalam diri seseorang. Adanya lingkungan sosial sendiri dapat mendorong minat seseorang dalam suatu pembelian. Minat merupakan ketertarikan seseorang untuk melakukan suatu kegiatan atau aktivitas yang sama. Begitupun sebaliknya, apabila seseorang memiliki lingkungan sosial yang lebih cenderung boros dalam pengetahuan, maka dapat mempengaruhi seseorang untuk melakukan tindakan yang sama. Adanya rasa penasaran dan keingintahuan seseorang terhadap bank syariah dapat mendorong minat seseorang dalam menabung menggunakan bank syariah.

Aspek-aspek dalam lingkungan sosial yang ditempuh oleh seseorang melalui 3 hal yaitu:

¹⁹ Sri Yuniarti, Vinna, *Perilaku Konsumen Teori Dan Praktik*. (Bandung: Pustaka Setia, 2015), Hlm.23.

²⁰ Purwanto Ngalim, *Ilmu Pendidikan Teoritis dan Praktis*, (Jakarta: Rosdakarya 2011), Hlm.73.



a. Lingkungan Keluarga

Lingkungan keluarga memiliki peran yang sangat penting dalam perkembangan anak-anak menjadi manusia yang berpribadi dan berguna bagi masyarakat. Pendidikan keluarga adalah pendidikan orang tua terhadap anak-anaknya yang didasarkan pada rasa kasih sayang terhadap anak-anak dan diterimanya adalah kodrat. Orang tua adalah pendidik sejati, pendidik karena kodratnya. Oleh karena itu, kasih sayang orang tua terhadap anak-anak hendaklah kasih sayang yang sejati pula. Pengaruh keluarga dalam pendidikan anak berbedabeda antar satu sama lain. Ada keluarga kaya, ada keluarga yang kurang mampu, ada keluarga yang besar karena banyak anggota keluarga dan ada pula keluarga yang kecil. Ada keluarga yang selalu diliputi oleh suasana tenang dan tentram, ada pula yang selalu gaduh, bercecekok, dan sebagainya. Dengan sendirinya, keadaan dalam keluarga yang bermacam-macam coraknya itu akan membawa pengaruh yang berbeda-beda pula terhadap pendidikan anak.

b. Lingkungan Sekolah

Lingkungan sekolah adalah buatan manusia. Sekolah didirikan oleh masyarakat untuk membantu memenuhi kebutuhan keluarga yang sudah tidak mampu lagi member bekal persiapan hidup bagi anak-anaknya. Untuk mempersiapkan anak agar hidup dengan cukup bekal kepandaian dan kecakapan dalam masyarakat modern, yang telah tinggi kebudayaannya seperti sekarang ini, anak-anak tidak cukup hanya menerima pendidikan dan pengajaran dari keluarga saja.

c. Lingkungan Masyarakat

Dalam lingkungan merupakan dimensi yang sangat penting adalah masyarakat. Lingkungan masyarakat mencakup unsur- unsur individu, kelompok, sumber-sumber alami, sumber budaya, system nilai dan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

norma, kondisi atau situasi masalah- masalah, dan berbagai hambatan dalam masyarakat, secara keseluruhan.

4. Pengetahuan

a. Pengertian pengetahuan

Pengetahuan dengan berbagai rumpun, cabang, dan rantingnya sudah berkembang sangat luas. Idealnya perkembangan ilmu pengetahuan tersebut memberi dampak positif bagi kehidupan manusia, yakni kehidupan yang makin *smart* (cerdas) dan *good* (baik) yang mampu membangun ilmu pengetahuan, kebudayaan dan peradaban. Berbagai macam ilmu itu idealnya dapat membantu manusia agar mampu berfikir positif konstruktif, holistik, serta dapat mereka gunakan guna memecahkan berbagai masalah dalam kehidupan. Dengan cara demikian, ilmu pengetahuan dapat digunakan untuk mewujudkan rahmat Tuhan di muka bumi.

Pengetahuan merupakan hal yang cukup penting dalam pengambilan keputusan sebelum melakukan pembelian. Pengetahuan yang dimiliki terkait dengan bank syariah tentunya dapat mempengaruhi daya tarik nasabah. Pengetahuan dan juga minat merupakan suatu komponen yang saling terikat. Adanya pengetahuan yang dimiliki nasabah mengenai produk bank syariah dapat menarik minat nasabah dalam melakukan pembelian begitupun juga sebaliknya apabila seorang nasabah kurang memiliki pengetahuan mengenai bank syariah maka kemungkinan yang akan terjadi adalah kurangnya daya tarik ataupun minat dalam menggunakan bank syariah tersebut.²¹

B. Studi Relevan

Dari beberapa *literature* yang telah dikaji sebelumnya, peneliti menemukan pembahasan yang berkenaan dengan pengaruh faktor promosi,

²¹ Fajar Mujadid dan Pandu Tezar Adi Nugroho, “Pengaruh Pengetahuan, Reputasi, Lingkungan, Religiusitas Terhadap Minat Pelajar SMK Prodi Perbankan Syariah dalam Menabung di BSI” (Jurnal Ekonomi Islam Volume 10, Nomor 1, 2019), Hlm.22.



lingkungan sosial dan pengetahuan terhadap minat nasabah menabung pada BSI. Namun dari peneliti sebelumnya terdapat perbedaan dengan penelitian ini, dimana pada penelitian ini penulis membahas tentang “pengaruh faktor promosi, lingkungan sosial dan pengetahuan terhadap minat nasabah menabung pada BSI KC Kuala Tungkal (Kec. Tungkal Ilir)”. Berikut beberapa karya ilmiah yang berkaitan dari peneliti-peneliti sebelumnya.

TABEL 2.1
Studi Relevan

| No | Nama Peneliti | Judul Penelitian | Perbedaan | Hasil Penelitian |
|----|--------------------------------|---|---|--|
| 1. | Dumasari Siregar (2020) | Pengaruh Pengetahuan Dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat Desa Payagoti Kecamatan Portibi Menggunakan Produk Bank Syariah | Variabel Intervening | pengetahuan dan promosi secara simultan mempunyai pengaruh terhadap minat masyarakat desa payagoti kecamatan portibi menggunakan produk bank syariah. |
| 2. | Wiwit Ayu Dwi Rahmawati (2019) | Pengaruh Promosi, Religiusitas, Kepercayaan, Dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Dengan Pengetahuan Masyarakat Sebagai Variabel Intervening | Variabel X2, X3, X4 menggunakan religiusitas, kepercayaan, dan lokasi | Variabel promosi, religiusitas, kepercayaan dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengetahuan masyarakat pada bank syariah. Variabel pengetahuan mampu memediasi promosi, religiusitas, kepercayaan dan lokasi terhadap minat menabung di bank syariah. |
| 3. | Fifin Zuriatul | Pengaruh | Data | yang diperoleh |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi



| | | | | |
|----|----------------------|---|--|---|
| | Casui (2019) | Pengetahuan, Lingkungan Sosial, Dan Lokasi Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Santri Di Bank Syariah | menggunakan metode regresi linier berganda | menunjukkan bahwa pengetahuan dan lingkungan sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung santri di bank syariah.. Sedangkan lokasi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat menabung santri di bank syariah. |
| 4. | Rifat Maulidi (2018) | Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Menggunakan Bank Syariah | Populasi pada siswa SMA Negeri 1 Ambarawa | Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel Pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung siswa menggunakan bank syariah. Variabel Religiusitas berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat menabung siswa menggunakan bank syariah dan variabel Lingkungan Sosial berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap minat menabung siswa |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



| | | | | |
|---|------------------|---|---|---|
| | | | | menggunakan bank syariah. |
| 5 | Imanuddin (2018) | Pengaruh Promosi Dan Pengetahuan Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah | Populasi Penelitian pada mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo | Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel promosi tidak berpengaruh terhadap minat menabung di Bank Syariah dan pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. |

Penelitian ini mengkaji tema tentang minat yang sudah diteliti oleh peneliti sebelumnya. Namun dalam penelitian ini mengembangkan teori minat dari Kotler yang menyatakan bahwa minat adalah sebuah perilaku dimana konsumen tersebut memiliki keinginan untuk membeli dan memilih suatu produk atau jasa berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan serta menginginkan suatu produk atau jasa tersebut. Sedangkan dalam penelitian terdahulu oleh Imanuddin mengembangkan teori minat dari Moch Uzer Usman yang menyatakan bahwa minat merupakan suatu sifat yang relative menetap pada diri seseorang.

Penelitian ini mengembangkan teori promosi dari Fandy Tjiptono yang menyatakan bahwa Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yakni suatu aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran atau perusahaan dan produknya agar dapat menerima, membeli dan loyal terhadap produk yang telah ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Sedangkan dalam penelitian terdahulu oleh Wiwit Ayu Dwi Rahmawati mengembangkan teori promosi dari Assauri yang menyatakan bahwa promosi merupakan suatu kegiatan yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



dilakukan untuk mempengaruhi nasabah untuk menciptakan permintaan atau suatu produk/jasa.

Penelitian ini mengembangkan teori lingkungan sosial dari Ngalim Purwanto yang menyatakan bahwa Lingkungan sosial atau masyarakat merupakan semua orang atau manusia lain yang mempengaruhi kita, termasuk cara pergaulannya, adat istiadat, agama, kepercayaan. Lingkungan sosial adalah semua orang atau manusia lain yang mempengaruhi kita. Pengaruh lingkungan sosial itu ada yang diterima langsung dan ada yang diterima tidak langsung. Sedangkan dalam penelitian terdahulu oleh Fifin Zuriatul Casui mengembangkan teori lingkungan sosial dari Sumarwan menyatakan bahwa Lingkungan sosial adalah semua interaksi sosial yang terjadi antara konsumen dengan orang di sekelilingnya atau antara banyak orang.

Penelitian ini mengembangkan teori pengetahuan dari Rini Dwi Astuti yang menyatakan bahwa Pengetahuan adalah semua informasi yang dimiliki oleh konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa serta pengetahuan lainnya yang berkaitan dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen sedangkan peneliti terdahulu oleh Rifai Maulidi mengembangkan teori pengetahuan dari Ujang Sumarwan yang menyatakan bahwa pengetahuan adalah perubahan dalam perilaku suatu individu yang berasal dari pengalaman. Dijelaskan bahwa ketika konsumen memiliki pengetahuan lebih banyak, maka ia akan lebih baik dalam mengambil sebuah keputusan, ia akan lebih efisien dan lebih cepat mengolah informasi dan mampu *merecall* informasi dengan baik.

C. Kerangka Pemikiran

Kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori dengan berbagai faktor yang telah didefinisikan, kerangka berfikir diartikan sebagai proses dari keseluruhan penelitian yang akan dilakukan. Didalam suatu penelitian diperlukan adanya kerangka berfikir agar penelitian yang dilakukan sesuai dengan tujuan peneliti. Dalam tujuan peneliti telah

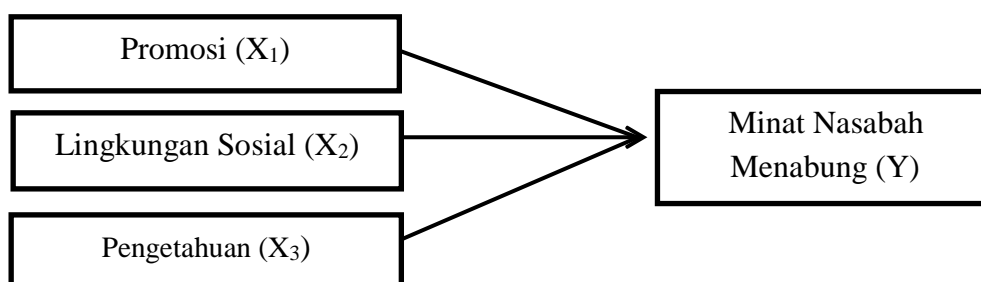
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sunthar Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sunthar Jambi

diputuskan akan meneliti mengenai pengaruh faktor promosi, lingkungan sosial dan pengetahuan terhadap minat nasabah menabung pada bank syariah. Berdasarkan teori, semakin tinggi promosi maka akan di iringi dengan semakin tingginya tingkat pengetahuan yang pada akhirnya mengarah pada minat menabung. Dan semakin tinggi lingkungan sosial akan berpengaruh terhadap tingginya pengetahuan yang pada akhirnya mengarah pada minat menabung. Berdasarkan hasil analisa penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti-peneliti terdahulu serta penjabaran teori mengenai masing-masing variabel, maka dapat dirumuskan kerangka pemikiran sebagaimana berikut:

Gambar 2.2

Kerangka Pemikiran



D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara antara pertanyaan penelitian yang diajukan terhadap masalah yang telah dirumuskan. Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:²²

1. H₁ : Ada pengaruh antara promosi terhadap minat nasabah menabung pada Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Tungkal.
2. H₂ : Ada pengaruh antara lingkungan sosial terhadap minat nasabah menabung pada Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Tungkal.
3. H₃ : Ada pengaruh antara pengetahuan dengan minat nasabah menabung pada Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Tungkal.

²² Sayuti Una, "Pedoman Penulisan Skripsi." (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014), Hlm.29.



H₄ : Ada pengaruh variabel promosi, lingkungan sosial dan pengetahuan terhadap minat nasabah menabung pada Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Tungkal.

@ Hak cipta milik UIN Suttha Jambi

State Islamic University of Sulthan Thaha Saifuddin Jambi



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTHAN THAHA SAIFUDDIN
J A M B I

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suttha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suttha Jambi

BAB III METODE PENELITIAN

A. Objek Penelitian

Didalam sebuah penelitian hal yang paling penting adalah objek penelitian, karena objek penelitian merupakan sumber informasi dalam penelitian yang akan dilakukan. Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah nasabah yang menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Tungkal. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Desember 2021 sampai dengan selesai

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian bagian dan fenomena serta hubungan antara bagian dan fenomena tersebut. Menurut Whitne Y, menyatakan bahwa metode deskriptif adalah pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat. Penelitian deskriptif mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat serta tata cara yang berlaku dalam masyarakat dan situasi-situasi tertentu, termasuk tentang hubungan, kegiatan sikap, pandangan, serta proses yang sedang berlangsung dan berpengaruh dari suatu fenomena.²³

Fokus penelitian ini dilakukan dikantor Unit Bank Syariah Indonesia KC Kuala Tungkal Kecamatan Tungkal Ilir dan berfokus pada variabelnya. Variabel penelitian ini adalah Promosi (X1) Lingkungan Sosial (X2) Pengetahuan (X3) merupakan variabel bebas/independent (X) dan minat nasabah menabung merupakan variabel terikat/dependent (Y). Seperti yang digambarkan pada tabel berikut ini:

²³ Dkk, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Muamalah*.

Tabel 3.1
Variabel Penelitian

| No | Variabel | Independent | Dependent |
|----|----------------|-------------------|------------------------|
| 1 | X ₁ | Promosi | |
| 2 | X ₂ | Lingkungan Sosial | |
| 3 | X ₃ | Pengetahuan | |
| 4 | Y | | Minat Nasabah Menabung |

C. Jenis dan Sumber data

Dalam penelitian ini terdapat dua jenis data yang digunakan yaitu data primer dan sekunder. Adapun data primer dan sekunder yaitu:

1. Data Primer

Data primer yaitu data yang di peroleh dari hasil penelitian langsung di lapangan pada objek penelitian. Data tangan pertama atau yang dikenal sebagai data primer seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang dilakukan peneliti. Adapun yang menjadi data primer dari penelitian ini adalah hasil kuesioner yang akan diberikan kepada nasabah yang menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Tungkal.²⁴

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data atau sejumlah keterangan yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui perantara. Data-data yang diperoleh dari sumber-sumber lain sebagai pendukung yang dipandang berkaitan dengan pokok kajian yang diteliti. Dalam penelitian ini yang dimaksud data sekunder adalah data-data yang mendukung data primer.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan salah satu hal yang esensial dan perlu mendapat perhatian dengan seksama apabila peneliti ingin menyimpulkan suatu hasil

²⁴ Usma Husaini, *Metodologi Penelitian Sosial*. (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2018). Hlm

yang dapat dipercaya dan tepat guna untuk objek penelitiannya.²⁵ Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah pada Bank BSI KCP Kuala Tungkal yang berjumlah 1.793 orang.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Sampel yang digunakan oleh penelitian ini adalah *Probability Sampling*, *Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.²⁶ Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah simple random sampling dikatakan simpel (sederhana) karena pengambilan anggota dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.

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

Keterangan :

n : Sampel

N : Jumlah Populasi

e : *error* (kesalahan yang diterima)

Dengan menggunakan margin sebesar 10% maka jumlah sampel yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

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

²⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D, Cet. Ke-20*, (Bandung: Alfabet 2014.) Hlm 23.

²⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D, Cet. Ke-20*, (Bandung: Alfabet 2014.) Hlm. 27.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suttha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suttha Jambi

$$n = \frac{1973}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{1973}{1 + 1973 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{1973}{1 + 19,73}$$

n = dihasilkan 95,17 (dibulatkan menjadi 95)

Jadi jumlah sampel yang didapat dilapangan lalu diolah menggunakan rumus slovin maka didapatkan hasil sebanyak 95 responden.

E. Teknik Pengumpulan Data

Terdapat dua hal utama hal yang mempengaruhi kualitas data hasil penelitian, yaitu kualitas instrument penelitian dan kualitas penelitian data. Kualitas instrument penelitian berkenaan dengan validitas dan reabilitas instrument dan kualitas penelitian data berkenaan dengan ketepatan dan cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data. Penelitian ini menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yang merupakan kombinasi dari empat pengumpulan data yaitu:²⁷

1. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis pada responden untuk di jawabnya. Adapun pertanyaan dalam kuesioner diberikan bobot dengan pengukuran berdasarkan skala likert. Skala likert digunakan untuk melihat pengaruh persepsi nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Tungkal. Setiap jawaban dari angket disediakan lima alternatif jawaban skor yaitu:

²⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D, Cet. Ke-20*, (Bandung: Alfabet 2014). Hlm 35.

Tabel 3.2

Alternatif Jawaban Kuesioner

| Jawaban | Nilai |
|---------------------------|-------|
| SS (Sangat Setuju) | 5 |
| S (Setuju) | 4 |
| N (Netral) | 3 |
| KS (Kurang Setuju) | 2 |
| STS (Sangat Tidak Setuju) | 1 |

2. Observasi

Dalam penelitian yang akan dilakukan ini, penulis melihat perlu adanya pengamatan baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap objek yang diteliti. Teknik pengumpulan data dalam observasi digunakan bila, penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala dalam alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.

3. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan untuk menelaah dan mengolah data. Pada tahap selanjutnya, penulis melakukan pengkajian data yang dibutuhkan yaitu mengenai jenis data yang dibutuhkan dan kesediaan data. Data berupa dokumentasi seperti ini bisa dipakai untuk menggali informasi yang terjadi dimasa silam. Penulis perlu memiliki kepekaan teoritik untuk memaknai semua dokumen tersebut sehingga tidak sekedar barang yang tidak bermakna.

F. Definisi Operasional Variabel

Agar penelitian ini dapat dilaksanakan sesuai dengan yang perlu dipahami, berbagai unsur-unsur yang menjadi dasar penelitian yang termuat dalam operasional variabel penelitian. Berikut penjelasannya :



Tabel 3.3

Operasional Variabel

| Variabel | Definisi Operasional | Indikator | Skala |
|-------------------------------------|---|---|--------|
| Promosi (X ₁) | Menurut Tjiptono Promosi merupakan kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh pemasar untuk memberikan informasi suatu produk dan mendorong konsumen agar melakukan pembelian produk tersebut. | <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Advertising</i> (periklanan) 2. <i>Sales Promotion</i> (promosi penjualan) 3. <i>Publicity</i> (publisitas) 4. <i>Personal Selling</i> (penjualan pribadi) | Likert |
| Lingkungan Sosial (X ₂) | Menurut Sartain pada buku Dalyono Lingkungan sosial merupakan bagian dari lingkungan hidup, merupakan wilayah tempat berlangsungnya interaksi sosial antar berbagai kelompok, beserta pranata, simbol dan norma, dan terkait dengan | <ol style="list-style-type: none"> 1. Lingkungan Sekolah 2. Lingkungan Keluarga 3. Lingkungan Masyarakat | Likert |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suttha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suttha Jambi

| | | | |
|-------------------------------|---|--|--------|
| | lingkungan alam dan lingkungan binaan/buatan. | | |
| Pengetahuan (X ₃) | Menurut Vina Sri Yuniarti Pengetahuan merupakan hal yang cukup penting dalam pengambilan keputusan sebelum melakukan pembelian. Pengetahuan yang dimiliki terkait dengan bank syariah tentunya dapat mempengaruhi daya tarik nasabah. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengetahuan tentang Bank Syariah 2. Pengetahuan tentang manfaat Bank Syariah 3. Pengetahuan tentang kepuasan konsumen yang diberikan Bank Syariah | Likert |
| Minat (Y) | Menurut Shaleh Abdul Rahman dalam buku Psikologi suatu pengetahuan dalam perspektif Islam Minat (<i>interest</i>), adalah keadaan mental yang menghasilkan respon terarah kepada sesuatu, situasi atau objek tertentu yang menyenangkan dan | <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengenalan Produk 2. Kebutuhan 3. Pengaruh Eksternal 4. Kesadaran 5. Faktor Sosial dan Budaya | Likert |



| | | | |
|--|-----------------------------------|--|--|
| | memberikan kepuasan kepadanya. | | |
|--|-----------------------------------|--|--|

G. Metode Analisis Data

Untuk mendukung hasil penelitian, data penelitian yang diperoleh akan dianalisa dengan alat statistik melalui bantuan program *SPSS*. Adapun pengujian-pengujian yang akan dilakukan adalah :

1. Uji Coba Statistik

a. Uji Validitas

Validitas merupakan hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang akan diteliti. Jika dalam objek berwarna merah, sedangkan data yang terkumpul memberikan data berwarna putih, maka hasil penelitian tidak valid. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Untuk menguji validitas, dilakukan dengan cara analisis faktor, ialah dengan mengkorelasikan skor faktor dengan skor total. Dengan ketentuan jika korelasi tiap faktor tersebut positif dan besarnya 0,3 keatas ($> 0,3$), maka dapat disimpulkan bahwa instrument memiliki validitas yang baik²⁸

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan hasil penelitian bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Jika dalam objek kemarin berwarna merah, maka sekarang dan besok tetap berwarna merah. Instrumen yang realibel jika instrumen yang digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.

²⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D, Cet. Ke-26*. (Bandung: Alfabet, 2017), Hlm 45.

Nilai Cronbach Alpha > 0,6 menunjukkan bahwa kuesioner untuk mengukur suatu variabel tersebut ialah reliabel. Maka sebaliknya, jika nilai *Nilai Cronbach Alpha* < 0,6 menunjukkan bahwa kuesioner untuk mengukur variabel tidak reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik untuk menguji suatu model yang termasuk layak atau tidak layaknya digunakan dalam sebuah penelitian. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik dan layak digunakan dalam penelitian yaitu memiliki nilai residual yang berdistribusi normal. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov* untuk dapat mengetahui apakah data dalam penelitian ini merupakan jenis data yang berdistribusi normal.²⁹

b. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas ialah bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas dalam suatu model regresi linier berganda. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel (independen). Multikolinieritas dapat dilihat dari nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF). Nilai yang dipake menunjukkan adanya multikolinieritas yaitu nilai Tolerance $\geq 0,10$ atau sama dengan VIF ≤ 10 .

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas yaitu untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan yang lain. Permasalahan heterokedastisitas teletak pada varian residual yang bersifat tidak konstan ataupun tidak sama. Dalam model penelitian

²⁹ Imam Ghozali, *Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. (Semarang: Universitas Diponegoro, 2017) Hlm.24.

regresi linear berganda yang baik adalah tidak terdeteksi adanya heterokedastisitas. Dalam penelitian ini, pendeteksian terhadap merupakan nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan SRESID (nilai residuannya).

3. Uji Hipotesis

a. Analisis Regrsi Berganda

Analisis regresi berganda yaitu hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel dependen (Y) Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif terhadap variabel dependen dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai independen mengalami kenaikan atau penurunan.

Adapun rumus yang dipakai disesuaikan dengan jumlah variabel yang diteliti yaitu :

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

Keterangan :

Y = Minat Nasabah Menabung

α = Konstanta

X_1 = Promosi

X_2 = Lingkungan Sosial

X_3 = Pengetahuan

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = Bilangan koefisien masing-masing variabel

e = eror

b. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Intinya menemukan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam membuktikan variasi variabel dependen. Penerimaan atau penolakan hipotesis menggunakan kriteria :

1. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikan $\leq 0,05$ maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen tersebut mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

c. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen. Untuk menguji hipotesis ini dipergunakan statistik f dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut :³⁰

1. Membandingkan nilai f hasil perhitungan dengan nilai f menurut table, maka H_0 ditolak dan menerima H_a .
2. Jika nilai signifikan $\alpha < 0,05$, maka H_0 ditolak yang berarti bahwa ada pengaruh secara simultan variabel independen terhadap variabel dependen. Sedangkan jika nilai signifikan $\alpha > 0,05$, maka H_0 diterima yang berarti bahwa tidak terdapat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

³⁰ Ulber Silalahi, *Metode Penelitian Sosial*. (Bandung: PT Refika Aditama, 2009), Hlm 45.

Kriteria penguji :

1. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima
 2. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak
- d. Uji Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi pada dasarnya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai determinasi yaitu antara 0 dan 1. Nilai R^2 yang kecil berarti variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi-variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir seluruh informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Penelitian dengan judul “Pengaruh Promosi, Lingkungan Sosial dan Pengetahuan Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Tungkal” ini menggunakan statistik dekriptif dengan teknik analisis regresi linier berganda untuk menguji hipotesis terlebih dahulu dilakukan uji persyaratan analisis yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.

1. Uji Coba Statistik

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan/pernyataan pada suatu kuesioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian untuk menentukan valid atau tidaknya dengan membandingkan nilai R_{hitung} dengan nilai R_{tabel} : Jika $R_{hitung} > R_{tabel} = \text{Valid}$ sebaliknya Jika $R_{hitung} < R_{tabel} = \text{Tidak Valid}$.

Cara menentukan R_{tabel} yaitu dengan acuan utama yang digunakan untuk membaca nilai R_{tabel} adalah dengan melihat banyaknya jumlah sampel atau N ataupun dapat juga mengacu pada nilai df (derajat kebebasan). Pada R_{tabel} mengacu pada df dimana $df = (N-2)$. Dimana jumlah responden atau N sebanyak $95-2 = 93$, dapat dilihat dari table r jumlah responden 93 pada tingkat signifikansi 0,05 sebesar 0,169.

1) Promosi (X_1)

Tabel 4.2
Hasil Uji Validitas Promosi

| Item Pertanyaan | R_{hitung} | R_{tabel} | Keterangan |
|-----------------|--------------|-------------|------------|
| 1 | 0,533 | 0,169 | Valid |
| 2 | 0,727 | 0,169 | Valid |
| 3 | 0,756 | 0,169 | Valid |
| 4 | 0,708 | 0,169 | Valid |

Dari tabel hasil uji validitas untuk variabel Promosi (X_1) terhadap Minat Nasabah Menabung pada Bank Syariah Indonesia (Y), maka dapat dikatakan bahwa indikator atau pertanyaan yang diajukan valid, karena setiap pertanyaan menghasilkan koefisien R_{hitung} yang lebih besar dari R_{tabel} . Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua indikator atau pertanyaan yang diajukan sudah valid dan dapat dilakukan analisis selanjutnya.

2) Lingkungan Sosial (X_2)

Tabel 4.3
Hasil Uji Validitas Lingkungan Sosial

| Item Pertanyaan | R_{hitung} | R_{tabel} | Keterangan |
|-----------------|--------------|-------------|------------|
| 1 | 0,592 | 0,169 | Valid |
| 2 | 0,726 | 0,169 | Valid |
| 3 | 0,827 | 0,169 | Valid |
| 4 | 0,858 | 0,169 | Valid |
| 5 | 0,411 | 0,169 | Valid |

Dari tabel hasil uji validitas untuk variabel Lingkungan Sosial (X_2) terhadap Minat Nasabah

Menabung pada Bank Syariah Indonesia (Y), maka dapat dikatakan bahwa indikator atau pertanyaan yang diajukan valid, karena setiap pertanyaan menghasilkan koefisien R_{hitung} yang lebih besar dari R_{tabel} . Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua indikator atau pertanyaan yang diajukan sudah valid dan dapat dilakukan analisis selanjutnya.

3) Pengetahuan (X_3)

Tabel 4.4

Hasil Uji Validitas Pengetahuan

| Item Pertanyaan | R_{hitung} | R_{tabel} | Keterangan |
|------------------------|--------------------------------|-------------------------------|-------------------|
| 1 | 0,524 | 0,169 | Valid |
| 2 | 0,709 | 0,169 | Valid |
| 3 | 0,874 | 0,169 | Valid |
| 4 | 0,756 | 0,169 | Valid |
| 5 | 0,367 | 0,169 | Valid |

Dari tabel hasil uji validitas untuk variabel Pengetahuan (X_3) terhadap Minat Nasabah Menabung pada Bank Syariah Indonesia (Y), maka dapat dikatakan bahwa indikator atau pertanyaan yang diajukan valid, karena setiap pertanyaan menghasilkan koefisien R_{hitung} yang lebih besar dari R_{tabel} . Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua indikator atau pertanyaan yang diajukan sudah valid dan dapat dilakukan analisis selanjutnya.

4) Minat (Y)

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Minat

| Item Pertanyaan | R_{hitung} | R_{tabel} | Keterangan |
|-----------------|--------------|-------------|------------|
| 1 | 0,579 | 0,169 | Valid |
| 2 | 0,655 | 0,169 | Valid |
| 3 | 0,569 | 0,169 | Valid |
| 4 | 0,720 | 0,169 | Valid |
| 5 | 0,669 | 0,169 | Valid |

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas setiap pertanyaan menghasilkan koefisien R_{hitung} yang lebih besar dari R_{tabel} . Dengan kata lain, untuk variabel Minat Nasabah Menabung Pada Bank Syariah Indonesia (Y) adalah Valid.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Butir pertanyaan dikatakan reliabel apabila jawaban seseorang terhadap pertanyaan/pernyataan adalah konsisten. Suatu variabel dikatakan reliabel jika *Nilai Cronbach alpha* $> 0,6$ menunjukkan bahwa kuesioner untuk mengukur suatu variabel tersebut ialah reliabel. Maka sebaliknya, jika nilai *Nilai Cronbach alpha* $< 0,6$ menunjukkan bawa kuesioner untuk mengukur variabel tidak reliabel.

Tabel 4.6**Hasil Uji Reliabilitas Promosi (X₁)****Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| ,603 | 4 |

Hasil pengujian terhadap reliabilitas koesioner menghasilkan angka Cronbech's Alpa sebesar 0,603. Hal ini dapat dinyatakan bahwa semua pertanyaan dari variabel promosi teruji reliabilitas karena Cronbech's Alpa $> 0,6$ sehingga dinyatakan Reliabel.

Tabel 4.7**Hasil Uji Reliabilitas Lingkungan Sosial (X₂)****Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| ,708 | 5 |

Hasil pengujian terhadap reliabilitas koesioner menghasilkan angka Cronbech's Alpa sebesar 0,708. Hal ini dapat dinyatakan bahwa semua pertanyaan dari variabel lingkungan sosial teruji reliabilitas karena Cronbech's Alpa $> 0,6$ sehingga dinyatakan Reliabel.

Tabel 4.8
Hasil Uji Reliabilitas Pengetahuan (X₃)

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| ,652 | 5 |

Hasil pengujian terhadap reliabilitas koefisien menghasilkan angka Cronbach's Alpha sebesar 0,652. Hal ini dapat dinyatakan bahwa semua pertanyaan dari variabel lingkungan sosial teruji reliabilitas karena Cronbach's Alpha > 0,6 sehingga dinyatakan Reliabel.

Tabel 4.9
Hasil Uji Reliabilitas Minat Nasabah (Y)

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| ,627 | 5 |

Hasil pengujian terhadap reliabilitas koefisien menghasilkan angka Cronbach's Alpha sebesar 0,627. Hal ini dapat dinyatakan bahwa semua pertanyaan dari variabel minat nasabah menabung teruji reliabilitas karena Cronbach's Alpha > 0,6 sehingga dinyatakan Reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi berdistribusi

secara normal atau tidak. Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov test* (K-S). besarnya nilai K-S dengan nilai K-S dengan nilai signifikan diatas 0,05. Berikut adalah hasil dari uji *Kolmogorof-Smirnov*:

Tabel 4.10
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N | | 95 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | ,0000000 |
| | Std. Deviation | 2,08925386 |
| Most Extreme Differences | Absolute | ,129 |
| | Positive | ,082 |
| | Negative | -,129 |
| Test Statistic | | ,129 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | ,187 ^c |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan tabel perhitungan rumus *one-sample kolmogorov-smirnov* menggunakan program IBM SPSS *statistic 20* diatas pada baris asymp. Sig dari hasil uji normalitas menunjukkan bahwa variabel penelitian menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,187 lebih besar dari 0,05. Dengan demikian

dapat disimpulkan bahwa semua variabel penelitian berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*). Cara menguji multikolinieritas yaitu dengan cara melihat nilai VIF masing-masing variabel independen, jika nilai $VIF < 10$ maka dapat disimpulkan data bebas dari gejala multikolinieritas.⁶² Adapun hasil uji multikolinieritas pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.11
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 (Constant) | 3,796 | ,624 | | 5,080 | ,000 | | |
| X1 | ,464 | ,080 | ,473 | 5,807 | ,000 | ,567 | 1,764 |
| X2 | ,125 | ,031 | ,201 | 4,830 | ,000 | ,473 | 2,114 |
| X3 | ,282 | ,065 | ,353 | 4,326 | ,000 | ,496 | 2,016 |

a. Dependent Variable: Y

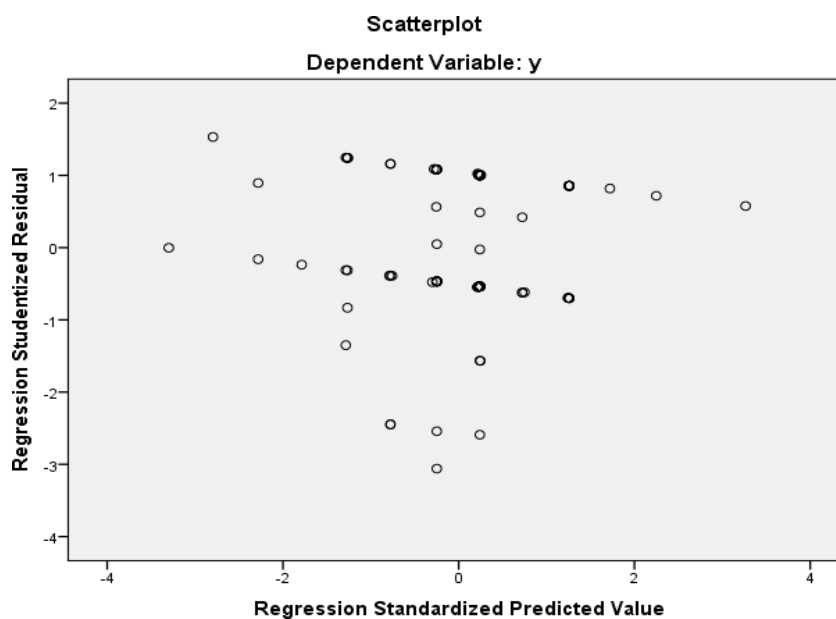
Dari table 4.11 tersebut dapat diketahui bahwa tingkat promosi (X_1) nilai tolerance $0,567 > 0,10$ dan nilai VIF $1,764 < 10$, tingkat lingkungan sosial (X_2) nilai tolerance $0,473 > 0,10$ dan nilai VIF $2,114 < 10$,

tingkat pengetahuan (X_3) nilai tolerance $0,496 > 0,10$ dan nilai VIF $2,016 < 10$. Jadi bisa disimpulkan bahwa seluruh variabel tidak terjadi multikolinieritas karena nilai tolerance lebih dari $0,10$ dan nilai VIF lebih kecil dari 10 .

c. Uji Heteroskedasitas

Heteroskedasitas dapat diartikan sebagai uji yang menilai apakah ada ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada modal regresi ini.

Gambar 4.4
Uji Heteroskedasitas



Berdasarkan gambar diatas, memperlihatkan bahwa titik- titik pada scatter plot menyebar secara acak dan tidak membentuk pola yang jelas, sehingga dapat disimpulkan bahwa pada data tidak terjadi masalah heterokedastisitas.

3. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Berganda

Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel promosi, lingkungan sosial dan pengetahuan terhadap minat nasabah menabung.

Tabel 4.12
Analisis Regresi Berganda

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 3,796 | ,624 | | 5,080 | ,000 |
| | x1 | ,464 | ,080 | ,473 | 5,807 | ,000 |
| | x2 | ,125 | ,031 | ,201 | 4,830 | ,000 |
| | x3 | ,282 | ,065 | ,353 | 4,326 | ,000 |

a. Dependent Variable: y

Persamaan regresi yang dihasilkan adalah:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

$$Y = 3,796 + 0,464X_1 + 0,125X_2 + 0,282X_3 + e$$

Di mana:

Y = Minat Nasabah Menabung

a = Nilai Konstanta

X₁ = Promosi

X₂ = Lingkungan Sosial

X₃ = Pengetahuan

b₁b₂b₃ = Koefisien masing-masing faktor

e = Standar Error

Penjelasan dari persamaan diatas adalah sebagai berikut:

- 1 Nilai konstanta sebesar 3,796 menunjukkan bahwa jika

- semua variabel *independent* adalah nol, maka tingkat minat nasabah menabung yang dihasilkan sebesar 3,796.
- 2 Nilai koefisien promosi adalah sebesar 0,464 yang berarti setiap peningkatan variabel promosi dinaikan 1 point atau satu-satuan, maka minat bertransaksi akan meningkatkan variabel minat nasabah menabung sebesar 0,464.
 - 3 Nilai koefisien lingkungan sosial adalah sebesar 0,152 yang berarti setiap peningkatan variabel lingkungan sosial sebesar 1 point atau satu-satuan maka akan meningkatkan variabel minat nasabah menabung sebesar 0,152.
 - 4 Nilai koefisien pengetahuan adalah sebesar 0,282 yang berarti setiap penambahan 1 point pengetahuan maka akan menambah minat nasabah menabung sebesar 0,282.

b. Uji Parsial (Uji t)

Uji-t digunakan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing indikator dari variable bebas terhadap variable terikat. Uji-t dikatakan dengan cara membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} . Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai sig $< 0,05$ maka dapat dinyatakan bahwa variable independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variable dependen yaitu minat bertransaksi. Sedangkan, jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai sig $> 0,05$ maka dapat dinyatakan bahwa variable independen tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variable dependen yaitu minat bertransaksi. Nilai t_{tabel} yang dihasilkan dari table t. dasar pengambilan keputusan untuk uji t parsial Untuk mengetahui nilai t_{tabel} yaitu sebagai berikut:

Formula Rumus Menentukan Ttabel

$$DF = N - K$$

Keterangan:

K = Jumlah Variabel

N = Jumlah Responden Taraf Signifikan = 0,05 Diketahui:

$K = 3 (X_1+X_2+X_3) + 1(Y) = 4$ Variabel

$N = 95$ Responden dalam sampel

Jawaban:

$DF = N-K$

$DF = 95-4$

$DF = 91$

Untuk mengetahui t_{tabel} melihat terlebih dahulu di lembaran statistic dengan melihat bagian kolom ke-91 yaitu sebesar 1.661. jadi nilai t_{tabel} dalam penelitian ini yaitu sebesar 1.661 nilai. Uji t dikatakan berpengaruh jika $t_{hitung} > 1.661$. Hasil perhitungan uji t dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 4.13

Uji-T

Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 3,796 | ,624 | | 5,080 | ,000 |
| x1 | ,464 | ,080 | ,473 | 5,807 | ,000 |
| x2 | ,125 | ,031 | ,201 | 4,830 | ,000 |
| x3 | ,282 | ,065 | ,353 | 4,326 | ,000 |

a. Dependent Variable: y

Untuk mengetahui seberapa berpengaruh variabel bebas (promosi, lingkungan sosial, pengetahuan) terhadap variabel terikat (minat nasabah menabung) bisa di lihat dari nilai signifikan variabelnya yaitu sebagai berikut:

a) Hipotesis 1 : Diduga promosi berpengaruh terhadap minat nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Tungkal

Berdasarkan hasil perhitungan data tersebut diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh promosi terhadap minat nasabah menabung adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 5,807 > t_{tabel} 1,661$, maka dapat disimpulkan bahwa H1 dapat diterima yang berarti variabel promosi berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Tungkal

- b) Hipotesis 2 : Diduga lingkungan sosial berpengaruh terhadap minat nasabah mnabung di Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Tungkal.

Berdasarkan hasil perhitungan data tersebut diketahui nilai signifikansi pengaruh lingkungan sosial terhadap minat nassabah menabung adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai thitung $4,830 > ttabel 1,661$, maka dapat disimpulkan bahwa H2 dapat diterima yang berarti variabel lingkungan sosial berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Tungkal

- c) Hipotesis 3 : Diduga pengetahuan terhadap minat nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Tungkal

Berdasarkan hasil perhitungan data tersebut diketahui nilai signifikansi pengaruh pengetahuan terhadap minat nasabah menabung adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai thitung $4,326 > tabel 1,661$, maka dapat disimpulkan bahwa H3 dapat diterima yang berarti variabel pengetahuan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Tungkal.

c. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen. Hasil uji F dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.14**Hasil Uji F****ANOVA^a**

| Model | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|-------|-------------------|
| 1 | Regression | 59,536 | 3 | 19,845 | 7,771 | ,000 ^b |
| | Residual | 232,401 | 91 | 2,554 | | |
| | Total | 291,937 | 94 | | | |

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x3, x1, x2

Hipotesis 4 : Diduga promosi, lingkungan sosial dan pengetahuan berpengaruh secara bersamaan terhadap minat nasabah menabung.

Dari hasil uji F yang dikemukakan pada tabel diatas maka dapat di interpretasikan hasil uji F yaitu promosi, lingkungan sosial dan pengetahuan bersamaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menabung karena nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} atau $7,771 > 1,661$ dan nilai signifikan yang dihasilkan $0,000 < 0,05$. Keputusan hipotesisnya adalah variabel promosi, lingkungan sosial dan pengetahuan secara bersamaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menabung sehingga H_a diterima dan H_o ditolak.

d. Uji Determinasi (R^2)

Uji determinasi memiliki fungsi untuk menjelaskan sejauh mana kemampuan variabel independen (promosi, lingkungan sosial, dan pengetahuan) terhadap variabel dependen (minat nasabah menabung) dengan melihat R square. Hasil koefisien determinasi dapat dilihat pada table dibawah ini:

Tabel 4.15
Hasil Uji Determinasi (R^2)

Model Summary

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | ,817 ^a | ,668 | ,657 | 2,00643 |

a. Predictors: (Constant), x3, x2, x1

Tabel diatas menjelaskan besarnya korelasi/hubungan (R) yaitu sebesar 0,817 dan dijelaskan besaran presentase pengaruh bebas terhadap variabel terikat yang disebut koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,657 yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas (promosi, lingkungan sosial dan pengetahuan) terhadap variabel terikat (minat nasabah menabung) adalah sebesar 65,7% sedangkan sisanya yakni sebesar 34,3% dipengaruhi oleh faktor-faktor diluar variabel ini.

B. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh faktor promosi, lingkungan sosial dan pengetahuan terhadap minat nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Tungkal. Adapun uraian masing-masing variabel sebagai berikut:

Pengaruh promosi, lingkungan sosial dan pengetahuan terhadap minat nasabah menabung pada Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Tungkal secara persial

1. Pengaruh promosi terhadap minat nasabah menabung pada Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Tungkal

Berdasarkan hasil uji output *SPSS IBM 20* yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa pada saat pengujian kualitas data semua pernyataan yang ada pada kuesioner dinyatakan valid dan untuk nilai reabilitas didapatkan nilai diatas standar maka dapat dikatakan bahwa kuesioner dinyatakan reliable untuk melakukan

pengujian selanjutnya. Berdasarkan hasil uji statistic t diperoleh nilai signifikan untuk variabel promosi sebesar 0,000 nilai ini lebih kecil dari 0,05 dan nilai t_{hitung} sebesar 5,807 lebih besar dari t_{tabel} 1,661 maka dapat disimpulkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi di Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Tungkal. Hal ini menunjukkan bahwa promosi yang diberikan Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Tungkal sudah cukup baik.

Promosi merupakan suatu komunikasi dari pihak Bank dan nasabah yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku calon nasabah dari yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal produk/jasa yang ditawarkan oleh pihak Bank Syariah Indonesia.

Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Tungkal melakukan promosi dengan memberikan iklan yang baik dan jelas dengan menggunakan media seperti brosur, pemasangan spanduk dan lain sebagainya yang memberikan informasi lengkap mengenai Bank Syariah baik visi-misi, produk atau jasa, sehingga masyarakat mendapatkan informasi yang lengkap mengenai Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Tungkal dan menarik masyarakat untuk menjadi nasabah.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Wiwit Ayu Dwi Rahmawati yang dimana hasil penelitiannya yaitu promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menabung pada Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Tungkal.

2. Pengaruh lingkungan sosial terhadap minat nasabah menabung pada Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Tungkal

Berdasarkan hasil uji output *SPSS* IBM 20 yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa pada saat pengujian kualitas data semua pernyataan yang ada pada kuesioner dinyatakan valid dan

untuk nilai reabilitas didapatkan nilai diatas standar maka dapat dikatakan bahwa kuesioner dinyatakan reliable untuk melakukan pengujian selanjutnya. Berdasarkan hasil uji statistic t diperoleh nilai signifikan untuk variabel lingkungan sosial sebesar 0,000, nilai ini lebih kecil dari 0,05 dan nilai t_{hitung} sebesar 4,830 lebih besar dari t_{tabel} 1,661, maka dapat disimpulkan bahwa lingkungan sosial berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah menabung pada Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Tungkal.

Artinya lingkungan sosial sebagai dasar pengajaran faktor yang mempengaruhi tingkah laku individu dan merupakan faktor yang penting. Lingkungan sosial bagi individu meliputi lingkungan keluarga, lingkungan sekolah dan lingkungan masyarakat. Artinya semakin banyak teman atau keluarga yang menggunakan Bank Syariah maka akan semakin tinggi minat seseorang untuk menabung di Bank Syariah Indonesia.

Hasil penelitian ini didukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fifi Zuriatul Casui yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara lingkungan sosial terhadap minat menabung santri di Bank Syariah. Dengan peningkatan lingkungan sosial maka akan diiringi oleh peningkatan minat menabung nasabah.

3. Pengaruh pengetahuan terhadap minat nasabah menabung pada Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Tungkal.

Berdasarkan hasil uji output *SPSS IBM 20* yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa pada saat pengujian kualitas data semua pernyataan yang ada pada kuesioner dinyatakan valid dan untuk nilai reabilitas didapatkan nilai diatas standar maka dapat dikatakan bahwa kuesioner dinyatakan reliable untuk melakukan pengujian selanjutnya. Berdasarkan hasil uji statistic t diperoleh nilai signifikan untuk variabel pengetahuan sebesar 0,000, nilai ini lebih kecil dari 0,05 dan nilai t_{hitung} sebesar 4,326 lebih besar dari

$t_{\text{tabel}} 1,661$, maka dapat disimpulkan bahwa pengetahuan berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah menabung pada Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Tungkal.

Seseorang yang mempunyai informasi berupa pengetahuan mengenai Bank Syariah berarti lebih mengenal Bank Syariah baik langsung maupun tidak langsung. Seseorang yang mengetahui Bank Syariah kemungkinan besar akan menabung di Bank Syariah. Artinya, semakin tinggi pengetahuan masyarakat Kuala Tungkal terhadap Bank Syariah maka akan semakin tinggi pula minat menabung di Bank Syariah.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dumasari Siregar yang menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung.

4. Pengaruh promosi, lingkungan sosial dan pengetahuan terhadap minat nasabah menabung pada Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Tungkal

Berdasarkan hasil uji output *SPSS IBM 20* dapat dibuktikan bahwa promosi, lingkungan sosial dan pengetahuan secara bersamaan berpengaruh terhadap minat nasabah menabung pada Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Tungkal, dilihat dari hasil uji f diperoleh hasil f_{hitung} sebesar $299,437 > f_{\text{tabel}}$ sebesar $2,70$ dengan $\text{sig } 0,000 < 0,05$. Hal ini berarti variabel promosi, lingkungan sosial dan pengetahuan secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung pada Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Tungkal.

Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat $65,7\%$ dari variabel promosi, lingkungan sosial dan pengetahuan berpengaruh terhadap minat nasabah menabung pada Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Tungkal. Sedangkan sisanya dari penelitian sebesar $34,3\%$ dipengaruhi oleh faktor lainnya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh promosi, lingkungan sosial dan pengetahuan terhadap minat nasabah menabung pada Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Tungkal maka dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan uji t yang telah dilakukan, variabel promosi berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah menabung pada Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Tungkal. Hal tersebut diketahui melalui nilai sig sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 5,807 > t_{tabel} 1,661$.
2. Berdasarkan uji t yang telah dilakukan, variabel lingkungan sosial berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah menabung pada Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Tungkal. Hal tersebut diketahui melalui nilai sig sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 4,830 > t_{tabel} 1,661$.
3. Berdasarkan uji t yang telah dilakukan, variabel pengetahuan berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah menabung pada Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Tungkal. Hal tersebut diketahui melalui nilai sig sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 4,326 > t_{tabel} 1,661$.
4. Dari hasil uji F maka dapat diinterpretasikan hasil uji F yaitu promosi, lingkungan sosial dan pengetahuan bersamaan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung karena nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} atau $7,771 > 1,661$ dan nilai signifikan yang dihasilkan $0,000 < 0,05$. Keputusan hipotesisnya adalah variabel promosi, lingkungan sosial dan pengetahuan secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung sehingga H_a diterima dan H_o ditolak.

B. Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat di kemukakan implikasi secara teoritis dan praktis sebagai berikut:

1. Implikasi Teoritis
 - a. Promosi yang tepat atau lebih intens lagi dapat berpengaruh terhadap minat menabung nasabah terhadap minat menabung nasabah terhadap Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Tungkal.
 - b. Lingkungan sosial di Kuala Tungkal dengan banyaknya kehadiran pondok pesantren menjadi nilai tambah terhadap Bank Syariah Indonesia dalam meningkatkan jumlah nasabah.
 - c. Pengetahuan masyarakat yang lebih terhadap Bank Syariah Indonesia juga diperlukan karna masyarakat dapat membedakan Bank Syariah Indonesia dan Bank Konvensional.

2. Implikasi Praktis

Hasil penelitian ini digunakan sebagai masukan bagi Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Tungkal dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah.

C. Saran

Adapun saran yang dapat diberikan dari hasil penelitian ini adalah :

1. Saran untuk Perbankan Syariah KCP Kuala Tungkal
 - a. BSI KCP Kuala Tungkal perlu meningkatkan lagi kegiatan promosi bahkan lebih intens bekerja sama dengan lembaga kemasyarakatan untuk lebih menciptakan lingkungan sosial yang baik, khususnya lingkungan anak muda guna mau menabung di Bank Syariah
 - b. BSI KCP Kuala Tungkal perlu meningkatkan lagi pengetahuan masyarakat umum, khususnya pengetahuan tentang Bank Syariah melalui berbagai kerja sama dengan lembaga masyarakat maupun melalui media seperti iklan pada majalah dan internet, televisi, koran serta pamflet.
2. Untuk peneliti selanjutnya
 - a. Diharapkan dapat meneliti lebih banyak responden sehingga bisa memperoleh hasil yang lebih variatif mengenai promosi, lingkungan sosial, pengetahuan terhadap minat menabung nasabah.
 - b. Diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya seperti menambahkan metode dan

analisis yang berbeda, variabel lain yang mempengaruhi tingkat minat nasabah untuk menabung, serta teori baru.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Haramain Al-Qur'an Terjemahan & Tajwid Berwarna*. Rasm Usmani, Standar Indonesia., New Edition (Bandung: Cordoba, 2018),
- Abdul Rahman Shaleh, Muhib Abdul Wahab" *Psikologi Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam*" Jakarta:Kencana, 2004.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. *Bank Syariah*. Jakarta: Gema Insani, 2001.
- Dokumentasi Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Tungkal
- Dkk, Boedi. *Metode Penelitian Ekonomi Islam Muamalah*. Bandung: Pustaka Setia, 2014.
- Dkk, Philip. *Manajemen Pemasaran Jilid 2 Edisi Ke 13*. Jakarta: Erlangga, 2008.
- Fajar Mujadid dan Pandu Tezar Nugroho, "*Pengaruh Pengetahuan Reputaasi, Lingkungan, Religiusitas Terhadap Minat Pelajar SMK Prodi Perbankan Syariah dalam Menabung di BSI*", Jurnal: Ekonomi Islam Volume 10 No.1, 2019.
- Fitra, Dkk. "Dampak Makro Ekonomi Terhadap Profitabilitas Perbankan Syariah Di Indonesia" 2 (2019): 312.
- Ghozali, Imam. *Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Universitas Di Ponogoro, 2017.
- Hasibuan, Malayu. *Dasar-Dasar Perbankan*. Yogyakarta: PT Grafindo, 2019.
- Ikit, "*Manajemen Dana Bank Syariah*" Yogyakarta:Media, 2018.
- Indriyo Bitosudarmo, "*Manajemen Pemasaran Edisi Kedua*" Yogyakarta:BPFE, 2000.
- Juni, Doni. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Alfabet, 2017.
- Karim, Adiwarmarman. *Bank Islam Analisis Fiqih Dan Keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013.
- Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana, 2018)
- Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D, Cet. Ke-20*. Bandung: Alfabet, 2014

- Mujib, Abdul. "Manajemen Strategi Promosi Produk Pembiayaan Perbankan Syariah" 1 (2016): 79.
- Purwanto Ngalim, "Ilmu Pendidikan Teoritis dan Praktis," Jakarta: Rosdakarya, 2011.
- Silalahi, Ulber. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT Refika Aditama, 2009.
- Sri Yuniarti, Vinna. *Perilaku Konsumen Teori Dan Praktik*. Bandung: Pustaka Setia, 2015.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D, Cet. Ke-20*. Bandung: Alfabet, 2014.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D, Cet. Ke-20*. Bandung: Alfabet, 2014.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D, Cet. Ke-20,*. Bandung: Alfabet, 2014.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D, Cet. Ke-26*. Bandung: Alfabet, 2017.
- Suryani. "Sistem Perbankan Islam Di Indonesia: Sejarah Dan Prospek Pengembangan" 3 (July 2012).
- "Tentang Kami - Informasi Perusahaan Bank Syariah Indonesia" diakses 26 Maret 2021, <https://www.bankbsi.co.id/company-information>
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi, 1998.
- Tri Astuti dan Rr Indah Mustikawati, "Pengaruh persepsi nasabah tentang tingkat suku bunga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung nasabah," *Nominal: Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen* 2, no.1 (2013)
- Una, Sayuti. "Pedoman Penulisan Skripsi" 2 (2014): 29.
- Usma, Husaini. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2018.

LAMPIRAN 1

KUESIONER PENELITIAN PENGARUH PROMOSI, LINGKUNGAN SOSIAL DAN PENGETAHUAN TERHADAP MINAT MENABUNG NASABAH PADA BANK SYARIAH INDONESIA KCP KUALA TUNGKAL

Kepada Yth.

Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Tungkal

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir (skripsi) di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, maka perkenalkan saya :

Nama : Wiwik Rahmayani

Nim : 502180079

Jurusan : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)

Memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/Saudari Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Tungkal untuk mengisi kuesioner yang saya ajukan ini. Besar harapan saya atas partisipasi Bapak/Ibu/Saudara/Saudari untuk pengisian lembar kuesioner, karena jawaban Bapak/Ibu/Saudara/Saudari merupakan kontribusi yang sangat berharga bagi peneliti.

Atas kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/Saudari dalam mengisi kuesioner ini, saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Hormat Saya,

(Wiwik Rahmayani)

A. Identitas Responden

Berilah tanda (√) pada salah satu pilihan dibawah ini sesuai dengan keadaan anda :

1. Nama :
2. Alamat :
3. Jenis Kelamin : Laki-Laki Perempuan
4. Usia : 20-29 Tahun 30-39 Tahun
 40-49 Tahun >50 Tahun
5. Pekerjaan : Pelajar/Mahasiswa pengusaha
 Petani Pegawai Swasta
 PNS/ABRI Lainnya (sebutkan)

6. Pendapatan : [] < Rp 1.000.000
 [] Rp 1.000.000 – Rp 3.000.000
 [] > Rp 3.000.000

B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Berilah tanda (√) pada jawaban yang tersedia sesuai dengan jawaban anda.

Keterangan :

- 1. Sangat Tidak setuju (STS)
- 2. Tidak Setuju (TS)
- 3. Netral (N)
- 4. Setuju (S)
- 5. Sangat Setuju (SS)

A. Variabel Promosi

| No | Pertanyaan | STS | TS | N | S | SS |
|----|---|-----|----|---|---|----|
| 1. | ya tertarik menggunakan produk Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Tungkal karena adanya hadiah atau cendramata yang diberikan | | | | | |
| 2. | ya tertarik menggunakan produk Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Tungkal karena sering melakukan kegiatan-kegiatan amal dilingkungan sekitar | | | | | |
| 3. | osur Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Tungkal membantu saya mengetahui/memahami produk-produk BSI | | | | | |
| 4. | aryawan Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Tungkal memberikan dorongan kepada saya untuk menggunakan produk-produk BSI | | | | | |

B. Variabel Lingkungan Sosial

| No | Pertanyaan | STS | TS | N | S | SS |
|----|--|-----|----|---|---|----|
| 1. | ya mengenal Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Tungkal dari dosen/guru saya | | | | | |
| 2. | ya mengenal Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Tungkal dari teman-teman saya | | | | | |
| 3. | ya mengenal Bank Syariah Indonesia KCP | | | | | |

| | | | | | | |
|----|--|--|--|--|--|--|
| | Kuala Tungkal dari orang tua dan saudara/kerabat saya | | | | | |
| 4. | ya tinggal dilingkungan yang banyak menggunakan Bank Syariah Indonesia | | | | | |
| 5. | ya mempunyai keluarga yang loyal terhadap Bank Syariah Indonesia | | | | | |

C. Variabel Pengetahuan

| No | Pertanyaan | STS | TS | N | S | SS |
|----|---|-----|----|---|---|----|
| 1. | ya meyakini bahwa terdapat badan pengawas yang mengawasi kegiatan Bank Syariah Indonesia agar nasabah merasa aman saat bertransaksi | | | | | |
| 2. | ya mengetahui dan paham tentang Bank Syariah Indonesia | | | | | |
| 3. | ya meyakini bahwa menabung menggunakan Bank Syariah Indonesia adalah halal karena bebas dari unsur riba/bunga | | | | | |
| 4. | ya meyakini bahwa produk-produk yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia adalah jujur dan sesuai dengan syariat Islam | | | | | |
| 5. | ya meyakini bahwa fasilitas dan pelayanan yang terdapat di Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Tungkal sangat membantu nasabah | | | | | |

D. Minat Menabung Nasabah

| No | Pertanyaan | STS | TS | N | S | SS |
|----|---|-----|----|---|---|----|
| 1. | ya tertarik menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Tungkal karena informasi dan pengalaman saya selama menabung | | | | | |
| 2. | ya tertarik menabung di Bank Syariah | | | | | |

| | | | | | | |
|----|--|--|--|--|--|--|
| | Indonesia KCP Kuala Tungkal karena mampu memenuhi kebutuhan nasabah | | | | | |
| 3. | ya tertarik menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Tungkal karena sesuai dengan ajaran Islam | | | | | |
| 4. | ya memilih menggunakan Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Tungkal karena lingkungan saya banyak menggunakan Bank Syariah Indonesia | | | | | |
| 5. | telah mengetahui tentang keharaman bunga Bank saya memutuskan untuk menggunakan Bank Syariah Indonesia | | | | | |

LAMPIRAN 2

Hasil Uji Validitas X

| | | Correlations | | | | |
|-------|---------------------|--------------|--------|--------|--------|--------|
| | | X1.1 | X1.2 | X1.3 | X1.4 | TOTX1 |
| X1.1 | Pearson Correlation | 1 | ,117 | ,166 | ,093 | ,533** |
| | Sig. (2-tailed) | | ,257 | ,107 | ,369 | ,000 |
| | N | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 |
| X1.2 | Pearson Correlation | ,117 | 1 | ,488** | ,396** | ,727** |
| | Sig. (2-tailed) | ,257 | | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 |
| X1.3 | Pearson Correlation | ,166 | ,488** | 1 | ,452** | ,756** |
| | Sig. (2-tailed) | ,107 | ,000 | | ,000 | ,000 |
| | N | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 |
| X1.4 | Pearson Correlation | ,093 | ,396** | ,452** | 1 | ,708** |
| | Sig. (2-tailed) | ,369 | ,000 | ,000 | | ,000 |
| | N | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 |
| TOTX1 | Pearson Correlation | ,533** | ,727** | ,756** | ,708** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | |
| | N | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 |

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

Correlations

| | X2.1 | X2.2 | X2.3 | X2.4 | X2.5 | TOTX2 |
|-----------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| X Pearson Correlation | 1 | ,260* | ,361** | ,391** | -,107 | ,592** |
| 2 Sig. (2-tailed) | | ,011 | ,000 | ,000 | ,303 | ,000 |
| · N | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 |
| 1 | | | | | | |
| X Pearson Correlation | ,260* | 1 | ,542** | ,586** | ,101 | ,726** |
| 2 Sig. (2-tailed) | ,011 | | ,000 | ,000 | ,329 | ,000 |
| · N | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 |
| 2 | | | | | | |
| X Pearson Correlation | ,361** | ,542** | 1 | ,707** | ,223* | ,827** |
| 2 Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | | ,000 | ,030 | ,000 |
| · N | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 |
| 3 | | | | | | |
| X Pearson Correlation | ,391** | ,586** | ,707** | 1 | ,270** | ,858** |
| 2 Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | | ,008 | ,000 |
| · N | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 |
| 4 | | | | | | |
| X Pearson Correlation | -,107 | ,101 | ,223* | ,270** | 1 | ,411** |
| 2 Sig. (2-tailed) | ,303 | ,329 | ,030 | ,008 | | ,000 |
| · N | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 |
| 5 | | | | | | |
| T Pearson Correlation | ,592** | ,726** | ,827** | ,858** | ,411** | 1 |
| O Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | |
| · N | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 |
| X | | | | | | |
| 2 | | | | | | |

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

Correlations

| | X3.1 | X3.2 | X3.3 | X3.4 | X3.5 | TOTX3 |
|-----------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| X Pearson Correlation | 1 | ,172 | ,336** | ,217* | -,152 | ,524** |
| 3 Sig. (2-tailed) | | ,095 | ,001 | ,035 | ,141 | ,000 |
| · N | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 |
| 1 | | | | | | |
| X Pearson Correlation | ,172 | 1 | ,593** | ,440** | ,077 | ,709** |
| 3 Sig. (2-tailed) | ,095 | | ,000 | ,000 | ,457 | ,000 |
| · N | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 |
| 2 | | | | | | |
| X Pearson Correlation | ,336** | ,593** | 1 | ,640** | ,274** | ,874** |
| 3 Sig. (2-tailed) | ,001 | ,000 | | ,000 | ,007 | ,000 |
| · N | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 |
| 3 | | | | | | |

| | | | | | | | |
|---|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| X | Pearson Correlation | ,217* | ,440** | ,640** | 1 | ,135 | ,756** |
| 3 | Sig. (2-tailed) | ,035 | ,000 | ,000 | | ,192 | ,000 |
| | N | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 |
| X | Pearson Correlation | -,152 | ,077 | ,274** | ,135 | 1 | ,367** |
| 3 | Sig. (2-tailed) | ,141 | ,457 | ,007 | ,192 | | ,000 |
| | N | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 |
| T | Pearson Correlation | ,524** | ,709** | ,874** | ,756** | ,367** | 1 |
| O | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | |
| T | N | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 |

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Validitas Y

Correlations

| | | Y1 | Y2 | Y3 | Y4 | Y5 | TOTY |
|------|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Y1 | Pearson Correlation | 1 | ,157 | ,126 | ,268** | ,253* | ,579** |
| | Sig. (2-tailed) | | ,128 | ,224 | ,009 | ,013 | ,000 |
| | N | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 |
| Y2 | Pearson Correlation | ,157 | 1 | ,204* | ,302** | ,262* | ,655** |
| | Sig. (2-tailed) | ,128 | | ,047 | ,003 | ,010 | ,000 |
| | N | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 |
| Y3 | Pearson Correlation | ,126 | ,204* | 1 | ,342** | ,299** | ,569** |
| | Sig. (2-tailed) | ,224 | ,047 | | ,001 | ,003 | ,000 |
| | N | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 |
| Y4 | Pearson Correlation | ,268** | ,302** | ,342** | 1 | ,419** | ,720** |
| | Sig. (2-tailed) | ,009 | ,003 | ,001 | | ,000 | ,000 |
| | N | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 |
| Y5 | Pearson Correlation | ,253* | ,262* | ,299** | ,419** | 1 | ,669** |
| | Sig. (2-tailed) | ,013 | ,010 | ,003 | ,000 | | ,000 |
| | N | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 |
| TOTY | Pearson Correlation | ,579** | ,655** | ,569** | ,720** | ,669** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | |
| | N | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 |

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

LAMPIRAN 3

Hasil Uji Reliabilitas X

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| ,603 | 4 |

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| ,708 | 5 |

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| ,652 | 5 |

Hasil Uji Reliabilitas Y

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| ,627 | 5 |

LAMPIRAN 4

**Hasil Uji
Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N | | 95 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | ,0000000 |
| | Std. Deviation | 2,08925386 |

| | | |
|--------------------------|----------|-------------------|
| Most Extreme Differences | Absolute | ,129 |
| | Positive | ,082 |
| | Negative | -,129 |
| Test Statistic | | ,129 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | ,187 ^c |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

LAMPIRAN 5

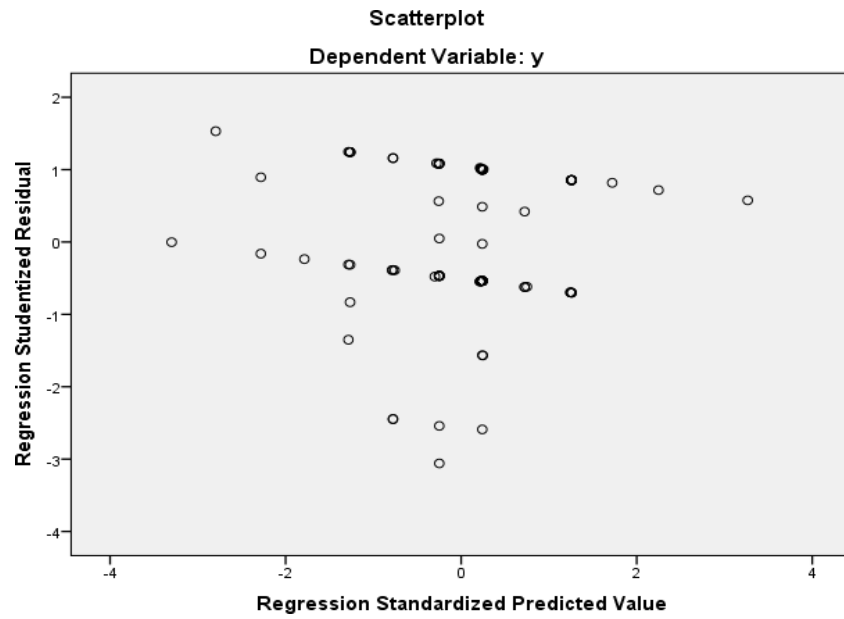
Hasil Uji Multikolinearitas Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|-------------------------|-------|
| | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 (Constant) | 21,621 | 1,949 | | 11,091 | ,000 | | |
| X1 | ,023 | ,127 | ,024 | ,182 | ,856 | ,567 | 1,764 |
| X2 | ,311 | ,114 | ,397 | 2,742 | ,007 | ,473 | 2,114 |
| X3 | -,310 | ,120 | -,364 | -2,575 | ,012 | ,496 | 2,016 |

a. Dependent Variable: Y

LAMPIRAN 6

Hasil Uji Heterokedasitas



LAMPIRAN 7

Hasil Uji T

Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 3,796 | ,624 | | 5,080 | ,000 |
| x1 | ,464 | ,080 | ,473 | 5,807 | ,000 |
| x2 | ,125 | ,031 | ,201 | 4,830 | ,000 |
| x3 | ,282 | ,065 | ,353 | 4,326 | ,000 |

a. Dependent Variable: y

LAMPIRAN 8**Hasil Uji F
ANOVA^a**

| Model | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
|------------|----------------|----|-------------|-------|-------------------|
| Regression | 59,536 | 3 | 19,845 | 7,771 | ,000 ^b |
| Residual | 232,401 | 91 | 2,554 | | |
| Total | 291,937 | 94 | | | |

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x3, x1, x2

LAMPIRAN 9**Analisis Regresi Berganda
Coefficients^a**

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 3,796 | ,624 | | 5,080 | ,000 |
| | x1 | ,464 | ,080 | ,473 | 5,807 | ,000 |
| | x2 | ,125 | ,031 | ,201 | 4,830 | ,000 |
| | x3 | ,282 | ,065 | ,353 | 4,326 | ,000 |

d. Dependent Variable: y

LAMPIRAN 10**Hasil Uji Determinasi (R²)****Model Summary**

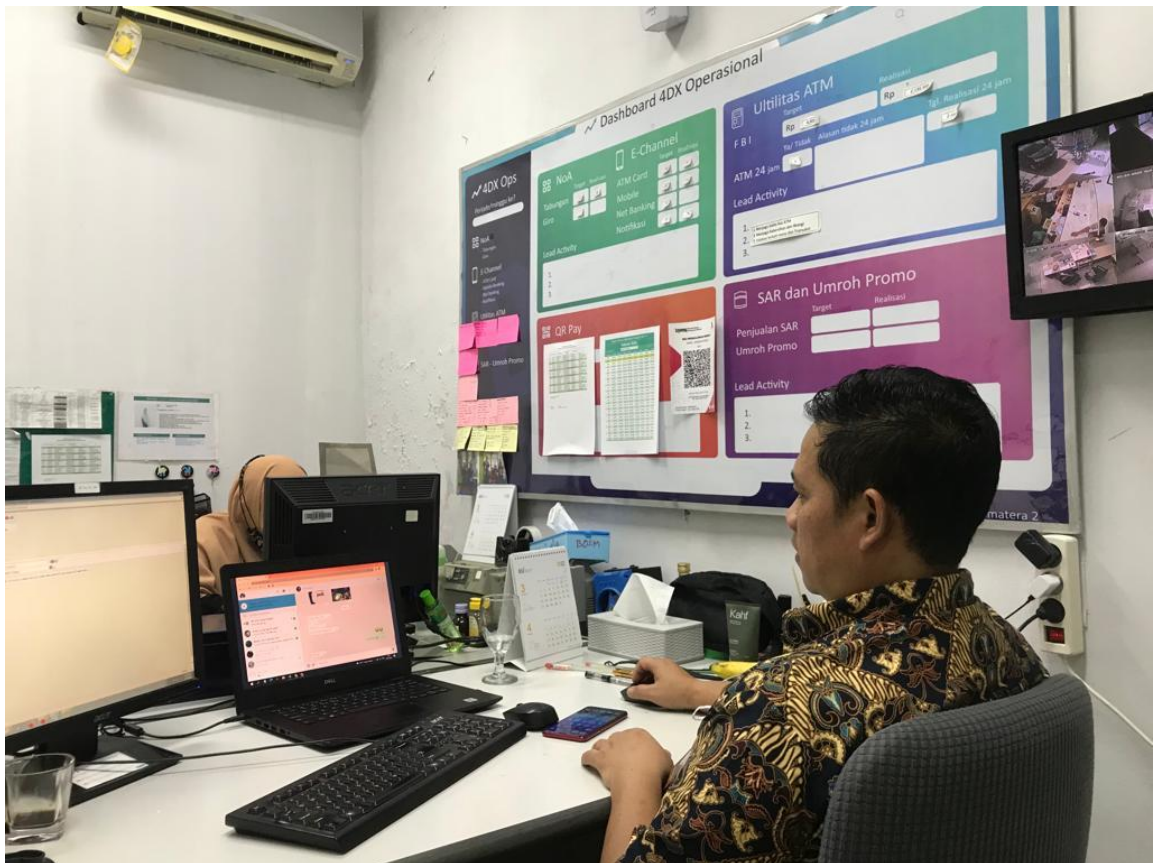
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | ,817 ^a | ,668 | ,657 | 2,00643 |

a. Predictors: (Constant), x3, x2, x1

LAMPIRAN 11

DOKUMENTASI









LAMPIRAN 12
Hasil Penelitian Variabel

| No | Promosi X1 | | | | Jumlah |
|----|------------|------|------|------|--------|
| | X1.1 | X1.2 | X1.3 | X1.4 | |
| 1 | 5 | 5 | 4 | 5 | 19 |
| 2 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 15 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 |
| 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 |
| 6 | 4 | 3 | 4 | 4 | 15 |

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

| | | | | | |
|----|---|---|---|---|----|
| 50 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 |
| 51 | 2 | 4 | 4 | 4 | 14 |
| 52 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 |
| 53 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 |
| 54 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 |
| 55 | 4 | 3 | 4 | 4 | 15 |
| 56 | 5 | 4 | 5 | 5 | 19 |
| 57 | 4 | 3 | 4 | 4 | 15 |
| 58 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 |
| 59 | 3 | 3 | 4 | 3 | 13 |
| 60 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 |
| 61 | 5 | 3 | 3 | 3 | 14 |
| 62 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 |
| 63 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 |
| 64 | 4 | 3 | 4 | 4 | 15 |
| 65 | 5 | 3 | 3 | 3 | 14 |
| 66 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 |
| 67 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 |
| 68 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 |
| 69 | 3 | 3 | 3 | 5 | 14 |
| 70 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 |
| 71 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 |
| 72 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 |
| 73 | 4 | 5 | 4 | 5 | 18 |
| 74 | 2 | 3 | 3 | 3 | 11 |
| 75 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 |
| 76 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 |
| 77 | 3 | 3 | 4 | 3 | 13 |
| 78 | 2 | 4 | 4 | 4 | 14 |
| 79 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 |
| 80 | 5 | 3 | 5 | 5 | 18 |
| 81 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 |
| 82 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 |
| 83 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 |
| 84 | 3 | 3 | 3 | 4 | 13 |
| 85 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 |
| 86 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 |
| 87 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 |
| 88 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 |
| 89 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 |
| 90 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 |
| 91 | 4 | 3 | 3 | 3 | 13 |
| 92 | 5 | 5 | 4 | 5 | 19 |

| | | | | | |
|----|---|---|---|---|----|
| 93 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 |
| 94 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 |
| 95 | 5 | 5 | 5 | 2 | 17 |

| No | Lingkungan Sosial X2 | | | | | Jumlah |
|----|----------------------|------|------|------|------|--------|
| | X2.1 | X2.2 | X2.3 | X2.4 | X2.5 | |
| 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 21 |
| 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 19 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 |
| 6 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 7 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 19 |
| 8 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 22 |
| 9 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 19 |
| 10 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 22 |
| 11 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 12 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 13 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 18 |
| 14 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 15 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 16 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 17 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 21 |
| 18 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 24 |
| 19 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 17 |
| 20 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 21 |
| 21 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 23 |
| 22 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 23 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 24 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 21 |
| 25 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 26 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 17 |
| 27 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 21 |
| 28 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 29 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 21 |
| 30 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 31 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 |
| 32 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 19 |
| 33 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 |
| 34 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 |
| 35 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 17 |

| | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|----|
| 36 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 37 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| 38 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 21 |
| 39 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 40 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 19 |
| 41 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 42 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 43 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 44 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 21 |
| 45 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 21 |
| 46 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 23 |
| 47 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 17 |
| 48 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 23 |
| 49 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 23 |
| 50 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 21 |
| 51 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 18 |
| 52 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 21 |
| 53 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 54 | 1 | 4 | 4 | 4 | 5 | 18 |
| 55 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 56 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 57 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| 58 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 59 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 16 |
| 60 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 61 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 17 |
| 62 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 63 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 64 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| 65 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 17 |
| 66 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 67 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 19 |
| 68 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 21 |
| 69 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 21 |
| 70 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 71 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 72 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 24 |
| 73 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 21 |
| 74 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 16 |
| 75 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 76 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 21 |
| 77 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 14 |
| 78 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 18 |

| 79 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 21 |
|----|----------------|------|------|------|------|--------|
| 80 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 23 |
| 81 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 21 |
| 82 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 83 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| 84 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 23 |
| 85 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 22 |
| 86 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 21 |
| 87 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 20 |
| 88 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 21 |
| 89 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 |
| 90 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 91 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 21 |
| 92 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 93 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| 94 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 21 |
| 95 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 21 |
| No | Pengetahuan X3 | | | | | Jumlah |
| | X3.1 | X3.2 | X3.3 | X3.4 | X3.5 | |
| 1 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 2 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 21 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 19 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 |
| 6 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 7 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 8 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 22 |
| 9 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| 10 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 11 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 23 |
| 12 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| 13 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 14 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 21 |
| 15 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 21 |
| 16 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 17 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 18 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 24 |
| 19 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 17 |
| 20 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 21 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 23 |
| 22 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 23 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 19 |
| 24 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |

| | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|----|
| 25 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 26 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 17 |
| 27 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 21 |
| 28 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 29 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 23 |
| 30 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 31 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 32 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 21 |
| 33 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 |
| 34 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 17 |
| 35 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 22 |
| 36 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 37 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| 38 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 21 |
| 39 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 40 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 19 |
| 41 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 42 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 17 |
| 43 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 44 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 45 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 21 |
| 46 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 23 |
| 47 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| 48 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 49 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 23 |
| 50 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 21 |
| 51 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 18 |
| 52 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 21 |
| 53 | 5 | 5 | 5 | 1 | 5 | 21 |
| 54 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 55 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 21 |
| 56 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 57 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| 58 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 59 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 17 |
| 60 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 61 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 17 |
| 62 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 63 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 64 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| 65 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 17 |
| 66 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 67 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 21 |

| | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|----|
| 68 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 21 |
| 69 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| 70 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 71 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 72 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 73 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 21 |
| 74 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 16 |
| 75 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 76 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 21 |
| 77 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 14 |
| 78 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 21 |
| 79 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 21 |
| 80 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 23 |
| 81 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 21 |
| 82 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 83 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| 84 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 85 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 17 |
| 86 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 21 |
| 87 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 88 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 89 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 24 |
| 90 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 19 |
| 91 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 17 |
| 92 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 24 |
| 93 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 94 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 21 |
| 95 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 |

| No | Minat Y | | | | | Jumlah |
|----|---------|----|----|----|----|--------|
| | Y1 | Y2 | Y3 | Y4 | Y5 | |
| 1 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 |
| 2 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 21 |
| 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 17 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 21 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 21 |
| 6 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 23 |
| 7 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 16 |
| 8 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| 9 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 10 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 21 |

| | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|----|
| 11 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 |
| 12 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 21 |
| 13 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 14 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 21 |
| 15 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 17 |
| 16 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 21 |
| 17 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 24 |
| 18 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 19 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 21 |
| 20 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 21 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 23 |
| 22 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 19 |
| 23 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 21 |
| 24 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 17 |
| 25 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| 26 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 21 |
| 27 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 |
| 28 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 29 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 |
| 30 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 21 |
| 31 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 |
| 32 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 17 |
| 33 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 21 |
| 34 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 35 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 21 |
| 36 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 37 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 |
| 38 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 22 |
| 39 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 40 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 41 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 22 |
| 42 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 43 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 44 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 23 |
| 45 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 46 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 24 |
| 47 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 21 |
| 48 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 |
| 49 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 21 |
| 50 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 |
| 51 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 |
| 52 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 53 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |

| | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|----|
| 54 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 55 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 56 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 57 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 58 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 59 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 21 |
| 60 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 61 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 62 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 63 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 64 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 65 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 23 |
| 66 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 67 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 |
| 68 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 |
| 69 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 70 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 71 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 |
| 72 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 73 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 21 |
| 74 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 75 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 76 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 77 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 78 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 79 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 21 |
| 80 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 24 |
| 81 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 82 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 83 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 84 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 85 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 |
| 86 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 87 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 |
| 88 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 |
| 89 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 90 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 91 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 92 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 21 |
| 93 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 21 |
| 94 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 21 |
| 95 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 24 |

CURRICULUM VITAE



A. Identitas Diri

Nama : Wiwik Rahmayani
Tempat Lahir : Johor Bahru Malaysia
Tanggal Lahir : 11 Mei 2001
Agama : Islam
No.HP : 0813-7004-8957
Alamat Asal : JL. Penunjang Prt 2, Pulau Kijang, Kec. Reteh, Indragiri Hilir,
Riau.
E-Mail : wiwikrahmayani02@gmail.com
Nama Ayah : Takat
Nama Ibu : Ratna Ningsih

B. Riwayat Pendidikan

- a. SDN 008 Reteh
- b. SMPN 1 Reteh
- c. SMAN 1 Reteh
- d. UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi