ANALISIS MINAT MASYARAKAT MENJADI NASABAH BANK SYARIAH DI KABUPATEN KLATEN

SKRIPSI

disusun oleh

Nama : Ananda Putri Muslimah

Nomor Mahasiswa : 20313341

Program Studi : Ekonomi Pembangunan

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

2024

HALAMAN JUDUL

Analisis Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah di Kabupaten Klaten

SKRIPSI

Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar Sarjana Strata-1 di Jurusan Ekonomi Pembangunan, Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia

Oleh:

Nama : Ananda Putri Muslimah

Nomor Mahasiswa : 20313341

Program Studi : Ekonomi Pembangunan

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

2024

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertandatangan di bawah in menyatakan bahwa, skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang dapat dikategorikan dalam tindakan plagiat seperti yang dimaksud dalam buku pedoman skripsi Program Studi Ekonomi Pembangunan FBE UII. Apabila ada di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku

Yogyakarta, 16 Mei 2024

Penulis,



Ananda Putri Muslimah

PENGESAHAN SKRIPSI

Analisis Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah di Kabupaten Klaten

Oleh:

Nama	: Ananda Putri Muslimah
Nomor Mahasiswa	: 20313341
Program Studi	: Ekonomi Pembangunan

Yogyakarta, 15 Mei 2024

Telah disetujui oleh

Dosen Pembimbing,



Listya Endang Artiani, S.E., M.Si

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

Analisis Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah di Kabupaten Klaten

Disusun oleh : ANANDA PUTRI MUSLIMAH

Nomor Mahasiswa : 20313341

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus
pada hari, tanggal: Selasa, 04 Juni 2024

Penguji/Pembimbing Skripsi : Listya Endang Artiani, SE.,M.Si. .....

Penguji : Priyonggo Suseno, SE., M.Sc., Ph.D .....

Mengetahui
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia

Prof. Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji Syukur atas kehadirat Allah SWT atas segala Rahmat dan hidayah-Nya serta karunia-Nya yang telah memberikan kemudahan serta kelancaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Dengan begitu penulis ingin mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Kedua orang tua penulis Bapak Roni Asmoro dan Ibu Sri Wartini. Terima kasih atas segala doa yang senantiasa dipanjatkan tiada henti, segala bentuk dukungan dan perhatian yang selalu diberikan kepada penulis saat menulis karya tulis, dan terima kasih atas kepercayaan, kesabaran dan pengorbanan yang dilakukan untuk mendidik dan membesarkan saya hingga penulis bisa berada dititik yang sekarang. Terima kasih atas kasih sayang yang tidak terhingga yang telah diberikan hingga saat ini.
2. Adikku tersayang Maulina Dzaki,terima kasih ya dek atas doa yang diberikan, semangatnya, terima kasih juga selalu menghibur dikala *mood swing* , terima kasih bisa menjadi kawan, lawan, dan teman bercerita keluh kesah.
3. Om Ribut dan Bulek Wulan yang senantiasa memberikan dukungan, motivasi dan telah menjadi layaknya kakak bahkan orang tua kedua bagi penulis. Terima kasih atas kasih sayang yang tidak terhingga kepada penulis.
4. Terakhir, skripsi ini penulis persembahkan untuk diri penulis yang telah menyelesaikan hingga akhir.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim, Alhamadulillahirabbil'alamin, Puja dan puji Syukur senantiasa penulis panjatkan atas kehadirat Allah SWT atas segala Ridho, Rahmat beserta Hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai bentuk syarat kelulusan jenjang Pendidikan Strata 1 Prodi Ekonomi Pembangunan di Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia dengan Judul "Analisis Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah di Kabupaten Klaten". Shalawat serta salam tidak lupa penulis panjatkan kepada junjungan Nabi besar Muhammad SAW yang syafaatnya dinanti-nanti oleh seluruh umat islam hingga akhir zaman kelak.

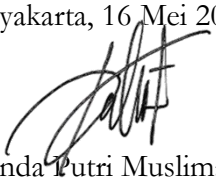
Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada semua pihak yang telah turut andil dalam proses penulisan skripsi baik memberikan dukungan secara moral maupun spiritual dan pihak-pihak yang memberikan bantuan sehingga karya tulis ini dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua tercinta penulis Bapak Roni Asmoro dan Ibu Sri Wartini. yang telah membesarkan dengan penuh kasih sayang, mendidik, membimbing dan selalu memberikan nasihat tanpa rasa lelah kepada penulis, serta selalu memberikan motivasi dan doa disetiap langkah penulis untuk menggapai cita-cita.
2. Adik tersayang penulis Maulina Dzaki, keluarga terkasih Bulek Apriliya, Om Ribut, dan Mbah Kakung serta Mbah Putri penulis yang tidak lelah untuk selalu memberikan dukungan
3. Bapak Johan Arifin, S.E., M.Ec., Ph.D selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia
4. Ibu Listya Endang Artiani, S.E., M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah membimbing penulis dengan sabar, selalu memberikan arahan dan masukan

terhadap proses penulisan skrispsi, serta telah memberikan dukungan dan meluangkan waktu kepada penulis hingga karya tulis ini dapat terselesaikan

5. Bapak Abdul Hakim, S.E., M.Ec., Ph.D selaku ketua Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia
6. Bapak dan Ibu dosen Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia yang telah banyak memberikan bekal ilmu pengetahuan baik secara teori maupun praktik mengenai banyak hal
7. Sahabat yang sudah seperti saudara penulis Dwie Ulfa, Arofah, Ajeng, Ana yang senantiasa memberikan semangat motivasi, menjadi tempat bercerita dan berkeluh kesah, Rochman yang selalu membantu penulis jika mengalami kendala teknis serta Iqbal yang terkadang bercerita hal-hal tidak jelas.
8. Sahabat yang menemani semasa awal perkuliahan penulis hingga menyelesaikan studi Fadella, Putri, Chelsy, Chaca yang pintu kostnya selalu terbuka dikala menunggu jeda jam perkuliahan dan menjadi tempat berkeluh kesah mengenai perkuliahan, Teman-teman KKN UII angkatan 67 Maulida, Risa, Mutia yang telah memberikan semangat kepada penulis
9. Teman-teman satu bimbingan penulis Indri, Naufal, Iqbal M., Silvia, Laila, Lia, Iqbal A. terimakasih atas semangatnya satu sama lain, saling mengingatkan dan berbagi pengetahuan dalam penulisan skripsi
10. Teman-teman Prodi Ekonomi Pembangunan angkatan 20
11. Terakhir, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada diri penulis karena telah menyelesaikan skripsi.

Yogyakarta, 16 Mei 2024



Ananda Putri Muslimah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **i**
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME ..... **ii**
PENGESAHAN SKRIPSI ..... **iii**
BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI ..... **iv**
HALAMAN PERSEMBAHAN ..... **v**
KATA PENGANTAR ..... **vi**
DAFTAR ISI ..... **viii**
DAFTAR TABEL ..... **xi**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xiii**
ABSTRAK ..... **xiv**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Rumusan Masalah 7
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian 8
1.3.1 Tujuan Penelitian 8
1.3.2 Manfaat Penelitian 8
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI **9**
2.1 Kajian Pustaka 9
2.2 Landasan Teori 12
2.2.1 Minat 12
2.2.2 Teori Perilaku Konsumen 14
2.2.3 Teori Atribusi 17
2.2.4 Promosi 18
2.2.4 Standar Kepatuhan Syariah 19
2.2.5 Pengetahuan 19
2.2.6 Kemudahan Akses 21
2.3 Hipotesis Penelitian 23
2.4 Kerangka Penelitian 24
BAB III METODE PENELITIAN **25**

3.1 Jenis dan cara pengumpulan data 25
3.1.1 Jenis Penelitian 25
3.1.2 Cara pengumpulan data 25
3.2 Definisi variabel operasional 27
3.2.1 Variabel Dependen 27
3.2.2 Variabel Independen 28
3.3 Metode Analisis Data 29
3.3.1 Uji Instrumen Penelitian 29
3.3.2 Uji Asumsi Klasik 30
3.3.3 Analisis Regresi Linier Berganda 32
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN 35
4.1 Gambaran Umum Kabupaten Klaten 35
4.2 Temuan Hasil Penelitian 36
4.2.1 Hasil Pengumpulan Data 36
4.2.2 Karakteristik Responden 36
4.3 Metode Analisis Data 39
4.3.1 Uji Instrumen Penelitian 39
4.3.2 Uji Asumsi Klasik 41
4.3.3 Analisis Regresi Linier Berganda 44
4.4 Pembahasan 48
4.4.1 Pengaruh promosi terhadap minat masyarakat di Kabupaten Klaten untuk menjadi nasabah bank syariah. 49
4.4.2 Pengaruh standar kepatuhan syariah terhadap minat masyarakat di Kabupaten Klaten untuk menjadi nasabah bank syariah 50
4.4.3 Pengaruh Pengetahuan terhadap minat masyarakat di Kabupaten Klaten untuk menjadi nasabah bank syariah 51
4.4.4 Pengaruh kemudahan akses terhadap minat masyarakat di Kabupaten Klaten untuk menjadi nasabah bank syariah 52
BAB V KESIMPULAN DAN IMPILKASI 54
5.1 Kesimpulan 54
5.2. Keterbataan Penelitian 55

5.3 Implikasi Kebijakan 55
DAFTAR PUSTAKA **58**
LAMPIRAN **62**

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1. Jumlah rekening nasabah bank syariah di Jawa Tengah 3
Tabel 2. 1. Kajian pustaka dari penelitian sebelumnya 9
Tabel 4. 1. Hasil Pengumpulan Data 36
Tabel 4. 2. Hasil Responden berdasarkan Jenis Kelamin 37
Tabel 4. 3. Hasil Responden berdasarkan Usia 37
Tabel 4. 4. Hasil Responden berdasarkan Jenis Pekerjaan 38
Tabel 4. 5. Hasil Uji Validitas 39
Tabel 4. 6. Hasil Uji Reliabilitas 40
Tabel 4. 7. Hasil Uji Normalitas dengan metode Jarque-Bera 42
Tabel 4. 8. Hasil Uji Multikolinearitas 42
Tabel 4. 9. Hasil Uji Heteroskesdastisitas dengan Metode White 43
Tabel 4. 10. Hasil Estimasi Regresi Linier Berganda 44
Tabel 4. 11. Hasil Uji F 47
Tabel 4. 12.Uji Koefisien Determinasi 48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1. Kerangka Penelitian 24

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I. Hasil Uji Validitas 62
Lampiran II. Hasil Uji Reliabilitas 64
Lampiran III. Hasil Uji Normalitas 65
Lampiran IV. Hasil Uji Heteroskesdastisitas 66
Lampiran V. Hasil Uji Multikolinearitas 67
Lampiran VI. Hasil Regresi Liner Berganda 67
Lampiran VII. Gambar Hasil Kuisioner Karakteristik Responden 68
Lampiran VIII. Daftar Pertanyaan dalam Kuesioner 69
Lampiran IX. Hasil Kuesiner 92 Responden 73

ABSTRAK

Perkembanagan ekonomi islam saat ini mengalami pertumbuhan yang sangat pesat, misalnya pada sektor keuangan dan perbankan. Hal ini ditunjukkan dari semakin banyaknya bank-bank syariah di Indonesia. Akan tetapi, hal tersebut tidak sejalan dengan minat masyarakat untuk menjadi nasabah di bank syariah. Minat masyarakat terhadap bank syariah masih rendah terutama yang terjadi di Kabupaten Klaten. Padahal mayoritas penduduk di Kabupaten Klaten merupakan pemeluk agama Islam sehingga dapat menjadi potensi yang baik untuk perkembangan bank syariah. Minat sendiri merupakan bentuk ketertarikan atau perhatian terhadap sesuatu hal. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan promosi, standar kepatuhan syariah, pengetahuan dan kemudahan akses terhadap minat masyarakat menjadi nasabah bank syariah. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif dengan menggunakan metode regresi linier berganda. Data yang diperoleh dalam penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner melalui *google form* secara acak atau *random sampling* kepada seluruh masyarakat di Kabupaten Klaten. Dengan jumlah responden sebanyak 92. Hasil dari penelitian adalah secara parsial promosi, standar kepatuhan syariah, pengetahuan dan kemudahan akses mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah bank syariah di Kabupaten Klaten dan secara simultan promosi, standar kepatuhan syariah, pengetahuan dan kemudahan akses mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah bank syariah di Kabupaten Klaten. Harapan kedepannya bank syariah dapat meningkatkan minat masyarakat terhadap bank syariah melalui promosi yang lebih bervariasi, standar kepatuhan syariah, dengan melakukan pendekatan, pengetahuan dengan lebih banyak memberikan informasi, dan kemudahan akses dengan memudahkan masyarakat untuk dapat menjangkau bank syariah melalui kemudahan dalam pembiayaan, persebaran ATM dan kantor cabang yang lebih banyak.

Kata Kunci: Minat bank syariah, Promosi, Standar Kepatuhan Syariah, Pengetahuan, Kemudahan Akses

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dunia perbankan mestinya sudah tidak asing lagi ditelinga masyarakat Indonesia. Bank tidak hanya sekedar lembaga keuangan, namun juga sebuah mitra yang sangat penting dalam memenuhi segala kebutuhan finansial sehari-hari yang fungsinya secara cepat berkembang dan mencakup berbagai aspek kehidupan keuangan masyarakat (Gautama Siregar, 2018) Di era globalisasi seperti saat ini, Ekonomi Islam terus mengalami pertumbuhan yang pesat. Hal ini dapat diketahui dari peningkatan kajian dan publikasi tentang prinsip-prinsip serta praktik-praktik ekonomi syariah. Misalnya adalah pertumbuhan sektor keuangan dan perbankan yang berbasis syariah semakin tumbuh dengan cepat dan luas. Pertumbuhan ini ditunjukkan dari berdirinya bank-bank syariah di seluruh Indonesia.

Bank syariah adalah lembaga keuangan atau sebuah bank yang melakukan sistem operasionalnya dengan menggunakan prinsip-prinsip syariah. Dapat dikatakan juga sebagai bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan pada hukum Islam. Dalam menjalankan kegiatan usahanya bank syariah memiliki unsur-unsur prinsip syariah yang dilarang diantaranya adalah maysir, secara bahasa maysir memiliki makna mudah yang dimaksud mudah disini apabila kita tidak bekerja keras namun secara mudah kita mendapatkan keuntungan, unsur selanjutnya adalah *Gharar* atau pertaruhan, yang dimaksud pertaruhan adalah apabila melakukan sebuah transaksi akan tetapi barang atau yang sedang diperjualbelikan masih belum jelas misalnya seperti perjudian dan undian. Unsur yang terakhir adalah Riba atau adanya tambahan yang dilakukan secara bathil. Riba juga menjadi sebagai salah satu ciri khusus pada bank syariah sebab riba menjadi unsur pembeda dengan bank konvensional.

Menurut Undang Undang Nomor 7 tahun 1992 tentang Bank Berdasarkan Prinsip Bagi Hasil yang kemudian dipertegas dengan adanya Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1989 dimana dalam Undang-undang ini secara tegas menyatakan perbedaan bank berdasarkan pengelolaannya yakni bank syariah dan bank konvensional. Bank syariah (Ilyas, 2017) merupakan bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariat agama Islam terutama yang berhubungan dengan sistem muamalah dan pengelolaan keuangan. Berarti dapat disimpulkan bahwa bank syariah merupakan lembaga keuangan yang menerima, menyalurkan, ataupun mengelola dana dari masyarakat dengan sesuai prinsip atau syariat agama Islam. Ciri khusus dari bank syariah sendiri adalah adanya sistem bagi hasil, dimana hal tersebut juga menjadi pembeda dengan bank konvensional.

Munculnya Bank Syariah Indonesia atau BSI menjadi hal yang saat ini sering dibicarajan oleh masyarakat. Bank Syariah Indonesia sendiri merupakan bank yang berdiri atas adanya penggabungan atau *merger* antara PT. Bank BRI Syariah, Mandiri Syariah dan BNI Syariah. Izin *merger* tersebut dikeluarkan secara resmi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tanggal 27 Januari 2021 dengan surat nomor SR-3/PB.1/2021 dan diresmikan oleh Presiden Joko Widodo pada tanggal 01 Februari 2021. Kelebihan dari ketiga bank syariah tersebut digabungkan menjadi satu agar menampilkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas dan kapasitas permodalan yang lebih baik. Dengan hadirnya BSI juga diharapkan dapat menjadi energi baru dalam Pembangunan ekonomi nasional dan dapat berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Selain kehadiran BSI, banyak bank-bank berbasis syariah atau lembaga keuangan syariah lain berkembang secara pesat. Berkembangnya bank syariah secara pesat ini dapat terlihat dari persebaran jumlah kantor cabang, besaran jumlah kredit yang diberikan oleh bank syariah terhadap masyarakat dan jumlah rekening yang dibuat oleh masyarakat. Menurut data BPS berikut adalah besaran jumlah pemilik rekening bank syariah diberbagai Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Tengah (BPS Provinsi Jawa Tengah, n.d.)

Tabel 1. 1. Jumlah rekening nasabah bank syariah di Jawa Tengah

No	Kabupaten /Kota	2019	2020	2021
1.	Kabupaten Banyumas	153831	36865	34396
2.	Kabupaten Grobogan	151299	35638	34181
3.	Kota Semarang	145753	35812	34779
4.	Kabupaten Magelang	143281	35247	28744
5	Kabupaten Cilacap	133282	36963	33616
6	Kabupaten Pati	132716	35277	34930
7	Kabupaten Kendal	133704	29897	28699
8	Kabupaten Semarang	129759	28005	26279
9	Kabupaten Banjarnegara	123997	29299	27769
10	Kabupaten Klaten	111595	25123	22118
11	Kabupaten Boyolali	108451	22484	21341
12	Kabupaten Purbalingga	89206	22487	21094
13	Kabupaten Temanggung	88584	20756	19925
14	Kabupaten Karanganyar	91127	19847	16536
15	Kabupaten Jepara	80788	21062	20945
16	Kabupaten Kebumen	80394	17797	18144
17	Kabupaten Sragen	71859	19868	20034
18	Kabupaten Tegal	71443	16229	15966
19	Kabupaten Blora	66864	15956	15304
20	Kabupaten Kudus	60818	15100	14977
21	Kabupaten Brebes	67634	10909	11123
22	Kabupaten Wonosobo	61262	13833	12748
23	Kabupaten Wonogiri	55465	14445	17611
24	Kabupaten Sukoharjo	59165	12150	11454
25	Kabupaten Batang	53664	13110	13457
26	Kabupaten Demak	52610	13774	13072
27	Kabupaten Purworejo	51768	12338	11416
28	Kabupaten Pekalongan	47305	10038	11592
29	Kabupaten Rembang	43122	10668	13188
30	Kota Surakarta	37599	11562	12464
31	Kabupaten Pemalang	39451	10797	9288
32	Kota Magelang	35969	8136	11209

No	Kabupaten /Kota	2019	2020	2021
33	Kota Salatiga	37577	7295	7464
34	Kota Pekalongan	21433	5678	3301
35	Kota Tegal	11545	5682	5755

Sumber: BPS Jawa Tengah

Pada Tabel 1.1. menunjukkan data jumlah perkembangan rekening pengguna bank syariah dibeberapa Kabupaten atau Kota Provinsi Jawa Tengah dari tahun 2019 hingga tahun 2021. Dalam tabel diatas diatas dapat diketahui bahwa jumlah rekening bank syariah dimasing-masing kabupaten atau kota di Jawa Tengah dari tahun ke tahun justru mengalami penurunan. Penurunan yang sangat drastis terjadi pada tahun 2019 menuju tahun 2020. Di tahun 2020 menuju tahun 2021 terdapat beberapa kabupaten atau kota yang mengalami kenaikan jumlah rekening, namun sebagian besar kabupaten atau kota mengalami penurunan meskipun tidak sebanyak seperti tahun 2019 menuju tahun 2020. Kabupaten Klaten menempati urutan ke-10 dari 35 Kabupaten atau Kota dengan jumlah rekening bank syariah terbanyak selama tahun 2019, 2020, dan 2021. Hal tersebut berarti menunjukkan, dibandingkan dengan 35 Kabupaten atau Kota di Jawa Tengah minat masyarakat terhadap bank syariah dapat dikatakan cukup baik dilihat dari jumlah rekening bank syariah yang dimiliki oleh masyarakat Kabupaten Klaten dibandingkan dengan kabupaten atau kota lain. Akan tetapi, jika diamati kembali meskipun minat masyarakat cukup tinggi terhadap bank syariah, penurunan jumlah nasabah bank syariah dari tahun 2019 hingga tahun 2021 di Kabupaten Klaten terus mengalami penurunan berarti menunjukkan masih kurang atau rendahnya minat masyarakat terhadap bank syariah. Penurunan jumlah rekening tidak hanya terjadi di Kabupaten Klaten, hampir seluruh kabupaten di Provinsi Jawa Tengah mengalami penurunan. Apabila dilihat penurunan terjadi pada tahun 2019 menuju tahun 2020, yang mana pada tahun tersebut sedang terjadi wabah Covid-19.

Kabupaten Klaten merupakan salah satu Kabupaten di Provinsi Jawa Tengah yang memiliki jumlah penduduk berdasarkan kelompok umur dan jenis kelamin

tercatat di BPS pada tahun 2022 bulan September sebanyak 1.267.272 jiwa. Agama Islam adalah agama terbesar besar atau mayoritas penduduk di Kabupaten Klaten. Dengan begitu, seharusnya bank syariah juga dapat berkembang dengan cepat di Kabupaten Klaten. Akan tetapi, pada kenyataannya berdasarkan data dari BPS diatas dan pengamatan secara langsung yang telah dilakukan dilingkungan sekitar terutama masyarakat di Kecamatan Bayat, ternyata masih banyak masyarakat yang belum memiliki minat atau ketertarikan untuk menjadi nasabah di bank syariah sehingga jumlah rekening di bank syariah juga mengalami penurunan. Selain itu, dari hasil pengamatan juga diperoleh informasi bahwa masih banyak masyarakat yang masih menjadi nasabah di bank konvensional dengan alasan masih minimnya informasi dan pengetahuan seputar bank syariah. Masih minimnya informasi ini dapat disebabkan karena masih kurangnya strategi promosi atau kurang luasnya promosi yang dilakukan oleh bank syariah kepada masyarakat sehingga minat masyarakat terhadap bank syariah masih kurang.

Minat dalam (Afridayanti Surbakti, 2022) diartikan sebagai suatu bentuk motivasi seseorang agar memberikan perhatian terhadap suatu barang ataupun jasa. Minat masyarakat terhadap menjadi nasabah bank syariah berarti suatu bentuk ketertarikan seseorang(masyarakat) terhadap bank syariah baik produk maupun pelayanannya sehingga masyarakat tertarik menjadi nasabah di bank syariah. Tumbuhnya minat pada masyarakat dapat dipengaruhi oleh beberapa hal atau faktor sehingga dapat mendorong seseorang atau masyarakat untuk tertarik terhadap suatu produk baik barang maupun jasa. Promosi dapat menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi minat masyarakat untuk menjadi nasabah di bank syariah. Dengan adanya promosi dapat membantu masyarakat mengenal suatu produk baik barang maupun jasa. Begitu juga dengan bank syariah apabila melakukan sebuah promosi maka masyarakat dapat mengetahui keberadaan bank syariah sehingga dapat tertarik untuk menjadi nasabah di bank syariah. Hal ini dibuktikan oleh penelitian yang telah

dilakukan oleh (Aprulli, 2018) yang menyatakan bahwa promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat untuk menabung di bank syariah. Artinya, dengan adanya promosi dapat mempengaruhi masyarakat untuk menjadi tertarik menjadi nasabah bank syariah dengan menabung.

Faktor lain yang juga dapat mendorong minat masyarakat terhadap bank syariah adalah standar kepatuhan syariah atau bentuk ketaatan dari bank syariah dalam menjalankan operasionalnya sesuai dengan prinsip-prinsip syariah sesuai dengan ketentuan yang mengacu pada Bank Indonesia. Standar kepatuhan syariah merupakan pelaksanaan dalam hal memenuhi prinsip syariah yang dilakukan oleh bank syariah atau lembaga keuangan syariah dalam bentuk karakteristik, integritas maupun kredibilitas (Waluyo, 2016). Dalam hal ini masyarakat dapat melihat bagaimana bank syariah menjalankan opersiaonal kegiatannya apakah sudah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah yang telah ditetapakan atau belum. Hal yang paling sering dilihat oleh masyarakat adalah apakah bank syraiah telah menjalankan praktik yang menjauhi riba, dengan dilakukannya hal terebut masyarakat dapat mempunyai rasa minat terhadap bank syariah sebab bank syariah telah menjalankan prinsip syariah yang paling umum dikenal oleh masyarakat. Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Cindy Astuti (2022) menyatakan bahwa kepatuhan syariah mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah untuk melakukan transaksi di bank syariah. Semakin patuh bank syariah terhadap prinsip syariah dapat meningkatkan minat nasabah dalam melakukan transaksi di bank syariah (Astuti & Saputra, 2022)

Pengetahuan juga menjadi salah satu faktor tumbuhnya minat masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah. Pengetahuan adalah segala sesuatu yang diketahui atau bahkan dimengerti oleh seseorang mengenai suatu produk barang ataupun jasa. Pengetahuan adalah suatu bentuk penjelasan yang sudah diproses dan dirangkai sehingga seseorang dapat dengan mudah untuk mengerti dan mempelajarinya secara logis atau masuk akal dengan melakukan pengamatan (Araffi & Haryono, 2022). Dapat

dikatakan juga bahwa pengetahuan adalah pola pikir atau sudut pandang seseorang dalam pertimbangan pembelian suatu produk barang dan jasa. Dengan adanya pengetahuan maka dapat menumbuhkan minat atau ketertarikan terhadap produk-produk perbankan syariah. Hal ini telah dibuktikan oleh penelitian yang telah dilakukan oleh (Handida & Sholeh, 2018) menyatakan bahwa pengetahuan mempunyai pengaruh yang terhadap minat masyarakat muslim untuk menggunakan produk bank syariah.

Selanjutnya faktor kemudahan akses, yang dimaksud dengan kemudahan akses disini adalah kemudahan masyarakat untuk menjangkau bank syariah baik akses lokasi ATM maupun kantor cabang, akses penggunaan fasilitasnya dan akses penunjang lainnya. Dengan begitu masyarakat dapat menjadi tertarik terhadap bank syariah sebab dapat diakses dimanapun dan kapan saja. Menurut Davis (1989) dalam (Rastasari, 2019) menyatakan bahwa kemudahan akses merupakan sebuah bentuk perlakuan seseorang yang yakin bahwa dalam melakukan sesuatu hal atau menjalankan sistem tanpa membutuhkan usaha yang besar, dalam hal ini sesuai dengan harapan nasabah bank syariah dalam menggunakan layanannya tidak memerlukan usaha yang besar.

Berdasarkan uraian yang telah dijabarkan diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dan melakukan analisis lebih lanjut mengenai faktor-faktor apakah faktor-faktor yang telah dijelaskan diatas dapat berpengaruh terhadap minat masyarakat di Kabupaten Klaten untuk tertarik menjadi nasabah di bank syariah serta ingin mengetahui seberapa besar masing-masing faktor yakni promosi, standar kepatuhan syariah, pengetahuan dan kemudahan akses mampu mempengaruhi minat masyarakat di Kabupaten Klaten terhadap bank syariah dengan judul "Analisis Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah di Kabupaten Klaten"

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang diperoleh berdasarkan latar belakang diatas adalah sebagai berikut:

1. Apakah promosi, standar kepatuhan syariah, pengetahuan dan kemudahan akses mempunyai pengaruh secara parsial terhadap minat masyarakat Kabupaten Klaten untuk menjadi nasabah bank syariah?
2. Apakah promosi, standar kepatuhan syariah, pengetahuan dan kemudahan akses mempunyai pengaruh secara simultan terhadap minat masyarakat Kabupaten Klaten untuk menjadi nasabah bank syariah?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh promosi, standar kepatuhan syariah, pengetahuan dan kemudahan akses mempunyai secara parsial terhadap minat masyarakat Kabupaten Klaten untuk menjadi nasabah bank syariah.
2. Untuk mengetahui promosi, standar kepatuhan syariah, pengetahuan dan kemudahan akses mempunyai pengaruh secara simultan terhadap minat masyarakat Kabupaten Klaten untuk menjadi nasabah bank syariah.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Manfaat dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan bahan evaluasi bagi bank syariah dalam strategi untuk menarik minat masyarakat agar menjadi nasabah di bank syariah khususnya di Kabupaten Klaten. Utamanya yang berkaitan dengan faktor-faktor yang berkaitan dengan standar kepatuhan syariah, promosi, pengetahuan dan kemudahan akses. Dengan begitu, diharap, dapat mengetahui kelemahan atau kekurangan dari bank agar kedepannya jauh lebih baik lagi dan dapat membantu menambah jumlah nasabah bank syariah melalui strategi dari salah satu atau semua faktor yang berkaitan dengan standar kepatuhan syariah, promosi, pengetahuan dan kemudahan akses.

BAB II
KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

2.1 Kajian Pustaka

Dalam penelitian mengenai analisis minat masyarakat menjadi nasabah bank syariah di Kabupaten Klaten, peneliti merujuk dan menggali informasi dari penelitian sebelumnya yang telah dilaksanakan baik berupa jurnal maupun publikasi skripsi. Selain itu, penelitian terdahulu juga digunakan sebagai bahan perbandingan mengenai kelebihan ataupun kekurangan yang sudah ada. Pemilihan penelitian terdahulu ini didasarkan pada kesamaan antara variabel. Berikut ini diperoleh beberapa referensi dari penelitian sebelumnya diantaranya sebagai berikut:

Tabel 2. 1. Kajian pustaka dari penelitian sebelumnya

No	Peneliti, Judul, dan Tahun	Variabel Penelitian	Alat Analisis	Hasil
1.	Boroma, Siti Magfirah Z. & Rosita R. Mootalu (2021). "Pengaruh Promosi dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Tabungan Haji di Bank Muamalat Cabang Gorontalo"	Variabel dependen: nasabah Variabel independen: Promosi, Kepercayaan	Uji validitas, uji reliabilitas, Regresi linier berganda	Promosi dan kepercayaan masing-masing memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah, secara simultan juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah. (Magfirah Boroma & Mootalu, 2020)
2.	Al 'Aswad & Andi Patimbangi (2021)" Pengaruh Pengetahuan,	Variabel dependen: minat menabung di bank syariah Variabel independen:	Uji Validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, dan	Variabel pengetahuan, produk dan promosi memiliki pengaruh yang

No	Peneliti, Judul, dan Tahun	Variabel Penelitian	Alat Analisis	Hasil
	Produk dan Promosi terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah	pengetahuan, produk, dan promosi	analisis regresi linier berganda	signifikan terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah
3.	Apriyanti, Lia (2021), "Analisis Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah"	Variabel dependen: Keputusan memilih bank syariah Variabel independen: Pengetahuan, kualitas pelayanan, promosi, motivasi, sikap, tingkat religiusitas	SEM (*Structural Equation Modeling*) AMOS	Pengetahuan, Kualitas Produk, Promosi, Motivasi, dan Agama berpengaruh signifikan terhadap Keputusan nasabah memilih bank syariah, sedangkan Sikap tidak berpengaruh signifikan (Apriyanti, 2021)
4.	Salwa, Putri Yana Deswita dkk (2023), "Pengaruh Promosi Terhadap Minat Masyarakat Tangerang Menjadi Nasabah Bank Syariah"	Variabel dependen: minat menjadi nasabah Variabel independen: promosi	Uji t, Uji F dan Uji R-*Square* menggunakan SPSS	Promosi memiliki pengaruh yang signifikan, terhadap minat masyarakat menjadi nasabah baik secara parsial maupun simultan
5.	Edi, Agus S Erwan Aristyanto (2022) "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat	variabel dependen: minat masyarakat menjadi nasabah variabel independen: pengetahuan, lokasi, promosi	Uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, dan analisis regresi berganda	Pengetahuan dan promosi mempunyai pengaruh yang positif, lokasi berpengaruh negatif dan Secara simultan

No	Peneliti, Judul, dan Tahun	Variabel Penelitian	Alat Analisis	Hasil
	Menjadi Nasabah pada Bank Syariah di Surabaya"			pengetahuan, lokasi, dan promosi memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat menjadi nasabah di bank syariah (Edi & Aristyanto, 2022)
6.	Pengaruh Bank Syariah Yang Dikelola Berdasarkan Prinsip Syariah Serta Fitur dan Fasilitas Produk Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat di Surabaya	Variabel dependen: minat menabung di bank syariah Variabel independen: kepatuhan syariah, fasilitas lembaga syariah	Analisis regresi linier berganda	Variabel kepatuhan syariah dan fasilitas lembaga syariah masing-masing mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung masyarakat Surabaya di lembaga perbankan syariah (Priambodo & Septiarini, 2019)

Penelitian terdahulu variabel independen yang digunakan hanya dua hingga tiga variabel saja bahkan hanya ada yang menggunakan satu variabel independen. Dalam penelitian yang akan dilakukan saat ini, akan menggunakan satu variabel independen tambahan yakni variabel kemudahan akses. Jadi, total variabel independen yang akan digunakan oleh peneliti sebanyak empat variabel independen yakni variabel promosi, standar kepatuhan syariah, pengetahuan, dan kemudahan akses. Selain itu, perbedaan dengan penelitian sebelumnya adalah terletak pada lokasi dan waktu dari penelitian, penelitian yang akan dilakukan ini akan dilakukan di Kabupaten Klaten dan akan dilaksanakan pada tahun 2024.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Minat

Menurut Abdul Rahman dan Muhbib Adbdul Wahab (2004) dalam (Nur et al., 2020) minat adalah bentuk kecondongan seseorang untuk memberikan perhatian dan tindakannya kepada suatu objek dengan perasaan yang gembira. Berarti dapat diartikan bahwa minat merupakan bentuk ketertarikan seseorang untuk memberikan perhatian dan tindakannya terhadap bank syariah secara senang hati.

Munculnya atau tumbuhnya rasa minat dalam diri seseorang atau masyarakat tidaklah muncul secara tiba-tiba namun, melalui sebuah runtutan cara ataupun sebuah proses sehingga yang awalnya tidak memiliki minat kemudian tumbuh rasa minat dalam diri masyarakat. Tumbuhnya minat masyarakat diantaranya dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor berikut ini:

1. Faktor dorongan dari diri sendiri, faktor ini dipengaruhi oleh kebutuhan baik dari segi fisik maupun psikologis.
2. Faktor motif sosial, timbulnya minat masyarakat terhadap suatu hal dipengaruhi oleh lingkungan sekitar maupun kebutuhan sehari-hari dari masyarakat itu sendiri.
3. Faktor emosional, faktor ini melihat dari seberapa besar masyarakat memberikan perhatian atau mempunyai sebuah ketertarikan terhadap suatu hal.

Menurut (Salis & Solekah, 2019) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam memilih bank syariah yakni faktor internal dan eksternal individu masyarakat konsumen. Faktor internal individu terdiri dari adanya persepsi, kepribadian seseorang, pembelajaran, adanya motivasi dan sikap atau perilaku, sedangkan faktor eksternal individu konsumen ini terdiri dari beberapa unsur misalnya unsur budaya, referensi kelompok, status sosial, referensi kelompok dan kelompok.

Orang-orang yang mempunyai rasa minat dalam dirinya dapat diketahui dengan ciri-ciri sebagai berikut:

1. Mempunyai rasa ketertarikan dan pandangan secara lebih terhadap suatu hal tanpa adanya pemaksaan dari orang lain dan timbul serta ada secara sadar.
2. Mempunyai rasa senang terhadap barang atau jasa yang membuat tertarik.
3. Mempunyai sifat konsisten terhadap barang atau jasa ataupun suatu hal, apabila hal tersebut dapat bermanfaat terhadap seseorang tersebut.
4. Melakukan pengamatan dengan mencari informasi-informasi yang berkaitan dengan hal yang diminati tersebut.

Menurut M. Darsyah Sinagan (1990) dalam (Marlina, 2020) timbulnya minat nasabah dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Lokasi, lokasi merupakan tempat terjadinya transaksi lokasi yang strategis menjadi suatu hal yang memudahkan nasabah dalam berbagai urusan yang berkaitan dengan bank. Pertimbangan dalam menentukan lokasi strategis dapat dilihat dengan, apakah lokasi dengan dengan para nasabah, sarana dan prasarana yang terjangkau, berada di pusat pemerintahan serta ekspansi dapat dilakukan dengan mudah.
2. Pelayanan, yang dimaksud dengan pelayanan adalah aktivitas yang berhubungan dengan penyediaan barang atau jasa ataupun kebutuhan lain yang dibutuhkan oleh nasabah melalui produk atau jasa yang ditawarkan dengan sebaik mungkin sehingga nasabah atau pelanggan merasa puas dan dapat mempengaruhi untuk melakukan pembelian secara berulang.
3. Religius stimulasi, faktor ini berhubungan dengan aktivitas yang memotivasi seseorang untuk melakukan sesuatu dengan adanya pengalaman dan ilmu yang berkaitan dengan keagamaan

4. Reputasi, reputasi bank dapat didefinisikan sebagai bentuk rasa kepercayaan yang timbul dimasyarakat. Semakin baik reputasi bank maka biasanya kepercayaan Masyarakat terhadap bank tersebut akan meningkat
5. *Profit sharing* atau bagi hasil bentuk pengembalian laba yang dilakukan oleh bank syariah.
6. Promosi, bentuk kegiatan untuk memperkenalkan produk agar dapat mempengaruhi nasabah yang kemudian nasabah akan melakukan pembelian terhadap produk yang dipromosikan.

Minat atau rasa ketertarikan terhadap bank syariah dalam diri manusia dapat dilihat dari seberapa besar perhatian yang diberikan terhadap seseorang terhadap segala sesuatu yang berkaitan dengan bank syariah. Selain itu, rasa senang seseorang terhadap hal-hal yang berkaitan dengan perbankan syariah juga dapat menjadi tanda bahwa orang tersebut mempunyai ketertarikan terhadap bank syariah. Adanya dorongan baik dari dalam diri manusia itu sendiri maupun dorongan dari luar baik dari lingkungan keluarga maupun lingkungan masyarakat dapat menumbuhkan rasa minat. Semakin banyak dorongan dan dukungan dari lingkungan sekitar biasanya dapat memicu tumbuhnya rasa minat masyarakat terhadap bank syariah.

2.2.2 Teori Perilaku Konsumen

Secara teori perilaku dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) diartikan sebagai sebuah tanggapan atau reaksi atau perlakuan dari seseorang terhadap adanya suatu rangsangan. Perilaku konsumen merupakan beberapa bentuk karakteristik individu yang dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal sehingga dapat mendorong seseorang untuk mengevaluasi, memilih, dan menggunakan barang dan jasa yang diinginkan. Konsumen dalam bank syariah biasanya disebut dengan sebutan nasabah.

Menurut (Sadono Sukirno, 2013) dalam bukunya yang berjudul Mikroekonomi teori pengantar edisi ketiga tentang Teori Tingkah Laku Konsumen disebutkan bahwa perlakuan individu dalam memutuskan barang yang akan dibeli dan dikonsumsi dipengaruhi oleh teori nilai guna (*utility*) dan melalui analisis kurva kepuasan konsumen. Salah satu bentuk tingkat kepuasan konsumen dapat dilihat dari tingkat kepercayaan konsumen terhadap bank syariah dengan begitu, apabila semakin banyak nasabah dari bank syariah berarti menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan dari masyarakat terhadap bank syariah dapat dikatakan cukup tinggi.

Perilaku konsumen biasanya ada karena adanya faktor-faktor yang mendorong seseorang untuk melakukan kegiatan jual beli atau dalam hal mengambil sebuah keputusan untuk menggunakan suatu produk baik barang maupun jasa. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen menurut (Andespa, 2017) adalah sebagai berikut:

1. Faktor *marketing mix,* atau bauran pemasaran, pemasaran sendiri bertujuan untuk mencapai target pasaran yang telah ditetapkan oleh sebuah Perusahaan dalam menentukan pemasaran terdapat beberapa kelompok bauran pemasaran yang dilakukan salah satunya adalah produk (sesuatu yang dapat digunakan dan dimanfaatkan serta ditawarkan), harga, distribusi, dan promosi.
2. Faktor budaya, faktor ini bagian dari penentu dan dapat menjadi penentu dasar perilaku seseorang terdiri dari budaya itu sendiri dan kelas sosial
3. Faktor sosial yang terdiri dari kelompok acuan, keluarga dan peran serta status
4. Faktor pribadi yang terdiri dari usia dan tahap siklus hidup, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri
5. Faktor psikologis yang terdiri dari, adanya motivasi, persepsi, pembelajaran, dan keyakinan serta sikap.

Selain terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terdapat juga faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku nasabah. Menurut, (Juli & Syahuri Zein, 2018) disebutkan bahwa perilaku nasabah dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya sebagai berikut:

1. Faktor religiusitas, religiusitas sendiri dapat diartikan sebagai bentuk hubungan antara makhluk dengan tuhannya yang dilihat dari seberapa dalam pengetahuan, keyakinan, pengalaman mengenai keagamaannya. Dalam pandangan Islam Religiusitas merupakan ajaran agama Islam yang dilakukan secara keseluruhan, dalam hal ini perilaku nasabah dalam mengambil keputusan untuk memutuskan bank mana yang akan dipilih sebagai tempat transaksi.
2. Faktor selanjutnya adalah faktor bagi hasil, dalam bertransaksi nasabah juga mempertimbangkan adanya bagi hasil yang digunakan oleh bank.
3. Faktor pelayanan, pelayanan menjadi syarat yang penting dalam aktivitas perbankan baik konvensional maupun bank syariah.
4. Selanjutnya faktor fasilitas dalam hal ini adalah bentuk kenyamanan bagi para nasabah.
5. Faktor yang terakhir adalah faktor produk, umumnya faktor produk ini akan dihubungkan dengan kualitas dari barang atau jasa yang ditawarkan oleh bank. Selain itu, dalam faktor produk bank akan melihat bank-bank lain agar dapat melakukan perbandingan atau melakukan penilaian kualitas dari bank itu sendiri.

Dengan adanya faktor-faktor perilaku konsumen maupun secara khusus juga terdapat faktor perilaku nasabah yang disebutkan oleh beberapa peneliti diatas maka dapat dikatakan bahwa masyarakat dalam mengambil keputusan untuk menjadi nasabah dibank syariah didorong oleh adanya faktor-faktor tersebut. Perilaku

konsumen ini menjadi salah satu hal yang penting bagi sebuah perusahaan yang bekerja baik di bidang barang maupun jasa, sebab perilaku konsumen ini dapat dijadikan pertimbangan bagi setiap perusahaan atau bagi produsen untuk menawarkan output. Berarti dapat dikatakan bahwa perilaku konsumen khususnya perilaku nasabah bank syariah terdiri dari beberapa faktor. Dari beberapa faktor tersebut dapat mendorong masyarakat dalam mengambil keputusan untuk menjadi nasabah di bank syariah. Semakin seseorang tersebut terpengaruhi oleh faktor-faktor yang telah dijelaskan maka semakin tinggi juga minat masyarakat untuk menjadi nasabah di bank syariah.

2.2.3 Teori Atribusi

Secara definisi teori atribusi merupakan teori yang berisi atau beranggapan bahwa tentang tingkah laku seseorang atau penjelasan mengenai perilaku yang terdapat dalam diri seseorang (Saud, Teguh, & Nugraheni, 2018), yang mana dalam hal ini adalah Keputusan seseorang untuk menjadi nasabah di bank syariah. Sementara itu, atribusi menurut Dewi (2019) dalam (Kusuma & Hardiningsih, 2022) adalah suatu proses pembelajaran seseorang untuk dapat mengambil suatu kesimpulan tentang hal-hal logis yang dapat memberikan pengaruh perilaku orang lain.

Pandangan sosial membagi teori atribusi menjadi dua jenis yakni atribusi disposisional atau atribusi yang muncul karena faktor internal misalnya seperti adanya motivasi, pengetahuan. Kedua adalah atribusi situasional atau atribusi yang muncul dari faktor eksternal, misalnya adalah faktor lingkungan, keluarga dan faktor lain yang timbul akibat bukan dari dalam diri sendiri. Dengan begitu berarti, apakah teori ini dapat membantu menjelaskan tentang cara atau bentuk runtutan seseorang dalam memilih atau berminat terhadap bank syariah atau bahkan menggunakan suatu produk maupun jasa yang ada di bank syariah. Apakah dari faktor-faktor yang menjadi variabel dalam penelitian ini mempunyai pengaruh terhadap keputusan masyarakat untuk menjadi nasabah di Bank Syariah.

2.2.4 Promosi

Promosi adalah sebuah alat atau cara untuk menumbuhkan ketertarikan dan dapat menjaga nasabah yang paling efektif untuk dilakukan. Tujuan dari adanya promosi adalah untuk menawarkan berbagai jenis produk dengan berbagai cara agar calon nasabah dapat tertarik terhadap produk dan layanan yang dimiliki oleh bank syariah. Selain itu, tujuan lain dari adanya promosi dapat membuat nasabah tetap bertahan karena teringat dengan produk-produk yang dipromosikan (Edi & Aristyanto, 2022) berarti dapat kita sebut juga promosi adalah suatu bentuk kegiatan yang dilakukan oleh bank agar dapat menarik minat masyarakat untuk menjadi nasabah dan mempertahankan masyarakat yang telah menjadi nasabah di bank syariah.

Pengaruh adanya promosi menurut Yana (2023) promosi dapat memberikan pengaruh terhadap minat masyarakat untuk menjadi nasabah di bank syariah dengan cara meningkatkan kesadaran, dengan adanya promosi maka, baik secara langsung maupun tidak langsung masyarakat menjadi mengetahui produk jasa layanan yang ditawarkan oleh bank syariah (Salwa, Septiani, Restiani, Jannah & Hidayat 2023). Dengan begitu, kesadaran masyarakat mengenai bank syariah dapat meningkat sebab memperoleh informasi melalui adanya promosi. Selain itu, adanya promosi yang dilakukan oleh bank syariah dapat menunjukkan nilai-nilai lebih atau keunggulan dari bank syariah apabila dilakukan secara efektif dan optimal. Dengan begitu masyarakat menjadi lebih tertarik terhadap bank syariah karena masyarakat mengetahui kelebihan yang dimiliki oleh bank syariah dibandingkan dengan bank lain. Manfaat lainnya dari adanya promosi yakni dapat membangun adanya kerjasama antara nasabah dengan bank syariah dengan cara melibatkan nasabah dalam kegiatan periklanan melalui kegiatan bazar atau sejenisnya. Penawaran promo spesial dengan bentuk pemebrian bonus bagi masyarakat yang mendaftar pertama sebagai nasabah atau menawarkan program-program Tabungan dan sejenisnya dapat menjadi cara bank syariah dalam melakukan promosi untuk menarik minat masyarakat menjadi nasabah di bank syariah.

2.2.4 Standar Kepatuhan Syariah

Menurut Musni(2019) dalam Hasanah (2022) kepatuhan syariah merupakan bentuk taat atau kedisiplinan dari bank syariah dalam menjalankan operasionalnya sesuai dengan ketentuan prinsip syariah. Sementara itu, Kepatuhan syariah dalam sumber lain merupakan sebuah tata kelola bank syariah yang menunjukkan bahwa prinsip-prinsip yang dijalankan oleh bank syariah sudah sesuai (Siddik, 2017). Prinsip syariah yang dimaksud misalnya seperti apakah telah menjauhi riba, gharar, maysir dan lain sebagainya.

Kepatuhan syariah sendiri mempunyai fungsi dasar sebagai sarana untuk meyakinkan masyarakat bahwa operasional dalam kegiatan yang dilakukan oleh bank syariah atau lembaga keuangan lain yang berbasis syariah sudah menajalankan dan mematuhi hukum syariah. Selain itu, kepatuhan syariah juga merupakan bentuk usaha pencegahan yang bertujuan untuk menumbuhkan rasa percaya masyarakat terhadap bank syariah (hasanah et al, 2022). Adanya kepatuhan syariah ini, menjadi bukti bahwa bank syariah mempunyai pengelolaan dan operasionalnya tersendiri dan memiliki perbedaan dengan bank konvensional.

2.2.5 Pengetahuan

Pengetahuan dapat muncul dari adanya pengamatan dengan menggunakan akal pikirannya dengan tujuan mengenali sesuatu yang belum pernah diketahui sebelumnya. Pengetahuan adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan informasi. Menurut (Al'Aswad & Patimbangi, 2021) pengetahuan dapat menjadi penyebab seseorang untuk dapat mengetahui apa yang dimengerti, kuantitas atau banyaknya hal yang dimengerti. Pengetahuan sendiri terbagi kedalam beberapa jenis. Menurut Soekidjo (2003) dalam (Rosyid & Saidiah, 2016) menyatakan bahwa pengetahuan terbagi menjadi tiga diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Pengetahuan Faktual, yakni pengetahuan yang isinya mengenai bagian-bagian dasar yang baru berbentuk seperti simbol, istilah untuk membantu kemudahan berbicara dalam suatu pembelajaran. Pengetahuan ini meliputi beberapa aspek seperti istilah ataupun suatu aspek yang berhubungan dengan sebuah kejadian
2. Pengetahuan Konseptual, yakni bentuk pengetahuan yang telah memuat sebuah ide dimana membuat seseorang dapat mengkategorikan suatu objek
3. Pengetahuan Prosedural, yakni bentuk pengetahuan yang berkaitan dengan langkah-langkah terstruktur dalam melakukan suatu tindakan.

Dalam proses memperoleh suatu pengetahuan atau informasi seseorang dapat dikategorikan ke dalam beberapa tingkatan melalui beberapa tahapan atau cara menurut Notoatmodjo dalam (Habibah & Hasanah, 2021) membagi pengetahuan kedalam lima tingkatan domain kognitif yakni:

1. Tahu, berarti bentuk suatu ingatan akan pengetahuan yang diperoleh oleh seseorang.
2. Memahami, berarti kemampuan seseorang untuk dapat menceritakan kembali informasi pengetahuan yang diperoleh atau paham akan apa yang ia ketahui.
3. Analisis, berarti kemampuan seseorang untuk lebih memahami atas apa yang ia ketahui.
4. Sintesis, berarti bentuk kemampuan seseorang untuk dapat menghubungkan pengetahuan yang ia miliki terhadap suatu hal baru.
5. Evaluasi, berarti penilaian atau kesimpulan seseorang atas apa yang ia ketahui.

Berarti dengan lima tingkatan tersebut, masyarakat awalnya mengetahui terlebih dahulu informasi mengenai bank syariah, kemudian masyarakat akan mencoba

untuk mencerna memahami berbagai informasi yang diperoleh. Setelah melakukan pemahaman atas informasi yang diperoleh seseorang akan melakukan analisis atau melakukan pemahaman lebih terhadap pengetahuan yang diperoleh kemudian melakukan pengembangan dengan mengaitkan kedalam kehidupan sehari-hari kemudian menyimpulkan dan melakukan evaluasi hasil pengetahuan yang diperoleh untuk dapat mengambil sebuah keputusan atau menyimpulkan mempunyai ketertarikan atau tidak mengenai bank syariah.

Pengetahuan juga dapat diartikan sebagai bentuk kemampuan seseorang untuk mengerti dan memahami sesuatu kemudian dapat mengingatnya kembali. Dengan adanya pengetahuan masyarakat menjadi mengetahui kemudian mulai untuk memahami dan melakukan analisis mengenai apa yang diketahui mengenai bank syariah. Jika pengetahuan seseorang dihubungkan dengan bank syariah berarti seseorang tersebut mempunyai informasi dan memahami apa saja tugas dan wewenang bank syariah, produk yang dimiliki, jasa layanan yang tersedia dan lain sebagainya. Dengan begitu, pengetahuan yang dimiliki dapat membuat masyarakat melakukan perbandingan antara bank syariah dengan bank lain. Selain itu, pengetahuan yang dimiliki oleh seseorang mengenai suatu hal mempunyai perspektif atau sudut pandang yakni positif dan negatif. Apabila semakin banyak perspektif positif tentang pengetahuan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu hal maka semakin sikap positif seseorang tersebut terhadap suatu hal juga akan semakin besar. Dalam hal ini, apabila pengetahuan positif yang dimiliki oleh masyarakat terhadap bank syariah maka dapat menumbuhkan minat dalam masyarakat dan dapat juga meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap bank syariah dengan begitu masyarakat akan menjadi tertarik untuk menjadi nasabah di bank syariah.

2.2.6 Kemudahan Akses

Menurut Zaki Baridwan dan Sartika A. T (2014) dalam (Erina, 2021) Kemudahan akses dapat diartikan sebagai bentuk rasa percaya seseorang terhadap

sesuatu dalam penggunaanya tanpa memerlukan banyak usaha. Di negara berkembang kemudahan akses dalam hal pembiayaan dapat mempunyai potensi untuk menarik masyarakat untuk melakukan investasi guna memajukan usaha agar dapat mengikuti perkembangan teknologi dan dapat bersaing Beck dan Demirguc-kunt (2006) dalam (Ummy Nurhalim Harahap & Anggraini, 2023).

Kemudahan akses tidak hanya dalam hal pembiayaan, namun juga dapat berupa kemudahan untuk menemukan ATM agar dapat mengambil uang dimana saja dan kapan saja. Selain itu, kemudahan informasi mengenai produk atau hal-hal yang berkaitan dengan bank baik itu informasi produk maupun layanan. Dengan begitu, masyarakat akan merasa dimudahkan jika sewaktu-waktu kehabisan atau bahkan sedang membutuhkan uang cash berlebih dapat melakukan penarikan uang. Kemudahan akses lainnya adalah kemudahan dalam penggunaannya, misalnya penggunaan *mobile banking*. Kemudahan akses yang lainnya adalah kemudahan dalam melakukan pembiayaan jika menggunakan bank syariah. Alasannya karena pada umumnya masyarakat banyak yang menjadi nasabah di bank konvensional untuk melakukan pembiayaan pinjaman untuk menjalankan usaha. Oleh karena itu, kemudahan akses di bank syariah ini akan membuat masyarakat menjadi tertarik untuk menjadi nasabah di bank syariah, semakin mudah syarat dan ketentuan pembiayaan bank syariah dapat mendorong masyarakat untuk memilih bank syariah. Ukuran dari kemudahan akses menurut (Dev dan Schultz, 2005) dalam (Akbar & Elsye, 2019) diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Suatu produk mudah untuk diperoleh.
2. Pelayanan yang diberikan mudah.
3. Proses dalam pembelian atau penggunaan barang maupun jasa juga dipermudah.

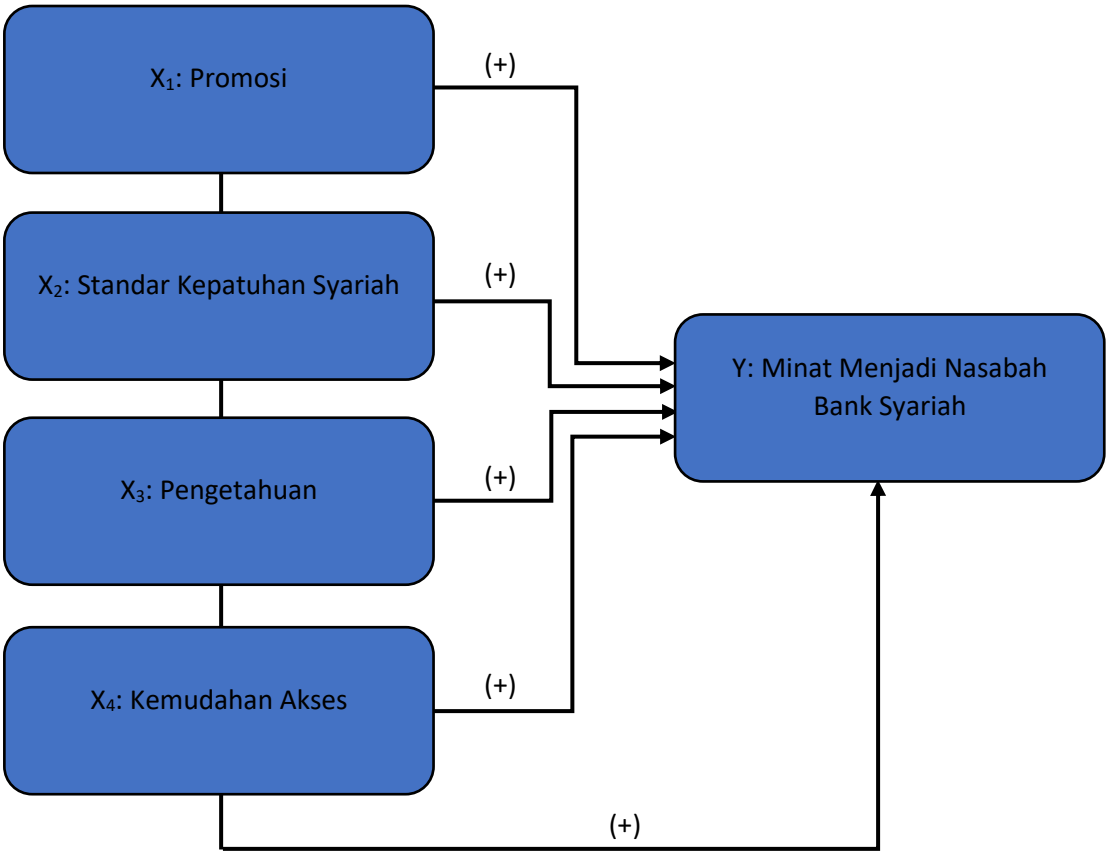
2.3 Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah dugaan sementara tentang hasil dari sebuah penelitian yang akan dilaksanakan. Dimana hipotesis ini nantinya akan diuji kebenarannya dengan menggunakan analisis dan pengujian berdasarkan data.

1. Diduga variabel promosi, standar kepatuhan syariah, pengetahuan dan Kemudahan Akses secara parsial mempunyai pengaruh yang positif terhadap minat masyarakat menjadi nasabah di bank syariah.
2. Diduga variabel promosi, standar kepatuhan syariah, pengetahuan dan Kemudahan Akses secara simultan mempunyai pengaruh yang positif terhadap minat masyarakat menjadi nasabah di bank syariah.

2.4 Kerangka Penelitian

Kerangka penelitian adalah bentuk konsep dari penelitian yang berisi tentang penggambaran hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya secara sistematis. Tujuannya untuk mempermudah dalam memahami alur penelitian. Berikut ini kerangka penelitian yang akan diteliti oleh penulis



Gambar 2. 1. Kerangka Penelitian

BAB III
METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan cara pengumpulan data

3.1.1 Jenis Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini dilaksanakan dengan menggunakan jenis penelitian kuantitatif deskriptif. Penelitian kuantitatif sendiri adalah salah satu jenis penelitian dengan memperoleh data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang dinyatakan dalam bentuk angka. Metode kuantitatif termasuk kedalam metode tradisional sebab merupakan metode yang telah lama digunakan dalam penelitian, selain itu, metode kuantitatif merupakan penelitian yang menggunakan data konkrit, objektif, rasional dan sistematis. Data yang digunakan berupa angka atau data yang diangkakan yang kemudian dianalisis secara statistik (Prof. Dr. Sugiyono, 2008). Selanjutnya secara istilah deskriptif berarti menjelaskan atau menjabarkan, jadi kuantitatif deskriptif adalah metode penelitian yang berupa angka dianalisis secara statistic yang kemudian dideskripsikan atau dijabarkan secara sistematis. Penelitian ini membahas mengenai pengaruh antara promosi, standar kepatuhan syariah, pengetahuan dan kemudahan akses terhadap minat masyarakat untuk menjadi nasabah di bank syariah.

3.1.2 Cara pengumpulan data

Cara pengumpulan data atau teknik pengumpulan data menurut (Sugiyono, 2008) dapat dilakukan dengan berbagai *setting,* sumber dan cara. Dalam penelitian ini jenis sumber data yang digunakan adalah data sekunder dan data primer. Data primer merupakan sumber data yang diperoleh secara langsung. Data primer dari penelitian ini diperoleh dengan cara peneliti menyebar kuesioner melalui media *google form* yang diberikan terhadap masyarakat kabupaten Klaten. Selanjutnya data sekunder

merupakan sumber data yang tidak secara langsung atau diperoleh melalui media perantara ataupun sebuah dokumen yang biasanya dapat berupa buku, jurnal, majalah, surat kabar, maupun web internet yang berisi mengenai pengetahuan yang berhubungan dengan penelitian yang akan dilakukan. dalam penelitian ini, menggunakan dua sumber data yakni sumber data sekunder untuk mencari literatur bacaan, kajian teori sedangkan data primer untuk mencari data dilapangan tentang minat masyarakat yang dilakukan dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner dengan *accidental sampling*. Lokasi dari penelitian ini adalah di Kabupaten Klaten Provinsi Jawa Tengah. Dalam penelitian ini karena menggunakan kuesioner maka dibutuhkan sampel dari populasi dari masyarakat Kabupaten Klaten

Populasi sendiri adalah jumlah keseluruhan masyarakat secara umum yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki karakteristik yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengambil suatu kesimpulan. Sementara itu, sampel merupakan bagian dari populasi yang dapat menjadi sumber data, sampel ini dapat disebut juga sebagai perwakilan dari populasi yang dapat memberikan informasi terhadap peneliti. Jumlah masyarakat beragama islam di Kabupaten Klaten menurut BPS berjumlah sebesar 1.232.961 jiwa ini merupakan populasi dalam penelitian ini. Untuk sampel sendiri dapat diambil menggunakan beberapa ukuran, menurut Recoe dengan judul *buku Research Methods for Business* (1982) dalam Sugiyono (2008) memberikan saran mengenai besaran ukuran sampel yang dapat digunakan dalam penelitian. Salah satunya yakni apabila dalam suatu penelitian ingin melakukan analisis dengan menggunakan korelasi atau regresi berganda, maka jumlah anggota sampel yang diteliti minimal 10 kali dari banyaknya variabel yang diteliti (baik variabel dependen mupun variabel independen). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan satu variabel dependen atau minat dan empat variabel independen (promosi, standar kepatuhan syariah, pengetahuan dan kemudahan akses). Jadi jumlah variabel dalam penelitian ini adalah lima variabel

sehingga besaran dari sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 5 x 10 = 50 responden. (Prof. Dr. Sugiyono, 2008: 90-91)

Instrumen penelitian dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner yang melalui media google form. Instrumen penelitian sendiri mempunyai tujuan yakni sebagai ukuran dalam menilai variabel yang akan diteliti, oleh karena itu untuk memudahkan dalam melakukan pengukuran maka perlu adanya skala pengukuran. Penelitian ini peneliti menggunakan skala pengukuran yang disebut skala Linkert. Skala Linkert merupakan skala yang dipakai sebagai pengukuran sikap, pendapat, dan persepsi seseorang maupun kelompok mengenai fenomena sosial yang terjadi Prof. Dr. Sugiyono, 2008: 92-94)

Jawaban dalam skala Linkert dapat berupa kata-kata, yang kemudian dari jawaban tersebut diberi skor agar memudahkan dalam analisis kuantitatif. Jawaban dan skor dapat berupa sebagai berikut:

1. Sangat Setuju (SS), diberi skor lima (5)
2. Setuju (ST), diberi skor empat (4)
3. Ragu-ragu (RG), diberi skor tiga (3)
4. Tidak setuju (TS), diberi skor dua (2)
5. Sangat tidak setuju (STS), diberi skor satu (1)

3.2 Definisi variabel operasional

3.2.1 Variabel Dependen

Variabel dependen atau disebut juga dengan variabel terikat merupakan suatu variabel yang menjadi fokus atau perhatian utama dalam sebuah penelitian. Dapat dikatakan menjadi variabel utama yang akan menjadi topik dalam sebuah penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah minat masyarakat untuk menjadi nasabah di bank syariah. Minat adalah rasa atau keinginan masyarakat terhadap sesuatu. Minat menjadi nasabah bank syariah berarti keinginan masyarakat atau bentuk

kecondongan fokus terhadap produk dan jasa yang ditawarkan oleh bank syariah. Indikator dari minat sendiri diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Ketertarikan menjadi nasabah
2. Keinginan untuk berbagi informasi
3. Mempunyai keyakinan ingin menjadi nasabah di bank syariah

3.2.2 Variabel Independen

Variabel ini merupakan variabel bebas yang dapat mempengaruhi variabel terikat. Mempengaruhinya dapat secara positif atau negatif maupun signifikan ataupun tidak signifikan. Variabel independen dalam penelitian ini adalah promosi, standar kepatuhan syariah, pengetahuan, dan kemudahan akses.

1. Promosi (X_1) adalah suatu strategi atau cara yang dilakukan oleh perusahaan yang tujuannya menarik para calon nasabah agar mau menjadi nasabah dan menggunakan produk-produk bank syariah. Indikator dalam penelitian ini untuk variabel promosi adalah sebagai berikut:
   a. Periklanan, pemasaran baik langsung atau dengan mulut ke mulut
   b. Bentuk promosi penjualan yang ditawarkan
   c. Acara dan pengalaman
   d. Lingkungan sekitar masyarakat
2. Variabel Standar Kepatuhan Syariah (X_2) adalah bentuk ketaatan atau kesesuaian bank syariah atau lembaga keuangan syariah lain dalam menjlankan operasionalnya sesuai dengan prinsip-prinsip (dalam hal ini sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan dan sesuai dengan al-quran). Misalnya dengan menjauhi adanya praktik riba, indikatornya sebagai berikut:
   a. Pengetahuan standar kepatuhan syariah
   b. Akad sesuai dengan prinsipsyariah

c. Usaha maupun bisnis yang dilakukan tidak bertentangan dengan prinsip syariah

3. Variabel Pengetahuan (X_3) adalah bentuk kemampuan seseorang untuk memperoleh informasi yang diketahui dan memahaminya kemudian dapat mengingatnya kembali serta dapat melihat dari berbagai sudut pandang. Indikator dari pengetahuan adalah sebagai berikut:
   a. Tahu
   b. Pemahaman
   c. Analisis
   d. Evaluasi
4. Variabel Kemudahan Akses (X_4) adalah bentuk kepercayaan dari seseorang bahwa dalam penggunaannya tidak membutuhkan tenaga yang berlebih. Indikator dari kemudahan akses adalah sebagai berikut:
   a. Kemudahan dalam penggunaan, jangkauan fasilitas
   b. Kenyamanan
   c. Ketersediaan informasi

3.3 Metode Analisis Data

3.3.1 Uji Instrumen Penelitian

3.3.1.1 Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan dengan tujuan untuk mengukur kevalidan data yang diperoleh peneliti dari hasil kuesioner yang telah dibagikan terhadap responden atau menguji sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu data kuesioner dapat dikatakan sebagai sumber data yang valid apabila hasil dari kuesioner dapat menjelaskan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Ukuran dari kuesioner dapat dikatakan valid apabila besaran r hitung lebih besar daripada r tabel. Sementara itu, apabila besaran r-hitung lebih kecil daripada r-tabel maka data kuesioner dikatakan tidak valid. Atau dengan melihat besaran nilai signifikasni, apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0, 05

maka kuesioner dapat dikatakan valid namun sebaliknya jika besaran nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka data kuesioner tidak valid.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji validitas adalah:

a. Apabila nilai r-hitung > r-tabel, berarti data kuesioner dapat dikatakan valid atau terdapat hubungan antar variabel.
b. Apabila nilai r-hitung < r-tabel, berarti data kuesioner dapat dikatakan valid atau terdapat hubungan antar variabel

3.3.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui kestabilan dari hasil pengukuran data atau reliabilitas dari instrumen yang digunakan dalam sebuah penelitian. Jika instrumen ini terbukti kestabilan dan ketetapannya maka jika digunakan berulang untuk mengukur sesuatu yang sama maka hasil data yang diperoleh juga akan sama. Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan perhitungan nilai *Chronbranch Alpha* masing-masing variabel dalam penelitian. Apabila besaran *Chronbranch Alpha* > 0,60 maka data data dikatan reliabel. Rumus *Chronbranch Alpha* adalah sebagai berikut

$$\alpha = \frac{N\underline{c}}{\underline{v} + (N-1)\underline{c}}$$

Keterangan, dimana:
α = *Chronbranch Alpha*
N= jumlah indikator
$\underline{c}$ = rata-rata kovarians
$\underline{v}$ = rata-rata varian

3.3.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan mempunyai tujuan yakni untuk mengetahui kualitas data yang akan digunakan dalam penelitian. Hal ini dilakukan agar analisis yang dilakukan dapat memperoleh analisis yang tepat. Analisis data yang dilakukan menggunakan metode regresi linier berganda. Akan tetapi sebelum itu, karena data

yang digunakan menggunakan data primer maka dibutuhkan beberapa uji asumsi klasik yakni uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas untuk mengetahui kualitas model regresi yang dihasilkan.

3.3.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan sebagai pengujian, apakah variabel independen dalam penelitian dalam kondisi normal atau tidak. Suatu model dapat dikatakan baik apabila dalam kondisi yang normal. Dalam (Widarjono, 2013), uji normalitas terbagi kedalam dua metode yakni menggunakan histogram residual dan uji *jarque-bera*. Suatu model dikatakan normal dengan uji jarque-bera, jika nilai koefisien S=0 dan K=3 atau apabila nilai probabilitas *jarque-bera* lebih besar dari 0,05.

3.3.2.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan sebagai penguji, apakah model regresi yang ditemukan terdapat korelasi antar variabel independen. Model regresi dapat dikatakan baik apabila tidak memiliki multikolinearitas. Tanda bahwa sebuah regresi mempunyai nilai multikolinearitas adalah model tersebut mempunyai nilai t statistik yang rendah sedangkan *standard error* yang lebih tinggi. Untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dapat menggunakan VIF atau *Variance Inflation Factor,* apabila nilai VIF semakin tinggi maka dapat dikatakan terdapat masalah multikolinearitas atau besaran nilai VIF lebih dari 10. Akan tetapi, jika besaran nilai VIF tidak lebih atau kurang dari 10 maka dapat dikatakan bahwa tidak memiliki masalah multikolinearitas (Widarjono, 2013).

3.3.2.3 Uji Heteroskesdastisitas

Uji Heteroskesdastisitas digunakan sebagai penguji, apakah model regresi mempunyai ketidaksamaan varian residual antar pengamatan yang lain. Untuk melakukan pengujian adanya masalah heteroskesdastisitas dengan cepat salah satunya dapat menggunakan deteksi pola residual melalui grafik. Selain itu, juga terdapat beberapa metode lain yakni menggunakan metode White. Apabila suatu model

mempunyai nilai probabilitas *chi square* lebih besar dari 0,05 atau α=5% maka dapat dinyatakan terbebas dari masalah heteroskesdastisitas, namun sebaliknya jika nilai probabilitas *chi square* lebih kecil dari 0,05 atau α=5% berarti menunjukkan adanya masalah heteroskesdastisitas(Widarjono, 2013).

3.3.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda ini dapat digunakan untuk model regresi yang mempunyai lebih dari satu variabel independen. Model regresi berganda dapat digunakan untuk menganalisis hubungan linier antara variabel dependen dan independen. Analisis menggunakan model ini dapat digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel dependen dan independen. Arah yang dimaksud adalah, apakah masing-masing variabel independen mempunyai hubungan yang positif atau negatif secara terpisah. Berikut ini persamaan model linier berganda:

$$Y=\beta_0 + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + e$$

Keterangan

Y	: Minat
β_0	: *Intercept*
β_1, β_2, β_3, β_4	: Koefisien regresi
X_1	: Promosi
X_2	: Standar kepatuhan syariah
X_3	: Pengetahuan
X_4	: Kemudahan akses
e	: Variabel gangguan

3.3.3.1 Uji t atau uji parsial

Uji t digunakan untuk menguji secara parsial dari masing-masing variabel penelitian atau untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel Y atau variabel dependen dengan variabel independen atau X. Apakah variabel promosi (X1), standar kepatuhan syariah (X2), pengetahuan (X3), kemudahan akses (X4) tersebut

mempunyai pengaruh secara parsial terhadap variabel Y yakni minat masyarakat terhadap bank syariah.

Hipotesa yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah:

H_o : $\beta_1 = 0$ berarti variabel independen dalam penelitian ini (promosi, standar kepatuhan syariah, pengetahuan, dan kemudahan akses) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (minat menjadi nasabah bank syariah)

H_a : $\beta_1 \neq 0$ berarti variabel independen dalam penelitian ini (promosi, standar kepatuhan syariah, pengetahuan, dan kemudahan akses) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (minat menjadi nasabah bank syariah)

3.3.3.2 Uji F atau uji simultan

Uji F atau pengujian secara simultan digunakan untuk mengetahui apakah secara bersama-sama variabel independen dapat secara signifikan mempengaruhi variabel dependen. Pengujian ini menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5% (0,05). Dasar dari pengambilan keputusan yakni dengan:

1. Membuat hipotesis penelitian
   a. H_O : $\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4 = 0$, berarti secara bersama-sama variabel independen (promosi, standar kepatuhan syariah, pengetahuan, dan kemudahan akses) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (minat masyarakat terhadap bank syariah).
   b. H_a : $\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4 > 0$, berarti secara bersama-sama variabel independen (promosi, standar kepatuhan syariah, pengetahuan, dan kemudahan akses) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (minat masyarakat terhadap bank syariah).
2. Menentukan F tabel dan F hitung dengan besaran tingkat kepercayaan sebesar 95% atau tingkat signifikansi sebesar 5% (0.05)

a. Jika besaran nilai F hitung > F tabel maka, masing-masing variabel independen secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen atau menolak H_o dan menerima H_a.
b. Jika besaran nilai F hitung < F tabel maka, masing-masing variabel independen secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen atau menolak H_a dan menerima H_o.

3.3.3.3 Uji koefisien determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk mengukur seberapa besar model untuk mampu menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai dari koefisien determinasi terletak pada rentan angka 0 hingga. Apabila besarannya kurang dari 0 maka regresi yang dihasilkan kurang baik. Akan tetapi sebaliknya, jika besarannya semakin mendekati 1 maka semakin bagus model yang dihasilkan sebab dapat berkontribusi dalam menjelaskan model regresi.

BAB IV
HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Kabupaten Klaten

Kabupaten Klaten adalah salah satu kabupaten yang terletak di provinsi Jawa Tengah. Kabupaten Klaten sendiri mempunyai luas daerah sebesar 655,56 km² dan terdiri atas 26 kecamatan. Kondisi Geografi Kabupaten Klaten berdasarkan letak astronomisnya, kabupaten klaten terletak pada 110°30'-110°45' Bujur Timur dan 7°30'-7°45' Bujur Selatan.

Secara demografi jumlah penduduk di Kabupaten Klaten sebesar 1.267.272 jiwa sesuai dengan data yang tertera di dalam BPS Kabupaten Klaten. Mayoritas penduduk di Kabupaten Klaten adalah pemeluk agama Islam yakni sebesar 93,19% atau sebanyak 1. 232.304 jiwa dan sisanya sebanyak 6,87% memeluk agama selain islam. (BPS Kabupaten Klaten). Sementara itu, jumlah penduduk berdasarkan jenis kelamin penduduk kabupaten yang berjenis kelamin laki-laki sebesar. 630.845 dan jumlah penduduk Perempuan sebesar 636.427 (BPS Kabupaten Klaten)

Dengan mayoritas penduduk adalah pemeluk agama islam, Kabupaten Klaten mempunyai beberapa bank syariah dan kantor cabang bank syariah yang tersebar di beberapa kecamatan di Kabupaten Klaten. Diantaranya adalah Bank Syariah Indonesia atau BSI, Bank Syariah Almabrur, Bank BPD Syariah, dan Bank Jateng Syariah. Rata-rata lokasi dari bank-bank syariah tersebut berada di kota atau lebih tepatnya disekitar gedung-gedung pemerintahan Kabupaten Klaten. Akan tetapi, untuk beberapa kantor cabang berada pada tingkat kecamatan juga cukup mudah untuk dijangkau oleh masyarakat. Dalam beberapa tahun kebelakang ini jumlah pertumbuhan bank syariah di Kabupaten Klaten cukup mengalami peningkatan dan jumlah nasabah juga mengalami peningkatan.

4.2 Temuan Hasil Penelitian

4.2.1 Hasil Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, data yang digunakan merupakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Penyebaran kuesioner dilakukan secara daring atau *online* melalui media *google form*. Teknik dari sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan Teknik random sampling, atau sample acak. Dimana peneliti melakukan Penyebaran *google form* terhadap masyarakat yang berdomisili atau masyarakat yang bertempat tinggal di Kabupaten Klaten dengan minimal usia 17 tahun. Hasil pengumpulan data yang telah dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 1. Hasil Pengumpulan Data

Keterangan	Jumlah	Persentase
Kuesioner terkumpul	92 responden	100%
Kuesioner memenuhi syarat	92 responden	100%
Kuesioner tidak memenuhi syarat	0 responden	0%

Sumber: Lampiran VII

Berdasarkan data tabel 4.1 diatas menunjukkan bahwa jumlah responden yang terkumpul untuk mengisi kuesioner adalah sebanyak 92 responden. Dari keseluruhan responden yang telah mengisi kuesioner yang telah disebar seluruhnya memenuhi persyaratan untuk mengisi sebab tidak ada persyaratan khusus selain telah berusia minimal 17 tahun.

4.2.2 Karakteristik Responden

Dari keseluruhan responden yang diperoleh, peneliti membaginya kedalam tiga bagian, yakni karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, dan berdasarkan jenis pekerjaan. Berikut ini merupakan karakteristik responden yang diperoleh peneliti dari penyebaran kuesioner:

a. Jenis Kelamin

Tabel 4. 2. Hasil Responden berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1.	Laki-laki	31 orang	33,7%
2.	Perempuan	61 orang	66,3%
Total		92 orang	100%

Sumber: Lampiran VII

Berdasarkan tabel 4.2. hasil responden berdasarkan jenis kelamin terbagi menjadi dua yakni responden laki-laki dan responden Perempuan. Dari keseluruhan jumlah responden yang terkumpul, responden Perempuan lebih banyak daripada jumlah responden laki-laki. Jumlah responden Perempuan sebanyak 61 orang atau 66,3 % sedangkan jumlah responden laki-laki hanya 31 orang atau 33,7% dari keseluruhan jumlah responden yang terkumpul.

b. Usia

Tabel 4. 3. Hasil Responden berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Persentase
1.	17-25	67 orang	73%
2.	26-40	14 orang	16%
3.	41-50	5 orang	4,4%
4.	>50	6 orang	6,6%
Total		92 orang	100%

Sumber: Lampiran VII

Dari tabel 4.3 dapat kita ketahui bahwa usia responden terbagi menjadi beberapa kelompok dengan masing-masing jumlah usia 17tahun - 25 tahun sebanyak 67 orang atau 73% dari keseluruhan responden, usia 26 tahun – 40 tahun sebanyak 14 orang atau 16 % dari keseluruhan responden, usia 41 tahun- 50 tahun sebanyak 5 orang atau 4,4 % dari keseluruhan responden, dan usia lebih dari 50 tahun sebanyak 6 orang atau sebanyak 6,6 % dari keseluruhan responden. Responden dengan usia 17 tahun – 25 tahun menjadi responden dengan jumlah terbanyak atau paling mendominasi dari

keseluruhan jumlah responden yang diperoleh. Selanjutnya diikuti oleh usia 26 tahun – 40 tahun, kemudian usia lebih dari 50 tahun dan jumlah responden paling sedikit yakni usia 41 tahun -50 tahun.

c. Jenis Pekerjaan

Tabel 4. 4. Hasil Responden berdasarkan Jenis Pekerjaan

No	Usia	Jumlah	Persentase
1.	Pelajar/Mahasiswa	51 orang	55,4%
2.	Wiraswasta	13 orang	14,2%
3.	Wirausaha	4 orang	4,4%
4.	Staf Pengajar/Guru	7 orang	7,6%
5.	Ibu Rumah Tangga	11 orang	12%
6.	Pensiunan	1 orang	1 %
7.	Buruh	5 orang	5,4%
Total		92 orang	100%

Sumber: Lampiran VII

Berdasarkan tabel 4.4 distribusi jenis pekerjaan dari responden dapat diketahui terbagi menjadi beberapa jenis, diantaranya adalah pelajar atau mahasiswa yang jumlahnya sebanyak 51 orang atau 55,4% dari keseluruhan responden, selanjutnya adalah wiraswasta berjumlah 13 orang atau sebesar 14,2% dari keseluruhan responden, wirausaha berjumlah 4 orang atau 4,4% dari keseluruhan responden, staff pengajar atau guru berjumlah 7 orang atau 7,6% dari keseluruhan responden, ibu rumah tangga berjumlah 11 orang atau 12% dari keseluruhan responden, buruh berjumlah 5 orang atau 5,4% dari keseluruhan responden, dan yang terakhir adalah pensiunan berjumlah 1 orang atau sebesar 1% dari keseluruhan responden. Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa pelajar atau mahasiswa menjadi jumlah responden terbanyak dari kuesioner yang telah tersebar, kemudian diikuti dengan wiraswasta, ibu rumah tangga, staff pengajar atau guru, buruh, wirausaha dan paling kecil adalah pensiunan.

4.3 Metode Analisis Data

4.3.1 Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen Penelitian dilakukan bertujuan untuk mengetahui apakah isntrumen-instrumen yang digunakan dalam penelitian ini sudah layak, sudah baik atau relevan dengan penelitian yang dilakukan sehingga instrumen penelitian dapat dengan mudah untuk dimengerti oleh responden dan kualitas data yang dihasilkan valid dan reliabel dengan melakukan uji validitas dan uji reliabilitas

4.3.1.1 Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian digunakan dengan tujuan untuk mengetahui kevalidan data kuesioner. Uji validitas dapat dilakukan dengan cara yakni melalui perbandingan hasil r tabel dan r hitung, jika besaran r-hitung lebih kecil daripada r-tabel maka data kuesioner dapat dikatakan valid dan melalui besaran tingkat signiifikansi apakah lebih besar dari 0,05. Besaran r tabel diperoleh dari df-2=n-2, dengan tingkat singnifikansi 0,05. Jumlah responden yang diperoleh sebanyak 92-2= 90 dengan tingkat signifikansi 0,05 maka diperoleh nilai r-tabel sebesar 0,2050.

Tabel 4. 5. Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	R hitung	R tabel (0,05)	Kesimpulan
X1(Promosi)	X1_1	0,7267	>0,2050	Valid
	X1_2	0,8820		Valid
	X1_3	0,8258		Valid
	X1_4	0,7697		Valid
	X1_5	0,8022		Valid
X2 (standar kepatuhan syariah)	X2_1	0,8731	>0,2050	Valid
	X2_2	0,8380		Valid
	X2_3	0,8489		Valid
	X2_4	0,8007		Valid
X3 (Pengetahuan)	X3_1	0,8229	>0,2050	Valid
	X3_2	0,8675		Valid
	X3_3	0,7519		Valid
	X3_4	0,7612		Valid
	Indikator	**R hitung**		**Kesimpulan**

	X3_5	0,8419		Valid
X4 (Kemudahan Akses	X4_1	0,8464	>0,2050	Valid
	X4_2	0,8207		Valid
	X4_3	0,7965		Valid
	X4_4	0,8291		Valid
	X4_5	0,7891		Valid
Y (Minat)	Y_1	0,8841	>0,2050	Valid
	Y_2	0,8586		Valid
	Y_3	0,8600		Valid
	Y_4	0,8921		Valid
	Y_5	0,8834		Valid
	Y_6	0,8367		Valid

Sumber:Lampiran I.

Berdasarkan tabel 4.5 hasil uji validitas dari seluruh variabel penelitian baik variabel dependen maupun variabel independen menunjukkan bahwa seluruh indikator dari masing-masing variabel besaran r-hitung lebih besar dari r-tabel. Hal ini menunjukkan bahwa variabel dalam penelitian dapat dikatakan valid dan antar variabelnya mempunyai hubungan.

4.3.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh dan digunakan dalam penelitian dalam keadaan stabil sehingga dapat digunakan berulang untuk mengukur sesuatu atau penelitian yang serupa. Sebab, dengan hasil yang stabil maka isntrumen yang digunakan untuk mengukur maka hasil yang akan dihasilkan akan sama.

Tabel 4. 6. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	*Cronbranch alpha*	Standar nilai	Kesimpulan
Y (Minat)	0,936	>0,60	Reliabel
X1 (Promosi)	0,859	>0,60	Reliabel
X2 (standar kepatuhan syariah)	0,860	>0,60	Reliabel
X3 (Pengetahuan)	0,865	>0,60	Reliabel

Variabel	*Cronbranch alpha*	Standar nilai	Kesimpulan
X4 (Kemudahan Akses)	0,872	>0,60	Reliabel

Sumber: Lampiran II.

Berdasarkan tabel 4.6 hasil uji reliabilitas dari seluruh variabel penelitian menunjukkan bahwa data yang diperoleh adalah reliabel. Dengan begitu, data yang digunakan dalam penelitian stabil berarti data dalam penelitian jika digunakan secara berulang maka hasilnya juga akan stabil atau konstan.

4.3.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan bertujuan untuk mengetahui kualitas data yang diperoleh sebelum dilakukan pengolahan data menggunakan model regresi. Beberapa uji asumsi klasik yang dilakukan dalam penelitian ini diantaranya adalah uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskesdastisitas.

4.3.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan mempunyai tujuan yakni untuk mengetahui distribusi data pada variabel dependen maupun variabel independen normal atau tidak. Dalam penelitian ini uji normalitas yang dilakukan oleh penulis untuk menghasilkan hasil pengujian yang terbaik menggunakan uji normalitas dengan melakukan *outlier* data. Alasan penulis melakukan uji normalitas *outlier* data adalah pengujian uji normalitas secara normal, transformasi data hasil yang dihasilkan belum terbaik. Oleh karena itu, penulis menggunakan *outlier* data agar hasil uji normalitas yang dihasilkan adalah hasil yang terbaik. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakn metode *jarque-bera*. Dimana, suatu data dikatakan normal dengan uji jarque-bera, jika nilai koefisien S=0 dan K=3 atau apabila nilai probabilitas *jarque-bera* lebih besar dari *alpha* yakni sebesar 0,05.

Tabel 4. 7. Hasil Uji Normalitas dengan metode Jarque-Bera

Skewness	-0.722333
Kurtoris	3.812708
Jarque-Bera	2.612118
Probability	0.270886

Sumber: Lampiran III.

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan metode Jarque-Bera pada Tabel 4.7 diatas dapat diketahui bahwa besaran nilai Skewness atau S sebesar -0,722333 yang berarti S=0, kemudian Kurtoris atau K=3 sebesar 3,812708 yang berarti besaran S=3, dan diperoleh nilai probabilitasnya sebesar 0,270886. Dimana nilai probabilitas 0,270886 > *alpha* 0,05 berarti menunjukkan bahwa data berdistribusi secara normal. Jadi dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini terbebas dari masalah normalitas.

4.3.2.2 Uji Multikolinearitas

Tujuan dari dilakukannya uji multikolinearitas adalah untuk mengetahui apakah model regresi mempunyai korelasi antar variabel independen. Ukuran data yang mempunyai masalah multikolinearitas adalah jika nilai VIF atau *Variance Inflation Factor,* nilainya lebih dari 10. Begitupun sebaliknya, jika nilai VIF atau *Variance Inflation Factor,* nilainya kurang dari 10 maka tidak terjadi masalah multikolinearitas.

Tabel 4. 8. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Nilai VIF
X1(Promosi)	1.776446
X2(Standar kepatuhan syariah)	2.611134
X3(Pengetahuan)	3.267569
X4(Kemudahan Akses)	4.422719

Sumber: Lampiran V

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada Tabel 4.8 diperoleh nilai VIF atau *Variance Inflation Factor* pada masing-masing variabel X1(Promosi) sebesar 1,77447, X2(Standar kepatuhan syariah) sebesar 2,611134, variabel X3(Pengetahuan) sebesar 3,26759 dan variabel X4(Kemudahan Akses) sebesar 4,4227199 dari keempat variabel bebas tersebut nilainya kurang dari 10,00, maka dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel dalam penelitian terbebas dari masalah multikolinearitas.

4.3.2.3 Uji Heteroskesdastisitas

Uji heteroskesdastisitas dilakukan bertujuan untuk apakah model regresi mempunyai ketidaksamaan varian residual model regresi dengan model regresi lain. Terdapat beberapa jenis metode yang dapat dilakukan dalam Uji heteroskesdastisitas. Salah satunya yang digunakan dalam penelitian ini, yakni uji heteroskesdastisitas dengan menggunakan metode White. Pengambilan Keputusan, apabila nilai probabilitas *chi square* lebih besar dari 0,05 atau α=5% maka dapat dinyatakan terbebas dari masalah heteroskesdastisitas, begitupun sebaliknya jika nilai probabilitas *chi square* lebih kecil dari 0,05 atau α=5% maka dapat dinyatakan bahwa model regresi terdapat masalah heteroskesdastisitas.

Tabel 4. 9. Hasil Uji Heteroskesdastisitas dengan Metode White

F-statistic	1.086827	**Prob. F (21.70)**	0.3820
Obs *R-Srqueres	22.62092	**Prob. Chi-Square (21)**	0.3645
Scaled explained SS	24.05521	**Prob. Chi-Square (21)**	0.2904

Sumber: Lampiran IV.

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas dengan metode white yang tertulis pada Tabel 4.9 dapat diketahui bahwa nilai Prob. Chi-Square sebesar 0,3645 > 0,05 jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian terbebas dari masalah heteroskesdastisitas.

4.3.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Tujuan dari dilakukannya analisis regresi linier berganda untuk menganlisis dan mengetahui hubungan baik secara parsial maupun simultan pada variabel dependen dan independen. Analisis regresi linier berganda juga dapat digunakan untuk mengetahui apakah pada masing-masing variabel mempunyai pengaruh yang positif atau negatif dan signifikan atau tidak signifikan. Apakah promosi, standar kepatuhan syariah, pengetahuan, dan kemudahan akses mempunyai pengaruh yang positif atau negatif terhadap minat masyarakat Kabupaten Klaten untuk menjadi nasabah Bank Syariah. Berikut ini persamaan model linier berganda:

$$Y=\beta_0 + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + e$$

Keterangan

Y	: Minat
β_0	: *Intercept*
β_1, β_2, β_3, β_4	: koefisien regresi
X_1	: promosi
X_2	: standar kepatuhan syariah
X_3	: pengetahuan
X_4	: kemudahan akses
e	: variabel gangguan

Tabel 4. 10. Hasil Estimasi Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien	Std.Error	t-Statistic	Prob.
C	-1.733366	1.182126	-1.466313	0.1465
X1(Promosi)	0.125875	0.069570	1.809338	0.4742
X2(standar kepatuhan syariah)	0.317591	0.089067	3.565745	0.0006
X3(Pengetahuan)	0.266148	0.088098	3.021056	0.0034
X4(Kemudahan Akses)	0.607412	0.104804	5.795679	0.0000

Sumber: Lampiran VI.

Berdasarkan Tabel 4.10 hasil estimasi regresi linier berganda maka dapat diketahui bahwa hasil regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y= -1{,}733366 + 0{,}125875X_1 + 0{,}317591X_2 + 0{,}266148X_3 + 0{,}607412X_4 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi linier berganda diatas maka dapat diketahui bahwa koefisien variabel bebasnya mempunyai hasil yang positif terhadap minat masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah. Persamaan regresi tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

β_0= -1,733366, berarti apabila besaran variabel X1 atau Promosi, X2 atau standar kepatuhan syariah, X3 atau Pengetahuan dan X4 atau Kemudahan akses sama dengan 0 maka nilai Y atau minat adalah sebesar -1,733366

β_1= 0,125875, berarti apabila setiap peningkatan satu satuan variabel promosi, maka minat akan mengalami peningkatan sebesar 0,125875 dengan asumsi variabel lain bersifat konstan

β_2= 0,317591, berarti apabila setiap peningkatan satu satuan variabel promosi, maka minat akan mengalami peningkatan sebesar 0,317591 dengan asumsi variabel lain bersifat konstan

β_3= 0,266148, berarti apabila setiap peningkatan satu satuan variabel promosi, maka minat akan mengalami peningkatan sebesar 0,266148 dengan asumsi variabel lain bersifat konstan

β_4= 0,607412, berarti apabila setiap peningkatan satu satuan variabel promosi, maka minat akan mengalami peningkatan sebesar 0,607412 dengan asumsi variabel lainnya bersifat konstan.

4.3.3.1 Uji t atau uji parsial

Uji t digunakan untuk menguji secara parsial antara pengaruh variabel dependen terhadap variabel yakni variabel promosi (X1), standar kepatuhan syariah, (X2), pengetahuan (X3), kemudahan akses (X4) tersebut mempunyai pengaruh secara parsial terhadap variabel Y (minat), minat masyarakat terhadap bank syariah. Cara untuk melakukan uji t atau uji parsial dapat dilakukan dengan membandingkan antara nilai T tabel dengan nilai T-hitung. Jumlah responden atau sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 92 orang dengan tingkat signifikansi 0,05 atau 5%. Oleh karena itu, besaran T tabel yang digunakan adalah sebagai berikut:

T tabel: df=n-k

Df=92-5

Df=87

Dimana n adalah jumlah observasi dan k adalah jumlah variabel. Besaran df atau *degree of freedom* dengan signifikansi sebesar 0,05 maka besaran T tabel yang digunakan untuk perbandingan yang tertera dalam tabel distribusi adalah sebesar 1,663. Dengan begitu, maka berdasarkan tabel 4.8 Hasil Estimasi Regresi Linier Berganda dapat disimpulkan sebagai berikut:

a. Variabel Promosi (X1)

   Besaran T hitung variabel promosi adalah sebesar 1,809 > 1,663 berarti variabel promosi mempunyai pengaruh positif terhadap minat masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah atau menolak $H_{o,}$ dan menerima H_a

b. Variabel standar kepatuhan syariah (X2)

   Besaran T hitung variabel standar kepatuhan syariah, adalah sebesar 3,565 > 1,663 berarti variabel standar kepatuhan syariah, mempunyai pengaruh positif terhadap minat masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah atau menolak H_o dan menerima H_a

c. Variabel Pengetahuan (X3)

Besaran T hitung variabel pengetahuan adalah sebesar 3,021 > 1,663 berarti variabel pengetahuan mempunyai pengaruh positif terhadap minat masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah atau menolak H_o dan menerima H_a

d. Variabel Kemudahan Akses (X4)

Besaran T hitung variabel kemudahan akses adalah sebesar 5,795 > 1,663 berarti variabel kemudahan akses mempunyai pengaruh positif terhadap minat masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah atau menolak H_o dan menerima H_a

4.3.3.2 Uji F atau uji simultan

Uji f atau uji simultan dilakukan untuk mengetahui apakah secara bersama-sama variabel independen dapat secara signifikan mempengaruhi variabel dependen. Tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 0,05 atau 5%. Cara untuk melakukan Uji F atau uji simultan dapat dilakukan dengan membandingkan antara nilai F hitung dengan nilai F tabel. Besaran nilai F tabel dari penelitian ini adalah sebagai berikut

Df 1=4 (banyak variabel bebas penelitian)

Df= n-4-1 = 92-4-1 =87, dengan signifikansi 0,05 dalam tabel distribusi F tabel maka besaran F hitung adalah sebesar 2,48.

Tabel 4. 11. Hasil Uji F

F-statistic	57.56193
Prob(F-statistic)	0.000000

Sumber: Lampiran VI.

Dari Tabel 4.11 dapat diketahui bahwa besaran F-*statistic* adalah 57,56193 > 2,68 dengan tingkat signifikansi 0,05, yang artinya secara bersama-sama variabel

promosi, standar kepatuhan syariah, pengetahuan, dan kemudahan akses mempunyai yang signifikan terhadap minat masyarakat Kabupaten Klaten menjadi nasabah bank syariah atau menolak H_o dan menerima H_a.

4.3.3.3 Uji koefisien determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi atau R^2 dilakukan sebagai prediksi seberapa besar kontribusi pengaruh yang diberikan oleh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai dari koefisien determinasi akan semakin bagus apabila nilainya mendekati angka satu.

Tabel 4. 12.Uji Koefisien Determinasi

R-squared	0.887827
Adjusted R-squared	0.872403

Sumber: Lampiran VI.

Dari tabel hasil estimasi pada Tabel 4.12 dapat diketahui bahwa besaran nilai R^2 atau *Adjusted R-squired* aadalah 0,872403 yang berarti menunjukkan bahwa variabel bebas atau variabel independen dalam penelitian dapat menjelaskan variabel dependen sebesar 87,24%, sementara sisanya sebesar 12,76% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dijelaskan dalam model.

4.4 Pembahasan

Setelah melakukan pengujian terhadap variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian, langkah selanjutnya adalah melakukan pembahasan hasil analisa:

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh promosi (X_1), standar kepatuhan syariah(X_2), pengetahuan (X_3) dan kemudahan akses (X_4) terhadap minat masayarakat untuk menjadi nasabah bank syariah di Kabupaten Klaten (Y). Yang menjadi responden dalam penelitian ini berjumlah sebanyak 92 orang. Instrumen

dalam penelitian ini menggunakan dua uji instrumen untuk mengetahui kelayakan dari data yang diperoleh yakni uji validitas dan reliabilitas. Dari hasil kedua uji tersebut, instrumen dalam penelitian ini dikatakan valid dengan nilai R hitung dari masing-masing indikator setiap variabel lebih besar dari R tabel. Selain itu, juga dinyatakan valid dengan besaran *chrobranch alpha* masing-masing variabel lebih besar dari 0,60. Dengan begitu maka dapat dikatakan bahwa data dari penelitian ini layak atau terbukti dengan adanya uji validitas dan reliabilitas.

4.4.1 Pengaruh promosi terhadap minat masyarakat di Kabupaten Klaten untuk menjadi nasabah bank syariah.

Berdasarkan hasil regresi linier berganda yang diperoleh, menunjukkan bahwa dalam penelitian ini, promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat di Kabupaten Klaten untuk menjadi nasabah bank syariah. Dapat diketahui dari besaran nilai T hitung yang lebih besar daripada T tabel yakni 1,809 > 1,663. Hal tersebut berarti bahwa Hipotesis o ditolak dan menerima hipotesis a yang menyatakan bahwa variabel promosi secara parsial dapat berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah di Kabupaten Klaten. Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Magfirah, Boroma & Mootalu 2020) bahwa promosi mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan tabungan haji di bank syariah. Dan hal ini juga didukung oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Risa Nur Fauzi dalam penelitiannya menyatakan bahwa promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat mahasiswa untuk menjadi nasabah di bank syariah (Fauzi, 2020).

Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semakin banyak, semakin luas, semakin gencar promosi yang dilakukan oleh bank syariah terhadap masyarakat di Kabupaten Klaten maka semakin besar atau berpengaruh positif terhadap minat masyarakat untuk menjadi nasabah di bank syariah. Dengan dilakukannya promosi dapat meningkatkan minat masyarakat untuk menjadi nasabah di bank syariah. Dalam

hal ini, berarti bank syariah telah melakukan promosi atau penawaran produk terhadap masyarakat sehingga rasa minat masyarakat terhadap bank syariah menjadi tumbuh. Sebab, pada umumnya masyarakat dapat dengan mudah untuk mengetahui produk melalui promosi yang dilakukan dengan berbagai cara dan dilakukan di berbagai media. Selain itu, dengan adanya promosi masyarakat juga dapat mengetahui kelebihan atau kekurangan produk atau berbagai informasi lain yang tertera atau tersampaikan didalam promosi.

4.4.2 Pengaruh standar kepatuhan syariah terhadap minat masyarakat di Kabupaten Klaten untuk menjadi nasabah bank syariah

Berdasarkan hasil regresi linier berganda yang diperoleh, menunjukkan bahwa dalam penelitian ini, standar kepatuhan syariah memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap minat masyarakat kabupaten Klaten untuk menjadi nasabah bank syariah. Dapat diketahui dari besaran nilai T hitung yang lebih besar daripada T tabel yakni sebesar 3,565 > 1,663. Hal ini berarti, hipotesis o ditolak dan menerima hipotesis a dimana menyatakan bahwa variabel standar kepatuhan syariah, mempunyai pengaruh secara parsial terhadap minat masyarakat untuk menjadi nasabah di bank syariah. Hal tersebut juga sesuai dengan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan bank syariah dilakukan oleh (Kholis et al, 2021) yang menyatakan bahwa kepatuhan syariah mempunyai pengaruh langsung terhadap keputusan nasabah untuk menjadi nasabah di bank syariah terutama para pelaku usaha mikro. Selain itu, (Nur Azizah & Syafitri, 2022) juga menyatakan bahwa persepsi kepatuhan syariah berpengaruh positif secara parsial terhadap minat masyarakat di Kecamatan Kepanjaen untuk menjadi nasabah di bank syariah.

Standar kepatuhan syariah dapat mempengaruhi minat masyarakat di Kabupaten Klaten untuk menjadi nasabah di bank syariah. Hal tersebut berarti menunjukkan bahwa standar kepatuhan syariah, dapat meningkatkan minat masyarakat di Kabupaten Klaten untuk menjadi nasabah di bank syariah. Dalam hal ini, berarti

semakin baik tingkat standar kepatuhan syariah dari bank syariah dapat menumbuhkan minat masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah. Umumnya, karena masyarakat ingin menjauhi larangan Tuhannya yakni untuk menjauhi adanya praktik riba.

4.4.3 Pengaruh Pengetahuan terhadap minat masyarakat di Kabupaten Klaten untuk menjadi nasabah bank syariah

Berdasarkan hasil regresi linier berganda yang diperoleh, menunjukkan bahwa dalam penelitian ini, pengetahuan mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap minat masyarakat di Kabupaten Klaten untuk menjadi nasabah bank syariah. Dapat diketahui dari besaran nilai T hitung yang lebih besar daripada T tabel yakni sebesar 3,021 > 1,663. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis o ditolak dan menerima hipotesis a, yang mana menyatakan bahwa variabel pengetahuan secara parsial mempunyai pengaruh terhadap minat masyarakat di Kabupaten Klaten untuk menjadi nasabah bank syariah. Hal tersebut didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Edi & Aristyanto, 2022) yang menyatakan bahwa pengetahuan mempunyai pengaruh positif terhadap minat masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah di Surabaya. Penelitian lain yang dilakukan oleh (Rosiadi, 2020) menyatakan bahwa pengetahuan mengenai produk bank syariah berpengaruh positif terhadap minat masyarakat secara parsial, dalam (Yuliani., 2021) juga menyatakan bahwa pengetahuan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah.

Dengan begitu maka dapat disimpulkan bahwa pengetahuan dapat mempengaruhi minat masyarakat Kabupaten Klaten untuk menjadi nasabah bank syariah. Minat masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah dapat ditingkatkan melalui pengetahuan, semakin luas, semakin banyak pengetahuan yang dimiliki oleh masyarakzt dapat berdampak positif terhadap tumbuhnya minat masyarakat untuk menjadi nasabah di bank syariah.

4.4.4 Pengaruh kemudahan akses terhadap minat masyarakat di Kabupaten Klaten untuk menjadi nasabah bank syariah

Berdasarkan hasil regresi linier berganda yang diperoleh, menunjukkan bahwa dalam penelitian ini, variabel kemudahan akses mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap minat masyarakat Kabupaten Klaten untuk menjadi nasabah bank syariah. Dapat diketahui dari besaran nilai T hitung yang lebih besar daripada T tabel yakni sebesar 5,795 > 1.663. Hal ini berarti hipotesis o ditolak dan menerima hipotesis a, dimana menyatakan bahwa variabel kemudahan akses mempunyai pengaruh secara parsial terhadap minat masyarakat di kabupaten Klaten untuk menjadi nasabah bank syariah. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan lebih dulu yang menyatakan bahwa kemudahan akses mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap eksistensi bank syariah di pedasaan oleh (Ummy Nurhalim Harap & Anggraini, 2023). Dalam (Mukhtisar, Tarigan & Evriyenni, 2021) juga menyatakan bahwa kemudahan dapat mempengaruhi minat masyarakat untuk melakukan transaksi di bank syariah.

Kemudahan akses yang diberikan oleh bank syariah terhadap calon nasabahnya dapat menumbuhkan minat untuk menjadi nasabah di bank syariah. Kemudahan akses ini dapat dilakukan dalam bentuk seperti kemudahan dalam pembiayaan, penggunaan elektronik banking, maupun kemudahan dalam jangkauan menemukan kantor cabang maupun ATM. Variabel kemudahan akses ini, menjadi variabel yang mempunyai pengaruh paling besar diantara vaeiabel-variabel lain.

Promosi, standar kepatuhan syariah, pengetahuan dan kemudahan akses dapat dikatakan sebagai beberapa faktor yang membuat seseorang dalam hal ini adalah masyarakat di Kabupaten Klaten untuk berminat menjadi nasabah bank syariah. Sesuai dengan teori perilaku konsumen yang menyatakan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan seseorang untuk melakukan pembelian salah satunya yakni melalui faktor-faktor yang menjadi variabel dalam penelitian yakni adanya

promosi atau pemasaran, standar kepatuhan syariah, dan faktor psikologis yakni adanya pengetahuan serta faktor eksternal yakni kemudahan akses.

Sementara itu untuk teori atribusi, atribusi sendiri merupakan sebuah teori yang dikembangkan oleh Fritz Heider yang menjelaskan tentang perilaku seseorang dalam memahami atau mendefinisikan suatu perilaku yang dilakukan (Dr. Samsur, 2019). Dalam hal ini, minat masyarakat dapat tumbuh karena masyarakat mengetahui promosi yang dilakukan oleh bank syariah, mempunyai pemahaman agama sehingga berminat terhadap bank syariah karena ingin mendekatkan diri pada Tuhannya. Selain itum masyarakat juga mempunyai pengetahuan dengan begitu berarti, masyarakat mempunyai wawasan secara umum mengenai bank syariah yang dapat menimbulkan minat untuk menjadi nasabah bank syariah. Begitu juga dengan kemudahan akses, masyarakat menjadi berminat karena merasa bahwa tidak dipersulit saat ingin melakukan transaksi atau pembiayaan di bank syariah.

BAB V
KESIMPULAN DAN IMPILKASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan oleh penulis dengan menggunakan metode analisis data regresi linier berganda dengan judul penelitian "Analisis Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah di Kabupaten Klaten". Dengan begitu dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam penelitian ini membuktikan bahwa variabel promosi secara parsial mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat masyarakat di Kabupaten Klaten untuk menjadi nasabah bank syariah dan merupakan variabel yang mempunyai pengaruh paling kecil.
2. Dalam penelitian ini membuktikan bahwa, Variabel standar kepatuhan syariah secara parsial mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat masyarakat di Kabupaten Klaten untuk menjadi nasabah bank syariah
3. Dalam penelitian ini membuktikan bahwa, Variabel pengetahuan secara parsial mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat masyarakat di Kabupaten Klaten untuk menjadi nasabah bank syariah
4. Dalam penelitian ini membuktikan bahwa, Variabel kemudahan akses secara parsial mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat masyarakat di Kabupaten Klaten untuk menjadi nasabah bank syariah dan merupakan variabel dengan pengaruh paling besar
5. Penelitian ini juga membuktikan bahwa, secara simultan atau bersama-sama variabel promosi, standar kepatuhan syariah, pengetahuan dan kemudahan akses mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat masyarakat di Kabupaten Klaten untuk menjadi nasabah bank syariah

5.2. Keterbataan Penelitian

Berdasarkan hasil dari penelitian dan kesimpulan yang diperoleh oleh peneliti, penelitian ini mempunyai keterbatasan diantaranya adalah sebagai berikut:

Penelitian ini hanya menganalisis pengaruh dari variabel promosi, kepatuhan bank syariah, pengetahuan, dan kemudahan akses dengan hasil sebesar 57,56193. penelitian selanjutnya dapat dikembangkan dengan variabel lain yang dapat mengahsilkan pengaruh yang lebih besar dibandingkan dengan variabel yang telah digunakan oleh peneliti. Variabel promosi menjadi variabel yang mempunyai pengaruh paling kecil sebab, dalam data yang digunakan dalam latar belakang menggunakan data tahun 2019 hingga tahun 2021 dimana pada tahun tersebut sedang terjadi pandemi Covid-19. Oleh karena itu, bank syariah kurang atau bahkan tidak melakukan aktivitas promosi yang efektif dengan melakukan pendekatan terhadap masyarakat, karena adanya pembatasan aktivitas sosial yang ditetapkan oleh pemerintah.

5.3 Implikasi Kebijakan

Berdasarkan hasil dan kesimpulan dari hasil perhitungan regresi linier berganda dengan judul penelitian "Analisis Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah di Kabupaten Klaten". Dengan begitu dapat diperoleh implikasi kebijakan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian, variabel promosi mempunyai hasil yang positif dan signifikan terhadap minat masyarakat Kabupaten Klaten untuk menjadi nasabah bank syariah tetapi mempunyai pengaruh paling kecil dibandingkan degan variabel lain yang digunakan dalam penelitian. Dengan begitu, promosi yang dilakukan oleh bank syariah dapat meningkatkan minat masyarakat terhadap bank syariah meskipun dalam penelitian ini mempunyai pengaruh paling kecil. Promosi yang dilakukan harus semakin gencar, semakin bervariasi agar dapat membantu peningkatan jumlah masyarakat untuk berminat menjadi

nasabah di bank syariah. Cara yang dapat dilakukan oleh bank syariah yakni dengan menggunakan strategi promosi yang lebih menarik salah satunya dengan menawarkan undian, atau melalui suatu kegiatan yang berhubungan dengan kegiatan sosial misalnya menjadi sponsor untuk acara amal atau bakti sosial. Dengan begitu, masyarakat dapat dengan mudah untuk mengetahui bank syariah melalui strategi promosi yang dilakukan sehingga minat masyarakat untuk mnejadi nasabah di bank syariah dapat tumbuh.

2. Berdasarkan hasil penelitian, variabel standar kepatuhan syariah, mempunyai hasil yang positif dan signifikan terhadap minat masyarkat Kabupaten Klaten untuk menjadi nasabah bank syariah. Berarti variabel standar kepatuhan syariah menjadi salah satu variabel yang juga menjadi faktor munculnya minat masyarakat Kabupaten Klaten terhadap bank syariah. Hal tersebut sejalan dengan, jumlah penduduk Kabupaten Klaten yang mayoritas memeluk agama Islam. Dengan begitu, bank syariah dapat melakukan pendekatan terhadap masyarakat untuk meningkatkan minat masyarakat menjadi nasabah di bank syariah melalui penawaran-penawaran yang berhubungan dengan kepatuhan syariah atau prinsip-prinsip yang dijalankan oleh bank syraiah seperti menjauhi adanya praktik riba. Bank syariah juga dapat menunjukkan produk-produknya kepada masyarakat bahwa produk yang ada di bank syariah ssesuai dengan prinsip-prinsip syaria.
3. Berdasarkan hasil penelitian, variabel pengetahuan, mempunyai hasil yang positif dan signifikan terhadap minat masyarakat Kabupaten Klaten untuk menjadi nasabah bank syariah. Hal tersebut menunjukkan bahwa, pengetahuan yang dimiliki oleh masyarakat dapat membuat nasabah berminat untuk menjadi nasabah di bank syariah. Untuk Bank syariah kedepannya dapat membuat web atau situs media online untuk memberikan informasi lebih banyak dan mendetail mengenai bank syariah, baik bagaimana sistemnya, perbedaannya dengan bank konvensional agar pengetahuan masyarakat mengenai bank

syariah menjadi semakin luas. Selain itu, bank syariah dapat memberikan edukasi atau pengetahuan mengenai produk dan layanan dan pengetahuaan secara umum mengenai bank syariah melalui berbagai media baik media elektronik maupun media cetak.

4. Berdasarkan hasil penelitian, variabel kemudahan akses, mempunyai hasil yang positif dan signifikan terhadap minat masyarakat Kabupaten Klaten untuk menjadi nasabah bank syariah dan menjadi variabel yang mempunyai pengaruh yang paling besar diantara varaibel lain. Hal tersebut menujukkan bahwa, timbulnya rasa minat masyarakat terhadap bank syariah timbul karena bank syariah mempunyai kemudahan akses. Dengan begitu, diharapkan bank syariah dapat menambah kantor cabang dan ATM agar lebih dapat menjangkau masyarakat yang tempat tinggalnya jauh dari pusat kota. Selain itu, bank syariah juga dapat lebih meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan agar masyarakat juga menjadi semakin lebih tertarik misalnya dengan pendampingan dalam membuat aplikasi *mobile banking* agar masyarakat dapat dengan mudah dan cepat memahami sistem kerja dari *mobile banking* bank syariah itu sendiri. Bank syariah juga dapat memberikan penawaran kemudahan dalam hal pembiayaan yang diperlukan oleh masyarakat.
5. Saran untuk penelitian selanjutnya dapat lebih mengembangkan variabel yang dapat mempunyai pengaruh lebih besar dibandingkan dengan variabel promosi. Selain itu, juga dapat menambahkan variabel covid-19 sebagai salah satu variabel dalam penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Afridayanti Surbakti. (2022). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menjadi Nasabah pada Perusahaan Asuransi. *Skylanseaa Profesional Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Teknologi*, *2*, 215–220.

Al'Aswad, & Patimbangi, A. (2021). Pengaruh Pengetahuan, Produk dan Promosi terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah. *Jurnal Akuntansi Syariah*, *1*.

Andespa, R. (2017). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung di Bank Syariah. Al Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan. 2(1).

Apriyanti, L. (2021). Analisis Faktor-faktor yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, *7*(03), 1366–1371.

Aprulli, R. (2018). Pengaruh Promosi Terhadap Minat Masyarakat Menabung di PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Ciledug Kota Tangerang (Skripsi Sarjana tidak dipubliksikan). Universitas Muhammadyah Jakarta.

Araffi, M., & Haryono, S. (2022). Peran Religiusitas dalam Memoderasi Persepsi, Preferensi dan Pengetahuan Terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah Indonesia. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, *7*(2), 461.

Astuti, C., & Saputra, M. (2022). Pengaruh Keuntungan Relatif, Fitur Layanan, Risiko, dan Kepatuhan Syariah Terhadap Minat Transaksi Menggunakan BSI Mobile di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi*, *7*(3), 441–452.

BPS Kabupaten Klaten. Jumlah Penduduk Menurut Agama (Jiwa*)* 2021-2023. Diakses pada tanggal 8 April 2024, dari https://klatenkab.bps.go.id/indicator/108/179/1/jumlah-penduduk-menurut-agama.html

BPS Kabupaten Klaten. Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kabupaten Klaten, 2021. Diakses pada 8 April 2024, dari https://klatenkab.bps.go.id/staticable/2022/09/01/561/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin-di-kabupaten-klaten-2021.html

BPS Provinsi Jawa Tengah. (n.d.). *Jumlah Kredit Dan Rekening Yang Diberikan Oleh Bank Perkreditan Rakyat / Bank Pembiayaan Syariah Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Tengah 2019-2021*. Jateng.Bps.Go.Id. diakses pada 29 October, 2023, from https://jateng.bps.go.id/indicator/13/557/1/jumlah-kredit-dan-rekening-yang-diberikan-oleh-bank-perkreditan-rakyat-bank-pembiayaan-syariah-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi-jawa-tengah.html

Dr. Samsur, M. (2019). Atribusi. *Jurnal Network Media*, *2*, 2569–6446

Edi, A. S., & Aristyanto, E. (2022). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menjadi Nasabah pada Bank Syariah Di Surabaya. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, *7*(2), 920–933.

Erina, N. (2021). Pengaruh Kemudahan Akses, Kenyamananm dan Keamanan Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah.(Skripsi Sarjana tidak dipublikasikan). IAIN Ponorogo.

Fauzi, R. N. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Pengetahuan Agama, Dan Promosi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus pada Mahasiswa Santri di Kabupaten Sleman Yogyakarta). *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi*, *9*, 37–46.

Gautama Siregar, B. (2018). Pengaruh Produk dan Promosi terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Marhamah pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariag Padangsimpuan. Takzir: Jurnal Penelitian Ilmu-ilmu Sosial dan Keislaman. 4(1). 1-20.

Handida, R. D., & Sholeh, M. (2018). Pengaruh_Tingkat_Pengetahuan_Kualitas_Laba. *Jurnal Economia*, *14*.

Ilyas Rahmat. (2017). Manajemen Permodalan Bank Syariah. *BISNIS*, *5*(2).

Juli, E., & Syahuri Zein, A. (2018). Analisis Perilaku Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah di Kabupaten Mandailing Natal. *At-Tijaroh: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis ISLAM*, *4*, 222–236.

Kholis, F., Rusydi, M., & Maulana, C. Z. (2021). Pengaruh Syariah Compliance dan Service Quality terhadap Minat Pengusaha Mikro menjadi Nasabah Bank Umum Syariah dengan Trust sebagai Variabel Intervening di Palembang. *Jurnal Intelektualita: Keislaman, Sosial Dan Sains*, *10*(2), 333–340.

Kusuma, L. S., & Hardiningsih, P. (2022). Determinan Minat Pembayran Zakat Profesi di Masa Pandemi Cocid-19.*Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, *13*, 597–613.

Magfirah Boroma, S. Z., & Mootalu, R. R. (2020). Pengaruh Promosi dan Kepercayaan Tergadao Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Tabungan Haji Di Bank Muamalat Cabang Gorontalo. *Mutawazin(Jurnal Ekonomi Syariah, Pascasarjana, IAIN Sultan Amai Gorontalo)*, *1*, 34–43.

Marlina, L. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Non Muslim Menjadu Nasabah Bank Syariah di Tasik Malaya. *Eqien: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, *7*(1), 33–40.

Mukhtisar, Tarigan, I. R. R., & Evriyenni. (2021). Pengaruh Efisiensi, Keamann dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee Kareng Banda Aceh. *JIHBIZ: Global Journal of Islamkc Banking and Finace*, *3*, 56–72.

Nur Azizah, K., & Syafitri, A. A. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Persepsi Kepatuhan Syariah Masyarakat Kecamatan Kepanjen Kabupaten Malang Terhadap Minat Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah. *Journal Islamic Business And Entrepreneurship, 1*(2), 57–69.

Nur, R., Lestari, I., Fattahul, I., Papua, M., Huda, M., & Karman, A. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Investasi di Pasar Modal Syariah pada Mahasiswa FEBI IAIN Fattahul Muluk Papua *OIKONOMIKA: Jurnal kajian ekonomi dan keuangan syariah* (Vol. 1).

Priambodo, B. R., & Septiarini, D. F. (2019). Pengaruh Bank Syariah Yang Dikelola Berdasarkan Prinsip Syariah Serta Fitur dan Fasilitas Produk Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat di Surabaya. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, *6*, 2062–2076.

Prof. Dr. Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D.* (keempat). Alfabeta.

Rahmat Akbar, Y., Ario, M., Elsye, W., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Bunda, P. (2019). Pemasaran Terintegrasi Untuk Meningkatkan Minat Masyarakat Dalam Menabung Di Bank Syariah. *Jurnal ISLAMIKA*, *2*(2), 82–97.

Rastasari, A. (2019). Pengaruh Religiusitas, Bagi Hasil Dan Kemudahan Akses Terhadap Keputusan Masyarakat Mengambil Pembiayaan Di Koperasi Syariah MSI. *SIMBA*, *1*, 819–833.

Rosidi, A. (2021). Pengaruh Pengetahuan Produk, Biaya Administrasi Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Masyarakat. *Jurnal Ilmu Ekonomi (JIE)*, *5*(3), 444–450.

Sadono Sukirno. (2013). *Mikroekonomi Teori Pengantar* (Edisi Ketiga). PT. RajaGrafindo Persada.

Salis, N., Solekah, N. A., Penulis, N., Nihayatu, :, & Solekah, A. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Bawean Dalam memilih Bank Syariah. EL DINAR: Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah *7*(2).

Santri, M., Guru, D., Maskur, O. ;, & Saidiah, R. H. (2016). Pengetahuan Perbankan Syariah dan Pengaruhnya terhadap Minat. In Islaminomic. 7(2)

Saud, I. M., Teguh, I., & Nugraheni, P. (2018). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Nasabah Perbankan Konvensional Beralih ke Perbankan Syariah (Studi Empiris Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi di D.I.Y). *Jurnal InFestasi*, *14*, 133–145.

Ulu, K. T., Habibah, G. W. I. A., & Hasanah, A. N. (2021). Pengetahuan Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi pada Masyarkat Desa Pagar Puding Kec. Tebo Ulu) Jurnal Margin. *1*(1), 36122.

Ummy Nurhalim Harahap, A., & Anggraini, T. (2023). Pengaruh Kemudahan Akses Pembiyaan, Sosialisasi Produk Dan Literasi Nasabah Terhadap Eksistensi Bank Syariah Indonesia (BSI) Di Pedesaan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, *9*(01), 1153–1158.

Waluyo, A. (2016). Kepatuhan Bank Syariah Terhadap Fatwa Dewan Syariah Nasional Pasca Transformasi ke Dalam Hukum Positif Inferensi, *10*(2), 517.

Widarjono, A. (2013). *EKOMOMETRIKA Pengantar dan Aplikasinya* (4th ed.). UPP STIM YKPN.

Yana, P., Salwa, D., Septiani, P., Restiani, D., Jannah, M., Hidayat, W., Sultan, U., & Hasanuddin Banten, M. (2023). Pengaruh Promosi Terhadap Minat Masyarakat Tangerang Menjadi Nasabah Bank Syariah. *IJM: Indonesian Journal of Multidisciplinary*, *1*, 287–296.

Yuliani, E., Pradiani, T., & Rahman Alamsyah, A. (2021). Pengaruh Pengetahuan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Melalui Pemediasi Minat Dan Kesadaran (Studi pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Kuta Bali). *JUBIS*, *2*, 1–12.

LAMPIRAN

Lampiran I. Hasil Uji Validitas

Variabel Pomosi (X1)

Covariance Analysis: Ordinary
Date: 04/07/24 Time: 15:38
Sample: 1 92
Included observations: 92

Correlation Probability	X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1
X1_1	1.000000 -----					
X1_2	0.582225 0.0000	1.000000 -----				
X1_3	0.577897 0.0000	0.676333 0.0000	1.000000 -----			
X1_4	0.325273 0.0016	0.663777 0.0000	0.531132 0.0000	1.000000 -----		
X1_5	0.519132 0.0000	0.612839 0.0000	0.537217 0.0000	0.510760 0.0000	1.000000 -----	
X1	0.726723 0.0000	0.882018 0.0000	0.825875 0.0000	0.769733 0.0000	0.802212 0.0000	1.000000 -----

Variabel Standar Kepatuhan Syariah (X2)

Covariance Analysis: Ordinary
Date: 04/07/24 Time: 15:41
Sample: 1 92
Included observations: 92

Correlation Probability	X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2
X2_1	1.000000 -----				
X2_2	0.737599 0.0000	1.000000 -----			
X2_3	0.602740 0.0000	0.568977 0.0000	1.000000 -----		
X2_4	0.571696 0.0000	0.502470 0.0000	0.668437 0.0000	1.000000 -----	
X2	0.873123 0.0000	0.838022 0.0000	0.848952 0.0000	0.800732 0.0000	1.000000 -----

Variabel Pengetahuan (X3)

Covariance Analysis: Ordinary
Date: 04/07/24 Time: 15:42
Sample: 1 92
Included observations: 92

Correlation Probability	X3_1	X3_2	X3_3	X3_4	X3_5	X3
X3_1	1.000000 -----					
X3_2	0.753494 0.0000	1.000000 -----				
X3_3	0.567384 0.0000	0.567317 0.0000	1.000000 -----			
X3_4	0.498568 0.0000	0.586545 0.0000	0.355779 0.0005	1.000000 -----		
X3_5	0.563693 0.0000	0.628298 0.0000	0.597617 0.0000	0.574981 0.0000	1.000000 -----	
X3	0.822950 0.0000	0.867561 0.0000	0.751960 0.0000	0.761252 0.0000	0.841979 0.0000	1.000000 -----

Variabel Kemudahan Akses (X4)

Covariance Analysis: Ordinary
Date: 04/07/24 Time: 15:45
Sample: 1 92
Included observations: 92

Correlation Probability	X4_1	X4_2	X4_3	X4_4	X4_5	X4
X4_1	1.000000 -----					
X4_2	0.812957 0.0000	1.000000 -----				
X4_3	0.612429 0.0000	0.551195 0.0000	1.000000 -----			
X4_4	0.560768 0.0000	0.520833 0.0000	0.535884 0.0000	1.000000 -----		
X4_5	0.483816 0.0000	0.477029 0.0000	0.501155 0.0000	0.779327 0.0000	1.000000 -----	
X4	0.846495 0.0000	0.820773 0.0000	0.796549 0.0000	0.829113 0.0000	0.789143 0.0000	1.000000 -----

Variabel Minat (Y)

Covariance Analysis: Ordinary
Date: 04/07/24 Time: 15:32
Sample: 1 92
Included observations: 92

Correlation Probability	Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Y_5	Y_6	Y
Y_1	1.000000 -----						
Y_2	0.732748 0.0000	1.000000 -----					
Y_3	0.714505 0.0000	0.671745 0.0000	1.000000 -----				
Y_4	0.752832 0.0000	0.748589 0.0000	0.717878 0.0000	1.000000 -----			
Y_5	0.731611 0.0000	0.678460 0.0000	0.674854 0.0000	0.787771 0.0000	1.000000 -----		
Y_6	0.683899 0.0000	0.642692 0.0000	0.703801 0.0000	0.626904 0.0000	0.731767 0.0000	1.000000 -----	
Y	0.884140 0.0000	0.858695 0.0000	0.860036 0.0000	0.892103 0.0000	0.883414 0.0000	0.836711 0.0000	1.000000 -----

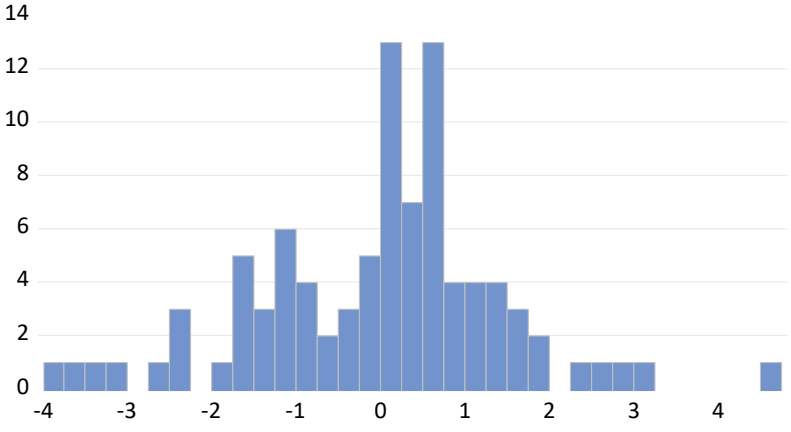
Lampiran II. Hasil Uji Reliabilitas

rata-rata Varians	0,6086	0,77475	0,6878	0,6448	0,692833

rata-rata kovarians	0,3349	0,469833	0,3866	0,3731	0,4918

X1 = 0,859 > 0,60
X2= 0860, > 0,60
X3= 0,865 > 0,60
X4= 0, 872> 0,60
Y= 0,936 > 0,60

Lampiran III. Hasil Uji Normalitas



Series: Residuals	
Sample 1 92	
Observations 92	
Mean	-5.16e-15
Median	0.098433
Maximum	4.683207
Minimum	-3.803377
Std. Dev.	1.465826
Skewness	-0.072333
Kurtosis	3.812708
Jarque-Bera	2.612118
Probability	0.270886

Lampiran IV. Hasil Uji Heteroskesdastisitas

Heteroskedasticity Test: White
Null hypothesis: Homoskedasticity

F-statistic	1.086827	Prob. F(21,70)	0.3820
Obs*R-squared	22.62092	Prob. Chi-Square(21)	0.3645
Scaled explained SS	24.05521	Prob. Chi-Square(21)	0.2904

Test Equation:
Dependent Variable: RESID^2
Method: Least Squares
Date: 04/06/24 Time: 03:37
Sample: 1 92
Included observations: 92
Collinear test regressors dropped from specification

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.762150	13.48886	0.056502	0.9551
X1^2	-0.011364	0.069257	-0.164081	0.8701
X1*X2	-0.063555	0.099678	-0.637608	0.5258
X1*X3	-0.224633	0.108477	-2.070791	0.0421
X1*X4	0.277558	0.125986	2.203083	0.0309
X1*@ISPERIOD("15")	0.104974	0.214788	0.488732	0.6266
X1*@ISPERIOD("23")	-0.206358	0.315992	-0.653049	0.5159
X1*@ISPERIOD("30")	-0.206998	0.286051	-0.723638	0.4717
X1*@ISPERIOD("51")	-0.173230	0.191397	-0.905082	0.3685
X1*@ISPERIOD("53")	-0.095408	0.208663	-0.457234	0.6489
X1*@ISPERIOD("67")	-0.300987	0.211090	-1.425874	0.1583
X1*@ISPERIOD("83")	0.004992	0.170706	0.029242	0.9768
X1	0.557744	2.018172	0.276361	0.7831
X2^2	0.158463	0.066583	2.379915	0.0200
X2*X3	-0.024635	0.152745	-0.161281	0.8723
X2*X4	0.031797	0.177294	0.179344	0.8582
X2	-4.058753	1.677465	-2.419575	0.0181
X3^2	0.110409	0.075896	1.454750	0.1502
X3*X4	-0.057096	0.124149	-0.459896	0.6470
X3	1.332461	2.480705	0.537130	0.5929
X4^2	-0.156832	0.130150	-1.205011	0.2323
X4	1.520784	2.871345	0.529641	0.5980

R-squared	0.245880	Mean dependent var	2.125292
Adjusted R-squared	0.019643	S.D. dependent var	3.583885
S.E. of regression	3.548511	Akaike info criterion	5.575901
Sum squared resid	881.4351	Schwarz criterion	6.178937
Log likelihood	-234.4914	Hannan-Quinn criter.	5.819291
F-statistic	1.086827	Durbin-Watson stat	1.870724
Prob(F-statistic)	0.381992		

Lampiran V. Hasil Uji Multikolinearitas

Variance Inflation Factors
Date: 04/06/24 Time: 03:47
Sample: 1 92
Included observations: 92

Variable	Coefficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
C	1.397422	52.60159	NA
X1	0.004840	68.98243	1.776446
X2	0.007933	73.65026	2.611134
X3	0.007761	114.4805	3.267569
X4	0.010984	152.1473	4.422719
@ISPERIOD("15")	2.787693	1.140587	1.128189
@ISPERIOD("23")	2.682147	1.097403	1.085475
@ISPERIOD("30")	2.799800	1.145541	1.133089
@ISPERIOD("51")	2.519023	1.030661	1.019458
@ISPERIOD("53")	2.562162	1.048311	1.036916
@ISPERIOD("67")	2.651531	1.084877	1.073084
@ISPERIOD("83")	2.610168	1.067953	1.056345

Lampiran VI. Hasil Regresi Liner Berganda

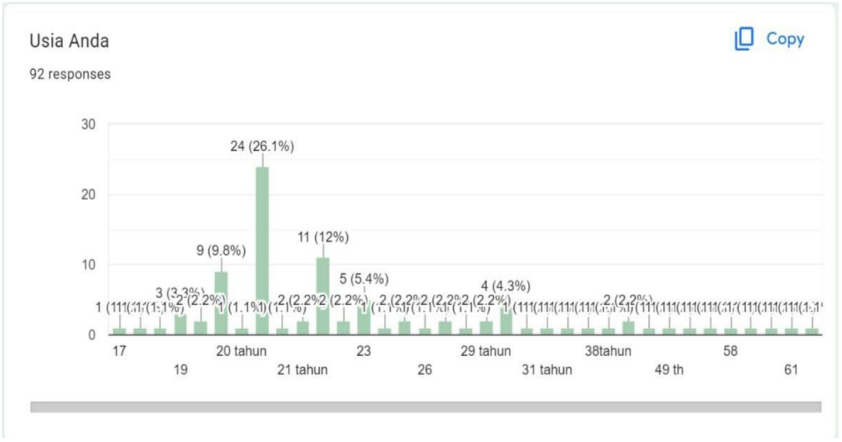
Dependent Variable: Y
Method: Least Squares
Date: 04/06/24 Time: 03:33
Sample: 1 92
Included observations: 92
Indicator Saturation: IIS, 92 indicators searched over 4 blocks
7 IIS variables detected

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-1.733366	1.182126	-1.466313	0.1465
X1	0.125875	0.069570	1.809338	0.0742
X2	0.317591	0.089067	3.565745	0.0006
X3	0.266148	0.088098	3.021056	0.0034
X4	0.607412	0.104804	5.795679	0.0000
@ISPERIOD("15")	6.118210	1.669638	3.664392	0.0004
@ISPERIOD("23")	-10.73576	1.637726	-6.555286	0.0000
@ISPERIOD("30")	5.302989	1.673260	3.169255	0.0022
@ISPERIOD("51")	-4.384593	1.587143	-2.762570	0.0071
@ISPERIOD("53")	5.676569	1.600676	3.546358	0.0007
@ISPERIOD("67")	6.530690	1.628352	4.010612	0.0001
@ISPERIOD("83")	-5.147492	1.615601	-3.186115	0.0021

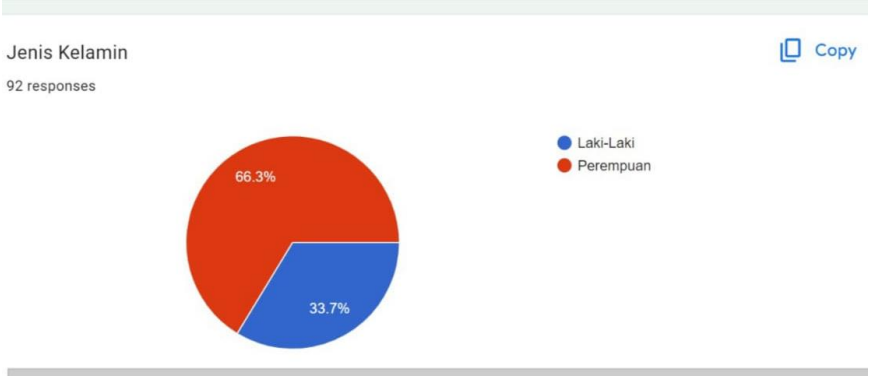
R-squared	0.887827	Mean dependent var	22.29348
Adjusted R-squared	0.872403	S.D. dependent var	4.376606
S.E. of regression	1.563357	Akaike info criterion	3.852656
Sum squared resid	195.5269	Schwarz criterion	4.181585
Log likelihood	-165.2222	Hannan-Quinn criter.	3.985414
F-statistic	57.56193	Durbin-Watson stat	1.639288
Prob(F-statistic)	0.000000		

Lampiran VII. Gambar Hasil Kuisioner Karakteristik Responden

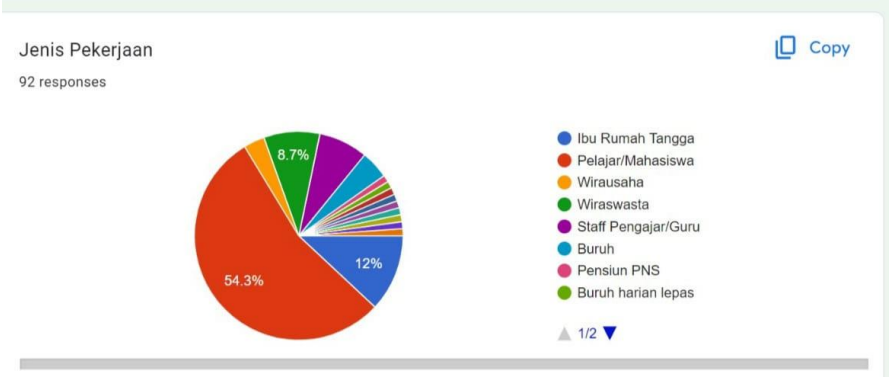
Usia



Jenis Kelamin



Jenis Pekerjaan



Lampiran VIII. Daftar Pertanyaan dalam Kuesioner

DRAFT KUESIONER

Pengaruh Promosi, Standar Kepatuhan Syariah, Pengetahuan dan Kemudahan Akses Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah di Kabupaten Klaten

Variabel penelitian:

Variabel Y : minat masyarakat terhadap bank syariah

Variabel X : pengaruh promosi, standar kepatuhan syariah , pengetahuan dan kemudahan akses

Objek penelitian: Masyarakat Kabupaten Klaten

Lokasi penelitian: Kabupaten Klaten

Pernyataan

Pernyataan dibawah ini merupakan pernyataan yang berhubungan dengan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi masyarakat dalam minatnya untuk menjadi nasabah di Kabupaten Klaten. Pilihlah salah satu jawaban yang sesuai dengan kolom yang telah disediakan dibawah ini

Ketrangan:

1. SS = Sangat setuju
2. S = Setuju
3. RG = Ragu-ragu
4. TS = Tidak Setuju
5. STS = Sangat tidak setuju

Variabel X_1 Promosi

NO	PERNYATAAN	SS	S	RG	TS	STS
1.	Promosi yang dilakukan oleh bank syariah kreatif dan menarik dengan bahasa yang komunikatif serta terjun secara langsung dengan melakukan interaksi dengan masyarakat misalnya melalui acara bazar					
2.	Saya tertarik ingin menjadi nasabah di bank syariah sebab bank syariah melakukan promosi secara aktif, baik dan jelas dengan menggunakan berbagai media yang berupa brosur, spanduk, dan media lainnya maupun sosial media					
3.	Saya mempunyai minat terhadap bank syariah sebab bank syariah banyak memberikan sponsorship dalam sebuah acara atau kegiatan bakti sosial, ataupun pameran sebagai salah satu bentuk untuk mempromosikan produk barang dan jasanya					
4.	Saya tertarik menjadi nasabah di bank syariah karena memperoleh rekomendasi dari teman, keluarga atau dari tempat pekerjaan untuk menjadi nasabah di bank syariah					
5.	Saya berminat menjadi nasabah di bank syariah karena promosi yang dilakukan berupa pemberian hadiah-hadiah atau melakukan undian langsung yang tawarkan terhadap calon nasabah yang ingin menjadi nasabah					

Variabel X_2 Standar Kepatuhan Syariah

NO	PERNYATAAN	SS	S	RG	TS	STS
1	Saya meyakini bahwa jika menjadi nasabah di bank syariah termasuk kedalam usaha untuk menghindari riba dan salah satu bentuk menjalankan syariat agama islam untuk menjauhi riba					
2.	Menurut saya, pengetahuan keagamaan menjadi faktor pertimbangan untuk menjadi nasabah di bank syariah, misalnya seperti prinsip-prinsip yang diterapkan pada bank syariah, bagi hasil dlsb					
3.	Apakah dengan menjadi nasabah di bank syariah, anda menjadi merasa lebih dekat dengan Tuhan Yang Maha Esa?					
4.	Praktik yang dilakukan oleh bank syariah, seperti simpan-pinjam, jual-beli, sewa menyewa dan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh bank syariah sudah sesuai dengan dengan ketentuan syariat islam					

Variabel X_3 Pengetahuan

NO	PERNYATAAN	SS	S	RG	TS	STS
1.	Saya mengetahui perbedaan antara bank syariah dengan bank konvensional secara umum					
2.	Saya mempunyai pengetahuan mengenai bank syariah secara umum misalnya, dengan mencari informasi apa saja produk dan layanan yang ditawarkan					
3.	Saya mengetahui bank syariah merupakan bank yang menggunakan sistem operasional sesuai dengan hukum islam					
4.	Saya mengetahui beberapa jenis bank syariah yang berada di Klaten					
5.	Saya mengetahui bahwa Bank syariah mempunyai badan pengawas tersendiri untuk mengawasi kinerja bank syariah					

Variabel X_4 Kemudahan Akses

NO	PERNYATAAN	SS	S	RG	TS	STS
1.	Saya berminat dengan Bank syariah karena bank syariah mempunyai teknonolgi yang mudah dimengerti dan dikuasi sehingga mudah untuk digunakan oleh masyarakat luas					
2.	Saya berminat dengan bank syariah karena Bank syariah mempunyai mekanisme atau prosedur dalam penggunaan dan pengurusan pendanaan yang mudah (tidak mempersulit dengan memberikan banyak persyaratan)					
3.	Saya berminat ingin menjadi nasabah bank syariah karena Lokasi ATM dan ketersediaan ATM ataupun kantor cabang dari bank syariah cukup tersedia dan mudah untuk dijangkau oleh masyarakat					
4.	Informasi mengenai produk tabungan, pinjaman atau produk-produk yang lain dari bank syariah mudah untuk diketahui oleh masyarakat luas dengan kecanggihan teknologi informasi saat ini					
5.	Masyarakat dengan mudah dan cepat mengakses segala informasi yang sedang dibutuhkan melalui internet(situs web) atau media sosial yang telah disediakan oleh bank syariah					

Variabel Y (minat)

NO	PERNYATAAN	SS	S	RG	TS	STS
1.	Saya ingin terus menerus menggunakan produk dan jasa yang diberikan oleh Bank Syariah dalam jangka yang cukup lama					
2.	Saya berminat melakukan investasi di bank syariah dalam waktu yang cukup lama karena saya mengetahui bahwa bank syariah tidak mengandung unsur riba					
3.	Saya tertarik menjadi nasabah di bank syariah karena memperoleh informasi mengenai bank syariah melalui teman saya atau dari keluarga maupun orang sekitar					
4.	Saya tidak ingin beralih ke bank konvensional karena menurut saya bank syariah lebih menguntungkan bagi umat Islam					
5.	Saya tertarik untuk berbagi informasi mengenai bank syariah di lingkungan sekitar saya					
6.	Saya berminat menggunakan produk yang ditawarkan oleh bank syariah seperti produk Tabungan untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan dimasa yang akan datang					

Lampiran IX. Hasil Kuesiner 92 Responden

X_{1_1}	X_{1_2}	X_{1_3}	X_{1_4}	X_{1_5}	X_{2_1}	X_{2_2}	X_{2_3}	X_{2_4}	X_{3_1}	X_{3_2}	X_{3_3}	X_{3_4}	X_{3_5}	X_{4_1}	X_{4_2}	X_{4_3}	X_{4_4}	X_{4_5}	$Y_{_1}$	$Y_{_2}$	$Y_{_3}$	$Y_{_4}$	$Y_{_5}$	$Y_{_6}$
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4
5	4	4	4	3	4	3	5	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	5
3	2	3	4	2	5	5	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	3	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5
3	4	3	5	1	5	5	5	4	4	3	4	2	2	4	4	2	3	4	4	3	4	4	3	3
4	4	5	4	2	4	3	2	3	5	5	4	4	4	4	5	3	5	5	4	3	4	3	4	5
4	5	4	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	4	3	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5
4	4	4	3	4	5	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	5	4	4	4

4	3	3	4	4	4	4	2	3	4	3	4	2	4	4	4	2	4	4	3	3	4	2	3	4
4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	2	5	4	4	5	4	4	4	4
4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	2	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	3	3	3	4	5	3	3	4	3	4	4	5	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	1	3	5	5	4	4	4	3	5	3	4	3	3	2	5	5	2	2	3	1	1	2
3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	2	4	2	1	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	5	5	4	5	3	3	3	5	5	5	5	5	3	3	2	4	5	4	4	4	3	4	4
5	5	5	5	5	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
5	4	5	2	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	5
4	4	5	5	4	4	4	3	5	4	4	5	3	5	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	3	4	3	5	5	4	4	5	4	4	4	5	3	3	2	4	4	4	5	4	5	5	4
5	4	4	3	4	5	5	5	4	4	4	5	3	4	5	4	5	4	3	4	4	5	4	4	4
5	4	4	4	5	5	4	5	3	3	4	5	4	5	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4
4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4

5	3	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	4	4	2	3	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	3	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4
5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
4	4	3	4	4	5	4	3	4	5	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4
4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5
3	3	4	4	3	1	2	2	3	4	3	4	1	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4
4	4	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	2	2	3	3	2	4	2	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4
4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	5	4	4	4	4	3	4	3	3	2	2	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	5	4	4	4	4	5	4	3	5	5	4	5	5	5	5
4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	3	3	3	4	3	4	3	5	4	4	3	4	4

4	4	4	4	4	5	4	4	5	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4
5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5
4	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	3	4	3	2	2	2	4	4	2	2	2	2	2	3
4	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	4	3	2	2	3	4	4	2	2	2	2	2	3
4	3	4	4	4	2	2	2	3	3	3	2	4	3	3	2	2	4	4	2	2	3	2	2	4
5	3	3	3	3	5	5	1	3	4	3	5	3	2	3	3	3	3	4	3	5	3	3	2	3
4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4
4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3
3	3	5	3	3	5	5	4	3	4	4	4	4	2	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3
4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4
5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	3	5	4	2	3	2	3	4	3	3	5	3	4	5	3	2	2	5	4	4	5	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
4	4	4	3	4	5	5	4	3	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

2	2	2	2	3	1	1	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
4	3	3	3	3	4	4	2	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5
2	2	2	3	2	4	4	3	3	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	4	3	3	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	2	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
4	5	5	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	2	3	4	4
5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	3	5	4	3	4	4	3	3	4
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4
4	4	4	4	2	4	3	2	3	4	4	2	4	2	4	5	2	2	2	3	4	2	3	3	2
3	3	3	3	3	4	4	3	4	5	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	4	3	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
3	3	2	3	4	5	5	3	4	4	4	4	2	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4
4	3	4	4	4	5	4	3	4	3	3	4	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4
3	3	3	3	3	4	4	2	4	5	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	2	2	3	4	3