

## Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Indonesia (BSI) (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Merlung)

**Fikri Wijaya**

Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha saifuddin Jambi

Email : [fikriwijya003@gmail.com](mailto:fikriwijya003@gmail.com)

**Addiarrahman Addiarrahman**

Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha saifuddin Jambi

Email : [addiarrahman.@uinjambi.ac.id](mailto:addiarrahman.@uinjambi.ac.id)

**M. Taufik Ridho**

Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha saifuddin Jambi

Email : [taufik@uinjambi.ac.id](mailto:taufik@uinjambi.ac.id)

Alamat: Jl. Arif Rahman Hakim No.111, Simpang IV Sipin, Kec. Telanaipura, Kota Jambi, Jambi 36361

**Abstract.** *In this study, there are three factors that influence interest, namely service quality, promotions, location. because these three factors are very closely related to what is felt by the community. This research was conducted to find out whether the factors of service quality, promotion, and location affect people's interest in saving at Bank Syariah Indonesia KFO Mikro Merlung. The type of research used in this research is descriptive quantitative. The population in this study were customers at BSI KFO Micro Merlung, totaling 17,493 people. The number of samples obtained in the field were then processed using the slovin formula, the results obtained were 99 respondents. Based on the results of the data calculation, it is known that service quality has a positive and significant effect on people's interest in saving because the value of  $t_{count} > t_{table}$  is  $4.683 > 1.661$  and the resulting significant value is  $0.000 < 0.05$ , promotions have a positive and significant effect on people's interest in saving because the value of  $t_{count} > t_{table}$  is  $3.221 > 1.661$  and the resulting significant value is  $0.000 < 0.05$  and location has a positive and significant effect on people's interest in saving because the value of  $t_{count} > t_{table}$  is  $2.313 > 1.661$  and the resulting significant value is  $0.000 < 0.05$ . The results of the F test, namely service quality, promotion, and location simultaneously have a positive and significant effect on people's interest in saving because the value of  $F_{count} > F_{table}$  or  $6.365 > 1.661$  and the resulting significant value is  $0.000 < 0.05$ . So it can be concluded that simultaneously or simultaneously it influences people's interest in saving. The results of the determination test ( $R_2$ ) on the independent variables, namely service quality, promotion, and location on the dependent variable, namely the public's interest in saving, is 66.2%, while the remaining 33.8% is influenced by other factors outside this variable.*

**Keywords:** *Quality of Service, Promotion, Location, Interest in Saving*

**Abstrak.** Dalam penelitian ini meliputi tiga faktor yang mempengaruhi minat, yaitu kualitas pelayanan, promosi, dan lokasi. sebab ketiga faktor tersebut sangat berkaitan erat dengan apa yang dirasakan oleh masyarakat. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah faktor kualitas pelayanan, promosi, dan lokasi berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung di Bank Syariah Indonesia KFO Mikro Merlung. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah pada BSI KFO Mikro Merlung yang berjumlah 17.493 orang. Jumlah sampel yang didapat dilapangan lalu diolah menggunakan rumus slovin maka didapatkan hasil sebanyak 99 responden. Berdasarkan hasil perhitungan data tersebut diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menabung karena nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $4,683 > 1,661$  dan nilai signifikan yang dihasilkan  $0,000 < 0,05$ , promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menabung karena nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $3,221 > 1,661$  dan nilai signifikan yang dihasilkan  $0,000 < 0,05$  dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menabung karena nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2,313 > 1,661$  dan nilai signifikan yang dihasilkan  $0,000 < 0,05$ . Hasil uji F yaitu kualitas pelayanan, promosi, dan lokasi bersamaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menabung karena nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $6,365 > 1,661$  dan nilai signifikan yang dihasilkan  $0,000 < 0,05$ . Jadi dapat disimpulkan bahwa secara bersamaan atau secara simultan berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung. Hasil uji determinasi ( $R_2$ ) terhadap variabel bebas yaitu, kualitas pelayanan, promosi, dan lokasi terhadap variabel terikat yaitu minat masyarakat menabung adalah sebesar 66,2% sedangkan sisanya yaitu 33,8% yang dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel ini.

**Kata Kunci :** Kualitas Pelayanan, Promosi, Lokasi, Minat Menabung

## LATAR BELAKANG

Kehadiran bank syariah di Indonesia memberikan pilihan lain bagi pengguna jasa perbankan berdasarkan keyakinan agamanya (Berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang perbankan) yang berlaku di Indonesia dalam sistem perbankan, yaitu bank konvensional dan bank syariah.

Perbankan adalah satu lembaga yang melaksanakan tiga fungsi utama yaitu fungsi pengumpulan dana (*funding*), fungsi penyaluran dana (*lending*) dan pelayanan jasa. Seperti yang diketahui, masyarakat Indonesia yang sebagian besar beragama Islam dihadapkan hanya pada satu pilihan yaitu bank konvensional. Sementara yang kita ketahui bahwa bank konvensional menganut sistem bunga, sistem bunga adalah termasuk sesuatu yang diharamkan karena bunga dikategorikan sebagai riba. Dari kondisi inilah bank syariah mulai dikembangkan sejak diberlakukannya Undang-Undang No. 21

*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Indonesia (BSI) (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Merlung)*

Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah, yang mengatur bank syariah secara cukup jelas dan kuat dari segi kelembagaan dan operasionalnya.

Bank syariah adalah suatu sistem perbankan yang berdasarkansyariah Islam. Sedangkan yang dimaksud dengan prinsip syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk menyimpan dana, pembiayaan serta transaksi atau kegiatan yang sesuai dengan syariah. Bank syariah di Indonesia didirikan karena kemauan masyarakat terutama masyarakat yang beragama muslim yang berpandangan bahwa bunga merupakan hal yang haram/riba,hal ini diperkuat lagi dengan pendapat para ulama yang ada di Indonesia yang diwakili oleh fatwa MUI yang intinya mengharamkan bunga bank, karna terdapat unsur-unsur riba seperti ada unsur tambahan, dan tambahan itu diisyaratkan dalam akad serta dapat menimbulkan adanya unsur pemerasan.

Di Indonesia sendiri, bank Islam pertama adalah Bank Muamalat Indonesia (BMI) yang didirikan pada tahun 1991, namun baru mulai beroperasi tanggal 1 Mei tahun 1992. Berawal dari rekomendasi lokakarya MUI tentang bunga bank dan perbankan tanggal 18-20 Agustus 1990 di Cisarua Bogor kemudian dipertegas dalam Munas VI MUI tanggal 22-25 Agustus 1990.

Bank syariah akan dapat berkembang dengan baik apabila mengacu pada *demand* (permintaan) masyarakat akan produk dan jasa bank syariah. Dengan perkembangan sistem perbankan yang begitu pesat, maka perlu adanya strategi pengembangan perbankan. Untuk mengetahui strategi pengembangan Bank syariah, Muhammad Syafi'i Antoniodalam bukunya, *Bank Syariah dari teori ke praktek* mengemukakan bahwa strategi pengembangan perbankan syariah ditujukan untuk meningkatkan kompetisi usaha yang sejajar dengan kekuatan dan kelemahan perbankan syariah di Indonesia, baik perbankan konvensional ataupun bank syariah yang di lakukan secara luas dengan mengacu pada analisis saat ini. Upaya tersebut dilakukan melalui meningkatkan Sumber Daya Manusia (SDM).

Perbedaan bank syariah dan bank konvensional yang pertama adalah dari sisi pengertian. Bank syariah merupakan bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau prinsip hukum islam yang diatur dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia seperti prinsip keadilan dan keseimbangan ('*adl wa tawazun*), kemaslahatan (*maslahah*), universalisme (*alamiyah*), serta tidak mengandung *gharar*,

maysir, riba, zalim, dan obyek yang haram. Sedangkan Bank Konvensional yaitu bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional yang mana dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran berdasarkan prosedur dan ketentuan yang telah ditetapkan.

Hasil survei menjelaskan bahwa orang yang menabung di bank konvensional lebih banyak daripada bank syariah. Melihat perkembangan bank syariah per-Juni 2020, jumlah bank umum syariah di Indonesia adalah 14 dengan jumlah kantor 1.942. Namun perkembangan tersebut masih kalah jauh jika dibandingkan dengan perbankan konvensional. Sampai dengan Maret 2020, market share perbankan syariah hanya mencapai 5,99%. Hal ini lebih kecil dari market share perbankan konvensional yang mencapai 94,01%. Rendahnya market share perbankan syariah sangat dipengaruhi oleh kurangnya kesadaran masyarakat terhadap bank syariah.

Saat ini Indonesia merupakan negara dengan populasi masyarakat muslim terbesar di dunia, ini merupakan pasar potensial yang sangat menggiurkan para pelaku perbankan syariah, apalagi diiringi dengan semakin baiknya kesejahteraan masyarakat, seharusnya di Indonesialah pasar perbankan syariah terbesar di dunia. Mengingat masyarakat Indonesia yang mayoritas muslim tetapi belum mampu menunjukkan persepsi yang baik terhadap bank syariah, meski sudah beberapa dekade bank syariah beroperasi di Indonesia, ternyata penetrasinya masih sangat rendah. Potensi 278.752.361 penduduk Indonesia yang diantaranya 87% penduduk muslim belum menjamin perkembangan industri bank syariah tumbuh seperti yang diharapkan 87% penduduk Indonesia yang memeluk agama Islam. Dari 87%, 60% penduduk muslim tersebut masuk dalam kategori usia produktif. Namun, rekening penduduk Indonesia di bank syariah hanya 5,86% dari total jumlah penduduk Indonesia. Artinya hanya 16.334.889 penduduk Indonesia yang memiliki rekening di bank syariah.

Dalam penelitian ini terdapat tiga faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menabung, yaitu kualitas pelayanan, promosi, dan lokasi. Sebab ketiga faktor tersebut sangat berkaitan dengan apa yang dirasakan oleh masyarakat khususnya masyarakat kecamatan Merlung.

Faktor pertama yang mempengaruhi minat yaitu kualitas pelayanan. Menurut Lewis dan Booms Tjiptono & Chandra menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi

*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Indonesia (BSI) (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Merlung)*

pelanggan. Layanan yaitu perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan terhadap konsumen itu sendiri. Pada umumnya layanan yang berkualitas tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta terjadinya transaksi yang berulang-ulang. Layanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau *service* yang disampaikan oleh pemilik jasa seperti kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan, dan keramah-tamahan yang ditunjukkan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk memenuhi kepuasan konsumen.

Faktor kedua yang mempengaruhi minat masyarakat menabung yaitu Promosi. Menurut Fandy Tjiptono, promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Kenaikan pangkat adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yakni suatu kegiatan atau usaha pemasaran yang berupaya untuk memberi informasi, mempengaruhi/membujuk, dan atau mengingatkan pasar target atas perusahaan dan produknya agar dapat mendapatkan, membeli serta loyal terhadap produk yg sudah ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Faktor ketiga yang mempengaruhi minat masyarakat menabung yaitu Lokasi. Lokasi menurut Muhammad Iwal dalam jurnalnya : Lokasi bank adalah tempat mengoperasikan produk-produk perbankan dan untuk mengautr serta mengendalikan perbankan se sesuai dengan prinsip-prinsip syariat islam. Lokasi adalah tempat dimana diperjual belikannya produk bank dan pusat dan pengendalian perbankan. Dalam praktiknya ada beberapa macam lokasi kantor bank, yaitu lokasi kantor pusat, cabang utama, cabang pembantu, kantor kas, dan lokasi mesin-mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM).

Penelitian ini dilakukan pada masyarakat Kecamatan Merlung, masyarakat Kecamatan Merlung berlatar belakang sebagai berikut:

**Tabel 1.1**

<b>NO</b>	<b>Latar Belakang</b>	<b>Persentase (%)</b>
1	Petani	55%
2	Guru	5%
3	PNS	5%
4	Swasta	35%

Masih banyak masyarakat awam yang beranggapan bahwa menabung di bank syariah sama saja dengan menabung di bank konvensional. Persepsi umum ini masih

menghinggapi masyarakat di Kecamatan Merlung, sehingga tidak heran mereka masih enggan untuk menjadi nasabah dan melakukan pembiayaan di perbankan syariah.

Banyak tantangan dan permasalahan yang dihadapi dalam pengembangan perbankan syari'ah terutama di Kecamatan Merlung. Luas Kecamatan Merlung adalah + 311,65 km<sup>2</sup>. Sementara masyarakat Kecamatan Merlung berjumlah 17493 jiwa dan 87% masyarakatnya mayoritas memeluk agama islam. Penduduk di Kecamatan Merlung seharusnya sudah mengenal lembaga keuangan syariah, karena semua kegiatan di lembaga keuangan syariah menggunakan prinsip syariat Islam. Namun karna masih kurangnya sosialisasi/promosi mengenai bank syariah di Kecamatan Merlung membuat masyarakat kurang berminat untuk menggunakan jasa bank Syariah. Jumlah masyarakat yang menabung di bank syariah Kecamatan Merlung adalah 10,2 % yang totalnya adalah 1769 nasabah yang menabung di bank Syariah. (Per-Desember 2021).

Permasalahan yang muncul antara lain adalah masih banyak masyarakat muslim Kecamatan Merlung yang melakukan transaksi dengan bank konvensional, dan juga tingkat pengetahuan dan apresiasi masyarakat muslim yang masih rendah terhadap perbankan syariah, sehingga menyebabkan kurangnya minat masyarakat muslim khususnya Kecamatan Merlung terhadap Bank Syariah.

Berpandangan dari permasalahan yang telah di paparkan maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang minat masyarakat menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) KFO Mikro Merlung. Terkhususnya masyarakat Kecamatan Merlung yang bertolak belakang pada kondisi lingkungannya yang berpenduduk mayoritas beragama islam serta latar belakang kehidupan ekonomi yang beragam dengan banyaknya bidang usaha, maka penulis ingin mengetahui sejauh mana minat masyarakat Kecamatan Merlung tentang minat menabung masyarakat pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KFO Mikro Merlung. Dari latar belakang diatas peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul:

***Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Merlung).***

## **KAJIAN TEORITIS**

### **Minat**

#### Pengertian Minat

Minat (*interest*) adalah keadaan mental yang menghasilkan respon terarah kepada sesuatu, situasi dan objek tertentu yang menyenangkan dan memberikan kepuasan kepadanya.

Suatu minat dapat diekspresikan melalui suatu pernyataan yang menunjukkan bahwa kita lebih menyukai suatu hal dibandingkan hal lainnya, dapat pula dimanifestasikan melalui partisipasi dalam bentuk aktivitas.

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

Shaleh Abdul Rahman, beliau mendefinisikan minat adalah suatu kecenderungan untuk dapat memberikan perhatian serta juga bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang atau juga gembira.

### **Kualitas Pelayanan**

#### Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan untuk memenuhi keinginan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika pelayanan diterima melampaui harapan konsumen maka kualitas dikategori ideal. Sebaliknya, jika pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan konsumen, maka kualitasnya dipersepsikan buruk. Dengan demikian kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten namun dinamis dengan mengikuti kebutuhan konsumen.

Menurut Hessel Nogi SPelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Pelayanan yang diperlukan manusia pada hakikatnya ada dua jenis yaitu, layanan fisik yang sifatnya pribadi sebagai manusia dan layanan administratif yang diberikan oleh orang lain selaku anggota organisasi, baik itu organisasi massa atau negara.

## **Promosi**

### Pengertian Promosi

Promosi adalah suatu aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh seseorang atau satu perusahaan dengan masyarakat luas, dimana tujuannya adalah untuk memperkenalkan sesuatu (barang/jasa/merek/perusahaan) kepada masyarakat luas agar membeli dan menggunakan produk tersebut.

## **Lokasi**

### Pengertian Lokasi

Pengertian lokasi menurut Suwarman “Lokasi merupakan tempat usaha yang sangat mempengaruhi keinginan seseorang konsumen untuk datang dan berbelanja.

Lokasi suatu bank akan mempengaruhi suatu kelancaran dari suatu perbankan. Penentuan suatu lokasi cabang merupakan salah satu kebijakan yang sangat penting. Bank yang terletak dalam lokasi yang strategis sangat memudahkan nasabah dalam berurusan dengan bank.

## **METODE PENELITIAN**

### **Metode dan Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah Kuantitatif. Data dari kuantitatif berupa angka-angka yang dalam proses berikutnya dianalisis dengan menggunakan perhitungan statistik. Penerapannya dalam penelitian ini adalah dengan mengukur variabel yang sudah ditentukan melalui kuisisioner/angket tertutup. Setelah dianalisis, pengisian angket/kuisisioner tersebut akan menampilkan angka-angka atau nilai yang mewakili kondisi dari masing-masing sampel. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey, sehingga jenis penelitian ini berdasarkan metodenya termasuk penelitian survey. Metode penelitian survey merupakan salah satu metode penelitian yang bertujuan untuk memperoleh gambaran umum tentang karakteristik populasi yang digambarkan oleh sampel. Dalam penelitian ini, peneliti membagikan angket/kuisisioner dengan menggunakan sistem online/offline kepada masyarakat kecamatan Merlung. Fokus penelitian ini dilakukan di kantor Bank Syariah Indonesia (BSI) KFO Mikro Merlung dan berfokus pada variabelnya. Variabel penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan (X1) Promosi (X2) Lokasi (X3) yang merupakan variabel bebas/independent

*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Indonesia (BSI) (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Merlung)*

(X) dan minat masyarakat menabung merupakan variabel terikat/dependent (Y). Seperti yang digambarkan pada tabel berikut ini :

**Table 3.1**  
**Variabel Penelitian**

<i>NO</i>	<i>Variabel</i>	<i>Independent</i>	<i>Dependent</i>
1	$X_1$	<i>Kualitas Pelayanan</i>	
2	$X_2$	<i>Promosi</i>	
3	$X_3$	<i>Lokasi</i>	
4	$Y$		<i>Minat Masyarakat Menabung</i>

### **Lokasi dan Waktu Penelitian**

Adapun lokasi dan waktu penelitian ini adalah Kecamatan Merlung, Kabupaten Tanjung Jabung Barat. Penelitian ini dilakukan pada bulan Januari 2022 sampai dengan selesai.

### **Jenis dan Sumber data**

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

#### *1. Data Primer*

Data primer yaitu data yang diperoleh dari hasil penelitian langsung di lapangan pada objek penelitian. Data tangan pertama atau yang dikenal sebagai data primer adalah data yang diperoleh langsung pada subjek penelitian dengan mengenakan alat pengukuran atau pengambilan data langsung pada subjek sebagai sumber informasi yang dicari.

#### *2. Data Sekunder*

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

### **Populasi dan Sampel**

#### **a. Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari

kemudian ditarik kesimpulan. Populasi juga bukan hanya sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi juga meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek/obyek tersebut. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kecamatan Merlung dengan jumlah masyarakat sebanyak 17.493.

#### b. Sampel

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

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan, promosi, dan lokasi terhadap minat masyarakat menabung di Bank Syariah Indonesia KFO Mikro Merlung. Adapun uraian masing-masing variabel sebagai berikut:

#### A. Pengaruh kualitas pelayanan, promosi, dan lokasi terhadap minat masyarakat menabung pada Bank Syariah Indonesia KFO Mikro Merlung secara persial.

##### 1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat masyarakat menabung pada Bank Syariah Indonesia KFO Mikro Merlung.

Berdasarkan hasil uji regresi yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa pada saat pengujian kualitas data semua pernyataan yang ada pada kuesioner dinyatakan valid dan untuk nilai reabilitas didapatkan nilai di atas standar maka dapat dikatakan bahwa kuesioner dinyatakan reliabel untuk melakukan pengujian selanjutnya. Berdasarkan hasil uji statistik *t* diperoleh nilai signifikan untuk variabel promosi sebesar 0,000 nilai ini lebih kecil dari 0,05 dan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,683 lebih besar dari  $t_{tabel}$  1,661 maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi di Bank Syariah Indonesia KFO Mikro Merlung.

*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Indonesia (BSI) (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Merlung)*

2. Pengaruh promosi terhadap minat masyarakat menabung pada Bank Syariah Indonesia KFO Mikro Merlung

Berdasarkan hasil uji regresi yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa pada saat pengujian kualitas data semua pernyataan yang ada pada kuesioner dinyatakan valid dan untuk nilai reabilitas didapatkan nilai di atas standar maka dapat dikatakan bahwa kuesioner dinyatakan reliabel untuk melakukan pengujian selanjutnya. Berdasarkan hasil uji statistik  $t$  diperoleh nilai signifikan untuk variabel promosi sebesar 0,000 nilai ini lebih kecil dari 0,05 dan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,221 lebih besar dari  $t_{tabel}$  1,661 maka dapat disimpulkan bahwa promosi berpengaruh positif dan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat untuk menabung di Bank Syariah Indonesia KFO Mikro Merlung.

3. Pengaruh lokasi terhadap minat masyarakat menabung pada Bank Syariah Indonesia KFO Mikro Merlung

Berdasarkan hasil uji regresi yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa pada saat pengujian kualitas data semua pernyataan yang ada pada kuesioner dinyatakan valid dan untuk nilai reabilitas didapatkan nilai di atas standar maka dapat dikatakan bahwa kuesioner dinyatakan reliabel untuk melakukan pengujian selanjutnya. Berdasarkan hasil uji statistik  $t$  diperoleh nilai signifikan untuk variabel lokasi sebesar 0,000 nilai ini lebih kecil dari 0,05 dan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,313 lebih besar dari  $t_{tabel}$  1,661 maka dapat disimpulkan bahwa lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat menabung pada Bank Syariah Indonesia KFO Mikro Merlung.

**B. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Lokasi terhadap minat Masyarakat menabung pada Bank Syariah Indonesia KFO Mikro Merlung.**

Berdasarkan hasil uji regresi dapat dibuktikan bahwa kualitas pelayanan, promosi, dan lokasi secara bersamaan berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung pada Bank Syariah Indonesia KFO Mikro Merlung, dilihat dari hasil uji  $f$  diperoleh hasil  $f_{hitung}$  sebesar 6,365 >  $f_{tabel}$  sebesar 2,70 dengan sig 0,000 < 0,05. Hal ini berarti variabel kualitas pelayanan, promosi, dan lokasi secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menabung pada Bank Syariah Indonesia KFO Mikro Merlung.

Hasil penelitian ini menunjukkan 66,2% dari variabel kualitas pelayanan, promosi, dan lokasi berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung pada Bank Syariah

Indonesia KFO Mikro Merlung. Sedangkan sisanya dari penelitian sebesar 33,8% di pengaruhi oleh faktor lainnya.

Berdasarkan penelitian yang saya lakukan ada beberapa faktor yang menyebabkan kurangnya minat masyarakat kecamatan Merlung untuk menabung pada Bank Syariah Indonesia KFO Mikro Merlung adalah sebagai berikut :

#### 1. Kualitas Pelayanan

Berdasarkan penelitian yang saya lakukan, kualitas pelayanan yang diberikan oleh BSI KFO Mikro Merlung sudah cukup baik namun masih belum mampu menarik minat masyarakat untuk menabung di BSI KFO Mikro Merlung. Pelayanan yang diberikan oleh pihak bank dapat mempengaruhi tingkah laku individu atau seseorang untuk melakukan transaksi atau menabung pada BSI KFO Mikro Merlung. Apabila pelayanan yang dilakukan oleh pihak bank sesuai dengan harapan atau keinginan masyarakat maka itu akan membuat masyarakat semakin tertarik dengan bank syariah. Artinya semakin baik pelayanan yang diberikan oleh pihak BSI KFO Mikro Merlung semakin tinggi minat masyarakat atau seseorang untuk menabung di BSI KFO Mikro Merlung.

#### 2. Promosi

Berdasarkan penelitian yang saya lakukan, promosi yang dilakukan oleh BSI KFO Mikro Merlung masih sangat minim kepada masyarakat kecamatan Merlung sehingga kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai produk serta pembiayaan yang ada pada BSI KFO Mikro Merlung yang menyebabkan masyarakat lebih cenderung menggunakan bank konvensional yang mana lebih dulu berdiri dan masyarakat lebih paham atau mengetahui mengenai bank konvensional daripada bank syariah, seseorang yang mempunyai informasi berupa pengetahuan mengenai Bank Syariah berarti lebih mengenal Bank Syariah baik langsung maupun tidak langsung. Seseorang yang mengetahui tentang bank syariah kemungkinan besar akan menabung di bank syariah. Artinya, semakin tinggi pengetahuan masyarakat kecamatan Merlung terhadap bank syariah maka akan semakin tinggi pula minat masyarakat untuk menabung di bank syariah.

*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Indonesia (BSI) (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Merlung)*

3. Lokasi

Berdasarkan penelitian yang saya lakukan, lokasi BSI KFO Mikro Merlung yang berdekatan dengan beberapa bank konvensional yang lebih dulu berdiri daripada BSI KFO Mikro Merlung menyebabkan masyarakat lebih cenderung melakukan transaksi atau menabung di bank konvensional, karena masyarakat lebih dulu mengerti atau lebih paham mengenai bank konvensional daripada bank syariah, serta susahnya akses ATM, baik itu kendala lokasi ataupun gangguan pada mesin ATM pada beberapa lokasi juga menyebabkan masyarakat enggan untuk menjadi nasabah bank syariah. Artinya Semakin strategis suatu lokasi bank, dan mudahnya akses ATM, maka semakin tinggi pula minat masyarakat untuk menabung atau melakukan transaksi di BSI KFO Mikro Merlung.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh faktor kualitas pelayanan, promosi, dan lokasi terhadap minat masyarakat menabung pada Bank Syariah Indonesia KFO Mikro Merlung maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan uji  $t$  yang telah dilakukan, variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat menabung pada Bank Syariah Indonesia KFO Mikro Merlung. Hal ini berarti masyarakat sudah puas dengan kualitas pelayanan pada BSI KFO Mikro Merlung.
2. Berdasarkan uji  $t$  yang telah dilakukan, variabel promosi berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat menabung pada Bank Syariah Indonesia KFO Mikro Merlung. Hal ini berarti Masyarakat tertarik untuk menabung di BSI KFO Mikro Merlung.
3. Berdasarkan uji  $t$  yang telah dilakukan, variabel lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat menabung pada Bank Syariah Indonesia KFO Mikro Merlung. Hal ini berarti lokasi BSI KFO Mikro Merlung sudah strategis.
4. Dari hasil uji  $F$  maka dapat diinterpretasikan hasil uji  $F$  yaitu kualitas pelayanan, promosi, dan lokasi bersamaan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menabung karena nilai  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  atau  $6,365 > 1,661$  dan nilai signifikan yang dihasilkan  $0,000 < 0,05$ . Keputusan hipotesisnya adalah variabel

kualitas pelayanan, promosi, dan lokasi secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menabung sehingga  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak.

## **Saran**

Adapun saran yang dapat diberikan dari hasil penelitian ini adalah :

1. Saran untuk Perbankan Syariah KFO Mikro Merlung.
  - a. BSI KFO Mikro Merlung perlu memperbaiki dan meningkatkan lagi kualitas pelayanan demi untuk menciptakan kenyamanan dalam bertransaksi pada BSI KFO Mikro Merlung, sehingga dapat menarik masyarakat untuk melakukan transaksi dan minat masyarakat untuk menabung pada BSI KFO Mikro Merlung.
  - b. BSI KFO Mikro Merlung perlu meningkatkan lagi kegiatan promosi serta lebih intens bekerja sama dengan lembaga kemasyarakatan untuk lebih menciptakan lingkungan sosial yang baik, khususnya lingkungan anak muda guna mau menabung di Bank Syariah KFO Mikro Merlung.
  - c. BSI KFO Mikro Merlung perlu meningkatkan lagi fasilitas yang ada perihal lokasi, khususnya lokasi Bank Syariah Indonesia KFO Mikro Merlung, guna dapat menarik minat masyarakat untuk melakukan transaksi di Bank Syariah KFO Mikro Merlung, seperti fasilitas parkir yang memadai serta tidak jauh dari pemukiman penduduk.
2. Untuk peneliti selanjutnya
  - a. Diharapkan dapat meneliti lebih banyak responden sehingga bisa memperoleh hasil yang lebih variatif mengenai kualitas pelayanan, promosi, dan lokasi terhadap minat masyarakat menabung.
  - b. Diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya seperti menambahkan metode dan analisis serta teori baru yang berbeda, dengan menggunakan variabel lain yang mempengaruhi tingkat minat masyarakat untuk menabung.

*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Indonesia (BSI) (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Merlung)*

## DAFTAR REFERENSI

- Syamsul Anwar, *Permasalahan Produk–Produk Bank Syariah: Studi Tentang Bai’ al-Mua’jzal* (Yogyakarta: P3M UIN Sunan Kalijaga, 1995). Hlm,17.
- Muhammad Syafi’i, *Bank Syariah Analisis Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman* (Yogyakarta: Ekonisia, 2004). Hlm, 23.
- Yusvita Nena Arinta, *Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan antara Bank Syariah dan Bank Konvensional*.
- Y. Sri Susilo dkk, *Bank dan Lembaga Keuangan Lain* (Yogyakarta; Gama Mulia, 2002).
- [www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id), (diakses pada tanggal 07 Oktober 2021, jam 14.30)
- <https://tanjabarkab.bps.go.id/indicator/153/59/1/luas-wilayah.html>
- <https://tanjabarkab.bps.go.d/publication/2020/09/28/45b318168267c570777bd0/kecamatan-merlung-dalam-angka-2020.html>
- Mat Zairi, Pegawai Kecamatan Merlung, Wawancara pada tanggal 20 januari 2022.
- Zulkifly Rusby, *Manajemen Perbankan Syariah* (Pekanbaru, Pusat Kajian Pendidikan Islam, 2017). Hlm.1.
- Prof, Dr. Sutan Remy Sjahdeni, S.H., *Perbankan Syariah produk-produk dan aspek-aspek hukumnya* (Jakarta, Kencana, 2014). Hlm, 1.
- <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/pages/sejarah-perbankan-syariah.aspx>
- Abdul Ghofur Anshori, *Perbankan Syariah di Indonesia* (Yogyakarta, Gadjah Mada University Press, 2018). Hlm, 4.
- Pasal 2 PP No.72 Tahun 1992 tentang Bank Berdasarkan Prinsip Bagi Hasil.
- Dr. Trisadii P.Usanti dan Prof. Dr. Abd. Shomad, *Hukum Perbankan* (Kencana,2016). Hlm 1.
- Supiah Ningsih, *Dampak Dana Pihak Ketiga Bank Konvensional dan Bank Syariah serta Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia* (Widina Bhakti Persada Bandung, 2021). Hlm, 11.
- Peraturan Pemerintah No. 7/7/PBI/2005
- <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Tabungan> (diakses pada 7 Februari 2022)
- Una, “Pedoman Penulisan Skripsi.”
- Dkk, Metode Penelitian Ekonomi Islam Muamalah.
- Usma, Metodologi Penelitian Sosial.
- Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif fan R&D, Cet. Ke – 20, 2014
- Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Cet, ke-20, 2014
- Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Cet. Ke-20

Priyono, "*Metode Penelitian Kuantitatif*" (Bandung: Ifatama Publishig, 2008).Hlm, 115.

Ibid, Tahun 2008, hal 115

Dyah Nirmala Arum Janie, "*Stastistik Deskriptif dan Regresi Linear Berganda Dengan SPSS*" (Semarang University Press, 2012).Hlm, 46.

Silalahi, Metode Penelitian Sosial

Ns. Yudha Anggit Jiwantoro "*Riset Keperawatan : Analisis Data Statistik Menggunakan SPSS*" Jakarta Mitra Wacana Media 2017

Dr. Buhaerah, M.Pd, *Prosiding Seminar Nasional Institut Agama Islam Negeri ParePare* (PAREPARE, IAIN PAREPARE Nusantara Press, 2019). Hlm.148

Diastiti Okkarisma Dewi and Tahrir HIDAYAT, "*Pengaruh Jenis Usaha, Ukuran Perusahaan Dan Financial Leverage Terhadap Tindakan Perataan Laba Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia*" (PhD Thesis, UNIVERSITAS DIPONEGORO, 2010).

Imam Ghozali, "*Ekonometrika: Teori, Konsep Dan Aplikasi Dengan IBM SPSS 22,*"Semarang: Badan Penerbit Undip (2014).

Lisa Puspitasari Sugiono, "*Analisa Faktor Yang Mempengaruhi Likuiditas Pada Industri Ritel Yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia Tahun 2007-2012,*"*Business Accounting Review* 1, no. 2 (2013): 298–305.