

Analysis Of Public Interest In Banking Products

Tukma¹, Darwis Harahap², Ihdi Aini³, Ida Royani⁴

¹IAIN Padangsidimpuan (Perbankan Syariah, FEBI, IAIN Padangsidimpuan)

² IAIN Padangsidimpuan (Perbankan Syariah, FEBI, IAIN Padangsidimpuan)

³ IAIN Padangsidimpuan (Perbankan Syariah, FEBI, IAIN Padangsidimpuan)

⁴ IAIN Padangsidimpuan (Perbankan Syariah, FEBI, IAIN Padangsidimpuan)

tukma@gmail.com¹, darwisharahap@iain-padangsidimpuan.ac.id², ihdi@iain-padangsidimpuan.ac.id⁴
idaroyani@iain-padangsidimpuan.ac.id⁴

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi pada kenyataannya saat ini masih banyak masyarakat di Lingkungan I Kelurahan Muara Manompas Kecamatan Muara Batang Toru belum mengenal produk-produk bank syariah. Perkembangan bank syariah yang semakin pesat belum mampu mempengaruhi minat masyarakat terhadap produk yang ditawarkan oleh bank syariah. Seluruh masyarakat Lingkungan I Kelurahan Muara Manompas beragama islam, akan tetapi minat masyarakat terhadap produk bank syariah masih rendah. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya masyarakat lebih memilih produk yang ditawarkan oleh bank konvensional daripada bank syariah. Teori Andri Wicaksono menyatakan minat adalah suatu kecenderungan yang tetap memperhatikan beberapa kegiatan. Menurut Yudrik Jahja dalam bukunya Psikologi Pendidikan minat adalah suatu dorongan yang menyebabkan terikatnya perhatian individu pada objek tertentu seperti pekerjaan, pelajaran, benda dan orang. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan sumber data yaitu data primer. Teknik pengumpulan data penelitian ini adalah wawancara dan kuesioner dengan jumlah sampel 72 orang. Teknik sampling yang digunakan adalah random sampling. Pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS versi 23. Analisis data menggunakan uji validitas dan reliabilitas instrumen, uji analisis statistik deskriptif, uji normalitas, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas, uji regresi linear berganda, serta uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan secara parsial variabel pengetahuan mempunyai pengaruh terhadap minat masyarakat dengan nilai $t_{hitung} = 1,841$, sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$, ($1,841 > 1,66792$). Variabel lokasi mempunyai pengaruh terhadap minat masyarakat dengan nilai $t_{hitung} = 1,917$ sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1,917 > 1,66792$) serta variabel kualitas pelayanan tidak mempunyai pengaruh terhadap minat masyarakat dengan nilai $t_{hitung} = 1,172$ sehingga $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1,172 < 1,66792$). Hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa variabel pengetahuan, lokasi dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap minat masyarakat.

Kata Kunci: Pengetahuan, Lokasi, Kualitas Pelayanan, Minat

ABSTRACT

This research is based on the fact that there are still many people in Environment I Of Muara Manompas Village, Muara Batang Toru District, not yet familiar with Islamic bank products. The rapid development of Islamic banks has not been able to affect the public interest in products offered by Islamic banks. The entire community of Environment I Muara Manompas Village is Muslim, but public interest in Islamic bank products is still low. This is

evidenced by the number of people who prefer products offered by conventional banks rather than Islamic banks. Andri Wicaksono's theory of expressing interest is a tendency that still pays attention to some activities. According to Yudrik Jahja in his book, Educational Psychology interest is an impulse that causes the bonding of individual attention to certain objects such as work, lessons, objects, and people. The sampling technique used is random sampling. Data processing uses SPSS application version 23. Data analysis uses instrument validity and reliability tests, descriptive statistical analysis tests, normality tests, classical assumption tests consisting of multicollinearity tests and heteroskedasticity tests, multiple linear regression tests, and hypothesis tests. The results of this study showed partially the variable of knowledge has an influence on public interest with a value of $t_{hitung} = 1.841$, so $t_{hitung} > t_{tabel}$, ($1,841 > 1.66792$). Location variables have an influence on people's interests with t_{hitung} value = 1.917 so that $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1.917 > 1.66792$) and service quality variables have no effect on public interest with t_{hitung} value = 1.172 so $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1,172 < 1.66792$). The results of simultaneous research show that the variables of knowledge, location, and quality of service have an influence on people's interests.

Keywords: Knowledge, Location, Service Quality, Interest

A. PENDAHULUAN

Bank dan lembaga keuangan merupakan salah satu pelaku terpenting dalam perekonomian sebuah negara, masyarakat maupun kalangan industri atau usaha sangat membutuhkan jasa bank dan lembaga keuangan lainnya untuk mendukung dan memperlancar aktivitasnya. (Fahrul Ulum, 2011: 49)

Secara umum, calon nasabah yang akan menabung pada bank tentu akan memilih bank yang dapat memberikan keuntungan dan kemudahan. Setiap nasabah akan memperhatikan dan mempertimbangkan faktor-faktor tertentu untuk memutuskan menabung. Nasabah akan mempertimbangkan faktor-faktor tersebut untuk mencari kepuasan yang maksimal dalam memenuhi kebutuhannya. Oleh karena itu bank syariah harus membaca peluang ini serta dapat segera mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan

konsumen agar dapat mengeluarkan produk dan jasa bank syariah.

Bentuk utama produk bank syariah yaitu menggunakan pola bagi hasil, sesuai dengan karakteristiknya. Selain pola bagi hasil, bank syariah juga mempunyai produk-produk pendanaan dan pembiayaan dengan pola non bagi hasil. Dalam produk pendanaan, bank syariah dapat juga menggunakan prinsip *Wadi'ah qard* maupaun *Ijarah*. Dalam pola produk pendanaan, bank syariah dapat juga menggunakan pola jual beli dalam prinsip *Murabahah*, *Salam*, dan *Istisna'* dan pola sewa dengan prinsip *Ijarah* dan *Ijarah wa iqna'*. Selain itu, bank syariah juga menyediakan berbagai produk jasa perbankan berupa jasa keuangan, jasa non keuangan, dan jasa keagenan. Produk-produk jasa keuangan yang ditawarkan antara lain *Wakalah*, *Kafalah*, *Hiwalah*, *Rahn*, *Sarf*, dan *Ujr*. Produk-produk jasa non keuangan yang ditawarkan antara lain

Wadiah yad amanah (save deposit box) kotak penitipan barang. Sementara itu, produk jasa keagenan yang ditawarkan antara lain *mudharabah muqayyadah* (investasi terikat). (Ascarya, 2013: 2-3)

Untuk bisa menarik minat masyarakat maka setiap perusahaan juga harus mengetahui apa keinginan dan kebutuhan terhadap produk dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan yang ditawarkan. Bank syariah sebagai lembaga keuangan perlu mengonsumsikan setiap produk yang ditawarkan. Hal ini dilakukan agar masyarakat luas mengetahui serta memahami fasilitas dan jenis jenis produk perbankan syariah, sehingga menarik minat masyarakat untuk membeli manfaat dari produk dan jasa bank. Produk dan jasa yang ditawarkan harus sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masyarakat. Keputusan memilih produk perbankan syariah merupakan proses seleksi yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternative, dan memilih salah satu diantaranya yang kuat hubungannya dengan karakter personal dan pengambilan keputusan. (Rahma Yulianti, 2015: 19)

Berdasarkan studi pendahuluan yang peneliti lakukan pada beberapa masyarakat Lingkungan I Kelurahan Muara Manompas Kecamatan Muara Batang Toru dengan bapak Rudolf Dalimunthe mengatakan “ Bank syariah memang sering terdengar namun kurang berminat untuk menjadi nasabah disana dikarenakan kurang memahami tentang bank

syariah dan sudah merasa nyaman dengan bank konvensional”.

Ibu Nurindom Sagala mengatakan “ketertarikannya dengan bank syariah karena sistem bagi hasilnya dan karena ia juga paham tentang riba jadi tidak ingin memakai bank konvensional. Ibu Erlinawati Siregar mengatakan “saya menggunakan bank konvensional karena berkaitan dengan pekerjaan yang mengharuskan saya tetap menggunakan bank konvensional”.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti, beberapa masyarakat menggunakan bank konvensional karena tuntutan pekerjaan, dan ada juga masyarakat yang memang belum mengetahui tentang perbankan syariah. Perbankan syariah dipandang sekilas dan tidak mengetahui apa saja kegiatan yang ada di perbankan syariah. Melihat dari pandangan masyarakat tentang perbankan syariah, minat masyarakat untuk menggunakan produk bank syariah masih ragu-ragu atau sama sekali tidak berhubungan dengan bank syariah. Dari hasil wawancara peneliti, masyarakat Lingkungan I Kelurahan Muara Manompas Kecamatan Muara Batang Toru membutuhkan sosialisasi untuk menambah minat masyarakat terhadap produk perbankan syariah.

B. METODE

Lokasi penelitian ini dilakukan di Lingkungan I Kelurahan Muara Manompas Kecamatan Muara Batang Toru. Penelitian ini

dilakukan mulai dari bulan Februari 2020 sampai dengan April 2021. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan data primer.

Populasi dan sampel penelitian ini berjumlah sebanyak 250, populasi dan pengambilan sampel menggunakan teknik Random Sampling dan menggunakan rumus slovin dengan jumlah sampel 72 orang. Kemudian akan diolah menggunakan SPSS Versi 23 menggunakan teknik analisis data yaitu uji validitas, reliabilitas, uji normalitas, uji analisis deskriptif, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, uji regresi linear berganda, uji koefisien determinasi (R²), uji t dan uji F.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Uji Validitas

Hasil penelitian yang valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya yang terjadi pada objek yang diteliti. Suatu data dinyatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, dan sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka variabel tersebut tidak valid. Nilai r hitung dapat diperoleh menggunakan SPSS, sedangkan nilai r tabel diperoleh dengan memperhatikan daftar tabel r dengan tingkat signifikan 0,1 atau 10% dengan derajat kebebasan (df)= n-2, dimana n adalah jumlah sampel yang dalam penelitian ini n = 72 sehingga df = 72 - 2 =70. Maka diperoleh nilai r tabel =0,1954. Sedangkan nilai r hitung dapat

dilihat pada hasil Corrected Item-Total Correlation. Berikut ini tabel hasil validitas data yang diolah peneliti menggunakan SPSS Versi 23:

Hasil Uji Validitas Variabel Pengetahuan (X1)

Item Pertanyaan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
Soal X1 1	0,689	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dengan df = 70, pada taraf signifikansi 10% maka nilai $r_{tabel} = 0,1954$	Valid
Soal X1 2	0,695		Valid
Soal X1 3	0,710		Valid
Soal X1 4	0,632		Valid
Soal X1 5	0,584		Valid
Soal X1 6	0,663		Valid
Soal X1 7	0,560		Valid
Soal X1 8	0,611		Valid

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2021)

Tabel di atas menunjukkan bahwa pertanyaan variabel pengetahuan berjumlah 8 pertanyaan, dan 8 pertanyaan tersebut semuanya valid. Sedangkan untuk hasil uji validitas variabel lokasi adalah sebagai berikut:

Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi (X2)

Item Pertanyaan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
Soal X2 1	0,758	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dengan df = 70, pada taraf signifikansi 10% maka nilai $r_{tabel} = 0,1954$	Valid
Soal X2 2	0,720		Valid
Soal X2 3	0,595		Valid
Soal X2 4	0,714		Valid
Soal X2 5	0,789		Valid
Soal X2 6	0,696		Valid
Soal X2 7	0,635		Valid
Soal X2 8	0,5597		Valid
Soal X2 9	0,694		Valid

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2021)

Tabel tersebut menunjukkan bahwa pertanyaan untuk variabel lokasi berjumlah 9 pertanyaan, secara keseluruhan valid. Adapun hasil uji validitas variabel kualitas pelayanan sebagai berikut:

Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

(X3)

Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Soal X3 1	0,728	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dengan df = 70, pada taraf signifikansi 10% maka nilai $r_{tabel} = 0,1954$	Valid
Soal X3 2	0,718		Valid
Soal X3 3	0,725		Valid
Soal X3 4	0,715		Valid
Soal X3 5	0,706		Valid
Soal X3 6	0,614		Valid
Soal X3 7	0,725		Valid

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2021)

Tabel tersebut menunjukkan bahwa pertanyaan untuk variabel kualitas pelayanan berjumlah 7 pertanyaan, secara keseluruhan valid. Adapun hasil uji validitas variabel minat masyarakat sebagai berikut:

Hasil Uji Validitas Variabel Minat Masyarakat (Y)

Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Soal Y 1	0,650	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dengan df = 70, pada taraf signifikansi 10% maka nilai $r_{tabel} = 0,1954$	Valid
Soal Y 2	0,692		Valid
Soal Y 3	0,767		Valid
Soal Y 4	0,669		Valid
Soal Y 5	0,573		Valid
Soal Y 6	0,674		Valid
Soal Y 7	0,515		Valid
Soal Y 8	0,533		Valid
Soal Y 9	0,519		Valid
Soal Y10	0,615		Valid
Soal Y11	0,551		Valid
Soal Y12	0,566		Valid

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2021)

Tabel di atas menunjukkan bahwa pertanyaan untuk variabel minat masyarakat dari soal nomor 1 sampai dengan soal nomor 12 adalah valid.

b. Uji Reliabilitas

Hasil penelitian disebut reliabel adalah bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Teknik yang digunakan untuk mengukur reliabilitas dalam penelitian ini adalah teknik Alpha Cronbach. Teknik Cronbach's alpha digunakan untuk menentukan apakah suatu instrumen penelitian reliabel atau

tidak, bila jawaban yang diberikan berskala ordinal atau jawaban responden yang menginterpretasikan penilaian sikap. Suatu variabel dianggap reliabel apabila Cronbach's alpha $> 0,60$ (60%), sebaliknya jika Cronbach's alpha $< 0,60$ (60%) maka variabel tersebut dinyatakan tidak reliabel. Seluruh variabel dalam penelitian ini reliabel, berikut ini tabel hasil uji reliabilitas penelitian ini:

Hasil Uji Validitas

Variable	Crocbach's Alpha	N of Items
Pengetahuan	,786	8
Lokasi	,861	9
Kualitas Pelayanan	,823	7
Minat Masyarakat	,849	12

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2021)

Berdasarkan hasil tabel uji reliabilitas di atas menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha variabel pengetahuan, lokasi, kualitas pelayanan dan minat masyarakat $> 0,60$. Dengan demikian seluruh variabel penelitian ini dikatakan reliable.

c. Uji Analisis Deskriptif

Hasil Uji Analisis Deskriptif

	N	Mini mum	Maxi mum	Mean	Std. Deviation
Pengetahuan	72	25	40	34,79	3,611
Lokasi	72	25	45	39,32	4,232
Kualitas Pelayanan	72	22	35	30,46	3,122
Minat	72	31	60	51,22	5,665
Valid N (listwise)	72				

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2021)

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan statistik data berupa

mean, sum, standar deviasi, dan lain-lain. Analisis deskriptif berupa untuk mendiskripsikan dengan lengkap dan akurat.

Berdasarkan hasil tersebut dapat dilihat bahwa N adalah jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 72 dan jumlah minimum variabel pengetahuan 25 dan nilai maksimum 40, mean 34,79 dan standar deviasi pengetahuan sebesar 3,611.

Dan jumlah minimum variabel lokasi 25 dan nilai maksimum 45, mean 39,32 dan standar deviasi lokasi sebesar 4,232. Jumlah minimum variabel kualitas pelayanan 22, nilai maksimum 35, mean 30,46 dan standar deviasi kualitas pelayanan sebesar 3,122. Dan jumlah minimum variabel minat 31 dan nilai maksimum 60, mean 51,22 dan standar deviasi minat sebesar 5,665.

d. Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah sampel yang diambil berdasarkan populasi berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas data dalam penelitian ini menggunakan uji statistik Kolmogorov-Smirnov.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual
N	72
Normal Mean	,0000000

Parameters,a,b	Std. Deviation	5,24204771
Most Extreme Differences	Absolute	,110
	Positive	,044
	Negative	-,110
	Test Statistic	,110
	Asymp. Sig. (2-tailed)	,031c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	,329d
	90% Lower Bound	,321
	Confidence Interval Upper Bound	,336

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2021)

Berdasarkan tabel IV.10 di atas dapat dilihat bahwa hasil uji normalitas dengan metode One Sample Kolmogorov-Smirnov test menunjukkan nilai signifikansi pengetahuan, lokasi, kualitas pelayanan, minat sebesar 0,329 > 0,1 maka dapat disimpulkan bahwa model regresi telah memenuhi normalitas, artinya data pengetahuan, lokasi, kualitas pelayanan, dan minat berdistribusi normal.

e. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah adanya hubungan linear yang sempurna atau pasti diantara beberapa atau semua variabel bebas dari model regresi. Persyaratan yang harus dipenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya multikolinearitas. Suatu model regresi dinyatakan bebas dari multikolinearitas adalah jika nilai tolerance > 0,1 dan nilai VIF < 10. Hasil uji multikolinearitas penelitian ini adalah sebagai berikut:

Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Pengetahuan	,940	1,064
Lokasi	,938	1,066
Kualitas Pelayanan	,991	1,009

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2021)

Berdasarkan tabel tersebut maka diperoleh nilai tolerance variabel pengetahuan adalah $0,940 > 0,1$ dan nilai VIF $1,064 < 10$. Nilai tolerance variabel lokasi adalah $0,938 > 0,1$ dan nilai VIF $1,066 < 10$. Nilai tolerance variabel kualitas pelayanan adalah $0,991 > 0,1$ dan nilai VIF $1,009 < 10$. Sehingga berdasarkan nilai tolerance dan nilai VIF dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan, lokasi dan kualitas pelayanan tidak terjadi multikolinearitas.

2. Uji Heterokedastisitas

Hasil Uji Heterokedastisitas

			P	L	KP	Unstandardized Residual
Spearman's rho	P	Correlation Coefficient	1,000	,181	-,064	-,041
		Sig. (2-tailed)	.	,129	,595	,731
		N	72	72	72	72
	L	Correlation Coefficient	,181	1,000	-,039	,024
		Sig. (2-tailed)	,129	.	,748	,841
		N	72	72	72	72
	KP	Correlation Coefficient	-,064	-,039	1,000	,077
		Sig. (2-tailed)	,595	,748	.	,521
		N	72	72	72	72

		N	72	72	72	72
Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	-	,041	,024	,077	1,000
	Sig. (2-tailed)	.	,731	,841	,521	.
N		72	72	72	72	

Sumber: Hasil Penelitian (Data Diolah 2021)

Hasil uji heteroskedastisitas pada tabel IV.12 menunjukkan bahwa variabel pengetahuan memiliki sig. (2-tailed) sebesar 0,731, variabel lokasi dengan sig. (2-tailed) sebesar 0,841, dan variabel kualitas pelayanan memiliki sig. (2-tailed) sebesar 0,521. Hasil uji heteroskedastisitas diatas, ketiga variabel memiliki nilai signifikansi $>0,1$, maka tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam penelitian ini.

f. Uji Regresi Linear Berganda

Hasil uji analisis regresi berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	35,199	10,360		3,398	,001
P	,334	,182	,213	1,841	,070
L	,297	,155	,222	1,917	,059
KP	-,240	,205	-,132	-1,172	,245

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2021)

Hasil dari uji regresi linear berganda pada tabel IV.13 diperoleh hasil regresi antara variabel pengetahuan, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap minat memilih

produk bank syariah, sehingga persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$M = 35,199 + 0,334 P + 0,297 L - 0,240 KP + e$$

Penjelasan dari persamaan diatas adalah:

- a. Konstanta sebesar 35,199 artinya apabila pengetahuan, lokasi dan kualitas pelayanan nilainya 0, maka minat terhadap produk perbankan syariah nilainya sebesar 35,199.
- b. Koefisien regresi pengetahuan bernilai sebesar 0,334, artinya apabila pengetahuan meningkat sebesar satu satuan maka minat terhadap produk perbankan syariah mengalami kenaikan sebesar 0,334. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara pengetahuan dengan minat masyarakat, semakin naik nilai pengetahuan maka semakin meningkat minat masyarakat terhadap produk bank syaiah.
- c. Koefisien regresi lokasi memiliki nilai positif sebesar 0,297, artinya apabila lokasi meningkat sebesar satu satuan maka minat terhadap produk perbankan syariah mengalami kenaikan sebesar 0,297. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara lokasi dengan minat masyarakat, semakin dekat lokasi bank maka semakin meningkat minat masyarakat terhadap produk perbankan syariah.

- d. Koefisien regresi kualitas pelayanan bernilai negatif sebesar -0,240, artinya apabila kualitas pelayanan meningkat sebesar satu satuan maka minat terhadap produk perbankan syariah mengalami penurunan sebesar 0,240. Tanda negatif menunjukkan hubungan negatif antara kualitas pelayanan terhadap minat memilih produk perbankan syariah.

g. Uji Hipotesis

1. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) yang menunjukkan keragaman nilai variabel independen yang bisa dijelaskan oleh variabel dependen. Hasil uji R² adalah sebagai berikut:

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,379a	,104	,106	5,356

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2021)

Hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai 0,379 menunjukkan bahwa hubungan antara pengetahuan, lokasi, kualitas pelayanan dan minat terhadap produk perbankan syariah terdapat hubungan sebesar 0,379 yang berarti jika diinterpretasikan pada tabel nilai R, maka berada pada interpretasi hubungan yang sedang. Nilai Adjusted

R-Square sebesar 0,106 atau 10,6% yang menjelaskan bahwa pengetahuan, lokasi dan kualitas pelayanan mempengaruhi minat masyarakat terhadap produk perbankan syariah sebesar 10,6% sedangkan 89,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

2. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial (Uji t) pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat.

Nilai ttabel dapat dicari pada 10% dengan derajat kebebasan (df) = $n-k-1$ dimana n = jumlah sampel, k = jumlah variabel, jadi $df = 72-4-1 = 67$, maka diperoleh nilai ttabel 1,66792. Berikut ini tabel hasil uji parsial (Uji t).

Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients (Beta)	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	35,199	10,30		3,398	,001
Pengetahuan	,334	,182	,213	1,841	,070
Lokasi	,297	,155	,222	1,917	,059
Kualitas pelayanan	-,240	,205	-,122	-1,172	,245

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2021) sebagai berikut:

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa nilai thitung pengetahuan (X1) 1,841 sehingga $thitung > ttabel$ ($1,841 > 1,66792$) maka $H01$ ditolak dan $Ha1$ diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh pengetahuan terhadap minat masyarakat Lingkungan I Kelurahan Muara Manompas dalam memilih produk perbankan syariah. Dan nilai thitung lokasi (X2) 1,917 sehingga $thitung > ttabel$ ($1,917 > 1,66792$) maka $H02$ ditolak dan $Ha2$ diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh lokasi terhadap minat masyarakat Lingkungan I Kelurahan Muara Manompas dalam memilih produk perbankan syariah. Dan nilai thitung kualitas pelayanan (X3) 1,172 sehingga $thitung < ttabel$ ($1,172 < 1,66792$) maka $H03$ diterima dan $Ha3$ ditolak, kesimpulannya bahwa tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat masyarakat Lingkungan I Kelurahan Muara Manompas dalam memilih produk

- 1) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka variabel bebas ($X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$) secara bersama-sama (Simultan) berpengaruh terhadap variabel terikat (Y), dan sebaliknya.
- 2) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka variabel bebas ($X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$) secara bersama-sama (Simultan) tidak berpengaruh terhadap variabel terikat (Y).

Nilai F_{tabel} diperoleh dari tabel distribusi F untuk probabilitas 0,05, dengan derajat kebebasan (df) untuk pembilang (N_1) = $k-1$, dan df untuk penyebut (N_2) = $n-k-1$, k adalah jumlah parameter dalam persamaan, dan n adalah jumlah sampel. Sehingga dalam penelitian ini, $df N_1 = 4 - 1 = 3$, dan $df N_2 = 72 - 4 - 1 = 67$, yang berarti baris ke 67 dikolom ke 3 dan diperoleh nilai $F_{tabel} = 2,74$. Berikut ini tabel hasil uji F (Simultan):

Uji Simultan (Uji F)

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	327,431	3	109,144	3,804	,014
Residual	1951,014	68	28,691		
Total	2278,444	71			

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2021)

Dari hasil output diatas dapat dilihat bahwa F_{hitung} untuk variabel pengetahuan, lokasi dan kualitas pelayanan sebesar 3,804. Sedangkan $F_{tabel} = 2,74$ maka dapat disimpulkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($3,804 >$

$2,74$) yang berarti bahwa variabel pengetahuan, lokasi dan kualitas pelayanan secara simultan mempengaruhi minat masyarakat terhadap produk perbankan syariah.

Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini berjudul Analisis Minat Masyarakat terhadap Produk Perbankan Syariah. Dengan jumlah sebanyak 72 responden. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi adalah sebagai berikut:

$$M = 35,199 + 0,334 P + 0,297 L - 0,240 KP + e$$

Variabel pengetahuan, lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat dalam memilih produk perbankan syariah dengan nilai masing-masing sebesar 0,334 (pengetahuan) dan 0,297 (lokasi) serta variabel kualitas pelayanan berpengaruh negatif dengan nilai -0,240.

Berdasarkan hasil koefisien determinasi (R^2) menjelaskan bahwa variabel pengetahuan, lokasi dan kualitas pelayanan memberikan pengaruh sebesar 0,106 atau 10,6% terhadap minat masyarakat dalam memilih produk perbankan syariah, sedangkan 89,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) bahwa t_{hitung} untuk variabel pengetahuan sebesar 1,841, variabel lokasi sebesar 1,917 dan kualitas pelayanan sebesar 1,172. Sedangkan t_{tabel} adalah sebesar 1,66792. Jadi dapat disimpulkan

bahwa variabel pengetahuan dan lokasi berpengaruh secara parsial terhadap minat masyarakat dalam memilih produk perbankan syariah, sedangkan kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara positif terhadap minat masyarakat dalam memilih produk perbankan syariah.

D. PENUTUP

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka kesimpulan yang diperoleh peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara parsial terdapat pengaruh pengetahuan terhadap minat masyarakat Lingkungan I Kelurahan Muara Manompas dalam memilih produk perbankan syariah dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1,841 > 1,66792$)
2. Secara parsial terdapat pengaruh lokasi terhadap minat masyarakat Lingkungan I Kelurahan Muara Manompas dalam memilih produk perbankan syariah dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1,917 > 1,66792$)
3. Secara parsial tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat masyarakat dalam memilih produk perbankan syariah dengan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1,172 < 1,66792$)
4. Secara simultan terdapat pengaruh pengetahuan, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap minat masyarakat dalam memilih

produk perbankan syariah, hal ini dibuktikan dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($3,804 > 2,74$)

2. Saran

Semoga adanya pengetahuan masyarakat terhadap minat produk perbankan syariah

DAFTAR PUSTAKA

- Andi Prastowo, Memahami Metode-metode Penelitian: Suatu Tinjauan Teoritis dan Praktis Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2014.
- Amsal Bakhtiar. 2013. Filsafat Ilmu. Jakarta: Rajawali Pers.
- Andri Soemitra. 2017. Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah. Jakarta: Kencana
- Ascarya. 2013. Akad Dan Produk Bank Syariah. Jakarta: Rajawali Pers
- Budi Gautama Siregar. 2016. "Pengaruh Promosi Dan Lokasi Usaha Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Produk Giro Wadi'ah Di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan." Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial Dan Keislaman 02 (02).
- Danang Sunyoto. 2015. Perilaku Konsumen Dan Pemasaran. Yogyakarta: CAPS.
- Djaali. 2013. Psikologi Pendidikan. Jakarta: Bumi Aksara.
- Fahru Ulum. 2011. Perbankan Syariah Di Indonesia. Subaya: Putra Media Nusantara.
- Herry Sutanto dan Khaerul Umam. 2013. Manajemen Pemasaran Bank Syariah. Bandung: Pustaka Setia.
- Jalaluddin Sayuti. 2015. Pengantar Bisnis Dalam Perspektif Aktivitas Dan Kelembagaan. Bandung: Alfabeta.
- Kasmir. 2000. Manajemen Perbankan. Jakarta: Raja Grafindo.

- Khotibul Umam dan Setiawan Budi Utomo. 2017. Perbankan Syariah. Jakarta: Raja Grafindo.
- Nofinawati. 2014. "Akad Dan Produk Perbankan Syariah." Jurnal Kajian Ilmu-Ilmu Keislaman 08 (02).
- Rachmadi Usman. 2010. Produk Dan Akad Perbankan Syariah Di Indonesia,. Jakarta: Citra Aditya Bakti.
- Rahma Yulianti. 2015. "Pengaruh Minat Masyarakat Aceh Terhadap Keputusan Memilih Produk Perbankan Syariah." Jurnal Dinamika Akuntansi Dan Bisnis 2 (1).
- Sumar'in. 2012. Konsep Kelembagaan Bank Syariah. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sutan Remy Sjahdeini. 2018. Perbankan Syariah Produk-Produk Dan Aspek-Aspek Hukumnya. Jakarta: Kencana.
- Swasta Basu. 2002. Azas-Azas Pemasaran. Yogyakarta: Liberty.
- Thamrin Abdullah dan Francis Tantri. 2017. Bank Dan Lembaga Keuangan. Jakarta: Rajawali Pers.
- Yudrik Jahja. 2011. Psikologi Perkembangan,. Jakarta: Kencana.
- Zainuddin Ali. 2010. Hukum Perbankan Syariah. Jakarta: Sinar Grafika.