

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT
KELURAHAN DONGGALA KODI DALAM MEMILIH PRODUK
TABUNGAN PADA BANK SYARIAH DI KOTA PALU**



SKRIPSI

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
pada Jurusan Perbankan Syariah) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Datokarama Palu*

Oleh:

INCE M RIFAI LIMPUKASI
NIM: 16.3.15.0146

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI DATOKARAMA PALU
2023**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan penuh kesadaran, penyusun yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya penyusun sendiri. Jika dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Palu, 05 Februari 2024 M
24 Rajab 1445 H

Penulis

Ince M Rifai Limpukasi
NIM. 16.3.15.0146

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul **“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Kelurahan Donggala Kodi dalam Memilih Produk Tabungan pada Bank Syariah di Kota Palu.”** oleh Ince M Rifai Limpukasi NIM: 16.3.15.0146 Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu, setelah dengan seksama meneliti dan mengoreksi skripsi yang bersangkutan, maka masing-masing pembimbing memandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat ilmiah untuk diujikan.

Palu, 05 Februari 2024 M
24 Rajab 1445 H

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Ermawati, S.Ag., M.Ag
NIP. 19770331 200312 2 002

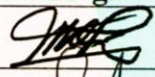
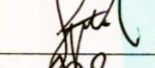
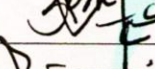
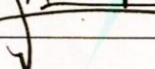
Syaifullah MS, S.Ag., M.S.I.
NIP. 1974828 20001 1 002

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi Saudara Ince M Rifai Limpukasi NIM: 16.3.15.0146 dengan judul **“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Kelurahan Donggala Kodi dalam Memilih Produk Tabungan pada Bank Syariah di Kota Palu”** yang telah diujikan dihadapan dewan penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu pada tanggal 31 Juli 2023 M, yang bertepatan dengan tanggal 13 *Muharam* 1445 H, di pandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi kriteria penulisan karya ilmiah yang dapat di terima sebagai persyaratan guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Jurusan Perbankan Syariah dengan beberapa perbaikan.

Palu, 30 Agustus 2023 M
13 Shafar 1445 H

DEWAN PENGUJI

Jabatan	Nama	Tanda Tangan
Ketua	Dr. Malkan, M.Ag.	
Munaqisy 1	Muhammad Syafaat, M.SA.	
Munaqisy 2	Abdul Jalil, S.E., M.M.	
Pembimbing 1	Dr. Ermawati. S.Ag., M.Ag.	
Pembimbing 2	Syaifullah MS. S.Ag., M.S.I.	

Mengetahui :

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Ketua
Jurusan Perbankan Syariah

Dr. H. Hilal Malarangan, M.H.I
NIP. 19650505 199903 2 002

Dr. Syakir sofyan. S.E.I., M.E.I
NIP. 19860204 201403 1 002

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ. وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Puji dan syukur Penulis panjatkan ke hadirat Allah swt. karena berkat rahmat dan hidayah-Nyalah, skripsi ini dapat diselesaikan sesuai target waktu yang telah direncanakan. Shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad saw, beserta segenap keluarga dan sahabatnya yang telah mewariskan berbagai macam hukum sebagai pedoman umatnya.

Penulis menyadari bahwa di dalam penyusunan skripsi ini, Penulis mendapat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak yang telah memberikan bimbingan, perhatian dan pengarahan. Maka penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua Penulis yaitu Ayah Ince M Yasin DG. Matakko dan Ibu Subaeti yang telah mendoakan, memberikan motivasi, dan mendidik penulis dalam kegiatan studi dari jenjang pendidikan dasar sampai saat ini. Semoga Allah membalas semua ketulusan dan melimpahkan rahmat-Nya dan di tempat di sisi-Nya Aamiin.
2. Prof. Dr. H. Sagaf S. Pettalongi, M.Pd selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu, Prof. Dr. H. Abidin M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Dr. H. Kamarudin M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Dr Mohamad Idhan S.Ag., M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama, yang telah memberikan kemudahan dalam menimbah ilmu pengetahuan di kampus Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu.
3. BDr. H. Hilal Malarangan., M.H.I, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Dr Ermawati, S.Ag., M.Ag, selaku Wakil Dekan Bidang

Akademik dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Drs Sapruddin M.H.I sebagai Dekan Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Dr. Malkan, M.Ag sebagai Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan, Alumni dan Kerjasama Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

4. Dr. Syakir sofyan. S.E.I., M.E.I, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah serta Sekertaris Jurusan Abdul Jalil, S.E., M. M yang telah banyak mengorbankan waktu dan pikiran dalam mengarahkan dan memudahkan perencanaan awal hingga akhir penulisan pada skripsi ini.
5. Wahyuni S.H., M.H. selaku Dosen Penasehat Akademik yang selalu ikhlas meluangkan waktunya untuk membantu dan mengarahkan dalam penulisan skripsi.
6. Dr Ermawati, S.Ag., M.Ag selaku pembimbing I dan Bapak Syaifullah MS, S.Ag., M.S.I. selaku pembimbing II yang dengan ikhlas telah membimbing Penulis dalam menyusun skripsi ini hingga selesai sesuai harapan.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu, yang dengan setia, tulus dan ikhlas memberikan ilmu pengetahuan serta nasehat kepada penulis selama kuliah.
8. Seluruh staf akademik dan umum Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan pelayanan yang baik kepada penulis selama kuliah.
9. Rifai Dongko selaku kepala perpustakaan yang mengizinkan penulis mencari referensi terkait judul skripsi, dan juga Perpustakaan Daerah yang telah menyediakan referensi yang penulis butuhkan.
10. Teman-teman seperjuangan Jurusan Perbankan Syariah angkatan 2016, khususnya Perbankan Syariah V yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang selalu memberikan semangat dan dukungan pada penulis.

11. Segenap keluarga dan teman-teman yang senantiasa memberikan doa dan dukungan sepanjang perjalanan pendidikan penulis.
12. Seluruh responden yang telah bersedia membantu dan meluangkan waktu dalam pengisian kuesioner.
13. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu memberikan dukungan.

Akhirnya, kepada semua pihak yang namanya tidak sempat termuat dalam pengantar ini, Penulis mohon maaf serta terima kasih atas bantuan, motivasi dan kerjasamanya. Penulis senantiasa mendoakan semoga segala yang telah diberikan mendapat balasan yang tak terhingga dari Allah swt.

Palu, 05 Februari 2024 M
24 Rajab 1445 H

Penulis

Ince M Rifai Limpukasi
NIM. 16.3.15.0146

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
TRANSLITERASI ARAB – LATIN	xii
ABSTRAK	xix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	8
D. Garis-Garis Besar Isi	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Penelitian Terdahulu.....	10
B. Kajian Teori.....	12
1. Perilaku Konsumen.....	12
2. Kemudahan	21
3. Keamanan	23
4. Pengetahuan Produk	24
5. Minat Menabung.....	29
6. Landasan Syariah Transaksi Non Tunai	30
C. Kerangka Pemikiran	34
D. Hipotesis.....	35
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian dan Pendekatan Penelitian	37
B. Lokasi Penelitian.....	37
C. Populasi dan Sampel Penelian.....	37
D. Variabel Penelitian.....	40
E. Defenisi Operasional.....	40
F. Instrumen Penelitian	42

	G. Teknik Pengumpulan Data.....	43
	H. Teknik Analisis Data.....	44
BAB IV	METODE PENELITIAN	
	A. Deskripsi Lokasi Penelitian.....	48
	B. Deskripsi Kuesioner dan Sampel Penelitian.....	51
	C. Deskripsi Variabel Penelitian.....	53
	D. Uji Instrumen Penelitian.....	63
	E. Uji Asumsi Klasik	67
	F. Analisis Regresi Linier Berganda.....	70
	G. Uji T (Uji Parsial).....	71
	H. Uji F (Uji Simultan).....	73
	I. Uji R	73
	J. Hasil Pengujian Hipotesis.....	74
	K. Pembahasan	76
BAB V	METODE PENELITIAN	
	A. Kesimpulan.....	80
	B. Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN – LAMPIRAN		
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	: Penelitian Terdahulu	10
Tabel 3.1	: Defenisi Operasional	41
Tabel 3.2	: Instrumen Penelitian.....	42
Tabel 4.1	: Jumlah Penduduk	49
Tabel 4.2	: Agama	49
Tabel 4.3	: Pekerjaan	50
Tabel 4.4	: Jumlah Responden	51
Tabel 4.5	: Jenis Kelamin	51
Tabel 4.6	: Usia	52
Tabel 4.7	: Pendidikan Terakhir	52
Tabel 4.8	: Distribusi Frekuensi Variabel Kemudahan	54
Tabel 4.9	: Distribusi Frekuensi Variabel Keamanan	57
Tabel 4.10	: Distribusi Frekuensi Variabel Pengetahuan Produk	59
Tabel 4.11	: Distribusi Frekuensi Variabel Minat Menggunakan Produk .	61
Tabel 4.12	: Hasi Uji Validitas	64
Tabel 4.13	: Hasil Uji Reabilitas	66
Tabel 4.14	: Uji Heteroskedastisitas.....	67
Tabel 4.15	: Uji Normalitas	68
Tabel 4.16	: Uji Multikolonieritas.....	69
Tabel 4.17	: Uji Regresi Berganda	70
Tabel 4.18	: Uji T	71
Tabel 4.19	: Uji F	73
Tabel 4.20	: Uji R.....	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	: Modul Perilaku Konsumen	15
Gambar 2.2	: Kerangka Pemikiran.....	34

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	: Kuesioner
Lampiran 2	: Hasil Tabulasi Data Kuesioner
Lampiran 3	: Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas
Lampiran 4	: Hasil Uji Multikolonieritas, Heteroskedastisitas dan Normalitas
Lampiran 5	: Hasil Analisis Regresi Berganda
Lampiran 6	: Hasil Uji F
Lampiran 7	: Hasil Uji R
Lampiran 8	: Lembar Pengajuan Judul Skripsi
Lampiran 9	: Surat Keterangan Pembimbing
Lampiran 10	: Surat Keterangan Izin Penelitian
Lampiran 11	: Kolmogrov-smirnov Tabel
Lampiran 12	: T_{tabel}
Lampiran 13	: F_{tabel}
Lampiran 14	: R_{tabel}
Lampiran 15	: Dokumentasi
Lampiran 16	: Riwayat Hidup

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB – LATIN

Model transliterasi Arab-Latin merupakan pedoman yang telah digunakan secara International dengan menggunakan model *Library Congress* (LC). Tidak hanya pedoman transliterasi ini berlaku secara Internasional, tetapi pedoman ini telah digunakan skala nasional dengan berdasarkan pada surat keputusan bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor : 158/1987 dan 0543 b/ U/ 1987 tanggal 22 Januari 1988 yang menyebutkan beberapa bagian dalam pedoman transliterasi arab-latin tersebut, yakni:

1. Konsonan

Penyebutan huruf yang di Transliterasi dari huruf dalam Bahasa Arab ke huruf latin di sebutkan pada tabel berikut ini:

Huruf arab	Nama	Huruf latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Šad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)

ظ	Za	z	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	,	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal (tunggal dan rangkap)

Vokal bahasa Indonesia juga berlaku dalam penyebutan vokal dalam bahasa Arab yang dikelompokkan dalam dua macam yakni vokal *monoftong* (tunggal) dan vokal *diftong* (rangkap). Berikut di bawah ini mengenai penjelasan vokal tunggal dan vokal rangkap:

a. Vokal tunggal

Simbol dalam vokal tunggal pada bahasa Arab disimbolkan dengan harakat yang di transliterasikan dalam huruf latin di bawah ini:

Tanda	Nama	Huruf latin	Nama
اَ	<i>Fathah</i>	A	A
اِ	<i>Kasrah</i>	I	I
اُ	<i>Dammah</i>	U	U

b. Vokal Rangkap

Harakat dan huruf merupakan gabungan lambang dari vokal rangkap pada bahasa Arab yang di transliterasikan dalam bahasa Latin di bawah ini:

Tanda	Nama	Huruf latin	Nama
سَيِّ	fathah dan ya	Ai	a dan i
وَيَّ	fathah dan wai	Au	a dan u

Contohnya:

كَيْفَ : *kaifa*

هَوَّلَ : *ḥaula*

3. *Maddah*

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf latin	Nama
أ... آ... ي	fathah dan alif atau ya	A	a dan garis di atas
إ	Kasrah dan ya	I	i dan garis di atas
و	Dammah dan wau	U	u dan garis di atas

Contoh:

مَاتَ : *māta*

رَمَى : *ramā*

قِيلَ : *qīla*

يَمُوتُ : *yamūt*

4. *Ta'marbutah*

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua, yaitu: *ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *raudah al-aṭfal*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madinah al-fāḍilah*

الْحِكْمَةُ : *al-hikmah*

5. *Syaddah*

Jika transliterasi yang disimbolkan dengan *syaddah* atau *tasydid* yang dibeai tanda *tasydid* (ّ), maka dalam penyebutan bahasa Latin yang ditandai *tasydid* dapat dimaknai dengan pengulangan huruf.

Contoh:

رَبَّنَا : *rabbana*

نَجَّيْنَا : *najjaina*

الْحَقُّ : *al-haqq*

الْحَجُّ : *al-hajj*

نُعَم : *nu‘ima*

عَدُوٌّ : *‘aduwwun*

Jika huruf *kasrah* (ى) ber-*tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (ى), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* (i).

Contoh:

عَلِيٌّ : *‘Ali* (bukan *‘Aliyy* atau *‘Aly*)

عَرَبِيٌّ : *‘Arabi* (bukan *‘Arabiyy* atau *‘Araby*)

6. Kata sandang (di depan huruf Syamsiyah dan Qomariyah)

Sistematika dalam penulisan bahasa Arab, ketika kata sandang yang digabungkan dengan kata bahasa Arab, maka disimbolkan dengan huruf *alif lam* (ال) yang didefinisikan sebagai *alif lam ma‘arifah*. Pedoman transliterasi, kata sandang ditransliterasi seperti biasa *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf syamsiah maupun huruf qamariah. Transliterasi kata sandang yang digunakan dalam bahasa Arab yang diikuti dengan garis mendatar (-) untuk memisahkan kata yang mengikutinya.

Contohnya:

الشَّمْسُ

الزَّلْزَلَةُ

الْفَلْسَفَةُ

الْبِلَادُ

7. *Hamzah*

Aturan transliterasi huruf *hamzah* menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Tetapi, bila *hamzah* terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif. Contohnya:

تَأْمُرُونَ : *ta'muruna*

النَّوْءُ : *al-nau'*

شَيْءٌ : *syai'un*

أُمِرْتُ : *umirtu*

8. **Penulisan kata Arab yang lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia**

Transliterasi pada kalimat Arab yang terdiri dari beberapa kata yang belum baku dalam bahasa Indonesia. Lazimnya, istilah atau kalimat yang telah menjadi bagian pada pembendaharaan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata Al-quran (dari al-Qur'an), Sunnah, khusus dan umum. Tetapi, apabila beberapa kata yang menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka kata tersebut harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

Fi Zilal al-Qur'an

Al-Sunnah qabl al-tadwin

Al-'Ibarat bi 'umum al-lafz la bi khusus al-sabab

9. **Huruf kapital**

Sistematika penulisan huruf kapital yang lazimnya biasa digunakan pada penulisan dalam bahasa Indonesia yang menyesuaikan dengan EYD, belum secara

eksplisit digunakan dalam penulisan latin pada bahasa Arab. Tetapi, transliterasi bahasa Arab dengan penggunaan huruf kapital pada kalimat tetap mengikuti penulisan huruf kapital yang diterapkan pada bahasa Indonesia. Penulisan huruf kapital pada kalimat berlaku untuk huruf pertama pada awal kalimat. Kecuali, pada kalimat tersebut disertai dengan kata sandang yang dilambangkan dengan tanda mendatar, maka penulisan huruf kapital hanya berlaku dengan huruf awal setelah dari kata sandang.

Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasl

Inna awwalabaitinwuḍi'alinnāsilallāzībakkatamubārakan

Syahrū Ramaḍān al-Lāzī unzila fīh al-Qur'ānu

Walaqadra 'āhubil-ufuq al-Mubīn

Alhamdulillāhirabbil al-'ālamīn

Tetapi, permulaan huruf kapital untuk kata Allah yang ditulis dengan kalimat lengkap dalam bahasa Arabnya. Jika tulisan tersebut dengan digabungkan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang ditiadakan, maka huruf kapital tidak digunakan.

Contoh:

Naṣrun minallāhi wa fathunqatīb

Lillāhi al-amrujamī'an

Wallāhabikullisyai'in 'alīm

10. *Lafz al-Jalalah* (الله)

Lafz al-Jalalah yang diawali dengan huruf jarr dan huruf lainnya atau posisinya sebagai *mudaf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

بِاللهِ dinullāh دِينَ اللهِ billāh

Adapun *ta marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalalah*, ditransliterasi dengan huruf [t].

Contoh:

هُم فِي رَحْمَةِ اللَّهِ *hum fi rahmatillāh*

11. Tajwid

Pedoman transliterasi ini juga menginginkan kefasihan saat dibaca, maka penulisan transliterasi yang menjadi pedoman tidak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Oleh karena itu, penentuan transliterasi dapat disertai dengan panduan tajwid.

ABSTRAK

Nama Penulis : Ince M Rifai Limpukasi
NIM : 16.3.15.0146
Judul Skripsi : Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Kelurahan Donggala Kodi dalam Memilih Produk Tabungan pada Bank Syariah di Kota Palu

Penelitian ini berjudul Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Kelurahan Donggala Kodi dalam Memilih Produk Tabungan pada Bank Syariah di Kota Palu. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah 1) Apakah faktor kemudahan, keamanan dan pengetahuan produk berpengaruh secara parsial terhadap Minat Masyarakat Kel. Donggala Kodi dalam Memilih Produk Tabungan pada Bank Syariah di Kota Palu? 2) Apakah faktor kemudahan, keamanan dan pengetahuan produk berpengaruh secara simultan terhadap Minat Masyarakat Kel. Donggala Kodi dalam Menggunakan Produk Tabungan pada Bank Syariah di Kota Palu? Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah faktor kemudahan, keamanan dan pengetahuan produk berpengaruh terhadap Minat Masyarakat Kel. Donggala Kodi dalam Memilih Produk Tabungan pada Bank Syariah di Kota Palu.

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kelurahan Donggala Kodi dengan kategori populasi masyarakat yang mempunyai Kartu Tanda Penduduk (KTP). Dimana hal ini populasinya berjumlah 9.792 jiwa. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *stratified random sampling* sebanyak 98 masyarakat, dengan menggunakan rumus Slovin untuk menentukan jumlah sampel. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi dan kuesioner. Adapun Teknik analisa yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda.

Hasil olahan statistik yang dibantu dengan program *SPSS 24 For Windows*, menunjukkan bahwa Kemudahan (X_1) diperoleh nilai T_{hitung} 18,558 > T_{tabel} 1,984 dan memiliki nilai signifikan (sig) 0.000 pada tabel *coefficients* dengan nilai α (tingkat signifikan) 0,05. Artinya 0.000 < 0,05. Adapun besaran pengaruhnya dapat dilihat pada kolom Beta. Besaran pengaruh variabel (X_1) terhadap variabel (Y) yaitu 0,895 atau 89,5%. Keamanan (X_2) diperoleh nilai T_{hitung} 0,473 < T_{tabel} 1,984 dan memiliki nilai signifikan (sig) 0.637 pada tabel *coefficients* dengan nilai α (tingkat signifikan) 0,05. Artinya 0.637 > 0,05. Pengetahuan Produk (X_3) diperoleh nilai T_{hitung} 10,852 < T_{tabel} 1,984 dan memiliki nilai signifikan (sig) 0.001 pada tabel *coefficients* dengan nilai α (tingkat signifikan) 0,05. Artinya 0.001 > 0,05. Adapun besaran pengaruhnya dapat dilihat pada kolom Beta. Besaran pengaruh variabel (X_1) terhadap variabel (Y) yaitu 0,558 atau 55,8%.

Saran dari penulis yaitu Bank syariah perlu melakukan banyak sosialisasi dan edukasi publik untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada masyarakat, agar masyarakat tahu tentang konsep, mekanisme, produk, istilah-istilah perbankan syariah sehingga mereka memiliki informasi yang cukup tentang lembaga keuangan bank syariah. Selama ini sosialisasi tentang perbankan syariah masih sangat kurang sehingga perlu ditingkatkan lebih banyak lagi.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bank bagi masyarakat yang hidup dinegara-negara maju, seperti Negara-negara Eropa, Amerika, dan Jepang sudah merupakan suatu kebutuhan dasar yang harus dipenuhi. Perbankan merupakan mitra dalam rangka memenuhi semua kebutuhan keuangan mereka sehari-hari. Perbankan dijadikan tempat untuk melakukan berbagai transaksi yang berhubungan dengan keuangan seperti, tempat mengamankan uang, melakukan investasi, pengiriman uang, melakukan pembayaran, atau melakukan penagihan.

Perbankan merupakan salah satu lembaga keuangan yang menjadi titik vital dalam mendukung jalannya roda perekonomian Indonesia. Perekonomian Indonesia adalah sebagai akibat adanya kegiatan perbankan. Bank merupakan lembaga kepercayaan masyarakat, karena kegiatan operasionalnya adalah penghimpun dana dari masyarakat. Dalam kelancaran kegiatannya untuk menghimpun dana dari masyarakat, bank melakukan berbagai pelayanan untuk mendapat kepercayaan masyarakat.¹

Perbankan merupakan salah satu sektor yang memiliki peranan penting didalam pelaksanaan pembangunan terutama dalam mendukung dunia usaha disegala sektor. Perbankan memiliki porsi yang cukup besar dalam penghimpunan dana masyarakat baik berupa tabungan, deposito dan giro serta penyediaan dana dalam bentuk penyaluran berbagai jenis kredit dan menjadi sarana pendukung di dalam transaksi lalu lintas pembayaran dan keuangan. Penyaluran berbagai arus perputaran uang yang ada di bank dari masyarakat kembali ke masyarakat, dimana bank sebagai perantaranya.²

¹Zainul Arifin, *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*, (Jakarta: Alvabet, 2002), 2.

²Ita Widyan Priaji, *Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Intensi Menabung di Bank Syariah*, Skripsi, Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah,

Nasabah yang kelebihan dana menyimpan uangnya di bank dalam bentuk simpanan giro, tabungan dan deposito. Bagi bank dana yang disimpan oleh masyarakat ini sama artinya dengan membeli dana. Nasabah penyimpan akan memperoleh balas jasa dari bank berupa bunga (istilah yang digunakan oleh bank konvensional) atau bagi hasil (istilah yang digunakan oleh bank syariah). Kemudian oleh bank dana tersebut disalurkan kembali atau dijual kepada masyarakat yang kekurangan atau membutuhkan dana dalam bentuk pinjaman. Bagi masyarakat yang memperoleh pinjaman atau kredit diwajibkan untuk mengembalikan pinjaman tersebut beserta bunga sesuai dengan perjanjian yang telah ditetapkan atau menurut sistem bagi hasil yang telah ditetapkan bersama.

Kehadiran lembaga bank islam dapat dikatakan baru khususnya dilihat dari konteks Indonesia. Meskipun mayoritas penduduk Indonesia adalah muslim dan diyakini bahwa minat masyarakat untuk berhubungan dengan bank syariah cukup besar, namun karena kurangnya sosialisasi pihak-pihak yang terkait dengan bank syariah membuat perkembangan bank syariah belum sebagaimana mestinya.

Jika ditelusuri lewat sejarah dulu sampai sekarang ini, peranan perbankan dalam memajukan perekonomian suatu negara sangatlah besar. Hampir semua sektor yang berhubungan dengan berbagai kegiatan keuangan selalu membutuhkan jasa bank. Oleh karena itu, saat ini dan dimasa yang akan datang setiap negara dan individu tidak akan dapat lepas dari dunia perbankan jika hendak menjalankan aktivitas keuangan baik perorangan maupun lembaga, baik sosial atau perusahaan.

Perbankan di Indonesia diawali dengan berdirinya Bank Muamalat Indonesia pada 1 November 1991 dan mulai beroperasi pada 1 Mei 1992. Setelah itu, mulai diterapkan secara meluas oleh berbagai pihak institusi/lembaga perbankan baik yang memang murni syariah maupun bank yang menerapkan dual

banking sistem sejak tahun 1998 dimana terjadi krisis ekonomi di Indonesia, dan sebagai respon positifnya pemerintah mengeluarkan UU No.10 tahun 1998 yang memberikan peluang bagi perbankan untuk melayani transaksi syariah.³

Sebagai lembaga intermediasi, bank menerima simpanan dari nasabah dan meminjamkannya kepada nasabah (unit ekonomi) lain yang membutuhkan yang membutuhkan dana. Atas simpanan para nasabah itu bank menerima imbalan berupa bunga. Demikian pula, atas peminjaman itu bank menggunakan bunga kepada para peminjam. Diakui bahwa peran bank itu telah mampu memenuhi kebutuhan manusia, dan aktivitas perbankan dapat dipandang sebagai wahana bagi masyarakat modern untuk membawa kepada pelaksanaan kegiatan tolong menolong dan menghindari adanya dana-dana yang menganggur.⁴

Lembaga keuangan syariah terdiri dari bank dan non bank. Ada beberapa jenis lembaga keuangan syariah bank dan non bank di Indonesia. Lembaga keuangan syariah yang berupa bank diantaranya adalah Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS), dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Lembaga keuangan syariah non bank, diantaranya adalah Baitul Mal Wa Tamwil (BMT), Pegadaian Syariah, Asuransi Syariah, Reksadana Syariah, dan lain-lain.

Dalam dunia perbankan Indonesia saat ini, perbankan syariah sudah tidak dianggap sebagai tamu asing. Hal ini disebabkan oleh kinerja dan kontribusi perbankan syariah terhadap perkembangan industri perkembangan industri perbankan di Indonesia selama sepuluh tahun terakhir. Kinerja ini semakin nyata ketika krisis ekonomi melanda Indonesia. Ketika perbankan konvensional banyak yang terpuruk, perbankan syariah relatif dapat bertahan bahkan menunjukkan

³Sultan Remy Sjahdeini, *Perbankan Syariah: Produk-Produk dan Aspek-Aspek Hukumnya* (Cet. II; Jakarta: Kencana, 2015), 97.

⁴Ibid, 2.

perkembangan. Perkembangan ini misalnya dapat dilihat dari jaringan kantor perbankan syariah baik kantor pusat (KP), kantor pusat operasional (KPO), kantor cabang (KC), kantor cabang pembantu (KCP), maupun kantor kas (KK).

Antara bank konvensional dan bank syariah terdapat perbedaan-perbedaan. Didalam perbankan konvensional terdapat kegiatan-kegiatan yang dilarang oleh syariat, seperti menerima dan membayar bunga (riba), dan tidak ada filter dalam membiayai kegiatan baik produksi, distribusi, konsumsi (halal dan haram). Sistem perbankan syariah berbeda dengan sistem perbankan konvensional, karena sistem keuangan dan perbankan syariah merupakan subsistem dari suatu sistem ekonomi islam yang cakupannya lebih luas. Sistem ekonomi islam merujuk kepada Al-Qur'an dan hadis.⁵

Hal yang membedakan antara perbankan konvensional dan perbankan syariah adalah terletak pada pengembalian dan pembagian keuntungan yang diberikan oleh lembaga keuangan kepada nasabah. Sehingga terdapat istilah bunga dan bagi hasil.

Perbankan Islam sebagai salah satu lembaga keuangan, sama halnya dengan bank-bank lain dalam beroperasi. Di samping sebagai produsen juga sebagai intermediary bagi para nasabah sebagaimana mudharib. Perbankan Islam beroperasi atas dasar ajaran Islam, (yang memiliki prinsip operasional, berprinsip beda dengan prinsip operasional bank konvensional). Bila dalam bank konvensional biaya operasional dan lainnya atas dasar interest rate atau suku bunga, maka perbankan syariah lebih kepada profit and lost sharing principle, yang mana prinsip ini sesuai dengan ajaran Islam sesuai dengan Al-quran dan Hadis”⁶

Pelarangan riba secara tegas ini dapat dijumpai dalam QS. Al Baqarah [1]:278.

⁵Ikit, *Manajemen Dana Bank Syariah* (Cet. I; Yogyakarta: Gava Media, 2018), 38.

⁶Rahmawati Muin, 2014, *Lembaga Keuangan Syariah* , (Makassar: 2014), 4.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنتُمْ مُؤْمِنِينَ ٢٧٨

Terjemahnya :

Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman.⁷

Keberhasilan sistem keuangan syariah hingga sekarang ini tidak semata-mata atas adanya dukungan regulasi pemerintah, namun juga didukung oleh produk yang diberikan oleh lembaga tersebut. Lembaga keuangan syariah yang dalam hal ini adalah perbankan syariah secara umum, dianggap oleh sebagian orang sebagai alternatif bagi masyarakat yang sudah lama mendunia yang selalu mengutamakan kekayaan pribadi berdampak pada ketidak merataan distribusi kekayaan sehingga banyak terjadi kesengsaraan.⁸ Bank syariah melakukan kegiatan perbankan dengan menggunakan profit dan falah (mencari kemakmuran di dunia dan di akhirat). Bank syariah tidak hanya sekedar menyalurkan uang tetapi terus berupaya meningkatkan kembalian atau return of investment sehingga lebih menarik dan lebih memberi kepercayaan bagi pemilik dana. Secara etimologi pengertian minat adalah perhatian, kesukaan (kecenderungan hati) kepada sesuatu keinginan.

Sedangkan menurut istilah ialah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu. Minat merupakan motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih. Setiap minat akan memuaskan suatu kebutuhan. Dalam melakukan fungsinya kehendak itu berhubungan erat dengan pikiran dan perasaan. Pikiran mempunyai kecenderungan bergerak dalam sektor rasional

⁷Kementrian Agama RI, *Al-Qu'ran dan Terjemahannya*, Cv Asy Syifa, 1999, 69.

⁸Fathnun Ashar, Siti Aisyah, Muhammad Syafaat *Pengaruh Atribut Produk Tabungan Faedah Terhadap Minat Menabung* Nasabah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Palu Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah Vol. 1 No. 2

analisis, sedang perasaan yang bersifat halus/tajam lebih mendambakan kebutuhan. Sedangkan akal berfungsi sebagai pengingat fikiran dan perasaan itu dalam koordinasi yang harmonis, agar kehendak bisa diatur dengan sebaik-baiknya.

Minat menurut Harlan ialah kecenderungan yang tinggi akan ketertarikan pada suatu hal, dan diiringi perasaan senang dalam memperoleh sebuah pencapaian. Minat penggunaan m-banking ialah kecenderungan akan ketertarikan masyarakat akan apa yang telah dilakukan dalam penggunaan m-banking yang membuatnya senang.⁹

Masyarakat dapat memiliki minat menabung atau tidak sama sekali di Bank Syariah dapat dipengaruhi oleh sikap masyarakat terhadap karakteristik perbankan itu sendiri. Sikap diperoleh melalui pengalaman dan proses belajar dengan adanya pengalaman dan proses belajar tersebut, maka seseorang bertindak berdasarkan perasaannya. Sebuah pengalaman dan proses seseorang sangatlah beragam dan dalam kaitannya dengan bank syariah, masyarakat pun mempunyai sikap yang berbeda-beda. Misalnya saja dalam konteks keharaman bunga bank yang secara jelas dihindari oleh bank syariah, masyarakat cenderung mengabaikan keharaman dari bunga bank itu sendiri dapat dikarenakan proses pembelajarannya selama ini mengenai bunga bank dan riba.¹⁰

Terlepas dari itu, sehingga masyarakat memilih menabung karena beberapa faktor yang menjadi pertimbangan masyarakat terkhusus masyarakat Donggala Kodi seperti kemudahan keamana serta pahamnya orang terhadap suatu produk.

⁹ Rahmatika Mahmudah, *Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kualitas Layanan, Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking (Studi Kasus Nasabah BRI Syariah KC Semarang)*, Skripsi di terbitkan, Saltiga, 2020.

¹⁰ Vita Widyan Priaji, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Intensi Menabung di Bank Syariah*, Skripsi, Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2020 <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/5059/1/VITA%20WIDYAN%20PRIAJIFPS.PDF> (diakses 13 desember 2020)

Dengan melihat data di atas dan pertumbuhan bank syariah di kota Palu sudah mulai meningkat dan persaingan yang ketat antara bank syariah dengan bank umum seharusnya peran mahasiswa ataupun dosen Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu sangat diperlukan untuk memperkenalkan produk, prinsip ataupun karakteristik Perbankan Syariah, tetapi masih banyak di kalangan mahasiswa belum mengerti tentang perbankan syariah. Dengan melihat fenomena yang demikian, saya bermaksud mengadakan penelitian dengan judul **“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Kel. Donggala Kodi dalam Memilih Produk Tabungan pada Bank Syariah di Kota Palu”**

B. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, maka peneliti dapat merumuskan masalah yaitu:

1. Apakah faktor persepsi kemudahan berpengaruh secara parsial terhadap Minat Masyarakat Kel. Donggala Kodi dalam Memilih Produk Tabungan pada Bank Syariah di Kota Palu?
2. Apakah faktor persepsi keamanan berpengaruh secara parsial terhadap Minat Masyarakat Kel. Donggala Kodi dalam Memilih Produk Tabungan pada Bank Syariah di Kota Palu?
3. Apakah faktor pengetahuan produk berpengaruh secara parsial terhadap Minat Masyarakat Kel. Donggala Kodi dalam Memilih Produk Tabungan pada Bank Syariah di Kota Palu?
4. Apakah faktor persepsi kemudahan, faktor persepsi keamanan, dan faktor pengetahuan produk berpengaruh secara simultan terhadap Minat Masyarakat Kel. Donggala Kodi dalam Memilih Produk Tabungan pada Bank Syariah di Kota Palu?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan

- a. Untuk mengetahui faktor persepsi kemudahan berpengaruh secara parsial terhadap Minat Masyarakat Kel. Donggala Kodi dalam Memilih Produk Tabungan pada Bank Syariah di Kota Palu.
- b. Untuk mengetahui faktor persepsi keamanan berpengaruh secara parsial terhadap Minat Masyarakat Kel. Donggala Kodi dalam Memilih Produk Tabungan pada Bank Syariah di Kota Palu.
- c. Untuk mengetahui faktor pengetahuan produk berpengaruh secara parsial terhadap Minat Masyarakat Kel. Donggala Kodi dalam Memilih Produk Tabungan pada Bank Syariah di Kota Palu.
- d. Untuk mengetahui faktor persepsi kemudahan, faktor persepsi keamanan, dan faktor pengetahuan produk berpengaruh secara simultan terhadap Minat Masyarakat Kel. Donggala Kodi dalam Memilih Produk Tabungan pada Bank Syariah di Kota Palu.

2. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Bagi penulis, dengan melakukan penelitian ini dapat menambah wawasan baik teori maupun penerapan teori yang diperoleh selama perkuliahan, memberi pengalaman, dan memperluas pengetahuan mengenai produk tabungan yang dipengaruhi oleh faktor kemudahan, keamanan dan pengetahuan produk.
- b. Sumbangan pemikiran dalam mengisi khazanah ilmu pengetahuan, pengembangan dan penalaran pengetahuan bagi perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis khususnya dan perpustakaan UIN Palu pada umumnya yang dalam bentuk karya tulis ilmiah khususnya disiplin pengetahuan ekonomi syariah.

- c. Bagi peneliti lain, dengan adanya hasil penelitian ini menjadi bahan referensi, dan dapat menjadi bahan perbandingan dalam melakukan penelitian di masa yang akan datang.

D. Garis-Garis Besar Isi

Untuk mempermudah bagi pembaca tentang pembahasan dalam proposal ini, maka penulis menganalisa secara garis besar menurut ketentuan yang ada dalam komposisi skripsi ini. Oleh karena itu, garis besar pembahasan ini berupaya menjelaskan seluruh hal-hal yang di ungkap didalam materi pembahasan tersebut antar lain, sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan

Bab ini menguraikan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan garis-garis besar proposal skripsi ini.

Bab II Kajian Pustaka

Bab ini menguraikan dan menjelaskan tentang penelitian terdahulu, kajian teori, kerangka berpikir, dan hipotesis.

Bab III Metode Penelitian

Bab ini menguraikan dan menjelaskan tentang jenis dan pendekatan penelitian, lokasi, populasi dan sampel, variabel penelitian, definisi operasional, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV Hasil dan Pembahasan, dalam bab ini menguraikan dan menjelaskan tentang sejarah singkat donggala kodi, deskripsi kuesioner dan sampel, deskripsi variabel penelitian, uji validitas dan reabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi, hasil uji hipotesis, dan pembahasan.

BAB V Penutup, dalam bab ini menguraikan dan menjelaskan tentang kesimpulan dan saran.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan hasil penelitian yang telah dilakukan para peneliti sebelumnya dan telah diuji hasil sebelumnya berdasarkan metode penelitian yang digunakan. Penelitian tersebut dapat dijadikan referensi sebagai perbandingan antara penelitian yang sekarang dengan sebelumnya. Dalam penelitian ini dengan judul **“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Kel. Donggala Kodi dalam Memilih Produk Tabungan pada Bank Syariah di Kota Palu”**. Penulis menggunakan 4 judul penelitian yaitu:

Table 2.1
Persamaan, Perbedaan dan Hasil Penelitian Terdahulu

Mia Minanti Oktavia Azizah Pengaruh Promosi, Pengetahuan Produk Dan Motivasi Menjauhi Riba Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank JATIM Syariah Kantor Cabang Kediri.¹	
Hasil Penelitian	Variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah, Variabel Pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah, Variabel Motivasi menjauhi riba berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah .Variabel Promosi, pengetahuan produk dan motivasi menjauhi riba secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank JATIM Syariah Kantor Cabang Kediri.
Persamaan	Variabel bebas yaitu <i>Pengetahuan Produk</i> dan

¹ Mia Minanti Oktavi Azizah, *Pengaruh Promosi, Pengetahuan produk Dan Motivasi Menjauhi Riba Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank JATIM Syariah Kantor Cabang Kediri*. (Skripsi Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung. 2020).

	menggunakan regresi berganda.
Perbedaan	lokasi penelitian, waktu penelitian, tehnik pengambilan dan penentuan sampel
Abdul Azizi “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan <i>Mobile Banking</i> Pada Generasi Millennials”²	
Hasil Penelitian	Berdasarkan hasil tabel ANOVA dapat diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 5, 872 dengan tingkat signifikansi 0,000. Dengan demikian karena nilai $0,000 < \alpha (0.05)$ berarti menolak H_0 . Artinya variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko privasi, kepercayaan merek dan citra merek secara simultan berpengaruh terhadap minat untuk menggunakan mobile banking pada tingkat kepercayaan 95% ($\alpha=5\%$)
Persamaan	Menggunakan metode pengambilan sampel secara acak atau <i>random sampling</i> , regresi berganda, serta variable terikat yaitu minat menggunakan.
Perbedaan	Variable bebas, waktu penelitian lokasi penelitian dan objek penelitian.
Rahayu Setiani dengan judul penelitian “Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Alat Pembayaran Non Tunai (Studi di Kota Purbalingga)”	
Hasil Penelitian	Hasil pengujian variabel persepsi kemanfaatan menunjukkan nilai sig. terhadap variabel terikat perilaku penggunaan alat pembayaran non tunai sebesar 0,209 yang memiliki nilai lebih besar dari 0,05 sehingga variabel persepsi kemanfaatan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaan alat pembayaran non tunai, Hasil pengujian variabel persepsi kemudahan menunjukkan nilai sig. terhadap variabel terikat perilaku penggunaan alat pembayaran non tunai sebesar 0,204 yang memiliki nilai lebih besar dari 0,05 sehingga variabel persepsi kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaan alat

²Abdul Aziz, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Mobile Banking Pada Generasi Millennials*. (Skripsi Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Salatiga. 2019).

	pembayaran non tunai dan Hasil pengujian variabel kepercayaan menunjukkan nilai sig. terhadap variabel terikat perilaku penggunaan alat pembayaran non tunai sebesar 0,000 yang memiliki nilai kurang dari 0,05 sehingga variabel kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaan alat pembayaran non tunai.
Persamaan	Variabel bebas yaitu kemudahan, dan tehnik pengambilan sampel.
Perbedaan	Lokasi penelitian, waktu penelitian,
Nasrawati dengan judul penelitian “Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Kualitas dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan <i>Internet Banking</i>(Studi pada Civitas Akademika IAIN Palu).”³	
Hasil Penelitian	Secara parsial variabel kemudahan, keamanan dan kualitas tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan <i>internet banking</i> pada civitas akademika IAIN Palu. Secara parsial variabel kepercayaan memberikan pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan <i>internet banking</i> pada civitas akademika IAIN Palu dan Secara simultan variabel kemudahan, keamanan, kualitas dan kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan <i>internet banking</i> pada civitas akademika IAIN Palu.
Persamaan	Variabel bebas yaitu kemudahan, dan keamanan
Perbedaan	Variabel terikat, waktu penelitian, tehnik pengambilan dan penentuan sampel.

B. Kajian Teori

1. Perilaku Konsumen

Berkaitan dengan konsep perilaku konsumen, perlu dipahami beberapa hal. Tujuan utama dalam mengkonsumsi suatu produk yang dijual dipasar adalah untuk memaksimalkan kepuasan total (*total satisfaction*). Para ekonomi menyebut

³Nasrawati, *Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Kualitas dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking(Studi pada Civitas Akademika IAIN Palu*, (Skripsi diterbitkan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palu, Palu, 2019).

sebagai utility total (*total utility*) konsumen yang diperoleh ketika ia mengonsumsi suatu produk.⁴

a. Pengertian Keputusan Perilaku Konsumen

Sebelum kegiatan pemasaran, yang dilakukan manajer pemasaran adalah harus terlebih dahulu mempelajari perilaku konsumen agar dapat melakukan strategi yang tepat.

Menurut Kotler dan Keller:

“Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana tentang individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan atau keinginan mereka.”⁵

Schiffan dan Kanuk menyatakan bahwa:

“ *The term consumer behavior refers to the behavior that consumers display in searching for, purchasing, using evaluating, and disposing of products and services that they expect will satisfy their needs.*”⁶ (Istilah perilaku konsumen adalah perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhannya.)

Nugroho mendefenisikan perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dan mendapatkan, mengonsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului tindakan ini.⁷ Dari teori-teori diatas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah tindakan yang dilakukan konsumen yang mencari, menukar, menggunakan, menilai, mengatur barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan mereka yang dapat dipengaruhi oleh lingkungan.

⁴Aulia Tasman dan Havidz Alima, *Ekonomi Manejerial dengan Pendekatan matematis*, (Edisi Revisi, cet.2, Jakarta: Rajawali Pers, 2003), 137.

⁵ Philip Kotler Dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Cet. Xiii; Jakarta: Erlangga, 2009), 166.

⁶Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Strategi Pemasaran*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), 35.

⁷Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran* (Jakarta: Prenada Media, 2003), 3.

Perilaku konsumen berpusat kepada pribadi masing-masing setiap orang. Dalam setiap diri manusia tentu memiliki perilaku yang berbeda, begitu juga perilaku dalam pengambilan keputusan. Pemahaman mengenai perilaku konsumen merupakan kunci kesuksesan utama bagi para pemasar. Jadi, dapat diambil individu yang secara langsung melalui suatu proses pengambilan keputusan untuk mendapatkan dan mempergunakan barang atau jasa.

The American Marketing Association mendefenisikan perilaku konsumen merupakan interaksi dinamis antara efeksi dan kognisi, perilaku, dan lingkungannya dimana manusia melakukan tindakan pertukaran dalam hidup mereka.⁸ Dari defenisi tersebut terdapat tiga ide penting, yaitu : (1) Perilaku konsumen adalah dinamis, (2) hal tersebut melibatkan interaksi antara afeksi dan kognisi, perilaku dan kejadian disekitar; dan (3) hal tersebut melibatkan pertukaran.

Dengan demikian perilaku konsumen merupakan suatu proses yang berkaitan erat dengan adanya suatu proses pembelian, pada saat itu konsumen melakukan aktivitas seperti melakukan pencapaian, penelitian, dan mengevaluasi produk dan jasa.⁹ Perilaku konsumen merupakan suatu yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan dalam pembelian. Perilaku konsumen selain dari mengenai kualitas produk juga meliputi harga produk, promosinya, juga mengenai tempat dimana barang tersebut dijual. Jika harga suatu produk tidak terlalu tinggi maka konsumen tidak terlalu membutuhkan waktu lama untuk memikirkan dan melakukan aktifitas perilaku konsumen untuk membeli. Aktivitas memikirkan, mempertimbangkan, dan mempertanyakan barang sebelum membeli merupakan atau termasuk kedalam perilaku konsumen.

⁸Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, (Edisi Revisi, Cet. 5, Jakarta: Kencana 2003), 2-3.

⁹Anang Firmasyah, *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018), 2.

b. Jenis-jenis Perilaku Konsumen

Pada dasarnya, perilaku konsumen secara umum dibagi menjadi dua yaitu:

1) Perilaku konsumen yang bersifat rasional

Adalah tindakan perilaku konsumen dalam pembelian suatu barang dan jasa yang mengedepankan aspek-aspek konsumen secara umum yakni seperti tingkat kebutuhan mendesak, kebutuhan umum, serta manfaat produk itu sendiri terhadap konsumen pembelinya.

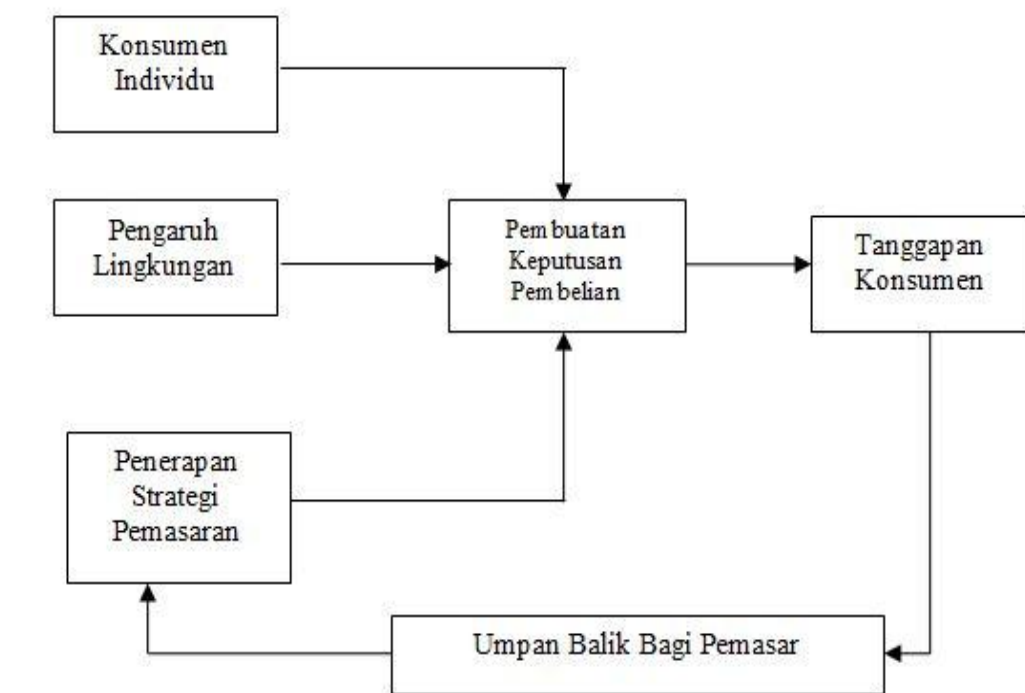
2) Perilaku konsumen yang bersifat irasional

Adalah perilaku yang mudah terbujuk oleh rayuan marketing dan suatu produk tanpa mengedepankan aspek kebutuhan atau kepentingan.

c. Modul Perilaku Konsumen

Assael seperti yang dikutip Sutisna menggambarkan model perilaku konsumen adalah sebagai berikut :¹⁰

Gambar 2.1
Modul Perilaku Konsumen



¹⁰Ibid, 61.

Dari model gambar diatas terdapat tiga faktor yang memengaruhi keputusan konsumen yaitu:

1) Konsumen secara individu

Pilihan untuk membeli suatu produk atas jasa dengan merek tertentu dipengaruhi oleh hal-hal yang terdapat pada diri konsumen. seperti persepsi terhadap karakteristik merek, sikap konsumen, kondisi demografis, gaya hidup, dan karakteristik kepribadian, akan memengaruhi pilihan individu terhadap berbagai alternatif merek yang tersedia.

2) Lingkungan yang memengaruhi konsumen

Perilaku konsumen terhadap merek dipengaruhi oleh lingkungan yang mengitarinya. Ketika seorang konsumen membeli suatu merek produk mungkin didasari oleh banyak pertimbangan seperti teman, ataupun anggota keluarga lainnya yang telah membeli terlebih dahulu. Jadi interaksi sosial turut memengaruhi pada pilihan merek produk yang dibeli.

3) Strategi pemasaran

Pemasaran perusahaan memengaruhi konsumen dengan menggunakan stimuli-stimuli pemasaran, seperti iklan dan sejenisnya agar konsumen bersedia memilih merek produk yang ditawarkan.¹¹

d. Perilaku Konsumen dalam Islam

Islam dalam melihat aktifitas ekonomi adalah salah satu cara untuk menciptakan masalah menuju falah (kebahagiaan dunia dan akhirat). Dalam berkonsumsi pun tidak terlepas dari perspektif tersebut. Motif berkonsumsi dalam Islam pada dasarnya adalah masalah. Meskipun secara alami motif dan tujuan berkonsumsi (aktifitas ekonomi) dari seorang individu adalah untuk mempertahankan hidupnya.

¹¹Anang, *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*, 51.

Dalam Islam keinginan identik dengan sesuatu yang bersumber dari nafsu. Oleh karena itu teori permintaan yang terbentuk dari konsumsi dalam ekonomi Islam didasar atas adanya kebutuhan bukan dari atas kemauan. Pentingnya penegasan dan pembatasan antara keinginan dan kebutuhan menjadi konsumsi dalam perspektif Islam lebih terarah dan terkendali. Kebutuhan merupakan bagian yang penting dalam melanjutkan eksistensi manusia sebagai khilafah di muka bumi. Kebutuhan lahir dari suatu pemikiran atau identifikasi secara obyektif atas berbagai sarana yang diperlakukan untuk mendapatkan suatu manfaat bagi kehidupan. Jadi seorang muslim mengkonsumsi dalam rangka untuk memenuhi kebutuhannya sehingga memperoleh manfaat yang setinggi-tingginya bagi kehidupan.¹²

Oleh karena itu upaya memenuhi kebutuhan hidup konsumsi yang dilakukan oleh seorang muslim akan sangat erat dalam etika dan norma dari konsumsi itu sendiri. Menurut pendapat naqfi terdapat enam aksioma dalam konsumsi meliputi:

1) Tauhid (*Unity/Kesatuan*).

Dalam perspektif Islam, kegiatan konsumsi dilakukan dalam rangka beribadah kepada Allah SWT. Sehingga senantiasa berada dalam hukum-hukum Allah SWT (Syariat).

Tauhid adalah bahwa segala aktivitas yang dilakukan adalah bermuara kepada penghambaan diri kepada Allah sebagai pencipta dan sebagai makhluk yang diciptakan tentunya ada maksud dan tujuan kenapa manusia diciptakan.

2) Adil (*Equilibrium/Keadilan*).

Islam memperbolehkan manusia menikmati berbagai karunia kehidupan dunia yang disediakan Allah Akan tetapi, pemanfaatan atas karunia Allah

¹²Sumar'in, *Ekonomi Islam Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam*, (Ed. 1, Cet. 2, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), 93.

tersebut harus dilakukan secara adil sesuai dengan syariat sehingga selain mendapatkan keuntungan material, ia juga merasakan kepuasan spiritual.

3) Kehendak yang bebas (*Free Will*).

Kehendak bebas merupakan kontribusi Islam yang paling orisinil dalam filsafat sosial tentang konsep manusia “bebas”. Hanya Tuhan yang bebas, namun dalam batas-batas skema penciptaan-Nya, manusia juga secara relatif mempunyai kebebasan. Manusia dianugerahi kebebasan untuk membimbing kehidupannya sebagai khalifah di muka bumi.

4) Amanah (*Responsibility*).

Tanggung jawab merupakan suatu prinsip dinamis yang berhubungan dengan perilaku manusia. Bahkan merupakan kekuatan dinamis individu untuk mempertahankan kualitas keseimbangan.

Dalam hal melakukan konsumsi, manusia dapat berkehendak bebas, tetapi ia harus mempertanggung jawabkan atas kebebasan tersebut, baik terhadap keseimbangan alam, masyarakat, diri sendiri, maupun diakhirat kelak. Pertanggung jawaban sebagai seorang muslim bukan hanya kepada Allah SWT, melainkan juga pada lingkungan.

5) Halal.

Halal adalah syarat yang mutlak dalam kegiatan konsumsi terhadap berbagai barang-barang agar mutu dan kualitas barang tetap terjaga baik secara kebendaan maupun bagaimana cara proses mendapatkannya. Dalam kerangka acuan Islam, barang-barang yang dapat dikonsumsi hanyalah barang-barang yang dapat menunjukkan nilai-nilai kebaikan, kesucian, keindahan dan menimbulkan kemaslahatan untuk umat, baik secara material maupun spritual.

6) Sederhana.¹³

Islam sangat melarang perbuatan yang melampaui batas (israf), termasuk pemborosan dan berlebih-lebihan (bermegah-megahan) yaitu membuang harta dan menghambur-hamburkannya tanpa faedah serta manfaat dan hanya memperturutkan hawa nafsu. Allah SWT sangat mengecam setiap perbuatan yang lampauai batas.

Selain itu Islam juga memberi batasan dan arahan dalam berkonsumsi. Setidaknya ada dua hal yang harus diperhatikan dalam berkonsumsi. Dua hal tersebut menjadi bagian penting seseorang dalam berpikir untuk mengkonsumsi barang dan jasa. Adapun yang menjadi batasan dalam berkonsumsi menurut persektif Islam meliputi:

1) Pembatasan dalam hal kuantitas atau ukuran konsumsi.

Islam melarang ummatnya berlaku kikir. Namun Allah juga tidak menghendaki ummatnya membelanjakan harta yang berlebihan. Dalam hal ini Islam sangat menekankan kewajaran dari segi jumlah, yakni sesuai dengan kebutuhan kita bukan dengan tingkat keinginan kita, karena yang kita ketahui tingkat keinginan manusia tidak terbatas.

2) Pembatasan dalam hal sifat dan cara.

Seorang muslim harus jeli dan sensitif untuk melihat barang yang halal dan haram, jangan karena murah masyarakat menjadi terlena akan nilai-nilai yang telah dijelaskan didalam al-Qur'an. Seorang muslim harus senantiasa mengkonsumsi sesuatu yang pasti membawa manfaat dan masalah, sehingga jauh dari kesia-sian dan kemubaziran.

Adapun yang menjadi arahan sekaligus aturan prinsip dasar dalam berkonsumsi meliputi:

¹³Sumar'in, *Ekonomi Islam Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam*, 93-94.

- 1) Jangan boros.
- 2) Seimbangi pengeluaran dan pemasukan.
- 3) Jangan bermewah-mewah.¹⁴

Kebutuhan adalah senilai dengan keinginan. Dimana keinginan ditentukan oleh konsep kepuasan (*satisfaction*). Tidak demikian dalam perspektif Al-Ghazali, kebutuhan ditentukan oleh konsep masalah, yang tidak dapat dipisahkan dengan tuntunan maqasid al-Shari'ah. Argumentasi Al-Ghazali jelas telah membedakan antara keinginan dan kebutuhan (*hajah*), sesuatu yang tampaknya agak sepele tetapi memiliki konsekuensi yang amat besar dalam ilmu ekonomi. Karena dari perbedaan antara keinginan (*wants*) dan kebutuhan (*needs*), akan terlihat betapa bedanya ilmu ekonomi Islam dengan konvensional. Munculnya ilmu ekonomi konvensional itu sendiri diyakini oleh para penggagasnya karena terjadi kesenjangan antara sumber-sumber daya yang terbatas (*limited resources*) dihadapkan pada keinginan manusia yang tidak terbatas (*unlimited wants*).

Al-Ghazali menekankan pada nilai moral yang begitu ketat dalam memasukkan "keinginan" (*wants*) dalam motif aktivitas ekonomi terutama dalam konsumsi. Kebutuhan" (*needs*) menjadi nafas dalam perekonomian bernilai moral Islam ini, bukan keinginan. Kebutuhan (*al-hajah/need*) lebih didefinisikan sebagai segala keperluan dasar manusia untuk kehidupannya. Sementara keinginan (*al-Raghbah wa al-Shahwah/wants*) didefinisikan sebagai desire (kemauan) manusia atas segala hal. Jadi ruang lingkup definisi keinginan akan lebih luas dari definisi kebutuhan. Hingga saat ini, umumnya orang berpendapat bahwa kebutuhan manusia terbagi menjadi dalam tiga hal yaitu kebutuhan primer, sekunder dan tersier. Demikian juga Al-Ghazali juga membagi kebutuhan manusia menjadi tiga bagian dilihat dari kekuatan substansinya masalah yaitu: Pertama, *daruriyyah*

¹⁴Sumar'in, Sumar'in, *Ekonomi Islam Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam*, 95.

yaitu tujuan yang menempati posisi darurat (kebutuhan primer). Kedua, *hajjiyah* yaitu kebutuhan menempati posisi hajat (kebutuhan skunder). Ketiga, *tahsiniyyat wa al-zinat* (kebutuhan pelengkap penyempurna), yang berada di bawah hajat.¹⁵

2. Persepsi Kemudahan

a. Pengertian Kemudahan

Menurut Jogiyanto Kemudahan didefinisikan sebagai sejauh mana seorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Kemudahan penggunaan adalah mudah dipelajari, mudah dipahami, simple dan mudah pengoprasiannya.¹⁶ Menurut Davis mendefinisikan kemudahan penggunaan (ease of use) sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa teknologi dapat dengan mudah dipahami dan mudah digunakan.

Persepsi kemudahan penggunaan merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa dalam menggunakan suatu teknologi tidak memerlukan usaha yang besar, artinya mudah untuk digunakan. Kemudahan didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi informasi memerlukan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha yang keras bagi penggunanya.¹⁷

Menurut Iqbaria kemudahan ini akan berdampak pada perilaku, yaitu semakin tinggi persepsi seseorang tentang kemudahan menggunakan teknologi, semakin tinggi pula tingkat pemanfaatan teknologi informasi. Dapat diketahui bahwa kemudahan penggunaan merupakan suatu keyakinan tentang proses pengambilan keputusan. Jika nasabah yakin dengan teknologi yang ada dan mudah

¹⁵Cucu Komala, “*Perilaku Konsumsi Impulsive Buying Perspektif Imam Al-Ghazali*”, Jurnal Perspektif, Vol. 2 No. 2 Desember 2018, 254-256.

¹⁶Jogianto, Dikutip dalam Skripsi Marwa Farida Annur, “*Analisis Faktor-faktor Yang mempengaruhi minat Menggunakan Mobile Banking Pada Generasi Millennials (Studi Kasus Penggunaan Bank Syariah Di Yogyakarta)*”. Skripsi yang diterbitkan, (Yogyakarta; UIN Sunan Kalijaga, 2018).

¹⁷Mario Ledesman, “*Pengaruh Manfaat , Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Layanan Mobile Banking(Studi Pada BSM Cabang Bandar Jaya)*”. Skripsi yang diterbitkan. (Lampung; Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Negeri Raden Intan, 2018), 20.

untuk digunakan maka nasabah akan menggunakannya. Sebaliknya jika dirasa sulit dipahami dan tidak percaya akan teknologi informasi yang ada maka nasabah tidak akan menggunakannya.

b. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kemudahan Dalam Menggunakan Teknologi.

Menurut Panggih Rizki Dwi Istiarni kemudahan dalam menggunakan teknologi dipengaruhi beberapa faktor antara lain :

- 1) Faktor pertama berfokus pada teknologi itu sendiri, suatu teknologi yang baik dan digunakan secara terus menerus akan memberikan kemudahan bagi pengguna dalam menggunakannya.¹⁸
- 2) Faktor kedua adalah reputasi akan teknologi tersebut yang diperoleh oleh pengguna. Reputasi yang baik yang didengar oleh pengguna akan mendorong keyakinan pengguna terhadap kemudahan penggunaan teknologi tersebut.
- 3) Faktor ketiga yang mempengaruhi persepsi pengguna terhadap kemudahan menggunakan teknologi adalah tersedianya mekanisme pendukung yang handal. Mekanisme pendukung yang terpercaya akan membuat pengguna merasa nyaman dan merasa yakin, bahwa terdapat mekanisme pendukung yang handal jika terjadi kesulitan dalam menggunakan teknologi, maka mendorong persepsi pengguna ke arah yang lebih positif.

c. Indikator Kemudahan.

Ada beberapa indikator kemudahan penggunaan teknologi informasi antar lain:

- 1) Teknologi informasi sangat mudah dipelajari.

¹⁸ Panggih Rizki Dwi Istiarni, Dikutip Mario Ledesman, “*Pengaruh Manfaat , Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Layanan Mobile Banking (Studi Pada BSM Cabang Bandar Jaya)*”. Skripsi yang diterbitkan. (Lampung: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Negeri Raden Intan, 2018), 14.

- 2) Teknologi informasi mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan penggunanya.
- 3) Keterampilan pengguna akan bertambah ketika menggunakan teknologi informasi
- 4) Teknologi informasi sangat mudah dioperasikan.¹⁹

Berdasarkan dengan firman Allah swt yang terdapat dalam Q.S. Alam Nasyrah (5-6):94:

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ۖ إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ۚ ٦

Terjemahnya :

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”,
 “Sesungguhnya sesudah kesulitan ada kemudahan”²⁰

Dari ayat diatas Allah swt mengatakan bahwa kesulitan yang diberikan dalam kehidupan pasti dibalikinya ada kemudahan. Dalam konteks kemudahan, ayat tersebut dapat dikaitkan dengan penggunaan *mobile banking* bahwa kemudahan penggunaan dapat mengurangi usaha seseorang baik dalam segi waktu maupun tenaga dalam menggunakan suatu sistem.

Dari ayat dan tafsir diatas Allah swt mengatakan bahwa kesulitan yang diberikan dalam kehidupan pasti dibalikinya ada kemudahan. Dalam konteks kemudahan, ayat tersebut dapat dikaitkan dengan penggunaan *mobile banking* bahwa kemudahan penggunaan dapat mengurangi usaha seseorang baik dalam segi waktu maupun tenaga dalam menggunakan suatu sistem.

3. Persepsi Keamanan

Menurut Simons & Raharjo dalam Ahmad dan Bambang Setiyo Pambudi mengatakan bahwa keamanan informasi adalah sebagaimana kita dapat mencegah

¹⁹Mario Ledesman, “ *Pengaruh Manfaat , Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Layanan Mobile Banking(Studi Pada BSM Cabang Bandar Jaya)*”. Skripsi yang diterbitkan. (Lampung: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Negeri Raden Intan, 2018), 14.

²⁰ Kementerian Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahnya*, (Bekasi: Cipta Bagus Segara, 2015), 596.

penipuan (*cheating*) atau paling tidak, mendeteksi adanya penipuan disebut *system* yang berbasis informasi, dimana informasinya sendiri tidak memiliki arti fisik.²¹ Menurut Park & Kim dalam Sri Nawangsih dan Wahyu Ning Pramesti mendefinisikan keamanan sebagai kemampuan tokoh online dalam melakukan pengontrolan dan penjagaan keamanan atas transaksi data.²² Dalam konteks internet banking, ancaman keamanan adalah serangan atau penyalahgunaan baik melalui akses yang tidak sah ke rekening dengan cara otentikasi palsu.

Kesimpulan dari pernyataan tersebut adalah keamanan *internet banking* adalah keamanan yang memfokuskan pada informasi yang disediakan layanan internet banking akurat, informasi pribadi nasabah harus terjaga agar tidak diketahui oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab, dan setiap transaksi yang dilakukan selalu aman.

4. Pengetahuan Produk

Product knowlage dalam bahasa Indonesia dapat di artikan sebagai pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen mengenai produk/jasa yang akan di konsumsi.²³ Pengetahuan produk merupakan kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk.²⁴ Semakin banyak pengetahuan dan informasi terhadap produk yang dimiliki oleh konsumen, maka konsumen akan semakin cepat dalam memutuskan pembelian terhadap suatu produk.²⁵ Produk juga di artikan sebagai segala sesuatu yang dapat di tawarkan untuk mendapatkan perhatian, kemahiran,

²¹Ahmad dan Pambudi, Bambang Setiyo, *Pengaruh*, 5.

²² Sri Nawangsih dan Pramesti, Wahyu Ning, “*pengaruh kepercayaan, kualitas layanan, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Tokoh Pedia.com)*” *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia* 4, No. 3 (2017), 387.

²³Elsye Rumandang Daminik, *Bagaimana “ Product Knowledge dan Product Involment Memotivasi Konsumen”*, *Jurnal Humaniora*, (Vol. 4, No. 2, Oktober 2013), 1336.

²⁴Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasara*, (Jakarta: PT Ghalia Indonesia , 2011), 148.

²⁵W. Charles Lamb, *et al.*, *Pemasaran, Edisi Pertama*, (Jakarta: Salemba Empat,2001), 192.

penggunaan, atau konsumsi yang mungkin memuaskan suatu kebutuhan dan keinginan.²⁶

*“Product knowledge refers to the amount of information a consumer has tured in her or his memory about particuler product class, product form, brands, models, and ways to purchase them”.*²⁷ Dari pengertian tersebut dapat di ketahui bahwa pengetahuan produk mengacu pada jumlah informasi konsumen yang telah disimpan dalam dirinya atau ingatannya tentang kelas produk tertentu, bentuk produk, merek, model dan cara-cara mereka untuk membeli.

Pengetahuan produk di perlukan sebagai dasar suksesnya suatu produk, biasanya melalui penggunaan/ keterlibatan pada suatu produk. Pengetahuan konsumen tentang suatu produk yang di harapkan dapat mempengaruhi kepuasan secara positif, sebab suatu pengetahuan akan membuat tentang produk akan lebih realistis.²⁸

Para ahli psikologi kognitif membagi pengetahuan ke dalam pengetahuan deklaratif (*Declarative knowledge*) dan pengetahuan prosedur (*Procedural knowledge*). Pengetahuan deklaratif adalah fakta subjektif yang diketahui oleh seseorang. Arti subjektif disini adalah pengetahuan orang tersebut mungkin tidak selalu harus sesuai dengan realitas yang sebenarnya. Sedangkan pengetahuan prosedur adalah pengetahuan mengenai bagaimana fakta-fakta tersebut digunakan. Pengetahuan deklaratif terbagi menjadi dua kategori: *episodic* dan *semantic*. Pengetahuan *episodic* (*Episodic knowledge*) melibatkan pengetahuan yang dibatasi

²⁶Mariza Shabastian dan Hatane Samuel, “*Pengaruh Strategi Harga dan Strategi Produk Terhadap Brand Loyalty di Tator Café Surabaya Town Square*”, Jurnal Manajemen Pemasaran 1, (No. 1, 2013), 2.

²⁷J. Paul Peter dan James H. Donnelly, *Marketing Management*, (McGraw-Hill Irwin, 2007), 46.

²⁸Sri Kussujaniatun, “ *Pengaruh Pengetahuan Produk, Nilai, dan Kualitas Yang di Persepsikan terhadap Kepuasan Pelanggan Mobil Toyota*”, Jurnal Bisnis Dan Manajemen, (Vol. 5, No. 1, April, 2011), 29-39,31.

dengan lintasan waktu. Pengetahuan ini digunakan untuk menjawab pertanyaan seputar waktu penggunaan suatu produk. Sebaliknya, pengetahuan *semantic* (*Semantic knowledge*) mengandung pengetahuan yang digeneralisasikan yang memberikan arti bagi dunia seseorang.

Mowen dan Minor membagi pengetahuan konsumen menjadi tiga kategori : (1) Pengetahuan Objektif (*Objective knowledge*), (2) Pengetahuan Subjektif (*Subjective knowledge*), dan (3) Informasi mengenai pengetahuan lainnya.²⁹ Pengetahuan objektif adalah informasi yang benar mengenai kelas produk yang disimpan di dalam memori jangka panjang konsumen. Pengetahuan subjektif adalah persepsi konsumen mengenai apa dan berapa banyak yang dia ketahui mengenai kelas produk. Konsumen mungkin juga memiliki informasi mengenai pengetahuan berbagai hal lainnya.

Engel, Blackwell dan Miniard membagi pengetahuan mahasiswa ekonomi Islam ke dalam empat jenis pengetahuan:³⁰

a. Pengetahuan Produk

Pengetahuan produk sendiri merupakan konglomerat dari banyak jenis informasi yang berbeda. Pengetahuan produk meliputi:

- 1) Kesadaran akan kategori dan merek produk di dalam kategori produk
- 2) Terminologi produk
- 3) Atribut atau ciri produk
- 4) Kepercayaan tentang kategori produk secara umum dan mengenai merek spesifik.

b. Pengetahuan Harga

Salah satu aspek pengetahuan produk yang patut dikhususkan adalah aspek yang melibatkan harga produk. Pemeriksaan atas apa yang konsumen ketahui

²⁹John C Mowen; *Michael Minor. Consumer Behavior*. (New Jersey: Prentice-Hall, 1998), 106.

³⁰F. James Engel; Roger D. Blackwell; Paul W. Miniard. *Perilaku Konsumen*. (Jakarta : Binarupa Aksara, 1998), 317.

mengenai harga absolut dan harga relatif dapat memberikan informasi penting untuk membimbing tindakan pemasaran. Keputusan penetapan harga oleh eksekutif pemasaran mungkin pula bergantung kepada persepsi mereka mengenai berapa baik konsumen mendapatkan informasi mengenai harga. Pemasar akan lebih dimotivasi untuk menekan harga dan berespon terhadap potongan harga kompetitif bila mereka percaya konsumen banyak mengetahui tentang harga yang ditetapkan di pasar. Sebaliknya, tingkat pengetahuan yang rendah mengenai harga memungkinkan pemasar kurang memperhatikan tentang perbedaan harga yang berarti sehubungan dengan pesaing. Bila konsumen sebagian besar tidak mengetahui tentang perbedaan harga relatif, pemasar dapat mengeksploitasi ketidaktahuan ini melalui harga yang lebih tinggi.

c. Pengetahuan Pembelian

Pengetahuan Pembelian (*Purchase knowledge*) mencakupi bermacam potongan informasi yang dimiliki konsumen yang berhubungan erat dengan perolehan produk. Dimensi dasar dari pengetahuan pembelian melibatkan informasi berkenaan dengan keputusan tentang dimana produk tersebut harus dibeli dan kapan pembelian harus terjadi.³¹

d. Pengetahuan Pemakaian.

Pengetahuan pemakaian (*Usage knowledge*) mencakup informasi yang tersedia di dalam ingatan mengenai bagaimana suatu produk dapat digunakan dan apa yang diperlukan untuk menggunakan produk tersebut. Pengetahuan pemakaian konsumen penting karena beberapa alasan. Pertama, konsumen tentu saja lebih kecil kemungkinannya membeli suatu produk bila mereka tidak memiliki informasi yang cukup mengenai bagaimana menggunakan produk tersebut. Upaya pemasaran yang dirancang untuk mendidik konsumen tentang bagaimana menggunakan produk pun dibutuhkan. Penghalang serupa bagi pembelian terjadi

³¹F. James Engel; Roger D. Blackwell; Paul W. Miniard. *Perilaku Konsumen*. (Jakarta : Binarupa Aksara, 1998), 317.

bila konsumen memiliki informasi yang tidak lengkap mengenai cara-cara yang berbeda atau situasi dimana suatu produk dapat digunakan. Walaupun pengetahuan pemakaian yang tidak memadai tidak mencegah terjadinya pembelian produk, hal ini tetap saja memiliki efek yang merugikan pada kepuasan konsumen. Produk yang digunakan secara salah mungkin tidak bekerja dengan benar sehingga menyebabkan pelanggan merasa tidak puas.

Menurut J Paul Peter dan Jerry C. Olson dalam Iko Yuliawan membagi pengetahuan menjadi tiga jenis pengetahuan produk yaitu pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk, pengetahuan tentang manfaat produk, dan pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan produk bagi konsumen.³²

- 1) Pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk Atribut dapat diartikan sebagai karakteristik nyata dan tidak nyata (*tangible dan intangible*) dari produk yang memberikan kepuasan subjektif atau pemuasan kebutuhan bagi konsumen.³³ Menurut Tjiptono menyatakan bahwa atribut produk adalah unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan.³⁴
- 2) Pengetahuan manfaat produk Jenis pengetahuan produk yang kedua adalah pengetahuan tentang manfaat produk. Pengetahuan manfaat produk merupakan suatu hal yang penting bagi konsumen, karena pengetahuan ini akan mempengaruhi keputusan pembelinya.
- 3) Pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan produk bagi konsumen untuk mengetahui suatu kepuasan yang diberikan produk kepada konsumen

³² Iko Yuliawan, "Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah terhadap Keputusan Menjadi Nasabah pada PT Bank Syariah cabang Bandung", Wira Ekonomi Mikroskil, (Vol. 1, No. 01, April, 2011), 22.

³³ Kusmayasari et al., "Pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Green Product", Jurnal Administrasi Bisnis, (Vol. 14 No. 1, September 2014), 3.

³⁴ Purwanto Widodo, "Hubungan antara Atribut Produk terhadap keputusan Pembelian Minuman The dalam Kemasan", Jurnal Agribisnis dan Pengembangan Wilayah, (Vol. 2, No. 1, Desember, 2010), 3.

adalah jika produk tersebut telah digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen. Agar produk tersebut bisa memberikan kepuasan yang maksimal kepada konsumen, maka konsumen harus bisa menggunakan atau mengonsumsi produk dengan benar.

5. Minat Menabung

a. Pengertian Minat

Minat merupakan kesukaan (kecenderungan hati kepada sesuatu). Minat juga bias diartikan sebagai suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktifitas tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu diluar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minat.³⁵ Minat dapat menunjukkan kemampuan untuk memberikan stimulasi yang mendorong kita untuk memperhatikan seseorang, suatu barang atau kegiatan atau suatu yang dapat memberi pengaruh terhadap pengalaman yang telah distimulasi oleh kegiatan itu sendiri. Dengan kata lain minat dapat menjadi sebab suatu kegiatan dan hasil dari turut sertanya dalam kegiatan tersebut³⁶

b. Dimensi Minat

Minat beli dapat diidentifikasi melalui indikator - indikator sebagai berikut³⁷

1) Minat transaksional

Minat transaksional yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.

³⁵.Slameto..*Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: PT Rineka Cipta. 1988, 182.

³⁶Crow, Lestari D and Alice Crow. *Psikologi Pendidikan Buku I*. Surabaya: Bina Ilmu1984, 352.

³⁷Ferdinand. *Metode Penelitian Manajemen*l. *Pedoman penelitian untuk Skripsi, Tesis, dan Desertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. 2002, 192.

2) Minat refrensional

Minat refrensional yaitu menggambarkan perilaku seseorang yang cenderung merefrensikan produk yang sudah dibelinya, agar juga dibeli oleh orang lain dengan refrensi pengalaman konsumennya.

3) Minat prefrensi

Minat prefrensi yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki prefrensi utama pada produk tersebut. Prefrensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk prefrensinya.

4) Minat eksploratif

Minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat - sifat positif dari produk tersebut. Proses perubahan secara umum, terjadi hampir sepanjang kehidupan. Perubahan-perubahan minat dalam proses itu dapat disebabkan oleh perubahan pola kehidupan, perubahan tugas dan tanggung jawab dan perubahan status

6. Pengertian Menabung

Menabung adalah tindakan yang dianjurkan oleh Islam, karena dengan menabung berarti seseorang muslim mempersiapkan diri untuk pelaksanaan perencanaan masa yang akan datang sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan. Secara luas menabung dapat diartikan sebagai suatu kegiatan meyisihkan dari pendapatannya untuk dikumpulkan sebagai cadangan di hari depan.

Dalam Al-Qur'an terdapat ayat-ayat yang secara tidak langsung telah memerintahkan kaum muslimin untuk mempersiapkan hari esok secara lebih baik.

Q. S An-Nisa/4 : 9 :

وَلْيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكَوْا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعْفًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ۙ

Terjemahnya:

Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan dibelakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka

khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. Oleh sebab itu hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar.³⁸

Dan hendaklah takut orang-orang yang seandainya meninggal dan meninggalkan di belakang mereka anak-anak yang masih kecil-kecil atau lemah, yang mereka takutkan mengalami kezhaliman atau tak terurus, maka hendaknya mereka selalu merasa diawasi oleh Allah dalam memperlakukan orang yang berada di bawah tanggungannya dari anak-anak yatim dan anak-anak lainnya, yaitu dengan cara menjaga harta benda mereka, mendidik mereka dengan baik, dan menyingkirkan segala gangguan dari mereka dan hendaklah berkata kepada mereka dengan ucapan yang sejalan dengan semangat keadilan dan yang baik-baik.

Setelah menjelaskan anjuran berbagi sebagian dari harta warisan yang didapat kepada kerabat yang tidak mendapatkan bagian, ayat ini memberi anjuran untuk memperhatikan nasib anak-anak mereka apabila menjadi yatim. Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang sekiranya mereka meninggalkan keturunan di kemudian hari anakanak yang lemah dalam keadaan yatim yang belum mampu mandiri di belakang mereka yang mereka khawatir terhadap kesejahteraan-nya lantaran mereka tidak terurus, lemah, dan hidup dalam kemiskinan. Oleh sebab itu, hendaklah mereka para wali bertakwa kepada Allah dengan mengindahkan perintah-Nya dan menjauhi larangan-Nya, dan hendaklah mereka berbicara dengan tutur kata yang benar, penuh perhatian dan kasih sayang terhadap anak-anak yatim dalam asuhannya Ayat ini memperingatkan bahaya berlaku aniaya khususnya kepada anak yatim. Sesungguhnya orang-orang yang memakan harta anak yatim secara zalim tanpa alasan yang dibenarkan menurut

³⁸Kementerian Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahnya*, (Bekasi: Cipta Bagus Segara, 2015), 596.

agama, dan menggunakannya untuk kepentingan diri mereka sendiri secara berlebihan, maka dengan perbuatan tersebut sebenarnya mereka itu memakan makanan yang haram dan kotor ibarat menelan api dalam perutnya dan tindakan mereka akan mengantarkan mereka masuk ke dalam api yang menyala-nyala yaitu neraka. Tempat itu diperuntukkan bagi orang-orang yang celaka.

Ayat dan tafsir tersebut memerintahkan kita untuk bersiap-siap dan mengantisipasi masa depan keturunan, baik secara rohani (iman/takwa) maupun secara ekonomi harus dipikirkan langkah-langkah perencanaannya. Salah satu langkah perencanaan adalah dengan menabung.

a. Beberapa Jenis Tabungan Di Bank Syariah

1) Wadiah dan Mudharabah

Seseorang yang ingin menabung di bank syariah dapat memilih antara akad al-wadi'ah atau al-mudharabah. Meskipun jenis produk tabungan di bank syariah mirip dengan bank konvensional, yaitu giro, tabungan, dan deposito, namun dalam bank syariah terdapat perbedaan-perbedaan yang prinsipil seperti yang dijelaskan berikut ini.

2) Giro

Pada umumnya, bank syariah menggunakan akad al-wadi'ah pada rekening giro. Nasabah yang membuka rekening giro berarti melakukan akad wadiah "titipan". Dalam fiqh muamalah, wadiah dibagi menjadi dua macam: wadiah yad al-amanah dan wadiah yad ad-dhamanah. Akad wadiah yad al-amanah adalah akad titipan yang dilakukan dengan kondisi penerima titipan (dalam hal ini bank) tidak wajib mengganti jika terjadi kerusakan. Biasanya, akad ini diterapkan bank pada titipan murni, seperti safe deposit box. Dalam hal ini, bank hanya bertanggung jawab atas kondisi barang (uang) yang dititipkan.

Adapun wadiah yad adh-dhamah adalah titipan yang dilakukan dengan kondisi penerima titipan bertanggung jawab atas nilai (bukan fisik) dari uang yang dititipkan. Bank syariah menggunakan akad wadiah yad adh-dhamah untuk rekening giro.

3) *Tabungan*

Bank syariah menerapkan dua akad dalam tabungan, yaitu wadi'ah dan mudharabah. Tabungan yang menerangkan akad wadi'ah mengikuti prinsip-prinsip wadia'ah yad adh-dhamah seperti yang dijelaskan di atas. Artinya tabungan ini tidak mendapatkan keuntungan karena ia titipan dan dapat diambil sewaktu-waktu dengan menggunakan buku tabungan atau media lain seperti kartun ATM. Tabungan berdasarkan akad wadi'ah ini tidak mendapatkan keuntungan dari bank karena sifatnya titipan. Akan tetapi, bank tidak dilarang jika ingin memberikan semacam bonus/hadiah.

Tabungan yang menerapkan akad mudharabah mengikuti prinsip-prinsip akad mudharabah. Di antaranya sebagai berikut. Pertama, keuntungan dari dana yang digunakan harus dibagi antara shahibul maal (dalam hal ini nasabah) dan mudharib (dalam hal ini bank). Kedua, adanya tenggang waktu antara dana yang diberikan dan pembagian keuntungan, karena untuk melakukan investasi dengan memutar dana itu diperlukan waktu yang cukup.³⁹

4) *Deposito*

Bank syariah menerapkan akad mudharabah untuk deposito. Seperti dalam tabungan, dalam hal ini nasabah (deposan) bertindak sebagai shahibul maal dan bank selaku mudharib. Penerapan mudharabah terdapat deposito dikarenakan kesesuaian yang terdapat diantara keduanya. Misalnya, seperti

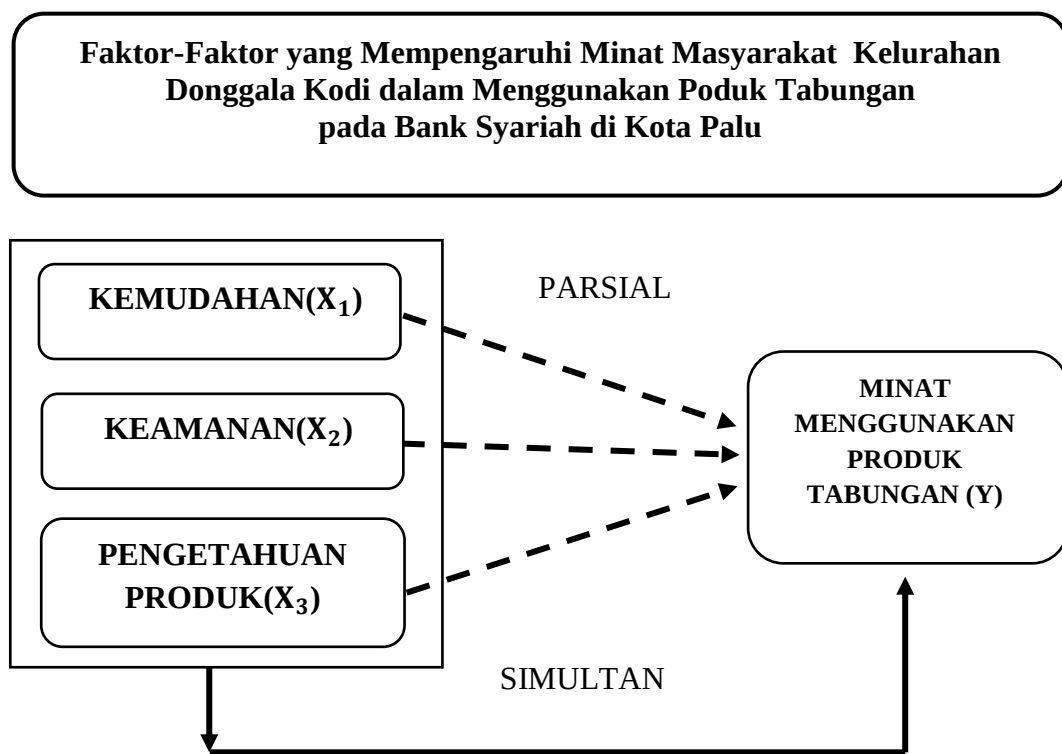
³⁹Kotler, Philip & Amstrong, *Prinsip-Prinsip Manajemen Pemasaran*, Cet. 1, edisi 12. Jakarta: PT. Indeks. 2008.

yang dikemukakan di atas bahwa akad mudarabah mensyaratkan adanya tenggang waktu antara penyetor dan penarikan agar dana itu bisa diputar. Tenggang waktu ini merupakan salah satu sifat deposito, bahkan dalam deposito terdapat pengaturan waktu, seperti 30 hari, 90 hari, dan seterusnya.⁴⁰

C. Kerangka Pemikiran

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemudahan dan keamanan sebagai variabel independen terhadap minat Masyarakat Kelurahan Donggala Kodi dalam Menggunakan Produk Tabungan pada Bank Syariah di Kota Palu. Kerangka Pemikiran dalam penelitian ini secara sistematis dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



⁴⁰Kotler, Philip & Amstrong, *Prinsip-Prinsip Manajemen Pemasaran*, Cet. 1, edisi 12. Jakarta: PT. Indeks. 2008.

Keterangan :

Kemudahan	= Variabel bebas atau variabel independen
Keamanan	= Variabel bebas atau variabel independen
Pengetahuan Produk	= Variabel bebas atau variabel independen
—————→	= Pengaruh secara simultan
- - - - -▶	= Pengaruh secara parsial

D. Hipotesis

Hipotesis berasal dari kata *hypo* yang berarti dibawah dan *thesa* yang berarti kebenaran. Hipotesis dapat didefenisikan sebagai jawaban sementara yang kebenarannya masih harus diuji. Hipotesis juga merupakan proporsi yang akan diuji keberlakuannya atau merupakan jawaban sementara atas pertanyaan penelitian.⁴¹

Berdasarkan latar belakang masalah dan kerangka pemikiran yang telah dikemukakan maka hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Diduga kemudahan (X_1) berpengaruh terhadap Minat Masyarakat Kel. Donggala Kodi dalam Memilih Produk Tabungan pada Bank Syariah di Kota Palu
2. Diduga keamanan (X_2) berpengaruh terhadap Minat Masyarakat Kel. Donggala Kodi dalam Memilih Produk Tabungan pada Bank Syariah di Kota Palu
3. Diduga pengetahuan produk (X_3) berpengaruh terhadap Minat Masyarakat Kel. Donggala Kodi dalam Memilih Produk Tabungan pada Bank Syariah di Kota Palu

⁴¹Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, (Edisi Revisi II, Cet.V, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016), 67.

4. Diduga kemudahan (X_1), keamanan (X_2), dan pengetahuan produk (X_3) berpengaruh secara simultan terhadap Minat Masyarakat Kel. Donggala Kodi dalam Memilih Produk Tabungan pada Bank Syariah di Kota Palu

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian verifikatif yaitu metode yang dilakukan dengan tujuan untuk menguji secara matematis dugaan-dugaan mengenai adanya hubungan variabel dari masalah yang sedang diselidiki di dalam hipotesis.¹

Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, menggunakan pendekatan kuantitatif karena data penelitian tersebut berupa angka-angka yang dapat di tafsirkan atau dianalisis menggunakan statistik.² Pendekatan pada penelitian ini berfokus untuk mengetahui “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Kel. Donggala Kodi dalam Memilih Produk Tabungan pada Bank Syariah di Kota Palu”.

B. Lokasi penelitian

Penelitian ini dilakukan Kelurahan Donggala Kodi, Kecamatan Palu Barat, Kota Palu, Sulawesi Tengah. Lokasi ini diambil oleh peneliti dengan pertimbangan bahwa lokasi tersebut mudah untuk diakses dan dijangkau.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Untuk memberikan penjelasan apa yang dimaksud dari populasi, berikut adalah pandangan beberapa pakar antara lain. Menurut Sugiyono, populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan

¹Rully Indrawa dan Poppy Yuniawati, "*Metode Penelitian*", (Cet. I, Bandung : PT. Rafika Aditama, 2004), 117.

²Sofyan Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*, (Edisi 1, Cet III, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2015), 30.

karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.³ Nanang Martono mengartikan populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian.⁴

Dengan demikian penulis menyimpulkan dari definisi populasi, dalam penelitian ini yang menjadi populasinya adalah semua masyarakat Kelurahan Donggala Kodi dengan kategori populasi masyarakat yang mempunyai Kartu Tanda Penduduk (KTP). Dimana hal ini populasinya berjumlah **9.792 jiwa**.⁵

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti.⁶ Menurut Sugiharta dan kawan-kawan mendefinisikan sampel yaitu sebagian anggota dari populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasinya.⁷ Teknik sampling merupakan teknik dalam mengambil sebuah sampel. Kemudian untuk menentukan besarnya sampel, peneliti menggunakan rumus dengan Metode Slovin.⁸

Rumus Metode Slovin adalah sebagai berikut:

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

³Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Cet.XXVIII; Bandung: Alfabeta, 2018), 80.

⁴Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Edisi revisi 2, Cet.V; Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2016), 76.

⁵Kelurahan Donggala Kodi, Palu Barat

⁶Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Edisi revisi 2, Cet.V; Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2016), 76.

⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Cet.XXVIII; Bandung: Alfabeta, 2018), 81.

⁸Muhammad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Cet.I; Jakarta : Rajawali Pers, 2008), 180.

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Batas Toleransi Kesalahan

Dengan demikian besaran sampel dalam penelitian ini, penjabarannya sebagai berikut :

Diketahui $N = 9.792$ jiwa, dengan tingkat kesalahan pengambilan sampel 10%.

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

$$n = \frac{9,792}{1 + 9,792(0,1)^2} = \frac{9,792}{1 + 9,792(0,01)}$$

$$= \frac{9,792}{1 + 97,92} = \frac{9,792}{98,92}$$

$$= 98$$

Berdasarkan hasil dari rumus tersebut maka diperoleh sampel dalam penelitian ini sebanyak 98 jiwa yang merupakan masyarakat Kelurahan Donggala Kodi dari jumlah populasi yaitu 9.792 jiwa.

Metode dalam pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *Probability Sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi seluruh anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.⁹ Dengan cara *Simple Random Sampling* yaitu metode dengan cara pengambilan sampel yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut.¹⁰

⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Cet.XXVIII; Bandung: Alfabeta, 2018), 82.

¹⁰Ibid, 82.

D. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya.¹¹

Menurut hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain maka macam-macam variabel dalam penelitian dapat dibedakan sebagai berikut.

1. Variabel bebas (*Variabel Independen*)

Variabel independen atau variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam SEM (*Struktural Equation Modeling* / pemodelan persamaan Struktur). Variabel independen adalah variabel oksigen.¹² Adapun variabel dalam penelitian ini adalah : Kemudahan(X_1), Keamanan (X_2), Pengetahuan Produk (X_3),

2. Variabel terikat (*Variabel Dependen*)

Variabel dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam SEM (*Struktural Equation Modeling* / pemodelan persamaan Struktur), variabel dependen disebut sebagai variabel endogen.¹³ Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah : Minat Menggunakan Produk Tabungan(Y).

E. Definisi Operasional

Berdasarkan judul di atas, agar lebih terfokusnya penelitian ini maka perlu adanya definisi operasional. Definisi operasional adalah unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana cara untuk mengukur suatu variabel. Adapun definisi operasional dari variabel-variabel dalam penelitian ini adalah :

¹¹Siregar, *Statistik*, 61.

¹²Sugiono, *Metode*, 61.

¹³Ibid, 61.

Tabel 3.1
Definisi Operasional variable

No	Variabel	Defisini Operasional	Indikator
1	Kemudahan (X ₁)	Kemudahan penggunaan berarti keyakinan individu bahwa menggunakan sistem teknologi informasi tidak akan merepotkan atau membutuhkan usaha yang besar pada saat digunakan. ¹⁴	Menurut Davis : a. Mudah dipahami b. Mudah digunakan c. Mudah diingat d. Menambah keterampilan pengguna
2	Keamanan (X ₂)	kemanan informasi adalah sebagaimana kita dapat mencegah penipuan (<i>cheating</i>) atau paling tidak, mendeteksi adanya penipuan sebuah sistem yang berbasis informasi, dimana informasinya sendiri tidak memiliki arti fisik. ¹⁵	Raman Arasu & Viswanathan A. : a. Jaminan keamanan b. Kerahasiaan data
3	Pengetahuan Produk (X ₃)	Pengetahuan yang dimiliki oleh nasabah mengenai produk/jasa yang akan dikonsumsi.	1. Atribut produk 2. Manfaat produk 3. Nilai kepuasan
4	Minat Menggunakan Produk Tabungan	Minat adalah suatu rasa lebih suka atau rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh. ¹⁶	Rahayu Setiani a. Minat untuk menggunakan b. Minat menggunakan

¹⁴Ahmad dan Pambudi, Bambang Setiyo, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Keamanan dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam menggunakan Internet Banking (Studi Pada Program Layanan Internet Banking BRI)” Jurnal Studi Manajemen 8, No. 1 (2014), 4.

¹⁵Ahmad dan Pambudi, Bambang Setiyo, *Pengaruh Persepsi*, 5.

¹⁶Mohammad Irfan Bagastia, *Pengaruh*, 23.

	(Y)		secara teratur c. Menyarankan orang lain untuk menggunakan alat pembayaran non tunai. ¹⁷
--	-----	--	--

F. Instrumen Penelitian

Instrumen Penelitian adalah alat atau media yang digunakan peneliti sebagai pengumpul data dalam melakukan penelitian dapat berupa kuesioner, dan lain lain.¹⁸ Adapun pertanyaan tersebut di buat dalam bentuk skala Likert, Skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah di tetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya dapat disebut sebagai variabel penelitian.¹⁹ Contoh kategori pertanyaan dengan jawaban dari sangat tidak setuju samapai sangat setuju :

Tabel 3.7
Instrumen Penelitian

1	2	3	4
Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju

Sangat Setuju (SS) : Diberi bobot / Skor 4

Setujuh (S) : Diberi bobot / Skor 3

Tidak Setuju (TS) : Diberi bobot / Skor 2

Sangat Tidak Setuju (STS) : Diberi bobot / Skor 1

¹⁷Rahayu Stiani. “Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Alat Pembayaran Non TunaI”, (Studi di Kota Purbalingga)” Skripsi di Terbitkan, (Cet. 1, Yogyakarta: Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia).

¹⁸Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif, (Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS)*, (Cet. 1, Jakarta: Kencana, 2013), 25.

¹⁹Sugyono, *Metode*, 134.

Dari kategori di atas, pernyataan skor 1 untuk jawaban yang sangat tidak setuju, skor 2 untuk jawaban tidak setuju, skor 3 untuk jawaban setuju, dan skor 4 untuk jawaban sangat setuju.

G. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan dapat dilakukan berbagai sumber dan berbagai cara. Maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sumber sekunder. Maka teknik pengumpulan dapat dilakukan sebagai berikut :²⁰

1. Data primer

Data primer adalah data yang diambil dari sumber data primer atau sumber pertama dilapangan.²¹ Adapun bentuk pengumpulan data primer :

- a. Observasi, yaitu melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat kegiatan dari dekat yang dilakukan.²²
- b. Kuesioner, merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut.²³

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder.²⁴ Misalkan data tersebut didapatkan melalui orang lain atau melalui dokumen.

²⁰Ibid, 135.

²¹Burhan Bugin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi (Format-Format Kuantitatif dan Kualitatif Untuk Studi Sosiologi, Kebijakan Politik, Komunikasi, Manajemen, dan Pemasaran)*, (Ed 1, Jakarta: Prenamedia Group, 2013), 128.

²²Sofyan, *Metode*, 19.

²³Ibid, 21.

²⁴Burhan, *Metodologi*, 128.

H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif. Yaitu proses analisis data-data yang berbentuk angka dengan cara perhitungan statistik. Analisis tersut di gunakan untuk mengukur **“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Kel. Donggala Kodi dalam Memilih Produk Tabungan pada Bank Syariah di Kota Palu”**, yang dibantu dengan program SPSS *statistic for windows versi 24*. Adapun tahapan-tahapan dalam menganalisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen data dalam penelitian, sering hanya ditekankan pada uji validitas dan reliabilitas. Dalam penelitian kuantitatif, kriteria utama terhadap data hasil penelitian adalah valid, reliabel dan obyektif.

a. Uji Validitas

Uji Validitas di gunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner,. Suatu kuesioner di katakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner yang di buat betul-betul dapat mengukur apa yang hendak diukur.²⁵ Adapun tolak ukur atau syarat dalam uji validitas yaitu apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$.

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran terhadap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula.²⁶ Adapun tolak ukur syarat uji reabilitas yaitu apabila nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari nilai 0,60.

²⁵Suharsimi Arikunto, *Prosedur Peneltian, (Suatu Pendekatan Praktik)*, (Cet. XIV, Jakarta Rineka Cipta, 2010), 72.

²⁶Siregar, *Statistik*, 87.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolonieritas

Uji Multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Model regresiv yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara vriabel bebas. Nilai tolerance harus $> 0,10$ dan nilai VIF harus $< 10,00$ sehingga dapat disimpulkan dalam model regresi ini tidak terjadi multikolonoeritas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalalm model regresi terjadi ketidak samaan varian dari satu residual pengamatan ke pengamatan yang lain. Salah satu cara untuk mendekati heteroskedastisitas adalah hasil dari spearman's rho pengetahuan pada kolom sig two tailed harus memiliki nilai > 0.05 yang artinya tidak terjadi heteroskedastisitas dalam penelitian ini.

c. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah sebuah model regresi, variabel dependen, variabel indepeden atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak.²⁷ Model regresi yang baik adalah berdistribusi normal atau mendekati normal. Suatu data dikatakan mengikuti distribusi normal dilihat dari apabila perbandingan antara nilai kolmogorov harus lebih kecil dari nilai absolut pada uji normalitas berarti data tersebut di nyatakan berdistribusi normal. Dapat juga di buktikan dari hasikl uji probabilitas pada SPSS 24yaitu dilihat dari Asymp. Sig. (2-tailed) harus $> 0,05$ yang artinya data berdistribusi normal.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan oleh peneliti untuk melihat seberapa besar pengaruh . Model hubungan nilai pelanggan dengan variabel-variabel tersebut dapat disusun dengan fungsi atau persamaan sebagai berikut:²⁸

²⁷Asep Saipul Hamdi, dan E Baharuddin, *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi dalam Pendidikan*, (Cet 1, Yogyakarta: Deepulish, 2014), 114.

²⁸Sugiyono, *Metode*, 305.

$$Y = X_1 + X_2 + X_3 + e$$

Dimana :

Y = Minat Memilih produk Tabungan

X₁ = Kemudahan

X₂ = Keamanan

X₃ = Pengetahuan Produk

e = Error

Untuk mengetahui serta menentukan arah besarnya koefisien antara variabel independen dan variabel dependen, maka digunakan bantuan teknik *SPSS versi 24 for windows*

4. Uji Hipotesis T

Uji hipotesis dilakukan dengan uji T yaitu untuk mengetahui variabel independen yang diteliti secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan atau tidak terhadap variabel dependen.²⁹ Pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variabel-variabel dependen. Adapun caranya yaitu dengan melakukan perbandingan antara $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada tingkat kepercayaan 95%, $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($\alpha = 0,1$) dengan kaidah-kaidah sebagai berikut:

- a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka variabel independen yang diamati berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka variabel independen yang diamati berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel dependen.

Nilai t_{hitung} diperoleh dengan melihat tabel t sesuai dengan tingkatan kepercayaan yang ditentukan dengan cara $df = N - K$, dimana N= Jumlah sampel dan K= Variabel penelitian.³⁰

²⁹Dwi Priyanto, *Analisis Korelasi, Regresi dan Multivariate Dengan SPSS* (Cet.,I, Yogyakarta: Gava Media, 2013), 50.

³⁰Marwatul Fadila, “Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha pada Mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Palu”, Skripsi tidak diterbitkan, (Palu : Institut Agama Islam Negeri IAIN Palu, 2018), 30.

5. Uji F

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang di masukan mempunyai pengaruh secar bersama-sama terhadap variabel terkait. Untuk mengetahui apakah variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terkait, maka di lakukan perbandingan antara F hitung dengan F tabel pada tingkat ke percayaan 0,05. ³¹Dalam uji ini digunakan rumus yang dikemukakan Riduan. ³²

$$F_{hitung} = \frac{\frac{R^2}{K}}{\frac{(1-R^2)}{n-k-l}}$$

Dimana :

R = nilai koefisien korelasi ganda

K = jumlah variabel bebas

n = jumlah sampel

6. Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinan (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar konstrubusi variabel independen terhadap variabel dependen. Jika koefisien determinan semakin besar (mendekati satu) menunjukkan semakin banyak kemampuan variabel X menerangkan variabel Y di mana $0 < R^2 < 1$. Sebaliknya jika R^2 (semakin kecil mendekati nol, maka akan di katakan bahwa pengaruh variabel independen adalah kecil terhadap variabel dependen). Hal ini berarti mode yang di gunakan lemah untuk menerangkan pengaruh variabel independen yang diteliti terhadap variabel dependen. ³³

³¹Riduan, *Penelitian Untuk Guru, Karyawan dan Penelitian Pemula*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 142.

³²Ibid, 142.

³³Wahid Sulaiman, *Analisis Regresi Menggunakan SPSS*, (Contoh Kasus dan Pemecahannya), Yogyakarta: Andi, 2010), 89.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Lokasi Penelitian

1. Letak Geografis dan Demografi Lokasi Penelitian

Secara Geografis dan Demografis pada wilayah Kelurahan Donggala Kodi Kecamatan Ulujadi. Kelurahan Donggala Kodi terletak pada :¹

- a. Dataran rendah 250 ha/m²
- b. Berbukit-bukit 40 ha/m²
- c. Dataran tinggi ha/m²
- d. Lereng gunung ha/m²
- e. Pesisir ha/m²
- f. Kawasan rawa ha/m²
- g. Kawasan gambut ha/m²
- h. Aliran sungai ha/m²
- i. Bantaran sungai ha/m²

Orbitasi (jarak antara kelurahan Donggala Kodi dengan Pusat pemerintahan) ialah sebagai berikut :

- a. Jarak ke ibu kota kecamatan 3 Km
- b. Lama jarak tempu ke ibu kota kecamatan dengan berjalan kaki atau kendaraan non bermotor 10 menit
- c. Jarak ke ibu kota kabupaten/kota 5 Km
- d. Lama jarak tempu ke ibu kota kabupaten dengan kendaraan bermotor 20 menit
- e. Jarak ke ibu kota provinsi 5 Km
- f. Lama jarak tempuh ke ibu kota provinsi dengan kendaraan bermotor 15 menit¹⁵

¹bLisa staf kelurahan Donggala Kodi, “Wawancara” tanggal 5 November 2022

Batas-batas Kelurahan Donggala Kodi adalah sebagai berikut :

- a. Sebelah Utara dengan Kabonena
- b. Sebelah Timur dengan Kamonji
- c. Sebelah Selatan dengan Balaroa
- d. Sebelah Barat dengan Donggune

Suhu Rata-rata harian di Kelurahan Donggala Kodi ialah 29-32 c.
Kelurahan Donggala Kodi dihuni oleh penduduk dan pendatang.

2. Data Mengenai Donggala Kodi

Adapun Data mengenai Donggala Kodi seperti jumlah penduduk, agama dan jenis pekerjaan dapat di lihat dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.1
Jumlah Penduduk

Jenis Kelamin	Jumlah
Laki – Laki	5.028
Perempuan	4.764
Total	9.792

Sumber : Data Kelurahan Donggala Kodi

Tabel 4.2
Agama

Agama	Jumlah
Islam	9.541
Kristen	233
Katolik	9
Budha	9
Total	9.792

Sumber : Data Kelurahan Donggala Kodi

Tabel 4.3
Jenis Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Jumlah
Petani	95
Buruh Tani	29
Dokter	6
Bidan Swasta	6
Perawat Swasta	8
Pembantu Rumah Tangga	6
TNI	3
Polri	50
Wiraswasta	1.425
Pengacara	1
Notaris	2
Pedagang Keliling	65
Peternak	7
Nelayan	1
Montir	17
Guru	79
Dosen Swasta	25
Pensiunan	106
Sopir	79
Tukang Jahit	12
Seniman	4
Karyawan Pengusaha Swasta	375
Karyawan Perusahaan Pemerintah	136
Tukang Batu	62

Tukang Kayu	17
Belum / Tidak bekerja	2048
Lainnya	519
Total	9.792

Sumber : Data Kelurahan Donggala Kodi

B. Deskripsi Kuesioner dan Sampel Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada masyarakat Kelurahan Donggala Kodi. Data penelitian menggunakan instrumen kuesioner yang dibagikan kepada mahasiswa sebagai sampel penelitian. Kuesioner disebarkan oleh peneliti kepada sampel yang diteliti dengan perincian sebagai berikut:

Tabel 4.4
Deskripsi Kuesioner

Jumlah Sampel	Kuesioner Disebar	Kuesioner Kembali	Kuesioner Diolah	Presentase
98	98	98	98	100%

Sumber: Data Primer, 2022

Dalam tabel 4.4 dijelaskan bahwa jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 98 masyarakat Kelurahan Donggala Kodi. Data responden dalam penelitian ini dijelaskan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.5
Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	40	40.8	40.8	40.8
	Perempuan	58	59.2	59.2	100.0
	Total	98	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Penelitian

Pada tabel 4.5 menunjukkan bahwa dari 98 orang jumlah sampel dalam penelitian ini yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 40 orang (40,8%) dan yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 58 orang (59,2%). Sehingga sampel dalam penelitian ini sebagian besar masyarakat berjenis kelamin perempuan.

Tabel 4.6
Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Dari 25 Tahun	21	21.4	21.4	84.7
	25 Tahun - 35 Tahun	36	36.7	36.7	36.7
	35 Tahun - 50 Tahun	26	26.5	26.5	63.3
	Lebih Dari 50 Tahun	15	15.3	15.3	100.0
	Total	98	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Penelitian

Pada tabel 4.6 ini menunjukkan bahwa dari 98 orang jumlah sampel dalam penelitian ini yang berumur kurang dari 25 tahun (kolom 1) berjumlah 21 orang (21,43%), 25 tahun - 35 tahun (kolom 2) berjumlah 36 orang (36,7%), 35 tahun - 50 tahun (kolom 3) berjumlah 26 orang (26,5%), dan yang berumur lebih dari 50 tahun (kolom 4) berjumlah 15 orang (15,3%). sehingga sampel dalam penelitian ini sebagian besar berumur 25-35 tahun.

Tabel 4.7
Pendidikan Terakhir

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SD	32	32.7	32.7	32.7
	SMP	10	10.2	10.2	42.9
	SMA	27	27.6	27.6	70.4

	S1 – S3	29	29.6	29.6	100.0
	Total	98	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Penelitian

Pada tabel 4.7 ini menunjukkan bahwa dari 98 orang jumlah sampel dalam penelitian ini, yang memiliki pendidikan terakhir SD berjumlah 32 orang (32,7%), memiliki pendidikan terakhir SMP berjumlah 10 orang (10,2%), memiliki pendidikan terakhir SMA berjumlah 27 orang (27,6%) dan memiliki pendidikan terakhir S1 – S3 berjumlah 29 orang (29,6%), sehingga sampel dalam penelitian ini sebagian besar didominasi oleh masyarakat yang memiliki pendidikan terakhir SD.

C. Deskripsi Variabel Penelitian

Setelah data terkumpul, langkah selanjutnya adalah melakukan tabulasi data untuk melihat tanggapan responden mengenai variabel-variabel penelitian yaitu, Kemudahan, Keamanan dan Pengetahuan Produk (variabel independen) dan Minat Menggunakan Produk (variabel dependen). Kemudian dicari rata-rata dari setiap jawaban responden, untuk memudahkan penilaian rata-rata tersebut, maka dibuat interval. Rumus yang digunakan menurut Sudjana dalam Iskandar adalah sebagai berikut:²

$$P = \frac{\text{Rentang}}{\text{Banyak Kelas}}$$

Dimana:

P = Panjang kelas interval

Rentang = Data tertinggi – Data terendah

Banyak Kelas = 4

Berdasarkan rumus tersebut, maka panjang kelas interval adalah:

²Yogi Iskandar, *Pengaruh Kesesuaian Kompensasi terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Bentoel Distribusi Utama Cabang Palu* (Skripsi IAIN Palu), 54.

$$p = \frac{4-1}{4}$$

Maka interval dari kriteria penilaian rata-rata dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

Sangat Buruk	= 1,0 – 1,6
Buruk	= 1,7 – 2,4
Baik	= 2,5 – 3,2
Sangat Baik	= 3,3 – 4,0

1. Deskripsi Jawaban Sampel Terhadap Variabel Kemudahan (X_1)

Tabel 4.8
Distribusi Frekuensi Variabel Kemudahan

No	Item Pernyataan	STS	TS	S	SS	Skor	Rata - Rata
		1	2	3	4		
1	Saya merasa aplikasi dan fitur-fitur serta produk – produk, sangat mudah dipahami	3	42	22	31	277	2.82%
		3.1%	42.9%	22.4%	31.6%		
2	Bank syariah memberikan pelayanan yang cepat dan efisien	3	41	27	27	274	2.79%
		3.1%	41.8%	27.6%	27.6%		
3	Saya akan menabung karena kemudahan dalam bertransaksi dengan pihak luar	7	43	31	17	254	2.59%
		7.1%	43.9%	31.6%	17.3%		
4	Prosedur aplikasi yang diterapkan pada produk tabungan syariah	10	36	34	18	256	2.61%
		10.2%	36.7%	34.7%	18.4%		

	sederhana dan jelas sehingga mudah untuk dimengerti						
5	Produk tabungan Bank Syariah mudah diakses dan digunakan	8	44	34	12	246	2.51%
		8.2%	44.9%	34.7%	12.2%		
6	Karyawan Bank Syariah sudah cakap dalam menjelaskan produk – produk Bank kepada nasabah sehingga memudahkan nasabah untuk memilih produk.	18	32	33	15	241	2.45%
		18.4%	32.7%	33.7%	15.3%		
7	Saya mengetahui akses menuju Bank Syariah sangat mudah di jangkau	10	36	34	18	256	2.61%
		10.2%	36.7%	34.7%	18.4%		
Rata – Rata						2.62%	

Dari hasil penelitian tanggapan responden untuk pernyataan pertama terhadap variabel Kemudahan yaitu sebanyak 31 orang sangat setuju, 22 orang setuju, 42 orang yang tidak setuju, dan 3 orang sangat tidak setuju. Total skor jawaban dari 98 responden adalah 277 dengan nilai rata-rata 2,82% maka, pernyataan pertama termasuk dalam kriteria penilaian baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan kedua terhadap variabel Kemudahan yaitu sebanyak 27 orang sangat setuju, 27 orang setuju, 41 orang yang tidak setuju, dan 3 orang sangat tidak setuju. Total skor jawaban dari 98

responden adalah 274 dengan nilai rata-rata 2,79% maka, pernyataan kedua termasuk dalam kriteria penilaian baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan ketiga terhadap variabel Kemudahan yaitu sebanyak 17 orang sangat setuju, 31 orang setuju, 43 orang yang tidak setuju, dan 7 orang sangat tidak setuju. Total skor jawaban dari 98 responden adalah 254 dengan nilai rata-rata 2,59% maka, pernyataan ketiga termasuk dalam kriteria penilaian baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan keempat terhadap variabel Kemudahan yaitu sebanyak 18 orang sangat setuju, 34 orang setuju, 36 orang yang tidak setuju, dan 10 orang sangat tidak setuju. Total skor jawaban dari 98 responden adalah 256 dengan nilai rata-rata 2,61% maka, pernyataan keempat termasuk dalam kriteria penilaian baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan kelima terhadap variabel Kemudahan yaitu sebanyak 12 orang sangat setuju, 34 orang setuju, 44 orang yang tidak setuju, dan 8 orang sangat tidak setuju. Total skor jawaban dari 98 responden adalah 246 dengan nilai rata-rata 2,51% maka, pernyataan kelima termasuk dalam kriteria penilaian baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan keenam terhadap variabel Kemudahan yaitu sebanyak 15 orang sangat setuju, 33 orang setuju, 32 orang yang tidak setuju, dan 18 orang sangat tidak setuju. Total skor jawaban dari 98 responden adalah 241 dengan nilai rata-rata 2,45% maka, pernyataan keenam termasuk dalam kriteria penilaian baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan ketujuh terhadap variabel Kemudahan yaitu sebanyak 18 orang sangat setuju, 34 orang setuju, 36 orang yang tidak setuju, dan 10 orang sangat tidak setuju. Total skor jawaban dari 98 responden adalah 256 dengan nilai rata-rata 2,61% maka, pernyataan ketujuh termasuk dalam kriteria penilaian baik.

2. Deskripsi Jawaban Sampel Terhadap Variabel Keamanan (X₂)

Tabel 4.9
Distribusi Frekuensi Variabel Keamanan

No	Item Pernyataan	STS	TS	S	SS	Skor	Rata - Rata
		1	2	3	4		
1	Saya yakin akun atau aplikasi untuk transaksi atau tabungan saya aman.	8	52	28	10	236	2.40%
		8.2%	53.1%	28.6%	10.2%		
2	Karyawan Bank Syariah selalu responsive dalam melayani nasabah ketika ada kendala	4	54	28	12	244	2.48%
		4.1%	55.1%	28.6%	12.2%		
3	Pihak perusahaan menjaga kerahasiaan data pribadi nasabah dari para <i>hecker</i> sehingga saya merasa aman	0	33	54	11	272	2.77%
		0%	3.7%	55.1%	11.2%		
4	Menurut saya, pegawai sangat tanggap dalam memahami dan memberikan solusi atas keluhan saya	2	53	37	6	243	2.47%
		2.0%	54.1%	37.8%	6.1%		
5	Tabungan di bank syariah lebih aman dari pada bank konvensional	0	19	46	33	308	3.14%
		0%	19.4%	46.9%	33.7%		

6	Bank Syariah memiliki keamanan yang baik	2	16	43	37	311	3.17%
		2.0%	16.3%	43.9%	37.8%		
7	Bank Syariah bertanggung jawab kepada masyarakat sehingga kehadirannya tidak mengganggu masyarakat atau warga sekitar	1	24	43	30	326	3.32%
		1.0%	24.5%	43.9%	30.6%		
Rata - Rata						2.82% `	

Dari hasil penelitian tanggapan responden untuk pernyataan pertama terhadap variabel Keamanan yaitu sebanyak 10 orang sangat setuju, 28 orang setuju, 52 orang yang tidak setuju, dan 8 orang sangat tidak setuju. Total skor jawaban dari 98 responden adalah 236 dengan nilai rata-rata 2,82% maka, pernyataan pertama termasuk dalam kriteria penilaian kurang baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan kedua terhadap variabel Keamanan yaitu sebanyak 12 orang sangat setuju, 28 orang setuju, 54 orang yang tidak setuju, dan 4 orang sangat tidak setuju. Total skor jawaban dari 98 responden adalah 244 dengan nilai rata-rata 2,48% maka, pernyataan kedua termasuk dalam kriteria penilaian kurang baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan ketiga terhadap variabel Keamanan yaitu sebanyak 11 orang sangat setuju, 54 orang setuju, 33 orang yang tidak setuju, dan 0 orang sangat tidak setuju. Total skor jawaban dari 98 responden adalah 272 dengan nilai rata-rata 2,77% maka, pernyataan ketiga termasuk dalam kriteria penilaian baik

Tanggapan responden untuk pernyataan keempat terhadap variabel Keamanan yaitu sebanyak 6 orang sangat setuju, 37 orang setuju, 53 orang yang tidak setuju, dan 2 orang sangat tidak setuju. Total skor jawaban dari 98 responden

adalah 243 dengan nilai rata-rata 2,47% maka, pernyataan keempat termasuk dalam kriteria penilaian kurang baik

Tanggapan responden untuk pernyataan kelima terhadap variabel Keamanan yaitu sebanyak 33 orang sangat setuju, 46 orang setuju, 19 orang yang tidak setuju, dan 0 orang sangat tidak setuju. Total skor jawaban dari 98 responden adalah 308 dengan nilai rata-rata 3.14% maka, pernyataan kelima termasuk dalam kriteria penilaian baik

Tanggapan responden untuk pernyataan Keenam terhadap variabel Keamanan yaitu sebanyak 37 orang sangat setuju, 43 orang setuju, 16 orang yang tidak setuju, dan 2 orang sangat tidak setuju. Total skor jawaban dari 98 responden adalah 311 dengan nilai rata-rata 3.17% maka, pernyataan keenam termasuk dalam kriteria penilaian baik

Tanggapan responden untuk pernyataan ketujuh terhadap variabel Keamanan yaitu sebanyak 30 orang sangat setuju, 43 orang setuju, 24 orang yang tidak setuju, dan 1 orang sangat tidak setuju. Total skor jawaban dari 98 responden adalah 326 dengan nilai rata-rata 3,32% maka, pernyataan ketujuh termasuk dalam kriteria penilaian sangat baik

3. Deskripsi Jawaban Terhadap Variabel Pengetahuan produk (X_3)

Tabel 4.10
Distribusi Frekuensi Variabel Pengetahuan produk

No	Item Pernyataan	STS	TS	S	SS	Skor	Rata - Rata
		1	2	3	4		
1	Saya menabung di Bank Syariah Kota Palu karena Akadnya jelas.	4	8	54	32	310	3.16%
		4.1%	8.2%	55.1%	32.7%		
2	Saya memilih menggunakan	8	47	26	17	248	2.53%
		8.2%	48.0%	26.5%	17.3%		

	produk/jasa Bank Syariah Kota Palu karena menggunakan sistem bagi hasil.						
3	Saya puas menabung di Bank Syariah Kota Palu karena operasional/aktivitasnya sesuai dengan syariah/hukum Islam.	0	49	40	49	254	2.59%
		0%	50.0%	40.8%	9.2%		
4	Saya memahami tata cara menabung di Bank Syariah.	2	7	16	73	356	3.63%
		2.0%	7.1%	16.3%	74.5%		
Rata - Rata							2.97%

Dari hasil penelitian tanggapan responden untuk pernyataan pertama terhadap variabel Pengetahuan Produk yaitu sebanyak 32 orang sangat setuju, 54 orang setuju, 8 orang yang tidak setuju, dan 4 orang sangat tidak setuju. Total skor jawaban dari 98 responden adalah 310 dengan nilai rata-rata 3.16% maka, pernyataan pertama termasuk dalam kriteria penilaian baik

Tanggapan responden untuk pernyataan kedua terhadap variabel Pengetahuan Produk yaitu sebanyak 17 orang sangat setuju, 26 orang setuju, 47 orang yang tidak setuju, dan 8 orang sangat tidak setuju. Total skor jawaban dari 98 responden adalah 248 dengan nilai rata-rata 2,53% maka, pernyataan kedua termasuk dalam kriteria penilaian baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan ketiga terhadap variabel Pengetahuan Produk yaitu sebanyak 49 orang sangat setuju, 40 orang setuju, 49 orang yang tidak setuju, dan 0 orang sangat tidak setuju. Total skor jawaban dari 98 responden adalah 254 dengan nilai rata-rata 2,59% maka, pernyataan ketiga termasuk dalam kriteria penilaian baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan keempat terhadap variabel Pengetahuan Produk yaitu sebanyak 73 orang sangat setuju, 16 orang setuju, 7 orang yang tidak setuju, dan 2 orang sangat tidak setuju. Total skor jawaban dari 98 responden adalah 356 dengan nilai rata-rata 3.63% maka, pernyataan keempat termasuk dalam kriteria penilaian baik.

4. Deskripsi Jawaban Sampel Terhadap Variabel Minat Menggunakan Produk(Y)

Tabel 4.11
Distribusi Frekuensi Variabel Minat Menggunakan Produk

No	Item Pernyataan	STS	TS	S	SS	Skor	Rata – Rata
		1	2	3	4		
1	Saya berusaha mencari tahu informasi mengenai produk Bank Syariah dari berbagai media informasi	5	41	34	18	261	2.66
		5.1%	41.8%	34.7%	18.4%		
2	Sebelum saya berinteraksi dengan Bank Syariah saya sering bertanya informasi mengenai bank syariah kepada orang-orang disekitar saya	3	45	35	15	258	2.63%
		3.1%	45.9%	35.7%	15.3%		
3	Jika saya mempunyai dana lebih, saya akan	5	40	33	20	264	2.69%
		5.1%	40.8%	33.7%	20.4%		

	menyimpannya di Bank Syariah						
4	Jika saya membutuhkan dana, saya akan mencari informasi tentang produk-produk untuk melakukan pembiayaan di Bank Syariah	9	26	42	21	271	2.76%
		9.2%	26.5%	42.9%	21.4%		
5	Saya akan membuat rekening Bank Syariah	14	33	29	22	255	2.60%
		14.3%	33.7%	29.6%	22.4%		
6	Saya lebih mengutamakan rekening Bank Syariah transaksi non tunai.	6	42	30	20	260	2.65%
		6.1%	42.9%	30.6%	20.4%		
Rata - Rata						2.66%	

Dari hasil penelitian tanggapan responden untuk pernyataan pertama terhadap variabel penggunaan Minat Menggunakan Produk yaitu sebanyak 18 orang sangat setuju, 34 orang setuju, 41 orang yang tidak setuju, dan 5 orang sangat tidak setuju. Total skor jawaban dari 98 responden adalah 261 dengan nilai rata-rata 2,66% maka, pernyataan pertama termasuk dalam kriteria penilaian baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan kedua terhadap variabel penggunaan Minat Menggunakan Produk yaitu sebanyak 15 orang sangat setuju, 35 orang setuju, 45 orang yang tidak setuju, dan 3 orang sangat tidak setuju. Total skor jawaban dari 98 responden adalah 258 dengan nilai rata-rata 2,63% maka, pernyataan kedua termasuk dalam kriteria penilaian baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan ketiga terhadap variabel penggunaan Minat Menggunakan Produk yaitu sebanyak 20 orang sangat setuju, 33 orang setuju, 40 orang yang tidak setuju, dan 5 orang sangat tidak setuju. Total skor jawaban dari 98 responden adalah 264 dengan nilai rata-rata 2,69% maka, pernyataan ketiga termasuk dalam kriteria penilaian baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan keempat terhadap variabel penggunaan Minat Menggunakan Produk yaitu sebanyak 21 orang sangat setuju, 42 orang setuju, 26 orang yang tidak setuju, dan 9 orang sangat tidak setuju. Total skor jawaban dari 98 responden adalah 271 dengan nilai rata-rata 2,76% maka, pernyataan keempat termasuk dalam kriteria penilaian baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan kelima terhadap variabel penggunaan Minat Menggunakan Produk yaitu sebanyak 22 orang sangat setuju, 29 orang setuju, 33 orang yang tidak setuju, dan 14 orang sangat tidak setuju. Total skor jawaban dari 98 responden adalah 255 dengan nilai rata-rata 2,60% maka, pernyataan kelima termasuk dalam kriteria penilaian baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan keenam terhadap variabel penggunaan Minat Menggunakan Produk yaitu sebanyak 20 orang sangat setuju, 30 orang setuju, 42 orang yang tidak setuju, dan 6 orang sangat tidak setuju. Total skor jawaban dari 98 responden adalah 260 dengan nilai rata-rata 2,65% maka, pernyataan keenam termasuk dalam kriteria penilaian baik.

D. Uji Instrumen Penelitian

Menggunakan instrument yang valid dan reliabel dalam pengumpulan data, maka diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid dan reliabel.

1. Uji Validitas

Uji validitas yaitu mengkorelasikan masing-masing pernyataan dengan jumlah skor untuk masing-masing variabel. Syarat minimum untuk memenuhi

syarat validitas adalah apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, berdasarkan perhitungan di tentukan bahwa nilai r_{tabel} sebesar 0,1986.³

Untuk melihat butir pertanyaan atau pernyataan yang valid adalah dalam penelitian ini dengan melihat tabel *Item Total Statistics*, kemudian lihat pada kolom *Corrected Item-Total Correlation*, kemudian di bandingkan dengan nilai yang terdapat pada r_{tabel} . Nilai *Corrected Item-Total Correlation* dari nilai r_{tabel} dalam penelitian ini yaitu sebesar 0,1986 yang dapat kita lihat pada tabel r_{tabel} yang sudah ada.

Tabel 4.12
Hasil Uji Validitas Instrumen

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	15.5816	21.875	.884	.939
X1.2	15.6122	22.199	.881	.940
X1.3	15.8163	22.873	.817	.945
X1.4	15.7959	22.226	.855	.942
X1.5	15.8980	23.247	.816	.945
X1.6	15.9490	22.358	.771	.950
X1.7	15.7959	22.453	.824	.944

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	17.1020	8.154	.612	.742

³Sugiyono, *Metode*, 20.

X2.2	17.0204	8.206	.623	.740
X2.3	16.7347	9.104	.523	.762
X2.4	17.0306	9.370	.436	.776
X2.5	16.3673	8.977	.469	.771
X2.6	16.3367	8.617	.505	.764
X2.7	16.4694	8.850	.449	.775

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	8.7551	2.785	.740	.585
X3.2	9.3878	2.590	.642	.641
X3.4	9.3265	3.315	.597	.676
X3.5	8.2857	3.897	.275	.828

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1.1	13.3469	15.033	.815	.927
Y1.2	13.3776	15.578	.787	.931
Y1.3	13.3163	14.610	.870	.920
Y1.4	13.2449	15.032	.748	.935
Y1.5	13.4082	13.749	.854	.923
Y1.6	13.3571	14.665	.835	.924

Sumber Data: Output SPSS 2022

Tabel di 4.12, terlihat bahwa nilai r_{hitung} pada kolom *Corrected Item Total Correlation* untuk masing-masing dari 4 variabel di atas dinyatakan valid karena

$$r_{hitung} > r_{tabel} (0,1986).$$

2. Uji Reliabilitas

Melakukan pengujian reliabilitas dalam penelitian ini digunakan program SPSS (*Statistical Packaged For Sosial Siences*) versi 24 dimana dalam mengukur reliabilitas disini menggunakan uji statistik *Cronbach's Alpha* (α). Suatu instrument dinyatakan reliabel jika memiliki *Cronbach's Alpha* (α) lebih dari 0,60.

Hasil pengujian reliabilitas instrument menggunakan alat bantu oleh statistic SPSS versi 24 *for windows* dapat diketahui hasilnya sebagaimana tabel berikut.

Tabel 4.13
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Reliability Statistics	
	Cronbach's Alpha	N of Items
Kemudahan (X ₁)	,951	7
Keamana (X ₂)	,789	7
Pengetahuan produk (X ₃)	,753	4
Minat Menggunakan Produk (Y)	,938	6

Sumber Data: Output SPSS 2022

Pada tabel 4.13 dapat dilihat bahwa masing-masing variabel memiliki *Cronbach's Alpha* (α) lebih dari 0,60 ($\alpha > 0,60$) , variabel independen Kemudahan (X₁) dengan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,951, Keamanan (X₂) dengan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0.789, Pengetahuan produk (X₃) dengan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0.753 dan variabel dependen Minat Menggunakan Produk (Y) dengan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0.938 yang artinya bahwa variabel X dan Y dinyatakan reliabel. Dengan demikian pengolahan data dapat dilanjutkan ke jenjang selanjutnya.

E. Uji Asumsi Klasik

Sebelum metode regresi digunakan dalam pengujian hipotesis, terlebih dahulu model tersebut akan diuji apakah memenuhi asumsi kalsik atau tidak. Uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linear sederhana. Asumsi klasik dimaksudkan untuk mengetahui apakah koefisien regresi yang didapatkan telah benar dan dapat diterima serta menghindari kemungkinan adanya pelanggaran yang dapat menimbulkan masalah, seperti standar kesalahan untuk masing-masing koefisien yang diduga sangat besar, pengaruh variabel bebas tidak dapat dideteksi atau variasi dari koefisiennya tidak minim lagi. Asumsi klasik yang merupakan asumsi dasar dalam metode analisis regresi. Hasil uji asumsi klasik disajikan sebagai berikut:

1. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidak samaan varian dari satu residual pengamatan ke pengamatan yang lain. Salah satu caranya dengan melihat nilai signifikan two tails yang dihasilkan oleh spearman rank tes. Adapun cara mendeteksinya adalah dengan melihat tabel berikut.

Tabel 4.14
Uji Heteroskedastiditas

Correlations						
			Absolute	X₁	X₂	X₃
Spearman's rho	Absolute	Correlation Coefficient	1.000	.032	.032	-.043
		Sig. (2-tailed)	.	.755	.756	.674
		N	98	98	98	98
	X ₁	Correlation Coefficient	.032	1.000	.186	.168
		Sig. (2-tailed)	.755	.	.066	.098
		N	98	98	98	98
	X ₂	Correlation Coefficient	.032	.186	1.000	.697**

		Sig. (2-tailed)	.756	.066	.	.000
		N	98	98	98	98
	X ₃	Correlation Coefficient	-.043	.168	.697**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.674	.098	.000	.
		N	98	98	98	98

Sumber Data: Output SPSS 2022

Pada tabel 4.14 Hasil dari spearman's rho kemudahan, keamanan dan pengetahuan produk pada kolom sig two tailed memiliki nilai 0.755, 0.756, dan 0.674. Dengan nilai two tailed tersebut di mana > 0.05 yang artinya tidak terjadi heteroskedastisitas dalam penelitian ini.

2. Uji Asumsi Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang disajikan untuk dianalisis lebih lanjut berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendakati normal. Adapun cara untuk mendeteksinya, yaitu dengan melihat tabel berikut.

Tabel 4.15
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		98
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.08609325
Most Extreme Differences	Absolute	.072
	Positive	.069
	Negative	-.072
Test Statistic		.072
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200^{c,d}

Sumber Data: Output SPSS 2022

Pada tabel 4.15 hasil dari Unstandardized Residual pada kolom Most Extreme Differences dibagian absolut hasilnya adalah 0,072. Apabila di bandingkan dengan kolmogorov tabel pada sampel $N = 98$, yaitu 0,137, maka $0,072 < 0,137$ yang berarti data tersebut di nyatakan berdistribusi normal. Hal ini juga di buktikan dari hasil uji probabilitas pada SPSS 24 yaitu dilihat dari Asymp. Sig. (2-tailed) nilainya 0,200 dimana $> 0,05$ yang artinya data berdistribusi normal.

3. Uji Asumsi Multikolonieritas

Uji ini digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Model regresif yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara vriabel bebas. Nilai tolerance harus $> 0,10$ dan nilai VIF harus $< 10,00$ sehingga dapat disimpulkan dalam model regresi ini tidak terjadi multikolonoeritas.

Tabel 4.16
Uji Multikolonieritas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kemudahan (X_1)	.947	1.056
	Keamanan (X_2)	.479	2.088
	Pengetahuan Produk (X_3)	.479	2.088

Sumber Data: Output SPSS 2022

Berdasarkan output tabel 4.16 pada kolom coefficients pada bagian collinearity Statistics di ketahui nilai tolerance untuk variabel Kemudahan (X_1) bernilai 0,947, Keamanan (X_2) bernilai 0,479, dan Pengetahuan Produk (X_3) bernilai 0,479 yang artinya lebih besar dari 0,10. Sementara nilai VIF untuk variable Kemudahan (X_1) bernilai 1,056, Keamanan (X_2) bernilai 2,088, dan Pengetahuan Produk (X_3) bernilai 2,088, yang artinya lebih kecil dari 10,00. Jika

mengacu pada dasar pengambilan keputusan dalam uji multikolonieritas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolonieritas dalam model regresi.

F. Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan hasil olah data menggunakan *SPSS 24 for Windows* diperoleh hasil analisis regresi berganda adalah sebagai berikut :

Tabel 4.17
Uji Regresi Berganda

Coefficients^a			
Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	2.837	1.373
	Kemudahan (X_1)	.745	.040
	Keamana (X_2)	.043	.092
	Pengetahuan Produk (X_3)	.517	.075

Sumber Data: Output SPSS 2022

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 4.17, maka dapat dirumuskan persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 2,837 + 0,754_{X_1} + 0,043_{X_2} + 0,517_{X_3}$$

Dari persamaan regresi linear berganda tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 2,837 menyatakan apabila variabel bebas dalam penelitian ini diabaikan atau sama dengan nol, maka Minat Menggunakan Produk (Y) akan bernilai tetap atau sebesar 2,837.
2. Nilai koefisien variabel Kemudahan (X_1) bernilai positif yaitu sebesar 0,754 yang berarti setiap penambahan satu satuan variabel kemudahan maka akan meningkatkan Minat Menggunakan Produk sebesar 0,754

3. Nilai koefisien variabel Keamanan (X_2) bernilai positif yaitu sebesar 0,043 yang berarti setiap penambahan satu satuan variabel keamanan maka akan meningkatkan Minat Menggunakan Produk 0,043.
4. Nilai koefisien variabel Pengetahuan Produk (X_3) bernilai positif yaitu sebesar 0,517 yang berarti setiap penambahan satu satuan variable Pengetahuan Produk maka akan meningkatkan Minat Menggunakan Produk 0,517.

G. Uji T (Uji Parsial)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen yaitu (X) benar-benar memberikan kontribusi secara parsial atau terpisah terhadap variabel (Y) atau tidak. Hasil datanya bisa dilihat dari tabel di bawah ini:

Tabel 4.18
Uji T

Coefficients^a				
Model		Standardized Coefficients	t	Sig.
		Beta		
1	(Constant)		2.066	.042
	Kemudahan (X_1)	.895	18.558	.000
	Keamanan (X_2)	.032	.473	.637
	Pengetahuan Produk (X_3)	.558	10.852	.001

Sumber Data: Output SPSS 2022

Uji T bertujuan untuk mengetahui besarnya Pengaruh Kemudahan, Keamanan, dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Masyarakat Kelurahan Donggala Kodi dalam Menggunakan Produk Tabungan pada Bank Syariah di Kota Palu

Berdasarkan Tabel 4.18 kemudahan (X_1) diperoleh nilai T_{hitung} 18,558 > T_{tabel} 1,984 dan memiliki nilai signifikan (sig) 0.000 pada tabel *coefficients* dengan nilai α (tingkat signifikan) 0,05. Artinya $0.000 < 0,05$, dengan nilai ini memberikan makna bahwa variable kemudahan (X_1) memberikan pengaruh secara signifikan terhadap Minat Masyarakat Kelurahan Donggala Kodi dalam Memilih Produk Tabungan pada Bank Syariah di Kota Palu (Y). Adapun besaran pengaruhnya dapat dilihat pada kolom Beta. Besaran pengaruh variabel (X_1) terhadap variabel (Y) yaitu 0,895 atau 89,5%.

Keamanan (X_2) diperoleh nilai T_{hitung} 0,473 < T_{tabel} 1,984 dan memiliki nilai signifikan (sig) 0.637 pada tabel *coefficients* dengan nilai α (tingkat signifikan) 0,05. Artinya $0.637 > 0,05$, dengan nilai ini memberikan makna bahwa variable keamanan (X_2) tidak memberikan pengaruh secara signifikan Minat Masyarakat Kelurahan Donggala Kodi dalam Memilih Produk Tabungan pada Bank Syariah di Kota Palu (Y).

Pengetahuan Produk (X_3) diperoleh nilai T_{hitung} 10,852 > T_{tabel} 1,984 dan memiliki nilai signifikan (sig) 0.001 pada tabel *coefficients* dengan nilai α (tingkat signifikan) 0,05. Artinya $0.001 < 0,05$, dengan nilai ini memberikan makna bahwa variable Pengetahuan Produk (X_3) memberikan pengaruh secara signifikan terhadap Minat Masyarakat Kelurahan Donggala Kodi dalam Memilih Produk Tabungan pada Bank Syariah di Kota Palu (Y). Adapun besaran pengaruhnya dapat dilihat pada kolom Beta. Besaran pengaruh variabel (X_3) terhadap variabel (Y) yaitu 0,558 atau 55,8%.

Jadi, dari beberapa variabel faktor yang diteliti. Maka, variabel Kemudahan yang paling besar pengaruhnya terhadap Minat Masyarakat Kelurahan Donggala Kodi dalam Memilih Produk Tabungan pada Bank Syariah di Kota Palu adapun besaran pengaruh yaitu 89,5%

H. UJI F (Uji Simultan)

Pengujian ini ingin diketahui apakah variabel independen (X) berpengaruh secara bersama-sama memberikan kontribusi secara signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 4.19
Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1616.867	3	538.956	120.017	.000 ^b
	Residual	422.123	94	4.491		
	Total	2038.990	97			

Sumber Data: Output SPSS 2022

Berdasarkan hasil uji Anova (*Analisis Of Varians*), atau F tes diperoleh nilai F_{hitung} sebesar $120,017 > F_{tabel}$ 2,70 dengan nilai Sig sebesar 0,000 lebih kecil dibandingkan alpha 0,05. Dengan demikian hasil ini memberikan makna bahwa variabel Kemudahan (X_1), Keamanan (X_2), dan Pengetahuan Produk (X_3), secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Menggunakan Produk (Y).

I. UJI R^2

Analisis koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar persentase kontribusi independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Dari hasil perhitungan melalui alat ukur statistik *SPSS 24 For Windows* didapatkan nilai koefisien determinasi sebagai berikut :

Tabel 4.20
Model Summary

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.920 ^a	.893	.886	2.11912

Sumber Data: Output SPSS 2022

Tampilan output *SPSS Model Summary* besarnya Adjusted R Square adalah 0,886 hal ini berarti bahwa variasi perubahan variabel Minat Menggunakan Produk (Y) dipengaruhi oleh perubahan variabel independen yang terdiri dari Kemudahan (X_1), Keamanan (X_2), dan Pengetahuan Produk (X_3) sebesar 88,6%. Sedangkan sisanya ($100\% - 88,6\% = 11,4\%$) jadi, 11,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti, diluar dari penelitian ini.

J. Hasil Pengujian Hipotesis

Uji T bertujuan untuk mengetahui besarnya Pengaruh Kemudahan, Keamanan, dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Masyarakat Kelurahan Donggala Kodi dalam Memilih Produk Tabungan pada Bank Syariah di Kota Palu.

1. Berdasarkan Tabel 4.18 Kemudahan (X_1) diperoleh nilai T_{hitung} 18,558 > T_{tabel} 1,984 dan memiliki nilai signifikan (sig) 0.000 pada tabel *coefficients* dengan nilai α (tingkat signifikan) 0,05. Artinya $0.000 < 0,05$, dengan nilai ini memberikan makna bahwa variable Kemudahan (X_1) memberikan pengaruh secara signifikan Minat Masyarakat Kelurahan Donggala Kodi dalam Memilih Produk Tabungan pada Bank Syariah di Kota Palu (Y).

Berdasarkan uji T tersebut, hipotesis dalam penelitian ini menyatakan bahwa “Diduga Kemudahan (X_1) berpengaruh Minat Masyarakat Kelurahan Donggala Kodi dalam Menggunakan Produk Tabungan pada Bank Syariah di Kota Palu.” **diterima.**

2. Keamanan (X_2) diperoleh nilai $T_{hitung} 0,473 < T_{tabel} 1,984$ dan memiliki nilai signifikan (sig) 0.637 pada tabel *coefficients* dengan nilai α (tingkat signifikan) 0,05. Artinya $0.637 > 0,05$, dengan nilai ini memberikan makna bahwa variable Keamanan (X_2) tidak memberikan pengaruh secara signifikan signifikan Minat Masyarakat Kelurahan Donggala Kodi dalam Menggunakan Produk Tabungan pada Bank Syariah di Kota Palu (Y).

Berdasarkan uji T tersebut, hipotesis dalam penelitian ini menyatakan bahwa “Diduga Keamanan (X_2) berpengaruh terhadap Minat Masyarakat Kelurahan Donggala Kodi dalam Menggunakan Produk Tabungan pada Bank Syariah di Kota Palu .” **tidak diterima.**

3. Pengetahuan Produk (X_3) diperoleh nilai $T_{hitung} 10,852 > T_{tabel} 1,984$ dan memiliki nilai signifikan (sig) 0.001 pada tabel *coefficients* dengan nilai α (tingkat signifikan) 0,05. Artinya $0.001 < 0,05$, dengan nilai ini memberikan makna bahwa variable Pengetahuan Produk (X_3) memberikan pengaruh secara signifikan terhadap signifikan Minat Masyarakat Kelurahan Donggala Kodi dalam Memilih Produk Tabungan pada Bank Syariah di Kota Palu (Y).

Berdasarkan uji T tersebut, hipotesis dalam penelitian ini menyatakan bahwa “Diduga Pengetahuan produk (X_3) berpengaruh terhadap Minat Masyarakat Kelurahan Donggala Kodi dalam Memilih Produk Tabungan pada Bank Syariah di Kota Palu.” **diterima.**

4. Berdasarkan hasil uji Anova (Analisis Of Varians), atau F tes diperoleh nilai F_{hitung} sebesar $120,017 > F_{tabel} 2,70$ dengan nilai Sig sebesar 0,000 lebih kecil dibandingkan alpha 0,05. Dengan demikian hasil ini memberikan makna bahwa variabel Kemudahan (X_1), Keamanan (X_2), dan Pengetahuan Produk (X_3), secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Menggunakan Produk (Y).

Berdasarkan uji F tersebut, hipotesis dalam penelitian ini menyatakan bahwa “Diduga kemudahan (X1), keamanan (X2), dan pengetahuan produk (X3) berpengaruh secara simultan terhadap Minat Masyarakat Kel. Donggala Kodi dalam Memilih Produk Tabungan pada Bank Syariah di Kota Palu.” **diterima.**

K. Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan analisis regresi berganda dengan bantuan *SPSS 24 for Windows* pengaruh kemudahan, keamanan, dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Masyarakat Kelurahan Donggala Kodi dalam Memilih Produk Tabungan pada Bank Syariah di Kota Palu

Berbeda dalam hasil uji T (parsial) ada dua variabel yang berpengaruh secara parsial yang memberikan pengaruh Terhadap Minat Masyarakat Kelurahan Donggala Kodi dalam Menggunakan Produk Tabungan pada Bank Syariah di Kota Palu yaitu variabel Kemudahan dan Pengetahuan Produk. Dan ada satu diantaranya variabel yang tidak berpengaruh secara parsial yaitu variabel Keamanan dan. Hal ini ditunjukkan sebagai berikut :

1. Pengaruh variabel kemudahan Terhadap Minat Masyarakat Kelurahan Donggala Kodi dalam Memilih Produk Tabungan pada Bank Syariah di Kota Palu

Dengan banyaknya produk - produk tabungan pada bank syariah sehingga masyarakat ingin menyimpan dananya tidak perlu pusing atau khawati kerna sudah banyak produk tabungan yang ada dalam perbankan syariah tinggal masyarakat menabung uang sesuai dengan kebutuhan masing masing masyarakat.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahayu Setiani Kemudahan dalam transaksi tunai ataupun non tunai yaitu dimana masyarakat percaya terhadap penggunaan alat pembayaran atau tabungan yang

digunakan karena penggunaanya mudah dan tidak sulit untuk dipahami, sehingga tidak perlu mengeluarkan usaha apapun.⁴

2. Pengaruh variabel Keamanan Terhadap Minat Masyarakat Kelurahan Donggala Kodi dalam Memilih Produk Tabungan pada Bank Syariah di Kota Palu

Kejahatan seperti hilangnya uang dalam tabungan yang dilakukan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab sering terjadi di kalangan masyarakat dan menyebabkan banyak kerugian, sehingga banyak dari kalangan masyarakat yang menolak untuk menggunakan layanan tersebut dikarenakan masyarakat merasa khawatir jika hal-hal tersebut terjadi kepada mereka. Hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa variabel keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan Bertransaksi Secara Non Tunai.

Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan Nasrawati bahwa variabel keamanan tidak berpengaruh positif terhadap minat ulang nasabah dalam menggunakan *internet banking* dimana nasabah tidak merasakan kekawatiran akan keamanan dari layanan *internet banking* dan semakin menguatkan kembali nasabah untuk menggunakan layanan tersebut.⁵

3. Pengaruh variabel Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Kelurahan Donggala Kodi dalam Memilih Produk Tabungan pada Bank Syariah di Kota Palu

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa hipotesis yang menyatakan pengetahuan produk berpengaruh Terhadap Minat Masyarakat Kelurahan Donggala

⁴Rahayu Setiani dengan judul penelitian “Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Alat Pembayaran Non Tunai (Studi di Kota Purbalingga), h. 70.

⁵Nasrawati dengan judul penelitian “Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Kualitas dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan *Internet Banking* (Studi pada Civitas Akademika IAIN Palu)., h. 65.

Kodi dalam Memilih Produk Tabungan, artinya pengetahuan yang dimiliki oleh nasabah tentang produk-produk bank syariah berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah pada Bank Syariah kota Palu.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Minanti Oktavi Azizah, Pengaruh Promosi, Pengetahuan produk Dan Motivasi Menjauhi Riba Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank JATIM Syariah Kantor Cabang Kediri. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank JATIM Syariah Kantor Cabang Kediri.⁶

Dalam konteks Islam berkaitannya dengan pengetahuan, di Al-Qur'an menjelaskan tentang pentingnya pengetahuan yakni dalam Q.S. Al-Mujadalah/ 58:11:⁷

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا قِيلَ لَكُمْ تَفَسَّحُوا فِي الْمَجَالِسِ فَافْسَحُوا يَفْسَحِ اللَّهُ لَكُمْ وَإِذَا قِيلَ انشُرُوا فَانْشُرُوا يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ ۝ ۱۱

Terjemahnya :

Hai orang-orang beriman apabila kamu dikatakan kepadamu: "Berlapang-lapanglah dalam majlis", Maka lapangkanlah niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. dan apabila dikatakan: "Berdirilah kamu", Maka berdirilah, niscaya Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat. dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.

Pengetahuan produk (*product knowledge*) merupakan pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen mengenai produk/jasa yang akan di konsumsi.⁸ Begitu

⁶Mia Minanti Oktavi Azizah, *Pengaruh Promosi, Pengetahuan produk Dan Motivasi Menjauhi Riba Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank JATIM Syariah Kantor Cabang Kediri*. (Skripsi Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung. 2020).

⁷Kementrian Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahannya (Cet. 1, Bandung: Cv. Deponegoro 2008)

juga dengan nasabah Bank Syariah kota Palu mereka memutuskan menggunakan produk tabungan karena pengetahuannya tentang produk yang dimiliki. Semakin banyak pengetahuan dan informasi terhadap produk yang dimiliki nasabah, maka akan semakin meningkat dalam memutuskan pembelian terhadap suatu produk.

Pengetahuan produk di perlukan sebagai dasar suksesnya suatu produk, biasanya melalui penggunaan / keterlibatan pada suatu produk. Pengetahuan nasabah tentang suatu produk yang di harapkan dapat mempengaruhi kepuasan secara positif, sebab suatu pengetahuan akan membuat tentang produk akan lebih realistis.⁹

⁸Elsye Rumondang Daminik, Bagaimana “*Product Knowledge dan Involment Memotivasi Konsumen*”. Jurnal Humaniora , (Vol.4 No.2, Oktober 2013), 1336

⁹Sri Kussujaniatun, “ *Pengaruh Pengetahuan produk, Nilai, dan Kualitas Yang di Persepsikan terhadap Kepuasan Pelanggan Mobil Toyota*”, Jurnal Bisnis Dan Manajemen, (Vol. 5, No. 1, April, 2011), 29-39,31.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada Bab IV dapat disimpulkan bahwa :

1. Kemudahan (X_1) diperoleh nilai $T_{hitung} 18,558 > T_{tabel} 1,984$ dan memiliki nilai signifikan (sig) 0.000 pada tabel *coefficients* dengan nilai α (tingkat signifikan) 0,05. Artinya $0.000 < 0,05$, dengan nilai ini memberikan makna bahwa variable kemudahan (X_1) memberikan pengaruh secara signifikan terhadap Minat Masyarakat Kelurahan Donggala Kodi dalam Memilih Produk Tabungan pada Bank Syariah di Kota Palu (Y). Adapun besaran pengaruhnya dapat dilihat pada kolom Beta. Besaran pengaruh variabel (X_1) terhadap variabel (Y) yaitu 0,895 atau 89,5%.
2. Keaamanan (X_2) diperoleh nilai $T_{hitung} 0,473 < T_{tabel} 1,984$ dan memiliki nilai signifikan (sig) 0.637 pada tabel *coefficients* dengan nilai α (tingkat signifikan) 0,05. Artinya $0.637 > 0,05$, dengan nilai ini memberikan makna bahwa variable keamanan (X_2) tidak memberikan pengaruh secara signifikan terhadap Minat Masyarakat Kelurahan Donggala Kodi dalam Memilih Produk Tabungan pada Bank Syariah di Kota Palu (Y).
3. Pengetahuan Produk (X_3) diperoleh nilai $T_{hitung} 10,852 < T_{tabel} 1,984$ dan memiliki nilai signifikan (sig) 0.001 pada tabel *coefficients* dengan nilai α (tingkat signifikan) 0,05. Artinya $0.001 > 0,05$, dengan nilai ini memberikan makna bahwa variable Pengetahuan Produk (X_1) memberikan pengaruh secara signifikan terhadap Minat Masyarakat Kelurahan Donggala Kodi dalam Memilih Produk Tabungan pada Bank Syariah di Kota Palu (Y). Adapun besaran pengaruhnya dapat dilihat pada kolom

Beta. Besaran pengaruh variabel (X_1) terhadap variabel (Y) yaitu 0,558 atau 55,8%.

4. Berdasarkan hasil uji Anova (Analysis Of Varians), atau F tes diperoleh nilai Fhitung sebesar $120,017 > F_{tabel} 2,70$ dengan nilai Sig sebesar 0,000 lebih kecil dibandingkan alpha 0,05. Dengan demikian hasil ini memberikan makna bahwa variabel Kemudahan (X_1), Keamanan (X_2), dan Pengetahuan Produk (X_3), secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Menggunakan Produk (Y).

B. Saran

Penelitian ini juga memiliki keterbatasan dan saran yang kemungkinan dapat mempengaruhi hasil penelitian, antara lain sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya, hasil ini dapat dijadikan bukti studi kasus dana acuan atau referensi mengenai pembahasan yang berkaitan dengan topik dalam proses perkuliahan.
2. Bank syariah perlu melakukan banyak sosialisasi dan edukasi publik untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada masyarakat, agar masyarakat tahu tentang konsep, mekanisme, produk, istilah-istilah perbankan syariah sehingga mereka memiliki informasi yang cukup tentang lembaga keuangan bank syariah. Selama ini sosialisasi tentang perbankan syariah masih sangat kurang sehingga perlu ditingkatkan lebih banyak lagi.
3. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan menambah variabel-variabel diluar variable penelitian ini karena presentase variable diluar model masih lebih tinggi sehingga nantinya diperoleh informasi yang lebih lengkap tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung pada bank syariah.

4. Bagi peneliti selanjutnya, hendaknya menambah jumlah sampel agar data yang didapat lebih akurat mengingat jumlah masyarakat yang setiap tahunnya mengalami peningkatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Nana Herdiana. *Manajemen Strategi Pemasaran*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2015.
- Ahmad dan Pambudi Bambang Setiyo, *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Keamanan dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam menggunakan Internet Banking Studi Pada Program Layanan Internet Banking BRI*) Jurnal Studi Manajemen, 8, No. 1 2014.
- Ahmad dan Pambudi, Bambang Setiyo, “*Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Keamanan dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam menggunakan Internet Banking Studi Pada Program Layanan Internet Banking BRI*”) Jurnal Studi Manajemen 8, No. 1 2014.
- Amin, Muhammad . Abdul Muta’ali , M. Cholil Nafis, *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Calon Jemaah Haji DKI Jakarta dan Jawa Barat Untuk Menggunakan Layanan Transaksi Nontunai*, Jurnal Middle East and Islamic Studies, Volume 7 No. 2 Juli – Desember 2020.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik*), Cet. XIV, Jakarta Rineka Cipta, 2010.
- Bagastia, Mohammad Irfan. “*Pengaruh Kemudahan, Kenyamanan, dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening Studi Pada Nasabah Bank BRI Syariah Semarang*”). Skripsi Semarang: Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN SALATIGA, 2018.
- Bugin, Burhan. *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi Format-Format Kuantitatif dan Kualitatif Untuk Studi Sosiologi, Kebijakan Politik, Komunikasi, Manajemen, dan Pemasaran*), Ed 1, Jakarta: Prenamedia Group, 2013.
- Fadila, Marwatul. “*Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha pada Mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Palu*”, Skripsi tidak diterbitkan, Palu : Institut Agama Islam Negeri IAIN Palu, 2018.
- Firmasyah, Anang. *Perilaku Konsumen Sikap dan Pemasaran*), Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018
- Hamdi, Asep Saipul. dan E Baharuddin, *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi dalam Pendidikan*, Cet 1, Yogyakarta: Deepulish, 2014.

- Indah, Dwi Yunita. Ira Setiawati, Rr. Hawik Ervina Indiworo. "*Analisis Keputusan Nasabah Menggunakan Transaksi NonTunai di Era Pandemi Covid 19 Studi Kasus Pada Bank BRI Unit Sale Kabupaten Rembang*), JURNAL INFOKAM Vol. XVI, No. 2, September 2020.
- Indrawa, Rully. dan Poppy Yuniawati, "*Metode Penelitian*", Cet. I, Bandung : PT. Rafika Aditama, 2004.
- Kementrian Agama, *Al-Qur'an Dan Terjemahan* Bekasi: Cipta Bagus Segara, 2015.
- Komala, Cucu. "*Perilaku Konsumsi Impulsive Buying Perspektif Imam Al-Ghazali*", Jurnal Perspektif, Vol. 2 No. 2 Desember 2018.
- Kotler, Philip. Dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* Cet. Xiii; Jakarta: Erlangga, 2009
- Martono, Nanang. *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, Edisi Revisi II, Cet.V, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016
- Muhammad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, Cet. I, Jakarta: Rajawali Pers, 2008.
- Nasrawati "*Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Kualitas dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking Studi pada Civitas Akademika IAIN Palu*", Skripsi tidak di terbitkan, Palu : UIN Datokarama Palu. 2020.
- Nawangsih, Sri. dan Pramesti, Wahyu Ning, "*pengaruh kepercayaan, kualitas layanan, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus Pada Tokoh Pedia.com*)"Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia 4, No. 3 2017.
- Nawangsih, Sri. dan Pramesti, Wahyu Ning, "*pengaruh kepercayaan, kualitas layanan, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus Pada Tokoh Pedia.com*)"Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia 4, No. 3 2017.
- Nurdin, Nurdin. Dkk. *Pengaruh Manfaat, Kepercayaan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking di Bank Mega Syariah Cabang Palu*, Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah Vol. 3 No. 1, 2021.
- Priyanto, Dwi. *Analisis Korelasi, Regresi dan Multivariate Dengan SPSS* Cet., I, Yogyakarta : Gava Media, 2013.
- Putri, Dwika Lodia, Souvya Fithrie, "*Pengaruh Risiko, Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepercayaan Nasabah Dalam Menggunakan*

Internet Banking di Pekanbaru Studi Kasus Pada Nasabah Bank Mandiri)”. Ikraith Ekonomika 2, No. 2 2019.

Rahayu Stiani. “*Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Alat Pembayaran Non Tunai*”, *Studi di Kota Purbalingga*)” Skripsi di Terbitkan, Yogyakarta: Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia.

Riduan, *Penelitian Untuk Guru, Karyawan dan Penelitian Pemula*, Bandung: Alfabeta, 2012.

Setiadi, Nugroho J. *Perilaku Konsumen*, Edisi Revisi, Cet. 5, Jakarta: Kencana 2003

Setiadi, Nugroho J. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran* Jakarta: Prenada Media, 2003.

Setiani, Rahayu. *Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Alat Pembayaran Non Tunai Studi Di Kota Purbalingga*), Skripsi diterbitkan, Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia, FAKULTAS EKONOMI, Program Studi Akuntansi, 2018.

Siregar, Sofyan. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*, Edisi 1, Cet III, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2015.

Siregar, Syofian. *Metode Penelitian Kuantitatif, Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS*), Jakarta : Kencana, 2013.

Sugyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan, R dan D*, Cet XX, Bandung: Alfabeta, 2014.

Sulaiman, Wahid. *Analisis Regresi Menggunakan SPSS, Contoh Kasus dan Pemecahannya*), Yogyakarta: Andi, 2010.

Sumar’i. *Ekonomi Islam Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam*.

Sumar’in. *Ekonomi Islam Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam*, Ed. 1, Cet. 2, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.

Tasman, Aulia. dan Havidz Alima, *Ekonomi Manejerial dengan Pendekatan matematis*, Edisi Revisi, cet.2, Jakarta: Rajawali Pers, 2003.

KUESIONER PENELITIAN

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT KELURAHAN DONGGALA KODI DALAM MEMILIH PRODUK TABUNGAN PADA BANK SYARIAH DI KOTA PALU

No. Responden :

Kepada Yth:

Bapak/Ibu/Sdr(i)

di -

Tempat

Assalamualaikum Wr. Wb

Sehubungan dengan penyelesaian tugas akhir untuk penyusunan skripsi,
maka dengan ini:

Nama : Ince M Rifai Limpukasi

Jurusan : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Institut : Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu

I. Pengantar

Sebelumnya penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada saudara (i) karena telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian ini. Kami berharap agar tanggapan saudara (i) berikan sesuai dengan pendapat, persepsi dan keadaan untuk kondisi yang di rasakan. Data yang penulis peroleh murni untuk kepentingan penelitian dan akan kami rahasiakan.

A. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
3. Usia :
4. Pendidikan Terakhir
 - a. SD
 - b. SMP
 - c. SMA
 - d. S1 – S3

B. PETUNJUK PENELITIAN

1. Dimohon untuk membaca angket ini dengan teliti, supaya Bapak/Ibu/Saudara(i) mengerti maksud pertanyaan
2. Pilihlah salah satu jawaban yang dianggap sesuai dari beberapa pilihan jawaban, dengan cara memberi tanda *chek list* (✓) dan setiap pilihan pertanyaan hanya memiliki satu pilihan jawaban.
3. Alternative jawaban yang diberikan adalah sebagai berikut :
SS = Sangat Setuju
S = Setuju
TS = Tidak Setuju
STS = Sangat Tidak Setuju
4. Kumpulkan jawaban secara langsung kepada peneliti

II. Kemudahan

No	Kemudahan (X1)	SS	S	TS	STS
1	Saya merasa aplikasi dan fitur- fitur serta produk – produk, sangat mudah dipahami				

2	Bank syariah memberikan pelayanan yang cepat dan efisien				
3	Saya akan menabung karena kemudahan dalam bertransaksi dengan pihak luar				
4	Prosedur aplikasi yang diterapkan pada produk tabungan syariah sederhana dan jelas sehingga mudah untuk dimengerti				
5	Produk tabungan Bank Syariah mudah diakses dan digunakan				
6	Karyawan Bank Syariah sudah cakap dalam menjelaskan produk – produk Bank kepada nasabah sehingga memudahkan nasabah untuk memilih produk.				
7	Saya mengetahui akses menuju Bank Syariah sangat mudah di jangkau				

III. Keamanan

No	Keamanan (X2)	SS	S	TS	STS
1	Saya yakin akun atau aplikasi untuk transaksi atau tabungan saya aman.				
2	Karyawan Bank Syariah selalu responsive dalam melayani nasabah ketika ada kendala				
3	Pihak perusahaan menjaga kerahasiaan data pribadi nasabah dari para <i>hecker</i> sehingga saya merasa aman				

4	Menurut saya, pegawai sangat tanggap dalam memahami dan memberikan solusi atas keluhan saya				
5	Tabungan di bank syariah lebih aman dari pada bank konvensional				
6	Bank Syariah memiliki keamanan yang baik				
7	Bank Syariah bertanggung jawab kepada masyarakat sehingga kehadirannya tidak mengganggu masyarakat atau warga sekitar				

IV. Pengetahuan Produk

No	Efektivitas (X3)	SS	S	TS	STS
1	Saya menabung di Bank Syariah Kota Palu karena Akadnya jelas.				
2	Saya memilih menggunakan produk/jasa Bank Syariah Kota Palu karena menggunakan sistem bagi hasil.				
3	Saya puas menabung di Bank Syariah Kota Palu karena operasional/aktivitasnya sesuai dengan syariah/hukum Islam.				
4	Saya memahami tata cara menabung di Bank Syariah				

IV Minat Menggunakan Produk

No	Minat Menggunakan Produk (Y)	SS	S	TS	STS
1	Saya berusaha mencari tahu informasi mengenai produk Bank Syariah dari berbagai media informasi				
2	Sebelum saya berinteraksi dengan Bank Syariah saya sering bertanya informasi mengenai bank syariah kepada orang-orang disekitar saya				
3	Jika saya mempunyai dana lebih, saya akan menyimpannya di Bank Syariah				
4	Jika saya membutuhkan dana, saya akan mencari informasi tentang produk-produk untuk melakukan pembiayaan di Bank Syariah				
5	Saya akan membuat rekening Bank Syariah				
6	Saya lebih mengutamakan rekening Bank Syariah				

DOKUMENTASI



Bapak Lurah Donggala Kodi



Pengisian Kuesioner



Pengisian Kuesioner



Pengisian Kuesioner



Pengisian Kuesioner

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama : Ince M Rifai Limpukasi
Tempat Tanggal Lahir : Palu, 24 Januari 1999
NIM : 16.3.15.0146
Alamat Rumah : Jalan Hasanuddin Toto, Ir Siapura
Kelurahan Silae
Kecamatan Palau Barat
Kota palu
No. WA : 0822-9215-3968
Facebook : InceRiffai
Email : ince.rifai99@gmail.com
Nama Ayah : Ince M. Yasin Dg. Matakko
Nama Ibu : Subaeti

B. Riwayat Pendidikan

1. SD, Tahun lulus : SD INP Patulana, 2010
2. SMP/MTs, Tahun lulus : MTS Al-Chaeriyah Budong-Budong, 2013
3. SMA/MA, Tahun lulus : SMAN 1 Budong – Budong, 2016

Palu, 05 Februari 2024 M
24 Rajab 1445 H

Penulis

Ince M Rifai Limpukasi
NIM. 16.3.15.0146