



PENGARUH PROMOSI DAN PRODUK TABUNGAN TERHADAP MINAT MASYARAKAT MENJADI NASABAH BANK SYARIAH DI KELURAHAN KEMUNING KOTA BANJARBARU

Rohimah*, Fahmi Al Amruzi, Rusdiana
IAI Darussalam Martapura, Kalimantan Selatan, Indonesia

Abstrak

Bank Syariah merupakan bank yang beroperasi dengan prinsip-prinsip syariah Islam. Didalam oprasinya bank syariah mengikuti aturan-aturan Al-qur'an, Hadist dan regulasi dari perintah. Sesuai dengan perintah dan larangan syariah, maka praktek-praktek yang mengandung unsur riba dihindari, sedangkan yang diikuti adalah praktik-praktik bisnis yang dilakukan di zaman Rasulullah. Berdasarkan kenyataan demikian, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah apakah promosi berpengaruh terhadap minat masyarakat dan produk tabungan berpengaruh terhadap minat masyarakat di Kelurahan Kemuning Kota Banjarbaru. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah promosi berpengaruh terhadap minat masyarakat, dan apakah produk tabungan berpengaruh terhadap minat masyarakat. Dalam penelitian ini pula penulis menggunakan sampel probability, yang menggunakan metode simple random sampling, untuk menggali data dengan menggunakan kuesioner yang telah di sediakan jawabannya sehingga responden tinggal memilih. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Promosi dan Produk Tabungan Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah di Kelurahan Kemuning Kota Banjarbaru, responden dalam penelitian ini berjumlah 99 orang.

Kata kunci: Promosi, Produk Tabungan, Minat Masyarakat.

PENDAHULUAN

Pemerintah mulai menyadari kebutuhan masyarakat muslim akan sebuah bank berbasis syariah, hal ini dapat dilihat dari adanya dual banking sistem pada Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan yang memungkinkan bank umum membuka cabang bank syariah.

Perbankan Syariah merupakan institusi yang memberikan layanan jasa perbankan berdasarkan prinsip syariah. Prinsip syariah adalah prinsip hukum islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam dalam penerapan fatwa dibidang syariah. Bank Syariah adalah bank yang tidak mengandalkan bunga, dan operasional produknya, baik penghimpunan maupun penyuluhan dananya dan lalu lintas pembayaran serta peredaran uang dari dan untuk debitur berdasarkan prinsip-prinsip hukum islam.

Produk-produk bank syariah dalam menghimpun dana dan menyalurkan dana pada dasarnya hampir sama dengan bank konvensional, hanya pada bank syariah sesuai dengan prinsip syariah. Produk bank syariah di identik dengan produk-produk yang mengandung unsur syariah, sedangkan peruntukannya juga sebetulnya dapat digunakan oleh semua masyarakat mempunyai hak dan pilihan atas bank dan produknya.

Dalam pasal 1 angka 13 Undang-Undang 10 tahun 1998, bahwa prinsip syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk menyimpan dana atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah, antara lain, pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (mudharabah), pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan

modal (musyarakah), prinsip jual beli dengan memperoleh keuntungan (murabahah), atau pembiayaan barang modal berdasarkan prinsip sewa murni tanpa pilihan (ijarah), atau dengan adanya pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewakan dari pihak bank dari pihak lain (ijarah wadiah).

Masyarakat dapat memiliki minat pada produk-produk yang atau tidak ada di Bank Syariah dapat dipengaruhi oleh sikap masyarakat terhadap karakteristik perbankan itu sendiri. Sebuah pengalaman dan proses seseorang sangatlah beragam dan dalam kaitannya dengan Bank Syariah, Masyarakatpun mempunyai sikap yang berbeda-beda. Misalnya saja dalam konteks keharaman bunga bank yang secara jelas di hindari oleh Bank Syariah, masyarakat cenderung mengabaikan keharaman dari bunga bank itu sendiri dapat dikarenakan proses pembelajarannya selama ini mengenai bunga bank dan riba.

Alma dan Priansyah mengungkapkan bahwa: “ Bank Syariah adalah bank yang menggunakan prinsip bagi hasil secara adil berbeda dengan bank konvensional yang bersandarkan pada bunga. Bank syari’ah juga diartikan sebagai bank yang dalam prinsipnya, operasionalnya maupun produknya dikembangkan dengan berlandaskan pada nilai-nilai yang terkandung dalam Al-Qur’an dan Hadis Muhammad Rasulullah SAW (Alma dan Priansa, 2014). dan regulasi dari pemerintah. Sesuai dengan perintah dan larangan syariah, maka praktek-praktek yang mengandung unsur riba dihindari, sedangkan yang diikuti adalah praktik-praktik bisnis yang dilakukan di zaman Rasulullah. Perbedaan pokok antara bank syariah dengan bank konvensional adalah adanya larangan riba (bunga) bagi bank syariah. Riba dilarang sedangkan jual beli (al-abai) dihalalkan. bank syariah tidak memperhitungkan bunga tetapi berdasarkan prinsip jual beli dan bagi hasil. (Martono, 2002)

Menurut Saladin, promosi adalah suatu komunikasi informasi penjual dan pembeli yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang sebelumnya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut.

Promosi merupakan cara yang efektif untuk menyebarkan pesan atau informasi mengenai produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Promosi memiliki peranan penting dalam pemasaran karena dengan melakukan promosi konsumen akan mengetahui bagaimana produk yang dihasilkan oleh perusahaan sehingga mereka dapat memberikan penilaian produk atau jasa yang dihasilkan dan secara otomatis akan mempengaruhi penjualan produk tersebut.

Dari paparan di atas promosi adalah upaya perusahaan mempengaruhi para pelanggan atau konsumen agar mau menggunakan produk ataupun jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Promosi meliputi unsur-unsur pemberian informasi dan pengaruh terhadap perilaku pelanggan.

Dalam perbankan syariah, pihak yang kelebihan dana menitipkan uangnya pada bank syariah, kemudian bank syariah menyalurkannya kepada pihak yang kekurangan dana (misalnya untuk kebutuhan modal), dengan perjanjian pembagian keuntungan sesuai dengan kesepakatan sehingga terhindar dari unsur riba. produk bank syariah di Indonesia digolongkan kepada tiga kelompok besar, yaitu produk penghimpun dana (funding), produk penyaluran dana (financing), dan produk jasa (service). (Al-Arif, 2010)

Minat (interest) berarti kecenderungan atau keinginan yang tinggi dan besar terhadap sesuatu. Secara etimologi pengertian minat adalah perhatian, kecenderungan hati kepada suatu keinginan, sedangkan menurut istilah ialah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu perasaan campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka, rasa takut atau kecenderungan-kecenderungan lain mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu. (Moeliono, 1999)

Minat masyarakat adalah suatu keinginan yang tumbuh dari dalam diri masyarakat terhadap sesuatu yang disenangi atau dibutuhkan. Pengertian Masyarakat adalah suatu kelompok manusia yang hidup secara bersama-sama di suatu wilayah dimana interaksi yang terjadi didalam adalah antara individu yang ada di kelompok tersebut. Minat masyarakat dapat berwujud perasaan senang memanfaatkan suatu barang dan jasa, memperhatikan usaha, berkonsentrasi dalam kegiatan yang diminati.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan. Penelitian ini adalah melakukan penelitian yang akan ditunjukkan langsung kelokasi penelitian, dengan memberikan kuesioner kepada masyarkat di Kelurahan Kemuning Kota Banjar baru. Sedangkan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptip kuantitatif. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah penelitian ini adalah sebanyak 9.806 jiwa. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode sampel kuesioner atau angket, dikarenakan teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Untuk menentukan sampel dalam penelitian ini peneliti merujuk pada rumus SLOVIN dengan tingkat kepercayaan 90% maka sampel yang diperoleh sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)}$$

n = Ukuran Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Persentasi kelonggaran ketidakterikatan karena kesalahan pengambilan sampel
Yang mana :

$$n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)}$$

$$n = \frac{9806}{1 + (9806 \times 0,1^2)}$$

$$n = \frac{9806}{1 + (9806 \times 0.01)}$$

$$n = \frac{9806}{1 + 98,06}$$

$$n = \frac{9806}{99,06}$$

$$n = 98,9905108$$

Hasil dari rumus SLOVIN ini menunjukkan bahwa sampel dalam penelitian ini sekitar 99 responden. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel Probability Sampling, teknik Probability Sampling yang peneliti pilih yaitu teknik Sample Random Sampling. Teknik Sample Random Sampling adalah pengambilan anggota sampel dan populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Peneliti akan melakukan penelitian pengaruh promosi dan produk tabungan terhadap minat masyarakat Kelurahan Kemuning.

Data primer-nya bersumber dari penyebaran kuesioner terhadap masyarakat untuk mengetahui penilaian tentang promosi dan produk tabungan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank

Syariah. data skunder-nya dalam penelitian ini adalah kajian pustaka dan jurnal-jurnal tentang promosi dan produk tabungan.

Dalam penelitian ini metode yang digunakan yaitu metode kuensioner dan dokumentasi. variabel yang di pakai dalam penelitian ini adalah. Minat masyarakat, promosi, dan produk tabungan. Instumen yang digunakan dalam penelitian ini berbentuk kuesioner dengan menggunakan skala Likert. Skala Likert mengharuskan responden untuk menjawab beberapa pertanyaan atau pernyataan yang telah dimodifikasi dimana responden akan memilih lima alternatif jawaban.

Teknik Pengolahan Data. yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu Editing, Klasifikasi, Scoring dan Tabulating. Setelah data terkumpul dan diolah, maka data tersebut dianalisis dengan menggunakan analisis statistik sederhana, dimana data mengenai Pengaruh Promosi dan Produk Tabungan Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah di Kelurahan Kemuning Kota Banjarbaru yang diperoleh dari kuesioner yang bersifat kuantitatif tersebut diuji melalui analisi data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini menguraikan mengenai pengaruh promosi dan produk tabungan terhadap minat masyarakat Kelurahan Kemuning yang menjadi populasi adalah masyarakat Kelurahan Kemuning Kecamatan Banjarbaru Selatan Kota Banjarbaru, dalam penelitian ini jumlah sampel yang digunakan sebanyak 99 responden yang diambil dari masyarakat Kelurahan Kemuning. Metode pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini observasi atau pengamatan kepada masyarakat, wawancara kepada aparat dan masyarakat, dan kuesioner atau angket yang diberikan kepada masyarakat Kelurahan Kemuning.

Dari seluruh responden yang diteliti, maka responden-responden tersebut dapat dikategorikan karakteristik berdasarkan berikut :

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin yaitu responden yang berjenis kelamin laki-laki 54 orang atau 54,6% dan sisanya 45 orang atau 45,4% berjenis kelamin perempuan.
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Umur, responden yang berusia antara 26-35 tahun merupakan responden dengan jumlah terbanyak yaitu terdiri dari 27 orang atau 27,3% dan yang paling sedikit berusia antara 46-55 tahun yang berjumlah 10 orang atau 10,1%.
3. Deskripsi Variabel penelitian.

Penelitian ini menggunakan variabel independen yaitu promosi (X1) dan produk tabungan (X2) dan variabel dependen yaitu minat masyarakat (Y). Tanggapan responden terhadap kuesioner yang disebarkan diukur dengan menggunakan skala Likert

Promosi (X1).

Variabel Promosi (X1), yang diukur melalui 3 (tiga) indikator yaitu : Kegiatan (X1.1), Keikutsertaan Karyawan (X1.2), dan Dampak (X1.3).

Produk Tabungan (X2)

Variabel Produk tabungan (X2), yang diukur melalui 2 (dua) indikator yaitu : Sangat Menarik (X2.1), dan Sesuai Dengan Syariat Islam (X2.2).

Minat Masyarakat (Y)

Variabel Minat Masyarakat (Y), yang diukur melalui 3 (tiga) indikator yaitu : Kebutuhan Diri Sendiri (Y1), Motif Sosial (Y2), dan Emosional (Y3).

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Data.

Uji Validitas akan menguji masing-masing variabel dalam penelitian ini. Dalam hal ini peneliti menggunakan program SPSS untuk menguji validitas setiap item.

Uji Validitas Variabel Promosi (X1).

Salah satu cara agar bisa mengetahui kuesioner mana yang valid dan tidak valid, kita harus mencari tau r tabelnya terlebih dahulu. Rumus dari r tabel adalah $df=N-2$ jadi $99-2 = 97$, sehingga r tabel = 0,1663. Dari hasil perhitungan validitas pada tabel diatas, dapat dilihat bahwa r hitung > r tabel. Dan uji validitas variabel promosi dalam penelitian ini dinyatakan valid.

Uji Validitas Variabel Produk Tabungan (X2).

Salah satu cara agar bisa mengetahui kuesioner mana yang valid dan tidak valid, kita harus mencari tau r tabelnya terlebih dahulu. Rumus dari r tabel adalah $df=N-2$ jadi $99-2 = 97$, sehingga r tabel = 0,1663. Dari hasil perhitungan validitas pada tabel diatas, dapat dilihat bahwa r hitung > r tabel. Dan uji validitas variabel produk tabungan ini dinyatakan valid.

Uji Validitas Variabel Minat Masyarakat (Y).

Salah satu cara agar bisa mengetahui kuesioner mana yang valid dan tidak valid, kita harus mencari tau r tabelnya terlebih dahulu. Rumus dari r tabel adalah $df=N-2$ jadi $99-2 = 97$, sehingga r tabel = 0,1663. Dari hasil perhitungan validitas pada tabel diatas, dapat dilihat bahwa r hitung > r tabel. Dan uji validitas variabel minat masyarakat ini dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas Data.

Uji reliabilitas dilakukan menggunakan bantuan program SPSS, dimana apabila nilai Cronbach's Alpha > 0,60 maka data dinyatakan reliable, hasil pengujian reliabilitas terhadap semua variabel adalah dapat kita lihat pada variabel X1 atau variabel Promosi dapat menghasilkan 0,617, menunjukkan bahwa Cronbach's Alpha 0,617 > 0,60, dan pada variabel X2 atau variabel Produk Tabungan dapat menghasilkan 0,704, menunjukkan bahwa Cronbach's Alpha 0,704 > 0,60, dan pada variabel Y atau variabel Minat Masyarakat dapat menghasilkan 0,618, menunjukkan bahwa Cronbach's Alpha 0,618 > 0,60. Dari hasil tiga variabel tersebut bisa disimpulkan bahwa pertanyaan variabel-variabel tersebut dinyatakan reliabel atau bisa dipercaya.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas.

Kriteria sebuah data residual berdistribusi normal atau tidak dengan pendekatan normal P-p plot yang dapat dilakukan dengan melihat sebaran titik-titik yang ada. titik-titik dari uji normalitas ini mendekati garis diagonal. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas.

Apabila hasil uji heteroskedastisitas level signifikan ($r > 0,05$) berarti tidak terjadi heteroskedastisitas dan sebaliknya apabila level di bawah signifikan ($r < 0,05$) berarti terjadi heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dengan menggunakan SPSS mendapatkan hasil variabel promosi memiliki nilai Sig. 0,526 > 0,05 dan variabel produk tabungan memiliki nilai Sig. 0,735 > 0,05. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel yang diuji tidak mengandung heteroskedastisitas. artinya tidak ada korelasi antara besar data dengan residual sehingga bila data diperbesar tidak menyebabkan residual yang besar.

Uji Multikolinieritas

Jika nilai VIF kurang dari 10 maka terdapat gejala multikolinieritas. Sebaliknya jika nilai VIF lebih dari 10 dan nilai tolerance lebih dari 0,10, maka tidak ada gejala multikolinieritas.

Dari hasil uji multikolinieritas dapat diketahui :

1. Nilai tolerance variabel promosi (X1) yakni 0,954 lebih besar dari 0,10. Sementara itu, nilai VIF variabel promosi (X1) yakni 1,048 lebih kecil dari 10,00 sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas.
2. Nilai tolerance variabel produk tabunga (X2) yakni 0,954 lebih besar dari 0,10. Sementara itu, nilai VIF variabel produk tabungan (X2) yakni 1,048 lebih kecil dari 10,00 sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas.

Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh promosi, produk tabungan, dan minat masyarakat Kelurahan Kemuning. Selain itu juga analisis regresi digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini.

$$Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + e$$

Nilai konstanta (nilai a) sebesar 12,509 dan untuk promosi (nilai b) sebesar 0,177 sementara produk tabungan (nilai b) sebesar 0,239. Sehingga dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 12,509 + 0,177x_1 + 0,239x_2 + e$$

Yang berarti :

1. Nilai konstanta minat masyarakat (Y) sebesar 12,509 yang menyatakan jika variabel X1X2 sama dengan nol yaitu promosi, produk tabungan, maka minat masyarakat adalah sebesar 12,509.
2. Koefisien X1 sebesar 0,177 berarti bahwa setiap terjadi peningkatan variabel X1 (promosi) sebesar 1% maka minat masyarakat meningkat sebesar 0,177 (17%) atau sebaliknya setiap terjadi penurunan variabel X1 (promosi) sebesar 1% maka minat masyarakat menurun sebesar 0,177 (17%).
3. Koefisien X2 sebesar 0,239 berarti bahwa setiap terjadi peningkatan variabel X2 (produk tabungan) sebesar 1% maka minat masyarakat meningkat sebesar 0,239 (23%) atau sebaliknya setiap terjadi penurunan variabel X2 (produk tabungan) sebesar 1% maka minat masyarakat menurun sebesar 0,239 (23%).

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa promosi, produk tabungan berpengaruh terhadap minat masyarakat.

Uji Hipotesis.

Uji Signifikansi Simultan (Uji F).

Uji statistik F diuji simultan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Ada dua cara yang bisa kita gunakan sebagai acuan atau pedoman untuk melakukan uji hipotesis dalam uji F. Pertama adalah membandingkan nilai signifikansi (Sig) dan membandingkan f_{hitung} dengan nilai f_{tabel} .

Berdasarkan nilai signifikansi (Sig),

Jika nilai Sig. < 0,1 maka hipotesis diterima. Artinya variabel X1 dan variabel X2 secara simultan berpengaruh terhadap variabel Y.

Jika nilai Sig. > 0,1 maka hipotesis diterima. Artinya variabel X1 dan variabel X2 secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel Y.

Berdasarkan perbandingan nilai f_{hitung} dengan nilai f_{tabel} .

Jika nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$, maka hipotesis di terima. Artinya variabel X1 dan variabel X2 secara simultan berpengaruh terhadap variabel Y.

Jika nilai $f_{hitung} < f_{tabel}$, maka hipotesis di terima. Artinya variabel X1 dan variabel X2 secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel Y.

hasil uji F dapat dilihat berdasarkan data di atas didapatkan nilai f_{hitung} 6,119, sedangkan f_{tabel} dalam penelitian ini sebesar 2,36. Sehingga dapat disimpulkan $6,119 > 2,36$ dan probabilitas signifikansi pada penelitian ini $0,003 < 0,1$. Maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_1 diterima, bahwa variabel promosi dan produk tabungan berpengaruh secara bersama-sama atau berpengaruh secara simultan terhadap minat masyarakat.

Uji Signifikasi Parameter (Uji T).

Uji T digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen (X) mempengaruhi variabel dependen (Y) yang diuji pada tingkat signifikansi 0,1. Pengaruh dapat dilihat dari nilai t_{hitung} . Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka terdapat pengaruh secara parsial variabel X terhadap Y. Kriteria uji hipotesis adalah sebagai berikut :

Berdasarkan nilai signifikansi (Sig).

1. Jika nilai signifikansi (Sig). < probabilitas 0,1 maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y atau hipotesis diterima.

2. Jika nilai signifikansi (Sig). > probabilitas 0,1 maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y atau hipotesis ditolak.

Berdasarkan perbandingan nilai t_{hitung} dan t_{tabel} .

1. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka ada pengaruh variabel X terhadap variabel Y atau hipotesis diterima.

2. Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak ada pengaruh variabel X terhadap variabel Y atau hipotesis ditolak.

Pengaruh X1 terhadap Y

Diketahui bahwa t_{hitung} promosi sebesar (1,664), sedangkan t_{tabel} bisa dihitung $\alpha = 0,1$, karena digunakan hipotesis dua arah, ketika mencari t_{tabel} nilai α dibagi dua menjadi 0,05 didapat nilai t_{tabel} sebesar 1,660. Sehingga hasil yang didapat $t_{hitung} > t_{tabel}$ dimana $1,664 > 1,660$ dan variabel promosi mempunyai tingkat signifikansi sebesar 0,099. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel promosi berpengaruh positif dan secara signifikan terhadap minat masyarakat karena tingkat signifikansi yang dimiliki variabel promosi < 0,1 yaitu $0,099 < 0,1$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 di terima. Hal ini berarti promosi berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah.

Pengaruh X2 terhadap Y

Diketahui bahwa t_{hitung} produk tabungan sebesar (2.650), sedangkan t_{tabel} bisa dihitung $\alpha = 0,1$, karena digunakan hipotesis dua arah, ketika mencari t_{tabel} nilai α dibagi dua menjadi 0,05 didapat nilai t_{tabel} sebesar 1,660. Sehingga hasil yang didapat $t_{hitung} > t_{tabel}$ dimana $2,650 > 1,660$ dan variabel promosi mempunyai tingkat signifikansi sebesar 0,009. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel produk tabungan berpengaruh positif dan secara signifikan terhadap minat masyarakat karena tingkat signifikansi yang dimiliki variabel produk tabungan < 0,1 yaitu $0,009 < 0,1$. Maka dapat disimpulkan

bahawa H0 ditolak dan H1 di terima. Hal ini berarti produk tabungan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah.

Uji Koefisien Determinasi (R²).

Uji R² dilakukan untuk mengetahui sumbangan atau kontribusi antara variabel-variabel independen (X1), (X2) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y). Hasil uji koefisien determinasi (R²) ditunjukkan dengan angka R square yang dapat dilihat pada tabel. Hasil koefisien determinasi diketahui bahwa besarnya angka R² adalah 0,113 yang menunjukkan bahwa variabel independen yaitu promosi (X1), produk tabungan (X2) menjelaskan pengaruh terhadap variabel dependen yaitu minat masyarakat (Y) sebesar 0,113 atau 11,3% sedangkan sisanya 88,7% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya yang berasal dari luar variabel yang diteliti.

Analisis Data

Perhitungan statistik dalam penelitian ini menggunakan program Statistical Product and Service Solution 26 (SPSS versi 26). Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji T, uji F, uji R², dan hasil hipotesis.

Dalam pengolahan data dari hasil penelitian, maka digunakan analisa sebagai berikut:

Uji Validitas dan Reliabilitas.

Uji Validitas.

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan sah atau valid jika pertanyaan pada kuesioner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner itu.¹ Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan di uji validitasnya.

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan :

r = Koefisien Korelasi

n = Banyaknya Sampel

Σx= Jumlah Skor Variabel x

Σy= Jumlah Skor Variabel y

Σxy= Perkalian Variabel x dan y

Σx²= Kuadrat Jumlah Variabel x

Σy²= Kuadrat Jumlah Variabel y

Uji Reliabilitas.

Secara eksternal, pengujian dilakukan dengan test-retest (stability), equivalent, dan gabungan keduanya. Secara internal pengujian dilakukan dengan menganalisis konsistensi butir-butir yang ada pada instrumen dengan teknik-teknik tertentu.²

¹ *Ibid.* Hal 165.

² *Ibid.* Hal 108.

$$r = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \delta_b^2}{\delta_t^2} \right]$$

r = Koefisien reliability instrument (cronbachalfa)

k = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \delta_b^2$ = Total Varian Butir

δ_t^2 = Total varian.

Uji Asumsi Klasik.

Uji Normalitas.

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terkait dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan uji kolmogorov smirnov satu arah. Pengambilan kesimpulan untuk menentukan apakah suatu data mengikuti distribusi normal atau tidak adalah dengan menilai nilai signifikannya. Jika signifikan > 0,5 maka variabel berdistribusi normal dan sebaliknya jika signifikan < 0,5 maka variabel tidak berdistribusi normal.³

Uji Heteroskedastisitas.

Heteroskedastisitas adalah pengujian yang dilakukan untuk merespon variabel x sebagai variabel independen dengan nilai absolut unstandardized residual regresi sebagai variabel dependen. Apabila hasil uji di atas level signifikan ($r > 0,05$) berarti tidak terjadi heteroskedastisitas dan sebaliknya apabila level di bawah signifikan ($r < 0,05$) berarti terjadi heteroskedastisitas.⁴

Uji Multikolinieritas.

Uji multikolinieritas adalah untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antara variabel independen dalam suatu model. Untuk uji ini juga untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Jika VIF yang dihasilkan diantara 1-10 maka tidak terjadi multikolinieritas.⁵ Jika nilai VIF kurang dari 10 maka terdapat gejala multikolinieritas. Sebaliknya jika nilai VIF lebih dari 10 dan nilai tolerance lebih dari 0,10, maka tidak ada gejala multikolinieritas.

Analisis Regresi Linier Berganda.

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh promosi, produk tabungan, dan minat masyarakat Kelurahan Kemuning. Selain itu juga analisis regresi digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini. Yang bermodel sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + e$$

Keterangan

Y = minat masyarakat

x1 = promosi

x2 = produk tabungan

³ *Ibid.* Hal 225.

⁴ *Ibid.* Hal 226.

⁵ *Ibid.* Hal 158.

b1 = koefisien promosi
b2 = koefisien produk tabungan
a = konstanta
e = eror

Uji Hipotesis.

Uji Signifikasi Simultan (Uji F).

Uji F adalah pengujian signifikan persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (X1, X2) secara simultan terhadap variabel tidak bebas (Y) yaitu minat masyarakat. Pertama adalah membandingkan nilai signifikansi (Sig) dan membandingkan f_{hitung} dengan nilai f_{tabel} .

Berdasarkan nilai signifikansi (Sig).

Jika nilai Sig. < 0,1 maka hipotesis diterima. Artinya variabel X1 dan variabel X2 secara simultan berpengaruh terhadap variabel Y.

Jika nilai Sig. > 0,1 maka hipotesis diterima. Artinya variabel X1 dan variabel X2 secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel Y.

Berdasarkan perbandingan nilai f_{hitung} dengan nilai f_{tabel} .

Jika nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$, maka hipotesis di terima. Artinya variabel X1 dan variabel X2 secara simultan berpengaruh terhadap variabel Y.

Jika nilai $f_{hitung} < f_{tabel}$, maka hipotesis di terima. Artinya variabel X1 dan variabel X2 secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel Y.

Uji Signifikasi Parameter (Uji T).

Uji T adalah pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X1) secara individual mempengaruhi variabel dependen (Y). Pengaruh dapat dilihat dari nilai t hitung. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka terdapat pengaruh secara parsial variabel X terhadap Y. Kriteria uji hipotesis adalah sebagai berikut :

Berdasarkan nilai signifikansi (Sig).

1. Jika nilai signifikansi (Sig). < probabilitas 0,1 maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y atau hipotesis diterima.

2. Jika nilai signifikansi (Sig). > probabilitas 0,1 maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y atau hipotesis ditolak.

Berdasarkan perbandingan nilai t_{hitung} dan t_{tabel} .

1. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka ada pengaruh variabel X terhadap variabel Y atau hipotesis diterima.

2. Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak ada pengaruh variabel X terhadap variabel Y atau hipotesis ditolak.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2).

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui prosentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X). Jika R^2 semakin besar, maka prosentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X) semakin tinggi. Jika R^2 semakin kecil, maka prosentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X) semakin rendah.

SIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Promosi dan Produk Tabungan Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah di Kelurahan Kemuning Kota Banjarbaru, responden dalam penelitian ini berjumlah 99 orang. Berdasarkan data yang telah dikumpulkan dan pengujian yang telah dilakukan terhadap permasalahan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Dengan demikian, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut.

1. Berdasarkan nilai $F_{hitung} 6,119 > F_{tabel} 2,36$ dengan signifikansi yaitu $0,003 < 0,1$. Dapat disimpulkan bahwa variabel promosi dan produk tabungan secara simultan berpengaruh terhadap minat masyarakat.

2. Berdasarkan uji T pada variabel promosi (X_1) menyatakan bahwa t_{hitung} variabel promosi yaitu $1,664 > t_{tabel} 1,660$ dengan signifikansi $0,099 < 0,1$ sehingga variabel promosi berpengaruh secara parsial terhadap minat masyarakat.

3. Berdasarkan uji T pada variabel produk tabungan (X_2) menyatakan bahwa t_{hitung} variabel promosi yaitu $2,650 > t_{tabel} 1,660$ dengan signifikansi $0,009 < 0,1$ sehingga variabel produk tabungan berpengaruh secara parsial terhadap minat masyarakat.

Berdasarkan hasil penelitian maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Bank Syariah, Diharapkan bagi Bank Syariah di Kota Banjarbaru untuk terus berupaya memberikan informasi tentang produk-produk yang ada. Salah satu cara meningkatkan pengetahuan masyarakat adalah dengan melakukan promosi-promosi yang kreatif. Bagi Masyarakat.

2. Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi bahan masukan bagi masyarakat untuk memilih jasa Bank yang ingin dipilih sesuai dengan syariat Islam.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya, Diharapkan penelitian ini bisa menjadi referensi untuk peneliti selanjutnya yang melibatkan variabel promosi, variabel produk tabungan dan variabel minat masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

Anton M. Moeliono. 1999. Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta: Balai Pustaka

H. Buchari Alma dan Donni Junni Priansa. 2014. Manajemen Bisnis Syariah. Bandung: Alfabeta

M. Nur Rianto Al-Arif. 2010. Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah. Bandung: Alfabeta

Martono. 2002. Bank dan Lembaga Keuangan Lain. Yogyakarta: Ekonisisa