

**YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS AGAMA ISLAM**

**PENGARUH PROMOSI TERHADAP MINAT MASYARAKAT MEMILIH BANK
SYARIAH DI KECAMATAN BUKIT RAYA KOTA PEKANBARU**

SKRIPSI

*Diajukan Kepada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam (FAI)
Universitas Islam Riau (UIR) Untuk memenuhi Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)*



OLEH :

ENI HARTATI
NPM:182610004

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU**

2022



UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS AGAMA ISLAM
الجامعة الإسلامية الريوية

Alamat: Jalan Kaharuddin Nasution No. 113, Marpoyan, Pekanbaru, Riau, Indonesia - 28284
Telp. +62 761 674674 Fax. +62761 674834 Email: fai@uir.ac.id Website: www.uir.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi ini dimunaqasahkan dalam sidang ujian sarjana (S1) Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau:

Nama : ENI HARTATI

NPM : 182610004

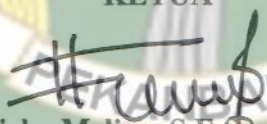
Hari/Tanggal : Kamis, 28 Juli 2022

Prodi : Perbankan Syariah

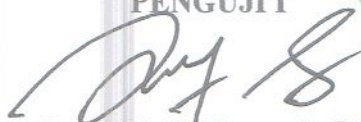
Judul : Pengaruh Promosi Terhadap Minat Masyarakat Memilih Bank Syariah Di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru

Skripsi ini dapat diterima oleh Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau sebagai salah satu memperoleh gelar sarjana (S1).

PANITIA UJIAN SKRIPSI
TIM PENGUJI
KETUA

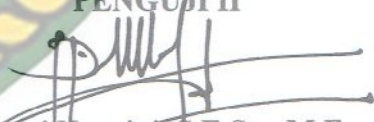

Ficha Melina, S.E.S., M.E
NIDN : 1001059201

PENGUJI I



Dr. Zulfadli Hamzah, B.IFB., M. IFB
NIDN : 1024028802

PENGUJI II



Putri Nuraini, S.E.Sy., M.E
NIDN: 1010059101

Diketahui Oleh
Dekan Fakultas Agama Islam
Universitas Islam Riau




Dr. Zulkifli, MM, ME, Sy
NIDN : 1025066901



UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS AGAMA ISLAM
الجامعة الإسلامية الريوية

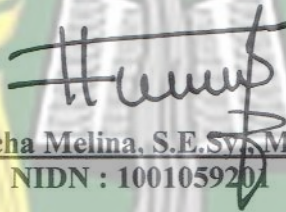
Alamat: Jalan Kaharuddin Nasution No. 113, Marpoyan, Pekanbaru, Riau, Indonesia - 28284
Telp. +62 761 674674 Fax. +62761 674834 Email: fai@uir.ac.id Website: www.uir.ac.id

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : ENI HARTATI
NPM : 182610004
Pembimbing I : Ficha Melina, S.E.Sy., M.E
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi Terhadap Minat Masyarakat Memilih Bank Syariah Di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru

Disetujui

Pembimbing I



Ficha Melina, S.E.Sy., M.E
NIDN : 1001059201

Turut Menyetujui

Ketua Prodi
Perbankan Syariah



Dr. Zulfadli Hamzah, B. IFB., M. IFB
NIDN : 1024028802

Dekan
Fakultas Agama Islam



Dr. Zulkafli, MM, ME, Sy
NIDN : 1025066901

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Eni Hartati

NPM : 182610004

Program Studi : Perbankan Syariah

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi yang saya buat adalah benar hasil karya sendiri dan dapat dipertanggungjawabkan bila kemudian hari ternyata skripsi yang saya buat adalah plagiat dari orang dan saya bersedia ijazah saya dicabut oleh Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Pekanbaru, 28 Juni 2022

Yang membuat pernyataan



Eni Hartati



UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS AGAMA ISLAM
الجامعة الإسلامية الريوية

Alamat: Jalan Kaharuddin Nasution No. 113, Marpoan, Pekanbaru, Riau, Indonesia - 28284
Telp. +62 761 674674 Fax: +62761 674834 Email: fai@uir.ac.id Website: www.uir.ac.id

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Telah dilaksanakan bimbingan skripsi terhadap :

Nama : ENI HARTATI

NPM : 182610004

Pembimbing I : Ficha Melina, S.E.Sy., M.E

Judul Skripsi : Pengaruh Promosi Terhadap Minat Masyarakat Memilih Bank Syariah Di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru

Dengan rincian sebagai berikut :

No	Tanggal	Pembimbing I	Berita Bimbingan	Paraf
1	14-12-2021	Ficha Melina, S.E.Sy., M.E	Perbaikan latar belakang	
2	15-12-2021	Ficha Melina, S.E.Sy., M.E	Perbaikan bab I	
3	16-12-2021	Ficha Melina, S.E.Sy., M.E	Perbaikan bab II	
4	22-12-2021	Ficha Melina, S.E.Sy., M.E	Perbaikan bab III	
5	16-05-2022	Ficha Melina, S.E.Sy., M.E	Perbaikan Abstrak	
6	6-06-2022	Ficha Melina, S.E.Sy., M.E	Perbaikan bab IV	
7	7-06-2022	Ficha Melina, S.E.Sy., M.E	Perbaikan lampiran	
8	8-06-2022	Ficha Melina, S.E.Sy., M.E	ACC	

Pekanbaru, 28 Juli 2022

Diketahui oleh
Dekan Fakultas Agama Islam



Dr. Zulkifli, MM, ME.Sy

NIDN : 1025066901



UNIVERSITAS ISLAM RIAU

FAKULTAS AGAMA ISLAM

الْجَامِعَةُ الْإِسْلَامِيَّةُ الرَّيَوِيَّةُ

Alamat: Jalan Kaharuddin Nasution No. 113, Marpoan, Pekanbaru, Riau, Indonesia - 28284
Telp. +62 761 674674 Fax. +62761 674834 Email: fai@uir.ac.id Website: www.uir.ac.id

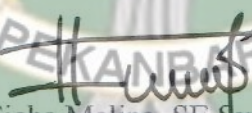
BERITA ACARA UJIAN MEJA HIJAU / SKRIPSI

Berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau Pekanbaru tanggal 01 Juli 2022 Nomor : 336 /Kpts/Dekan/FAI/2022, maka pada hari ini Jum'at Tanggal 01 Juli 2022 telah dilaksanakan Ujian Meja Hijau/Skripsi Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau :

- | | |
|---------------------------|--|
| 1. Nama | : Eni Hartati |
| 2. NPM | : 182610004 |
| 3. Program Studi | : Perbankan Syariah (S.1) |
| 4. Judul Skripsi | : Pengaruh Promosi Terhadap Minat Masyarakat Memilih Bank Syariah di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru |
| 5. Waktu Ujian | : 13.30 – 14.30 WIB |
| 6. Lulus Yudicium / Nilai | : 81,91 (A-) |
| 7. Keterangan lain | : Ujian berjalan dengan lancar dan aman |


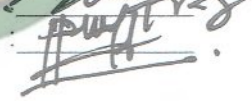
PANITIA UJIAN

Ketua


Ficha Melina, SE, Sy, ME

Dosen Penguji :

- | | |
|-------------------------------|-----------|
| 1. Ficha Melina, SE, Sy, ME | : Ketua |
| 2. Dr. Zulfadli Hamzah, M.IFB | : Anggota |
| 3. Putri Nuraini, SE, Sy, ME | : Anggota |

Dekan,
Fakultas Agama Islam UIR,


Dr. Zulkifli, M.M., M.E. Sy
NIDN : 1025066901





UNIVERSITAS ISLAM RIAU

FAKULTAS AGAMA ISLAM

الْجَامِعَةُ الْإِسْلَامِيَّةُ الرَّيْوِيَّةُ

Alamat: Jalan Kaharuddin Nasution No. 113, Marpoyan, Pekanbaru, Riau, Indonesia - 28284
Telp. +62 761 674674 Fax. +62761 674834 Email: fai@uir.ac.id Website: www.uir.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT

Nomor: 1825 /A-UIR/5-FAI/2022

Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau menerangkan bahwa mahasiswa dengan identitas berikut:

Nama	Eni Hartati
NPM	182610004
Program Studi	Perbankan Syariah

Judul Skripsi:

Pengaruh Promosi Terhadap Minat Masyarakat Memilih Bank Syariah di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru.

Dinyatakan telah memenuhi syarat batas maksimal plagiasi 30% pada setiap sub bab naskah skripsi yang disusun dan dicek oleh petugas yang ditunjuk Dekan. Surat keterangan ini digunakan sebagai persyaratan untuk ujian Skripsi.

Demikian surat keterangan diberikan agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pekanbaru, 27 Juni 2022

an. Dekan

Wakil Dekan Bidang Akademik

Dr. Syahraini Tambak, S.Ag., M.A.

NPK : 12-08-02 488

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT. Atas nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul “ **Pengaruh Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Masyarakat Memilih Bank Syariah di Kecamatan Bukit Raya kota Pekanbaru**”. Shalawat dan Salam semoga tetap tercurahkan kepada Rasulullah Shallallahu ‘alaihi wasallam dan keluarga, serta para sahabat-Nya. Skripsi ini merupakan langkah awal bagi penulis untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi, Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau.

Dalam penyelesaian skripsi ini penulis banyak terdapat kesulitan dan hambatan. Akan tetapi dengan berkat Allah SWT dan bantuan dari berbagai pihak, yang senantiasa memberi arahan, motivasi, dan segala keperluan kepada penulis sehingga akhirnya Skripsi ini dapat diselesaikan.

Penulisan Skripsi ini mendapat bimbingan dan arahan dari berbagai pihak, terutama dari dosen pembimbing. Penulis mengakui bahwa penulis tidak sanggup untuk membahasa jasa-jasa mereka. dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada:

1. Terimakasih terbesar untuk kedua orang tua penulis, Ayahanda Sahrizal dan Ibunda Ernawati yang memberi dukungan baik moral maupun material yang tak ternilai dan bertukar dengan apapun, serta semangat, motivasi, do'a dan kesabaran yang luar biasa yang tidak bisa diucapkan dengan kata-kata.
2. Yang terhormat Bapak Prof. Dr. Syafrinaldi, SH., MCL., selaku rektor Universitas Islam Riau.
3. Yang terhormat Bapak Dr. Zulkifli, MM., ME.Sy., selaku dekan Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau.
4. Yang terhormat bapak Zulfadli Hamzah , B.IFB., M.IFB., sebagai ketua prodi Perbankan Syariah, Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau.
5. Yang terhormat Ibu Ficha Melina, S.E.Sy., M.E sebagai pembimbing yang telah memberikan banyak ilmu kepada penulis berupa arahan dan bimbingan sehingga penulis menyelesaikan proposal ini.

6. Seluruh dosen Progran Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau yang telah memberikan ilmu dan pengalaman yang berharga selama ini.
7. Seluruh staf dan Pegawai Fakultas Agama Isalam Universitas Islam Riau yang telah memberikan kemudahan pada penulis selama proses pendidikan berlangsung.
8. Terimakasih kepada Keluarga besar Datuk Darmawan (Alm), dan Nenek Siti Esah, kakak Rati Andela, Adik Deden Ahmad Prasetio, Dendi Rankiti, Dien Herliansah, yang Memberi motivasi dan semangat selama penulis berkuliah di Universitas Islam Riau.
9. Kepada semua pihak yang telah membantu yang mendukung, baik secara langsung maupun tidak langsung, ktanya menjadi amal sholeh disisi Allah SWT. amin

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih banyak kekurangan dan kelemahannya, maka untuk penyempurnaannya penulis berharap kepada semua pihak agar dapat menyampaikan kritik dan saran yang membangun untuk menambah kesempurnaan propoasal ini semoga proposal ini berguna untuk seluruh pihak yang membacanya

Pekanbaru, 8 Mei 2022

Penulis

Eni Hartati

182610004

DAFTAR IS

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
ABSTRAK	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Mamfaat Penelitian	8
E. Sistematika Penulisan	8
BAB II LANDASAN TEORI	10
A. Konsep Teori	10
1. Primosi	10
1.1 Pengertian Promosi	10
1.2 Fungsi Promosi	12
1.3 Tujuan promosi	13
1.4 Promosi Perspektif Al-qur'an Dan Sunah.....	13
1.5 Kegiatan Promosi	14
2. Minat	15
2.1 Pengertian Minat	15

2.2 Sifat-sifat Minat	17
2.3 Indikator Acuan Terbentuknya Minat	18
2.4 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat	18
2.5 Klasifikasi Minat	19
3. Perbankan Syariah	20
3.1 Pengertian bank Syariah	20
3.2 Fungsi dan Tujuan Perbankan Syariah	21
3.3 Peran Bank Syariah	24
3.4 Produk-produk Bank Syariah Di Indonesia	24
3.5 Perbedaan Antara Bank Syariah Dan Konvensional	27
B. Penelitian Relevan	29
C. Konsep Operasional	31
D. Kerangka Berpikir	31
E. Hipotesis Penelitian	32
BAB III METODE PENELITIAN	33
A. Jenis Penelitian	33
B. Waktu dan Tempat Penelitian	33
C. Sabjek dan Objek Penelitian	34
D. Populasi Dan Sampel	34
E. Sumber Data Penelitian	36
F. Teknik Pengumpulan Data	37
G. Teknik Pengolahan Data	38
H. Teknik Analisis Data	38

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMNAHASAN	43
A. Gambaran Umum Kecamatan Bukit Raya.....	43
B. Gambaran Reponden Penelitian	46
C. Deskripsi Hasil Penelitian.....	49
D. Pembahasan Hasil Penelitian	58
BAB V PENUTUP.....	61
A. Kesimpulan	61
B. Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	63



DAFTAR TABEL

Tabel 1 : Jumlah Bank Syariah Di Kecamatan Bukit Raya	4
Tabel 2 : Jumlah Data Penduduk Di Kecamatan Bukit Raya	4
Tabel 3 : perbedaan bank syariah dan konvensional.....	27
Tabel 4 : Perbandingan bank syariah dengan bank konvensional.....	28
Tabel 5 : Konsep Oprasional.....	31
Tabel 6 : Waktu Dan Tempat Penelitian.....	33
Tabel 7 : Alternatif Pilihan Jawaban.....	37
Tabel 8 : Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 9 : Distribusi Responden Berdasarkan Kelurahan Tinggal.....	47
Tabel 10 : Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	47
Tabel 11 : Distribusi Responden Berdasarkan Usia.....	48
Tabel 12 : Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan	48
Tabel 13 : Hasil Uji Validitas dengan Pearson Product Moment	49
Tabel 14 : Hasil uji Reliabilitas dengan Cronbach's Alpha	51
Tabel 15 : Hasil uji normalitas dengan One-Sample Kolmogorov-Smirnov... ..	51
Tabel 16 : Hasil Uji Linieritas.....	52
Tabel 17 : Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Metode Glejser.....	53
Tabel 18 : Hasil Regresi Linier Sederhana	54
Tabel 19 : Hasil uji t parsial	55
Tabel 20 : Hasil uji koefisien korelasi	56
Tabel 21 : Koefisien determinasi R square	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Kerangka Operasioanal 32



Dokumen ini adalah Arsip Miik :
Perpustakaan Universitas Islam Riau

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Surat Keputusan Dosen Pembimbing
- Lampiran 2 : Surat Penerimaan Riset dari Kantor Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru
- Lampiran 3 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 4 : Tabulasi Kuesioner
- Lampiran 5 : Hasil Uji Valaditas
- Lampiran 6 : Hasil Uji Reabilitas
- Lampiran 7 : Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 8 : Hasil Uji Hipotesis
- Lampiran 9 : Dokumentasi Penelitian



ABSTRAK

PENGARUH PROMOSI TERHADAP MINAT MASYARAKAT MEMILIH BANK SYARIAH DI KECAMATAN BUKIT RAYA KOTA PEKANBARU

ENI HARTATI

182610004

Promosi adalah komunikasi dari para penjual yang menginformasikan, membentuk, dan mengingatkan para calon pembeli suatu produk dalam rangka mempengaruhi pendapat mereka atau memperoleh suatu respon terhadap sesuatu. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh promosi perbankan syariah terhadap minat masyarakat memilih bank syariah. Subjek dalam penelitian ini adalah masyarakat di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru yang berjumlah 383 orang. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini data primer dan sekunder. Teknik pengambilan sampel digunakan dengan cara rumus morgan. Sedangkan teknik pengumpulan data digunakan dengan menyebarkan angket, observasi, dokumentasi. Untuk menganalisis data digunakan metode deskriptif kuantitatif. Dalam menganalisis data kuantitatif digunakan analisis regresi linier sederhana dimana proses perhitungannya dengan menggunakan SPSS versi 25. Hasil penelitian ini diketahui promosi perbankan syariah terhadap minat masyarakat memilih bank syariah dilihat dari uji koefisien kolerasi memiliki hubungan yang tinggi atau kuat. Sedangkan hasil uji T (persial) terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi perbankan syariah terhadap minat masyarakat memilih bank syariah di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru, diketahui dari $T_{hitung} 29,522 > T_{tabel} 1,96$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. dan hasil uji koefisien determinasi adalah sebesar 69,6%. Secara umum dapat disimpulkan bahwa pengaruh promosi perbankan syariah terhadap minat masyarakat memilih bank syariah di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru tinggi atau kuat.

Kata Kunci : Promosi, Minat dan Perbankan Syariah

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PROMOTION ON SOCIETY INTEREST IN CHOOSING SHARIA BANK AT BUKIT RAYA SUBDISTRICT PEKANBARU CITY

ENI HARTATI

182610004

Promotion was a communication from seller that inform, create, and remember prospective buyers about a product to influence their opinion or getting a respond about the product. The purpose in this research examined to know the influence of sharia banking promotion on society interest in choosing sharia bank. The subject in this research was society at Bukit Raya Sub-district Pekanbaru City in 383 persons. The data used in this research referred to primer and secondary data. Sampling technique used morgan formula. Meanwhile, data collection technique used questionnaire, observation and documentation. In analyzing data, it used descriptive quantitative method. This analyzing data also used simple linear regression where the computation used SPSS version 25. This research finding was known that sharia bank promotion on society interest in choosing sharia bank was seen by correlation coefficient test had high or strong relationship. Meanwhile, T (partial) test result explained there was any significant influence between sharia bank promotions on society interest in choosing sharia bank at Bukit Raya Sub-district Pekanbaru City. It known from $T_{counted} 29.522 > T_{table} 1.96$ with significant score $0.000 < 0.05$. The result of determination coefficient test was in 69.6%. Generally, it could be summarized that the influence of sharia bank promotion on society interest in choosing sharia bank at Bukit Raya Sub-district Pekanbaru City classified into high or strong category.

Keywords: Promotion, Interest and Sharia Bank

ملخص

تأثير ترقية بنك شريعة على ميول المجتمع ليختاروا بنك شريعة في بوكيت

رايا مدينة بكنبارو

أيني هارتاتي

182610004

كان الترقية هي اتصال من البائعين لإلقاء معلومات، تكوين و تذكير إلى مشتري حتى يتأثر أو يستجيب على ترفيتهم. يهدف هذا البحث إلى معرفة تأثير ترقية بنك شريعة على ميول المجتمع ليختاروا بنك شريعة. تكون أفراد البحث مجتمع في بوكيت رايا مدينة بكنبارو وعددهم 383 شخصا. ويتكون نوع البيانات على البيانات الأساسية والبيانات الفرعية. والاسلوب المستخدم لأخذ العينة برموز مورغان. وأما الاسلوب لجمع البيانات فتستخدم الباحثة الاستبانة والملاحظة والتوثيق. وتحلل البيانات بطريقة وصفي كمي. وفي تحليل بيانات كمي فتحلل بـ *regresi linier sederhana* وتحاسب باستخدام *SPSS versi 25*. ودلت نتيجة البحث على أن ترقية بنك شريعة على ميول المجتمع ليختاروا بنك شريعة من حيث *uji koefisien korelasi* له ارتباط قوي. وأما نتيجة من *uji T (persial)* وجود تأثير واثق بين ترقية بنك شريعة على ميول المجتمع ليختاروا بنك شريعة في بوكيت رايا مدينة بكنبارو، فالمعروف من تاء الحساب $29.522 > \text{تاء الجدول } 1.96$ بنتيجة $0.000 < 0.05$. ونتيجة من *uji koefisien determinasi* دلت على 69.6%. فالخلاصة هي أن وجود تأثير ترقية بنك شريعة على ميول المجتمع ليختاروا بنك شريعة في بوكيت رايا مدينة بكنبارو قوي.

الكلمات الرئيسية: الترقية، ميول وبنك شريعة

BAB I

PeENDAHULUAAN

A. Latar Belakang Masalah

Istilah Bank islam atau Bank Syariah yang merupakan fenomena baru dalam dunia ekonomi modern, kemunculannya seiring dengan upaya gencar yang dilakukan oleh para pakar Islam dalam mendukung ekonomi islam yang diyakini akan mampu mengganti dan memperbaiki sistem ekonomi konvensional yang berbasis pada bunga. Sistem Bank Syariah menerapkan system bebas bunga (interest free) dalam operasionalnya, dan karena itu rumusan yang paling lazim untuk mendefinisikan Bank Syariah adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam dengan mengacu kepada Al Qur'an dan Hadist sebagai landasan dasar hukum dan operasional. (Zulkifli Rusby, 2017: 1)

Berkembangnya perbankan syariah tidak luput pulak dari dukungan oleh sumber daya manusia yang cukup, dilihat dari kualitas maupun kuantitasnya. Namun, realita yang ada menunjukkan bahwa masih banyak sumber daya manusia yang selama ini kurang memahami tentang perbankan syariah, dengan sumber daya manusia dapat mempengaruhi *produktivitas* dan *propesionalisme* perbankan syariah itu sendiri. ini lah yang menjadi perhatian bagi saya, yakni sejauh mana promosi yang telah dilakukan perbankan syariah. Karna Perbankan syariah menggunakan sistem bagi hasil yang memberikan alternatif, sistem perbankan yang saling menguntungkan bagi masyarakat dan bank, dan dengan

menyediakan beragam produk serta layanan jasa perbankan yang beragam dengan skema keuangan yang lebih beragam, ekonomi islam menjadi pintasan sistem perbankan yang bagus dan dapat diamati oleh seluruh golongan masyarakat indonesia.

Peran Promosi Penjualan Dalam Pemasaran Pada dasarnya pemasaran terdiri dari empat komponen utama: produk, tempat, promosi, dan harga. Sasaran utama seorang manajemen pemasaran adalah menciptakan dan memelihara bauran pemasaran yang memenuhi kebutuhan-kebutuhan konsumen akan sebuah tipe produk umum. Sebagai bagian dari bauran ini, promosi melibatkan pemberian informasi kepada individu, kelompok, atau organisasi tentang sebuah produk atau jasa dan mengajak mereka untuk menerima produk atau jasa. Para pemasar berupaya mendapatkan bauran promosi yang tepat guna memastikan bahwa sebuah produk diterima dengan baik. Promosi penjualan adalah sebuah kegiatan atau materi yang bertindak sebagai ajakan, memberikan nilai tambah atau insentif untuk membeli produk, kepada para pengecer, penjual, atau konsumen. (Monle Lee dan Carla Johnson, 2004 :330-331)

Kegiatan promosi merupakan kegiatan yang sangat penting terhadap faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran, dalam persaingan yang begitu ketat dalam dunia perusahaan, perusahaan tidak hanya mengandalkan peningkatan mutu dan pengembangan produk semata, dengan adanya Promosi maka konsumen akan mengetahui bahwa perusahaan meluncurkan produk baru yang akan menggoda konsumen

untuk melakukan kegiatan pembelian, banyak yang mengatakan kegiatan promosi identik dengan dana yang dimiliki perusahaan. Semakin besar dana yang dimiliki oleh perusahaan umumnya akan menghasilkan promosi yang juga sangat gencar, namun dana bukan lah segala-galanya, dana yang terbatas dapat diatasi dengan inovasi yang lebih cerdas dan tepat, salah satu solusi yang dapat dilakukan adalah dengan menganalisis keunggulan produk, modal lain yang dimiliki perusahaan dan sekmen pasar yang di dibidik. dalam kegiatan ini setiap bank harus mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung. tanpa adanya promosi jangan diharapkan nasabah dapat mengenal bank, oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya.(Agus, Hermawan, 2012: 38)

Hubungan antara promosi dan minat masyarakat dalam berinteraksi dengan melalui teori faktor. Menurut Kotler menyatakan Salah satu faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam bertransaksi adalah promosi. Promosi merupakan salah satu kegiatan marketing mix. Dalam kegiatan ini bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung. Tanpa promosi jangan harap nasabah dapat mengenal dengan baik. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik nasabah dan mempertahankan minat nasabahnya. Salah satu tujuan promosi adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha

menarik calon nasabah baru. Menurut Kasmir (2008) yang dikutip dari skripsi Riri Arista (2021 : 339)

Di Kota Pekanbaru ada cukup banyak bank syariah. Adapun jumlah bank syariah yang ada di Kecamatan Bukit Raya sebagai berikut:

Tabel 1 : Jumlah Bank Syariah Di Kecamatan Bukit Raya

No	Bank Syariah	Alamat
1	BSI KC Pekanbaru Harapan Raya	Jl. Imam Munandar No.8 Tangkerang Sel,Kec. Bukit Raya, Kota Pekanbaru, Riau
2	BSI KK Pekanbaru UIR	Simpang Tiga Bukit Raya,Gedung Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau,Kota Pekanbaru

Sumber : Data Olahan 2022

Dari paparan diatas, dapat diketahui bahwa ada beberapa unit bank syariah yang ada di Kecamatan Bukit Raya, hal ini juga dapat memberi pengetahuan masyarakat tentang bank syariah agar masyarakat lebih memilih menabung di bank syariah.

Masyarakat merupakan sekumpulan manusia yang hidup secara berdampingan dengan segala budaya dan kepribadiannya. Oleh karena itu, diperlukan seperangkat aturan dan norma agar masyarakat hidup dengan harmonis. Norma-norma ini menjadi patokan perilaku yang pantas, yang dijadikan kesepakatan semua anggota masyarakat untuk dipegang dan dijadikan pedoman untuk mengatur kehidupan bersama. (Purwaningsih, 2020:1)

Adapun Jumlah Penduduk di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru di tahun 2021 sebagai berikut:

Tabel 2 : Jumlah Data Penduduk Di Kecamatan Bukit Raya

No	Kelurahan	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah Penduduk Menurut Jenis		Jumlah
		RW	RT	KK	Laki-laki	Perempuan	
1	Simpang Tiga	5	24	6,974	6,889	7,506	14,395
2	Tangkerang Selatan	12	46	6,791	6,973	7,334	14,307
3	Tangkerang Utara	16	62	5,3244	11,832	10,406	22,238
4	Tangkerang Laboi	12	47	2,783	8,839	8,836	17,675
5	Air Dingin	13	68	8,237	16,384	24,216	40,600
	Jumlah	58	247	30,109	50,917	58,298	109,215

Sumber : Pemerintahan Kantor Camat Bukit Raya Kota Pekanbaru

Adapun fenomena-fenomena penelitian terdahulu dari penelitian Enin Nur'aeni yang terjadi didesa singawanda kecamatan rajagaluh kabupaten majalengka ini. memiliki keterbatasan pemahaman mengenai kegiatan operasional bank syariah sehingga menjadi kendala dalam pengembangan bank syariah dikawasan tersebut. Masyarakat pada umumnya memiliki pengalaman yang luas di bidang perbankan yang berbasis konvensional dan sedikit atau belum memahami produk, mekanisme, sistem bank syariah. Masyarakat juga masih banyak bertanya-tanya apakah bank-bank syariah dijamin oleh pemerintah atau tidak. Selain itu juga unit bank syariah terlalu sedikit jika dibandingkan dengan bank konvensional sehingga masih bank masyarakat yang belum begitu

mengetahui atau paham mengenai produk jasa yang ditawarkan mekanisme, sistem, bank syariah.

Begitu juga apa yang terjadi dikecamatan bukit raya kota pekanbaru dari pengamatan, bahwa masyarakat dikecamata bukit raya tidak begitu mengetahui tentang bank syariah, dan dia menganggap bahwa bank syariah sama saja dengan konvensional. dan sudah banyak juga masyarakat yang bergabung di bank syariah, hanya saja mereka tidak mengetahui produk jasa yang ada di bank syariah, masyarakat tersebut masih belum paham akan syariah. Dan sebagian dari masyarakat ada yang ingin bergabung dengan bank syariah tetapi dia masih menggunakan bank konvensional, dikarekan dia masih ragu akan bank syariah. masyarakat kurang mengetahui bank syariah dikarenakan minimnya dalam pengetahuan menggunakan sosial media karena pada masa sekarang promosi selalu dilakukan lewat media.

Dari hasil pengamatan tersebut, dapat diambil sebuah kesimpulan, Walaupun promosi sudah ada dilakukan namun masih adanya ditemukan persoalan kurangnya sosialisasi, promosi dan minimnya pengetahuan masyarakat dalam menggunakan sosial media, membuat masyarakat memiliki keterbatasan pemahaman mengenai kegiatan operasional perbankan syariah, hal ini dapat dilihat dari respon masyarakat dan naabah yang sudah bergabung, tidak paham apa-apa saja yang ditawarkan bank syariah dan juga ini akan berdampak dalam perkembangan bank syariah. Sehingga untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang perbankan

syariah maka promosi dan sosialisasi lebih sering dilakukan, Selain itu juga, masyarakat banyak menganggap sama saja antara bank konvensional dan bank syariah, sehingga masih banyak masyarakat yang belum begitu mengetahui atau paham mengenai produk jasa yang ditawarkan, mekanisme, sistem, dan seluk – beluk bank syariah.

Berdasarkan apa yang terjadi di atas, maka Bank – Bank Syariah khususnya yang berada di kawasan Kecamatan Bukit Raya ini, untuk selalu mensosialisasikan perbankan dan produk jasa bank syariah kepada masyarakat atau para nasabahnya.

Oleh karena, itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian berdasarkan latar belakang yang dituangkan dalam bentuk karya ilmiah yang berjudul **“Pengaruh Promosi Perbankan syariah Terhadap Minat Masyarakat Memilih Bank Syariah Di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru”**.

B. Perumusan Masalah

Setelah melihat dari uraian latar belakang masalah di atas maka dapat dikemukakan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah promosi berpengaruh terhadap minat masyarakat memilih Bank Syariah di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap minat masyarakat memilih Bank Syariah di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat dalam melakukan penelitian ini adalah :

1. Supaya masyarakat memahami sistem-sistem produk dan jasa yang ada dalam bank syariah
2. Sebagai bahan pertimbangan bagi masyarakat untuk lebih memilih perbankan syariah
3. Menambah pengalaman dalam menganalisis serta menyelesaikan masalah dengan memberikan bukti
4. sebagai sarana menambah wawasan peneliti terutama yang berhubungan dengan bidang perbankan syariah yang ditekuni selama ini

E. Sistematika Penulis

Untuk memudahkan dalam mengkaji secara keseluruhan penelitian ini, peneliti akan menguraikan tentang sistematika penulisan penelitian, yaitu sebagai berikut

BAB 1 : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan penelitian serta Sistematika Penulis.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan tentang kajian teoritis yang digunakan dalam mendukung penulisan Skripsi ini yang meliputi: fungsi promosi, tujuan promosi, kegiatan promosi, sifat-sifat minat, indikator

terbentuknya minat, factor-faktor yang mempengaruhi minat, klasifikasi minat, fungsi dan tujuan perbankan syariah, peran bank syariah, produproduk bank syariah, perbedaan Antara bank syariah dan konvensional, penelitian relevansi, konsep operasional, kerangka berpikir, hipotesis penelitian

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai metode penelitian yang digunakan untuk mendukung penulisan skripsi ini dan berisi tentang : jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, Subjek dan Objek Penelitian, Populasi dan Sampel Teknik Pengumpulan Data, Teknik Pengolahan Data, Teknik Analisis Data

BAB IV : PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang hasil penelitian dan pembahasan yang digunakan untuk mendukung penulisan skripsi ini dan berisi tentang : gambaran umum Kecamatan Bukit Raya, gambaran responden penelitian, deskripsi hasil penelitian dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini menguraikan tentang penutup yang digunakan untuk mendukung penulisan skripsi ini, dan berisi tentang : kesimpulan dan saran

BAB II LANDASAN TEORI

A. Konsep Teori

1. Promosi

1.1 Pengertian Promosi

menurut swastha dan Irwan dalam Angipora (1999) promosi ialah merupakan suatu insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan dari suatu produk atau jasa.

Menurut Lamb, Hair, Mcdaniel (2001) promosi adalah komunikasi dari para penjual yang menginformasikan, membentuk, dan mengingatkan para calon pembeli suatu produk dalam rangka mempengaruhi pendapat mereka atau memperoleh suatu respon.

Menurut Fandy Tjiptono (2014) bauran promosi tradisional ialah meliputi berbagai metode untuk mengomunikasikan mamfaat jasa kepada pontensial dan aktual. Metode-metode tersebut terdiri atas periklanan, promosi penjualan, penjualan perseorangan dan hubungan masyarakat. Promosi menunjuk pada berbagai aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk mengomunikasikan kebaikan produknya dan membujuk para pelanggan dan konsumen sasaran untuk membeli produk tersebut. Sehingga dapat disimpulkan promosi adalah komunikasi perusahaan dengn konsumen untuk mendorong terciptanya penjualan.

Menurut Kotler dan Gary a. Dalam Sindori (2000) bauran promosi adalah iklan pribadi, promosi penjualan dan hubungan

masyarakat yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan iklan dan pemasarannya. (Nurul Huda, 2017: 18-19)

Promosi penjuala memiliki Tujuan adalah meningkatkan penjualan atau untuk meningkatkan jumlah nasabah, promosi penjualan dilakukan untuk menarik nasabah untuk segera membeli setiap produk atau jasa yang ditawarkan . (Kasmir,2017: 248)

Dari beberapa pendapat diatas dapat diambil suatu pengertian bahwa promosi merupakan suatu aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk mempromosikan barang atau jasa dengan menggunakan berbagai metode-metode agar masyarakat merespon atau menyukai barang yang dipromosikan.

Bauran Promosi Terdiri dari Lima promosi menurut (nurul huda :19-20) yaitu :

- a. Periklanan (advertising) yaitu segala bentuk persentasi non personal dan promosi ide barang atau jasa oleh sponsor yang ditunjukk dengan mendapat bayaran, medianya yaitu : brosur, poster, media audiovisual, billboard
- b. Promosi penjualan (sales promotian) yaitu bentuk persuasi langsung melalui penggunaan berbagai insentif yang dapat diatur untuk merangsang pembelian produk dengan segera dan meningkatkan jumlah barang yang dibeli pelanggan, medianya yaitu : pemberian treaning, hadiah, kupon

- c. Hubungan masyarakat (public relation) yaitu merupakan upaya komunikasi menyeluruh dari suatu perusahaan untuk mempengaruhi persepsi, opini, keyakinan, dan sikap berbagai kelompok terhadap perusahaan tersebut, mediana yaitu : kontak pers, pidato, seminar, sponsor.
- d. Penjualan Tatap Muka (personal selling) yaitu komunikasi langsung antara penjual dan calon pelanggan untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon pelanggan dan membentuk pemahaman pelanggan terhadap produk sehingga mereka kemudian akan mencoba dan membelinya, mediana yaitu : persentasi penjualan,pertemuan penjualan, dan pameran dagang
- e. Pemasaran Langsung (direct marketing) yaitu sistem pemasaran bersifat interaktif, yang memamfaatkan sutu atau beberapa media iklan untuk menimbulkan respon yang terukur atau transaksi didi sembarang lokasi, mediana yaitu : telepn, internet, surat, dan katalog.

1.2 Fungsi Promosi

Tiga fungsi dari promosi Menurut (Nurul Huda, 2017: 32-24)

- a. Mencari dan mendapatkan perhatian dari calon pelanggan/pembeli.
Perhatian calon pelangga harus diperoleh karena akan menjadi titik awal proses pengambilan keputusan di dalam membeli suatu barang dan jasa.
- b. Menciptakan dan membutuhkan krateristik pada diri calon pembeli.
Perhatian yang sudah diberikan oleh seseorang mungkin akan dilanjutkan pada tahap berikutnya atau mungkin berhenti. dari itu dapat diartikan

timbuknya rasa tertarik dan rasa tertarik ini yang akan menjadi fungsi utama promosi.

- c. Pengembangan rasa ingin tahu (desire) calon pembeli untuk memiliki barang yang ditawarkan.

1.3 Tujuan Promosi

Beberapa tujuan yang terdapat dalam promosi sebagai berikut:
(Nurul Huda 2017: 24)

- a. Menginformasikan ialah menginformasikan pasar tentang produk baru, mengemukakan mamfaat baru sebuah produk, menginformasikan pasar tentang perubahan haega, menjelaskan bagaimana produk bekerja, menggambarkan jasa yang tersedia, memperbaiki kesan yang salah, mengurangi ketakutan pembeli, membangun citra perusahaan.
- b. Membujuk ialah mengubah persepsi mengenai atribut produk agar diterima pembeli.
- c. Mengingatkan ialah agar produk tetap di ingat pembeli sepanjang masa, mempertahankan kesadaran akan produk yang paling mendapat peatian.

1.4 Promosi Perspektif Al-qur'an Dan Sunnah

Dalam Memenuhi tujuan seorang pemasar muslim harus memastikan bahwa semua aspek kegiatan, seperti perencanaan barang dan jasa, harga dan strategi distribusi, sepertihalnya teknik promosi yang digunakan, haruslah sesuai dengan tuntunan Al-Quran dan As-Sunnah,(Abdullah dan Ahmad,2010)

Allah swt mengingatkan agar senang tiasa menghindari perbuatan yang zalim dalam bisnis termasuk dalam proses penciptaan, penawaran dan proses perubahan nilai dalam pemasaran, allah swt berfirmannya:

قَالَ لَقَدْ ظَلَمَكَ بِسُؤَالِ نَعَجْتِكَ إِلَىٰ نَعَاجِهِ وَإِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْخُلَطَاءِ لَيَبْغِي بَعْضُهُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَقَلِيلٌ مَّا هُمْ وَظَنَّ دَاوُدُ أَنَّمَا فَتَنَّاهُ فَاسْتَغْفَرَ رَبَّهُ وَخَرَّ رَاكِعًا وَأَنَابَ

Artinya:

Daut Berkata “Sesungguhnya dia telah berbuat zalim kepadamu dengan meminta kambingmu itu ditambahkan kepada kambingnya. Dan sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebagaimana mereka berbuat zalim kepada sebagian yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal yang sale; dan amat sedikit mereka ini”. Dan daut mengetahui bahwa kami mengujinya; maka iya meminta ampun kepada tuhan lalu menyunkur sujud dan bertaubat.(QS.Shaad:24)

1.5 Kegiatan Promosi

Menurut (Agus Hermam,2012:38-39) Kegiatan promosi sangat erat kaitannya dengan penyebaran informasi ada beberapa hal penting yang harus diperhatika, yaitu

- a. Program periklanan yang dijalankan, kegiatan periklanan merupakan media utama bagi perusahaan untuk menunjang kegiatan promosi, dimana promosi memiliki tujuan utama untuk menarik konsumen agar mau melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan.
- b. Promosi dengan mengutamakan penjualan yang dilakukan secara pribadi, lebih dikenal dengan istilah penjualan personal. Penjualan personal adalah

kegiatan promosi yang mengharuskan pemasar berhadapan dengan konsumen secara langsung.

- c. Promosi yang dilakukan dengan mendapatkan aspek penambahan intensitas nilai produk dalam strategi pemasaran dikenal dengan promosi. penjualan promosi penjualan mengedepankan penambahan intensitas nilai barang atau jasa.
- d. Promosi dengan cara meningkatkan publisitas. Cara ini lebih condong untuk membentuk sebuah citra yang lebih positif terhadap produk yang ditawarkan.

2 Minat

2.1 Pengertian Minat

Menurut (Yudrik Jahja,2011:63) minat adalah suatu dorongan yang menyebabkan terkaitnya perhatian individu pada objek tertentu seperti pekerjaan, pelajaran, benda, dan orang. Minat berhubungan dengan aspek kognitif, afektif, dan motorik yang merupakan sumber motivasi untuk melakukan apa yang di inginkan.

Minat adalah sesuatu yang dipakai oleh seseorang untuk mengidentifikasi jati diri dan minat itu pula yang mendasari motivasi dan mendorong melakukan sesuatu perbuatan yang di inginkan manakala ia diberi kebebasan untuk melakukan sesuatu

Minat adalah keinginan yang kuat, kecenderungan hati yang sangat tinggi terhadap sesuatu. Minat bisa juga diartikan sebagai kesadaran seseorang dalam suatu obyek seseorang, suatu soal atau situasi mengandung sangkut paut dengan dirinya. Pengetahuan atau informasi

tentang seseorang atau suatu obyek pasti harus ada terlebih dahulu terhadap minat obyek. Minat juga diartikan sebagai kecenderungan dalam diri individu untuk tertarik pada sesuatu objek atau menyenangi sesuatu objek (Miftah, 2020 : 27)

Menurut Crow minat adalah dorongan yang menyebabkan seseorang memberi perhatian terhadap orang, sesuatu, aktivitas-aktivitas tertentu, defenisi minat dapat diartikan bahwa individu yang mempunyai minat terhadap belajar, maka akan terdorong untuk memberikan perhatian terhadap belajar tersebut.

Menurut Hurlock yang diambil dari skripsi muhamaad hanafi (2018:4) minat adalah merupakan sumber motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih, ketika seseorang menilai bahwa sesuatu akan bermamfaat, maka akan menjadi berminat,kemudian hal tersebut akan mendatangkan kepuasan.ketika kepuasan menurun maka minatnya juga akan menurun, sehingga minat tidak bersifat permanen tetapi minat bersifat sementara atau dapat berubah-ubah

Menurut kamus besar bahasa indonesia minat diartikan sebagai sebuah kecenderungan hati yang tinggi terhadap suatu gairah atau keinginan. Menurut Syah (1984) minat merupakan sikap positif dari seseorang terhadap sesuatu yang dilakukan dengan perasaan senang dan semangat sehingga dapat menerima tanpa memberikannya. Jadi dapat dikatakan bahwa minat adalah kecenderungan atau kegiatan yang tinggi

atau keinginan yang besar terhadap sesuatu sehingga interpretasi perasaan suka yang timbul atas aktivitasnya. Jurnal Tabarru' Putri Nuraini dkk (2021: 514)

2.2 Sifat-sifat Minat

Menurut (Yudrik Jahja,2011: 63-64) minat memiliki sifat dan karakter khusus yaitu:

- a. minat bersifat pribadi (individual) ada perbedaan antara minat seseorang dengan orang lain
- b. minat erat hubungannya dengan motivasi, mempengaruhi, dan dipengaruhi motivasi.
- c. minat merupakan suatu yang dipelajari, bukan bawaan lahir dan dapat berubah tergantung pada kebutuhan, pengalaman dan mode

adapun faktor-faktor yang mempengaruhi minat yaitu:

- a. kebutuhan fisik, sosial, dan egoistis
- b. pengalaman

2.3 Indikator Acuan Terbentuknya Minat

Menurut (Edy Syahputra, 2020: 19) Terdapat 4 indikator minat masing-masing indikator tersebut dapat dijelaskan yaitu:

- a. senang: perasaan senang yang dimiliki seseorang terhadap suatu mata pelajaran, maka seseorang tersebut akan terus mempelajari ilmu yang disenanginya, tidak ada perasaan terpaksa pada seseorang untuk mempelajari bidang tersebut.

- b. Ketertarikan seseorang: berhubungan dengan adanya gerakan yang mendorong cenderung merasakan tertarik pada orang, benda, kegiatan, atau bisa berupa pengalaman afektif yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri.
- c. Perhatian seseorang: perhatian merupakan konsentrasi atau aktifitas jiwa terhadap pengamatan dan perhatian, dengan mengesampingkan yang lain dari pada itu. Seseorang yang memiliki minat pada objek tertentu, dengan sendirinya akan memperhatikan objek tersebut.
- d. Keterlibatan seseorang: keterlibatan seseorang akan suatu objek yang mengakibatkan orang tersebut senang dan tertarik untuk melakukan atau mengerjakan kegiatan dari objek tersebut.

2.4 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat

Dalam jurnal tabarru' Putri Nuraini dkk, yang diambil dari buku Crow (1984: 514) ada tiga faktor yang mempengaruhi minat seseorang yaitu:

- a. Faktor kebutuhan dari dalam diri, mengadap pada kebutuhan-kebutuhan yang muncul dari dalam individu, merupakan faktor yang berhubungan dengan dorongan fisik, motif, mempertahankan diri dari rasa lapar, rasa takut, rasa sakit, juga dorongan ingin tahu membangkitkan minat untuk mengadakan penelitian dan segalanya.
- b. Faktor motif sosial, mengarah pada penyesuaian diri dengan lingkungan agar diterima dan diakui oleh lingkungan atau aktivitas untuk

memenuhi kebutuhan sosial, seperti bekerja, mendapatkan status, mendapatkan perhatian dan penghargaan

- c. Faktor emosional atau perasaan, minat yang erat hubungannya dengan perasaan atau emosi, keberhasilan dalam beraktivitas yang didorong oleh minat akan membawa rasa senang dan memperkuat minat yang sudah ada, sebaliknya kegagalan akan menguragi minat individu tersebut

2.5 Klasifikasi Minat

Minat di klasifikasikan menjadi empat menurut (Edy Syahputra,2020: 18-19) yaitu:

- a. Expressed interest yaitu minat minat yang di ekspresikan melalui verbal yang menunjukkan apakah seseorang itu menyukai suatu objek atau aktifitas.
- b. Manifest interest yaitu minat yang disimpulkan dari keikutsertakan individu pada sesuatu kegiatan tertentu.
- c. Tested interest yaitu minat yang disimpulkan dari tes pengetahuan atau keterampilan dalam suatu kegiatan.
- d. Inventoried interest yaitu minat yang diungkapkan melalu inventori minat atau daftar aktifitas dan kegiatan yang sama dengan pernyataan

3 Perbankan Syariah

3.1 Pengertian Bank Syariah

Secara umum bank islam (islamic bank) adalah bank yang beroperasi dengan prinsip-prinsip syariah islam. saat ini banyak istilah yang diberikan untuk menyebut entitas bank islam, selain menjadi bank islam yaitu diartikan juga dengan bank tanpa bunga (interest-free bank), bank tanpa riba (lariba bank), dan bank syariah (syariah bank).

Menurut Perwataatmadja dan Muhamma Syafi'i antonio bank syariah adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah islam yaitu bank yang beroperasi mengikuti ketentuan-ketentuan syariah islam khususnya menyangkut tata cara bermuamalah secara islam. Dalam bermuamalah ini dijauhi praktek-praktek yang dikhawatirkan mengandung unsur-unsur riba untuk diisi dengan kegiatan-kegiatan investasi atas dasar bagi hasil dan pembiayaan perdagangan.

Menurut Sumitro bank syariah adalah bank yang beroperasi dengan mengacu kepada ketentuan-ketentuan alquraan dan al-hadis. Yang di dalam operasinya bank islam harus mengikuti atau berpedoman kepada praktik-praktik usaha yang dilakukan di zaman rasulullah, bentuk-bentuk usaha sebagai hasil ijtihad para ulama atau cendikiawan muslim yang tidak menyimpang dari ketentuan alquraan dan al-hadis.

Menurut m. Amin Aziz bank syariah adalah lembaga perbankan yang menggunakan sistem dan operasinya erdasarkan syariah. Ini berarti operasi perbankan mengikuti tata cara berusaha maupun menjanjian

berdasarkan alqurraan dan sunah rasul muhamaad. Dalam operasinya bank islam menggunakann sistem bagi hasil dan imbalan lainnya yang sesuai dengan syariah islam, tidak menggunakan bunga.

Menurut Cholil uman bank islam adalah lembaga keuangan yang menjalankan operasinya menurut hukum islam. Sudah tentu bank islam tidak memakai sistem bunga, sebab bunga dilarang oleh islam. Sedangkan bank non-islam adalah sebuah lembaga keuangan yang berfungsi menghimoun dana untuk disalurkan kepada yang memerlukan dana untuk disalurkan kepada yang memerlukan dana guna investasi dalam usaha-usaha yang produktif dan dengan sistem bunga. (Rachmadi Usman,2012:33-35)

3.2 Fungsi Dan Tujuan Bank Syariah

Sebagaimana telah ditegaskan dalam pasal 3 dan 4 ayat (1) UU perbankan syariah, yang merupakan bagian intergral dari perbankan nasiaonal. Dengan demikian, dapat ditegaskan bahwa sebagian dari perbankan nasional fungsi dan tujuan bank syariah di indonesia pada dasarnya tidak lain sebagaimana bank konvensional, ia merupakan suatu lembaga perantara keuangan (*intermediary financial institution*) yang fungsi utamanya adalah memobilisasi dana dan mendistribusikan kembali dana tersebut kemasyarakat, lembaga atau usaha-usaha produktif lainnya. Perbedaannya dengan konvensional banyak terletak pada prinsip yang menjadi dasar dalam menjalankan fungsi tersebut, bank konvensional senangtiasi menerapkan sistem bunga, sedangkan bank syariah justru tanpa bunga (*interest*) dalam menjalankan fungsi tersebut. (Cik Basir, 2009: 44)

Menurut (Rachmadi Usman, 2012: 38) Adapun fungsi-fungsi bank syariah yaitu:

- a. Memobilisasi tabungan masyarakat, baik domestik maupun asing
- b. Menyalurkan dana secara efektif ke kegiatan-kegiatan usaha yang produktif dan menguntungkan secara finansial, dengan memperhatikan kegiatan usaha yang tidak termasuk yang dilarang oleh syariah.
- c. Melakukan fungsi regulator, turut mengatur mekanisme penyaluran dana ke masyarakat sesuai kebijakan bank Indonesia, sehingga dapat mengendalikan aktivitas moneter yang sehat dan terhindar dari inflasi.
- d. Menjembatani keperluan pemanfaatan dana dari pemilik modal dan pihak yang melakukan, sehingga uang dapat berfungsi untuk melancarkan perekonomian dan pembangunan umumnya.

Demikian juga halnya dengan tujuannya, sebagaimana bank konvensional, bank syariah di Indonesia selain berfungsi sebagai lazimnya suatu lembaga keuangan perbankan, juga diarahkan berperan agen pembangunan (*agent of development*) yang bertujuan mendukung pelaksanaan pembangunan nasional, meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional kearah peningkatan taraf hidup rakyat banyak. (Cik basir, 2009: 45-46)

Menurut (Rachmadi Usman, 2012: 37-38) Adapun tujuan bank islam yaitu:

- a. Menyediakan lembaga keuangan perbankan sebagai sarana menuangkan kualitas kehidupan sosial ekonomi masyarakat terbanyak. Adanya lembaga keuangan diharapkan akan tersedianya kesempatan yang lebih baik untuk mengumpulkan modal dan pemanfaatan dana, sehingga akan mengurangi kesenjangan sosial ekonomi dan dengan demikian akan memberikan sumbangan pada peningkatan pembangunan nasional yang semakin mantap.
- b. Meningkatkan partisipasi masyarakat banyak dalam proses pembangunan, terutama dalam ekonomi. Karena masih banyaknya masyarakat yang enggan berhubungan dengan bank, ini terjadi disebabkan karena masih banyak orang islam yang mempunyai pandangan bahwa bunga bank itu sama dengan riba yang diharapkan dalam islam, juga banyak diantara masyarakat kecil yang masih belum mengenal dan terbiasa dengan cara kerja bank. Dengan adanya bank berdasarkan syariah islam, masyarakat islam yang tadinya enggan berhubungan dengan bank, akan merasa terpanggil untuk berhubungan dengan bank islam.
- c. Berkembangnya lembaga bank dan sistem perbankan yang sehat berdasarkan efisiensi dan keadilan yang akan mampu meningkatkan partisipasi masyarakat, sehingga mengandalkan usaha-usaha ekonomi masyarakat banyak dengan memperluas jaringan lembaga-lembaga keuangan perbankan ke daerah-daerah terpencil.

3.3 Peran Bank Syariah

beberapa peranan bank syariah Menurut (Muhammad, 2014:07-10) yaitu:

- a. memurnikan operasional perbankan syariah sehingga dapat lebih meningkatkan kepercayaan masyarakat.
- b. Meningkatkan kesadaran syariah umat islam sehingga dapat memperluas segmen dan pangsa pasar perbankan syariah.
- c. Menjalin kerja sama dengan para ulama karena bagaimana pun peran ulama khususnya diindonesia, sangat dominan bagi kehidupan umat islam.
- d. Menjadi perekat nasionalisme baru, artinya bank syariah dapat menjadi fasilitator aktif bagi terbentuknya jaringan usaha ekonomi kerakyatan
- e. Memberdayakan ekonomi umat dan beroperasi secara transparan. Artinya pengelolaan bank syariah harus didasarkan pada visi ekonomi kerkyatan, dan upaya terwujudnya jika ada mekanismen operasi yang transparan.

3.4 Produk-produk Bank Syariah

Produk-produk yang ditawarkan bank kepada nasabahnya (Muhamad, 2017: 29-32) yaitu:

- a. Penyalur Dana
 1. Prinsip jual beli (ba'i)

Terdapat tiga jenis jual beli dalam pembiayaan kosumtif, modal kerja dan investasi dalam bank syariah yaitu:

a) ba'i Al-murabahah: jual beli dengan harga asal ditambah dengan keuntungan yang disepakati antara pihak bank dengan nasabah, dalam hal ini bank menyebutkan harga barang kepada nasabah yang kemudian bank memberikan laba dalam jumlah tertentu sesuai dengan kesepakatan.

b) Ba'i As-salam: nasabah sebagai pembeli dan pemesan memberikan uangnya ditempat akad sesuai dengan harga barang yang dipesan dan sifat barang telah disebutkan sebelumnya. Uang yang tadi diserahkan menjadi tanggungan bank sebagai penerima pesanan dan pembayaran dilakukan dengan segera.

c) Ba'i Al-istishna: digunakan dalam bidang manufaktur. Seluruh ketentuan ba'i Al-istishna mengikuti ba'i As-salam namun pembayaran dapat dilakukan beberapa kali pembayaran

2. Prinsip sewa (ijarah) adalah kesepakatan pemindahan hak guna atas barang atau jasa melalui sewa tanpa diikuti pemindahan kepemilikan atau barang yang disewa. Dalam hal ini bank menyewakan peralatan kepada nasabah dengan biaya yang telah ditetapkan secara pasti sebelumnya.

3. Prinsip Bagi Hasil

Dalam bagi hasil terdapat dua macam produk yaitu:

a) musyarakah: adalah salah satu produk bank syariah yang mana terdapat dua pihak atau lebih yang berkerja sama untuk meningkatkan aset

yang dimiliki bersama dimana seluruh pihak memudahkan sumberdaya yang mereka miliki baik yang terwujud maupun tidak terwujud.

b) Mudharabah: adalah kerja sama dua orang atau lebih dimana pemilik modal memberikan kepercayaan sejumlah modal kepada pengelola dengan perjanjian pembagian keuntungan

b. Penghimpun Dana

1. prinsip wadiah adalah wadiah yad shamanah yang diterapkan pada rekening produk giro, berbeda dengan wadiah amanah, dimana pihak yang dititipi (bank) bertanggung jawab atas keutuhan harta titipan sehingga ia boleh memanfaatkan harta titipan tersebut. dan harta titipan tidak boleh dimanfaatkan oleh yang dititip.

2. Prinsip mudharabah

Prinsip mudharabah dibagi menjadi tiga yaitu:

a. mudharabah mutlaqah: dapat berupa tabungan dan deposito, sehingga ada dua jenis yaitu tabungan mudharabah dan deposito mudharabah. Tidak ada pembatas bagi bank untuk menggunakan dana yang telah terhimpun.

b. Mudharabah muqqayadah on balance sheet: adalah simpanan khusus dengan pemilik dapat menetapkan syarat-syarat khusus yang harus dipatuhi oleh bank, sebagai contoh disyaratkan untuk bisnis tertentu atau untuk akad tertentu

c. Mudharabah muqayyadah off blance sheet: yaitu penyaluran dana langsung kepada pelaksanaan usaha dan bank sebagai perantara pemilik

dana dengan pelaksanaan usaha. Pelaksanaan usaha juga dapat mengajukan syarat-syarat tertentu yang harus dipatuhi bank untuk menentukan jenis usaha dan pelaksanaan usaha.

c. Jasa Perbankan

1. Sharf (jual beli valuta asing) adalah jual beli mata uang yang tidak sejenis namun harus dilakukan pada waktu yang sama (spot). Bank mengambil keuntungan untuk jasa jual beli tersebut
 2. Ijarah (sewa) adalah menyewakan simpanan (safe deposit bok) dan jasa tata laksanakan administrasi dokumen (custodian) dalam hal ini bank mendapatkan imbalan sewa dari jasa tersebut.
- d. Aplikasi produk bank syariah adalah penerapan produk dalam praktik di bank syariah telah diatur oleh bank indonesia dalam bentuk kodifikasi produk perbankan syariah.

3.5 Perbedaan Bank Syariah Dan Konvensional

Perbedaan antara bagi hasil dengan tingkat suku bunga Menurut (Amir Machmud Rukman,2002: 10-12)

Tabel 3 : Perbedaan bank syariah dan konvensional

Bagi Hasil (Bank Syariah)	Bunga (Bank Konvensional)
Penentuan bagi hasil dibuat sewaktu perjanjian dengan berdasarkan kepada untung/rugi	Penentuan bunga dibuat sewaktu perjanjian tanpa berdasarkan untung/rugi
Jumlah nasabah bagi hasil berdasarkan jumlah keuntungan yang telah dicapai	Jumlah persen bunga berdasarkan jumlah uang(modal) yang ada
Bagi hasil tergantung pada proyek, jika proyek tidak mendapatkan keuntungan atau mengalami kerugian, resikonya ditanggung kedua belah	Pembayaran bunga tetap seperti perjanjian tanpa diambil pertimbangan apakah proyek yang dilaksanakan

pihak	pihak kedua untung/rugi
Jumlah pemberian hasil keuntungan meningkat sesuai dengan peningkatan keuntungan yang didapat	Jumlah pembayaran bunga tidak meningkat walaupun jumlah keuntungan berlipat ganda
Penerimaan pembagian keuntungan adalah halal	Pengambilan/pembayaran bunga dalam haram

Sumber : Amir Machmud Rukman (2002: 10-12)

perbedaan pokok antara sistem bank konvensional dengan sistem bank syariah

1. falsafah: pada bank syariah tidak berdasarkan atas bunga, spekulasi dan ketidakjelasan. Sedangkan pada bank konvensional berdasarkan atas bunga
2. operasional: pada bank syariah dana masyarakat berupa titipan dan investasi baru akan mendapatkan hasil jika diusahakan terlebih dahulu, sedangkan pada bank konvensional dana masyarakat berupa simpanan yang harus dibayar bunganya pada saat jatuh tempo.
3. Sosial: pada bank syariah aspek sosial dinyatakan secara eksplisit dan tegas yang tertuang dalam visi dan misi perusahaan, sedangkan pada konvensional tidak tersirat secara tegas
4. Organisasi: bank syariah harus memiliki DPS, sedangkan bank konvensional tidak memiliki DPS.

Tabel 4 : Perbandingan bank syariah dengan bank konvensional

Aspek	Bank Syariah	Bank Konvensional
Regalitas	Akad syariah	Akad konvensional
Struktur organisasi	Penghimpunan dan penyaluran dana harus sesuai dengan fatwa dewan pengawas syariah	Tidak terdapat dewan sejenis apapun
Bisnis dan usaha yang dibiayai	Melakukan investasi-investasi yang halal saja. Hubungan dengan nasabah dalam bentuk hubungan kemitraan Berdasarkan prinsip bagi hasil, jual beli, atau sewa. Berorientasi pada keuntungan (profit oriented) dan kemakmuran, kebahagiaan dua akhirat.	Investasi yang halal dan haram profit oriented. Hubungan dengan nasabah dalam bentuk hubungan kreditor-debitor Memakai perangkat bunga.
Lingkungan kerja	Islami	Non islami

Sumber : Amir Machmud Rukman (2002: 10-12)

B. Penelitian Relevan

Penelitian relevan adalah penelitian terdahulu yang memiliki kaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Penelitian yang dilakukan oleh Rezha Aprulli (2018) dengan judul “ *Pengaruh Promosi Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Ciledung Kota Tangerang*” Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap minat masyarakat menabung Di BSM KC. ciledung kota tangerang. Metodologi penelitian yang dilakukan adalah penelitian kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menabung di BSM KC. Ciledung. Persamaannya yaitu sama-sama menggunakan variabel promosi. Sedangkan perbedaannya terletak pada subjeknya penelitian membahas Di bank syariah mandiri kantor cabang ciledung kota tangerang,

sedangkan peneliti membahas tentang masyarakat dikecamatan bukit raya kota pekanbaru.

Taslim (2018) dengan judul "*Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Bank BNI Syariah KCP Wonomulyo*". Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat masyarakat menabung di bank BNI syariah KCP Wonomulyo. Metodologi penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan menunjukkan bahwa kualitas jasa dan kewajaran harga secara bersama-sama mempengaruhi minat menabung masyarakat. Secara parsial menunjukkan promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat. Persamaan penelitian yaitu sama-sama menggunakan variabel promosi. Sedangkan perbedaannya terletak pada subjeknya penelitian membahas di Bank BNI syariah KCP Wonomulyo, sedangkan peneliti membahas tentang masyarakat dikecamatan bukit raya kota pekanbaru.

Isnaine Maulida (2016) yang berjudul "*Analisis Pengaruh Promosi Dan Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada BMT Taruna Sejahtera Cabang Tuntang*". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi dan pelayanan terhadap minat nasabah menabung pada BMT taruna sejahtera cabang tuntang. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis uji regresi linier berganda menggunakan SPSS 18.00 dengan windows. Data yang digunakan adalah data primer. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara individu variabel promosi berpengaruh secara

signifikat terhadap minat nasabah. Secara bersama-sama promosi dan pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah. Persamaan penelitian yaitu sama-sama menggunakan variabel promosi. Sedangkan perbedaannya penelitian menggunakan dua variabel sedangkan peneliti menggunakan satu variabel

C. Konsep Operasional

Adapun Variabel Penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel independen (Bebas) adalah promosi perbankan syariah
2. Variabel Devenden (Terikat) adalah minat masyarakat.

Tabet 5 : Konsep Operasional

Konsep	Variabel	Indikator	Skala
Pengaruh Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Masyarakat Memilih Perbankan Syariah	Promosi (X)	1. Periklanan 2. Promosi Penjualan 3. Hubungan Masyarakat 4. Penjualan Tatap Muka 5. Pemasaran Langsung (Kotler, 2017)	Likert
	Minat (Y)	1. Ketertarikan 2. Perhatian 3. Keterlibatan (Edy Syaputra, 2020)	Likert

Sumber : Data Olahan Tahun 2022

D. Kerangka Oprasional

Menurut Nurdin dan Sri Hartati (2019: 125) Kerangka berpikir atau kerangka pemikiran adalah dasar pemikiran dari penelitian yang disintesiskan dari fakta-fakta, observasi, dan kajian kepustakaan yang memuat teori dalil atau konsep-konsep yang akan dijadikan dasar dalam penelitian.

Berdasarkan uraian diatas dapat digunakan kerangka operasional penelitian ini sebagai berikut:

Gambar 1 : Kerangka Operasioanal



Berdasarkan gambar diatas, menunjukkan bahwa proomosi perbankan syariah berpengaruh terhadap minat masyarakat memilih bank syariah dikecamatan bukit raya.

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis yaitu merupakan jawaban sementara yang disusun oleh peneliti, yang kemudian akan di ujikebenarannya melalui penelitian yang dilakukan. Jurnal Mohammad Iman Yang dikutip dari buku Saerang (2013 :24)

Pembuktian itu hanya dapat dilakukan dengan menguji hipotesis, dalam penelitian ini Hipotesisnya adalah :

1. H_0 tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara promosi terhadap minat masyarakat memilih bank syariauh di kota pekanbaru
2. H_a Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara promosi terhadap minat masyarakat memilih bank syarih di kota pekanbaru

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian Yang digunakan ini merupakan penelitian lapangan (*field reseach*) dengan menggunakan metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan beberapa temuan yang dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari *kuantifikasi* (Pengukuran). (Made Mertha,2020 : 6)

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif. Metode penelitian statistik deskriptif adalah statistik yang berfungsi untuk mendiskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum.(sugiyono,2013: 29)

B. Tempat Dan Waktu Penelitian

Adapun waktu Penelitian dapat dilihat dari tabel sebagai beriku:

Tabel 6 : Waktu Penelitian

No	Jenis Kegiatan	Bulan																			
		Desember 2021				Febuari 2022				Maret 2022				April 2022				Mei 2022			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Persiapan Penelitian																				
2	Pengumpul an Data Penelitian																				
3	Pengolahan Dan Analisis Data																				

diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili). (Sugiyono, 2012:62)

Dari jumlah populasi diatas, maka penulis melakukan pengambilan sampel, adapun jumlah sampel ditentukan berdasarkan rumus morgan dibawah ini:

Rumus Morgan:

$$S = \frac{x^2 NP (1 - P)}{d^2 (N - 1) + x^2 p (1 - p)}$$

Keterangan:

1. S : Sampel
2. N : Jumlah Populasi
3. p : Proporsi Populasi = 0,5
4. d : derajat ketelitian = 0,05
5. X² : Nilai Tabel 3, 841

$$S = \frac{3,841 \times 109.215 \times 0,5 (1 - 0,5)}{(0,05)^2 (109.215 - 1) + 3,841 \cdot 0,5(1 - 0,5)}$$

$$S = \frac{104.873,704}{(0,0025 \times 109.214) + 0,96}$$

$$S = \frac{104.873,704}{273,035 + 0,96}$$

$$S = \frac{104.873,704}{273,995} = 382,76$$

=383

Dan jumlah sampel yang akan digunakan peneliti adalah 383 masyarakat di

Kecamatan Bukit Raya

$n_i + N_i \cdot n$

a. Simpan tiga

$$14,395 / 109,215 \times 383 = 50$$

b. Tangkerang selatan

$$14,307 / 109,215 \times 383 = 50$$

c. Tangkerang utara

$$22,238 / 109,215 \times 383 = 79$$

d. Tangkerang laboi

$$17,675 / 109,215 \times 383 = 62$$

e. Air dingin

$$40,600 / 109,215 = 142$$

E. Sumber Data Penelitian

1. Sumber Data

Menurut Suryani (2015: 171) Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Data primer adalah data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti. Metode atau pendekatan yang dapat dilakukan dalam proses pengumpulan data yang bersifat primer ini dapat menggunakan angket/kuesioner, wawancara, pengamatan, tes, dokumentasi, dan sebagainya. Pada penelitian ini angket/kuesioner diisi oleh masyarakat dikecamatan bukit raya.
- b. Data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpul;kan dan diolah oleh pihak lain, sudah dalam bentuk publikasi. Data semacam ini sudah dikumpulkan pihak lain untuk tujuan tertentu bukan demi keperluan riset yang sedang dilakukan peneliti saat ini.

F. Teknik Pengumpulan data

Menurut Juliansyah Noor (2011: 138-140) Untuk melengkapi data yang perlu dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah:

- a. Observasi teknik ini menuntut adanya pengamatan dari penelitian baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap objek peneliti. Disini peneliti turun langsung ke masyarakat dengan melengkapi data-data yang diperlukan.
- b. Angket/kuesioner suatu teknik pengumpulan data dengan memberi atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan memberikan respon atau daftar pertanyaan tersebut.
- c. Metode dokumentasi adalah merupakan catatan atau karya seseorang tentang sesuatu yang sudah berlalu. Dokumen tentang orang atau sekelompok orang, peristiwa, atau kejadian dalam situasi sosial yang sesuai dan terkait dengan fokus penelitian adalah sumber informasi yang sangat berguna dalam penelitian kuantitatif. Dokumen itu dapat berbentuk teks tertulis, gambar maupun foto, dokumen tertulis dapat pula berupa sejarah kehidupan, biografi, karya tulis, dan cerita

Tabel 7 : Alternatif Pilihan Jawaban

NO	Pilihan Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Data Olahan Tahun 2022

G. Teknik Pengolahan Data

Untuk penelitian pendekatan kuantitatif pengolahan data yaitu suatu proses dalam memperoleh data ringkasan dengan, Tahab-tahab pengolahan data dapat dilakukan sebagai berikut

- a. Penyuting (editing) adalah proses pengecekan atau pemeriksaan data yang telah berhasil dikumpulkan dari lapangan karena ada kemungkinan data yang telah masuk tidak memenuhi syarat atau tidak dibutuhkan
- b. Pengkodean (codeting) adalah kegiatan pemberian kode tertentu pada tiap-tiap data yang termasuk katagori yang sama. Kode adalah isyarat yang dibuat dalam bentuk angka-angka atau hurup untuk membedakan antara data atau identitas data yang akan dianalisis.
- c. Pentabulasian (tabulating) adalah proses penetapan data kedalam bentuk tabel yang telah diberi kode sesuai dengan kebutuhan analisis. Tabel-tabel yang dibuat sebaiknya mampu meringkas agar memudahkan dalam proses analisis data.

H. Teknik Analisis Data

Dalam melakukan proses analisis data yang perlu di ingat mengetahui dengan tepat alat analisis (uji statistik) yang akan digunakan, sebab jika alat analisis (uji statistik) yang digunakan tidak sesuai dengan permasalahan penelitian, walaupun telah menggunakan alat analisis yang paling baik, maka hasil penelitian dapat salah di interpretasikan dan tidak bermamfaat.

1. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validasi

Kesahihan atau Validitas adalah menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Dalam suatu penelitian baik yang bersifat deskriptif maupun eksplanatif yang melibatkan variabel atau konsep yang tidak bisa diukur secara langsung, masalah validitas tidak sederhana, didalamnya juga menyangkut penjabaran dari konsep tingkat teoritis sampai empiris (indikator), namun bagaimana suatu instrumen penelitian harus valid agar hasilnya dapat dipercaya.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah 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. Ujian reliabilitas alat ukur dapat dilakukan secara eksternal maupun internal. Secara eksternal, pengujian dapat dilakukan test-retest, equivalent, dan gabungan keduanya. Secara internal, reliabilitas alat ukur dapat diuji dengan menganalisis konsistensi butir-butir yang ada pada instrumen dengan teknik tertentu. (Syofian Siregar, 2013: 46-55)

2. Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang bertujuan untuk melihat nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Nilai residual yang terdistribusi normal menjadi model regresi yang baik. (kurniawan, 2019: 49)

b. Uji Linearitas

Uji linearitas adalah uji yang dipergunakan untuk melihat model yang ditentukan apakah mempunyai hubungan linear atau tidak. Linear yang dimaksud adalah hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikatnya. (Muhammad Nisfiannoor, 2009 : 92)

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah uji yang bertujuan untuk menguji model regresi linear terhadap ketidaksamaan varian dari pengamatan satu kepengamatan lain, model regresi yang diharapkan tidak terjadi heteroskedastisitas. (Gunawan,2019: 62)

3. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linier Sederhana

Penelitian ini menggunakan analisis regresi sederhana yang terdiri dari dua variabel yaitu variabel independen (promosi) dan variabel dependen (minat masyarakat). Uji regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui sejauh perubahan nilai variabel independen. Berikut persamaan regresi linier sederhana:

$$Y = a + Bx$$

Keterangan:

x : pengaruh promosi

Y : Variabel Dependen (minat masyarakat)

a : harga Y ketika harga X = 0 (harga konstan)

B = Arah angka (koefisien regresi), yaitu angka yang menunjukkan peningkatan atas penurunan variabel dependen berdasarkan pada perimusan variabel independen. Surajiyo dkk, 2020 : 77)

b. Uji T-test

Uji T-test digunakan untuk mengetahui masing-masing pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) untuk kebenaran pernyataan yang dihipotesiska (Aldina, Pristanti & Kristin, Wulansari, 2021: 31)

- a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak
- b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima
- c. Jika $sig < \alpha$ maka H_1 diterima
- d. Jika $sig > \alpha$ maka H_1 ditolak

c. Koefisien korelasi

Korelasi merupakan suatu cara yang digunakan dalam statistik untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel independen dan variabel dependen. Uji koepisien korelasi dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kekuatan dan arah hubungan antara

variabel independen yaitu promosi perbankan syariah dan variabel dependennya minat masyarakat.

Menurut Syofian Siregar (2013 : 337) keratan hubungan variabel diberikan nilai-nilai dari koefisien korelasi (KK) sebagai patokan yaitu:

- 1) $KK = 0,000$ tidak ada korelasi
- 2) $0,00 < KK \leq 0,20$, korelasi sangat rendah atau lemah sekali
- 3) $0,20 < KK \leq 0,40$, korelasi rendah atau lemah tapi pasti
- 4) $0,40 < KK \leq 0,70$ korelasi yang cukup berarti atau sedang
- 5) $0,70 < KK \leq 0,90$ korelasi tinggi atau akurat
- 6) $0,90 < KK \leq 1,00$, korelasi sangat tinggi, kuat sekali, dapat diandalkan
- 7) $KK = 1,00$ Korelasi sempurna

d. Koefisienn Derteminasi R^2

Menurut (Mudrajad Kuncoro, 2007 : 84), mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat (dependen/Y) disebut koefisien determinasi. Nilai koefisien determinasi yaitu antara nol dan satu. Untuk mengetahui nilai koefisien determinasi dinyatakan dengan nilai *R Square*.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Kecamatan Bukit Raya

1. Sejarah Kecamatan Bukit Raya

Kecamatan bukit raya merupakan pemekaran dari kabupaten kampar berdasarkan peraturan pemerintah Nomor 19 tahun 1987 dan secara administrasi bukit raya dimulai pada tanggal 2 juni 1988. Dan bukit raya merupakan pemekarang dari kecamatan siak hulu kabupaten kampar. Berdasarkan perda nomor 5 tahun 2003 kecamatan bukit raya dimekarkan menjadi 3 kecamatan yaitu : kecamatan bukit raya sebagai kecamatan induk, kecamatan marpoyan damai dan kecamatan tenayan raya sebagai kecamatan pemekaran. Semenjak berdiri, kecamatan bukit raya telah dipimpin oleh 16 camat, yaitu :

- a. Andi Syamsul Bahri (1988-1994)
- b. Najib Efend (1994-1997)
- c. Zelnon Efendi (1997-1999)
- d. Aksamo Rahim (1999-2002)
- e. Tarmizi Ahmad (2002-2004)
- f. Dastrayani Bibra (2004-2006)
- g. Hj Masriya (2006-2008)
- h. Hj Irma Novrita S, Sos (2008-2010)
- i. Chairani, S. STP, M.,Si (2010-2011)
- j. Dra. Hj. Agusriani Harahap, M.Si (2011-2012)
- k. Chairani, S.STP, M.,Si (2012-2013)

- l. Fiora Helmi, S. STP,M.,Si (2013-2015)
- m. Nurhasminsyah, S.STP,M.Si (2015-2016)
- n. Masykur Tarmizi. S.STP,M.Si (2016-2019)
- o. Wahyu Idris, S.Hut,M.Si (2019-2021)
- p. T. Adri Dwisasti, S.STP.,M.Si (2021- Sampai Sekarang)

Kecamatan Bukit Raya juga merupakan salah satu kecamatan diwilayah Kota Pekanbaru yang terdiri atas 5 Kelurahan, 58 Rukun Warga (RW) dan 247 Rukun Tetangga (RT) dengan jumlah jiwa dari tahun 2021 sebanyak 109,215 orang.

2. Letak Geografis kecamatan Bukit Raya

Kecamatan bukit raya secara geografis terletak antara $101^{\circ}14-101^{\circ}31'$ bujur timur dan $0^{\circ}25-0^{\circ}45'$ lintang utara, dengan ketinggian berkisar 5-50 meter dari permukaan laut. Kecamatan bukit raya di aliri oleh aliran anak sungai saildan anak sungai sail gobah yang menuju sungai siak.

Berdasarkan peraturan daerah kota pekanbaru nomor 03 tahun 2003, kecamatan bukit raya berbatasan langsung dengan daerah kabupaten kampar serta kecamatan sebagai berikut

- a. sebelah utara berbatasan dengan kecamatan sail
- b. sebelah selatan berbatasan dengan kecamatan siak hulu kabupaten kampar
- c. sebelah barat berbatasan dengan kecamatan marpoyan damai
- d. sebelah timur berbatasan dengan kecamatan tenayan raya

Kecamatan bukit raya juga merupakan salah satu kecamatan di wilayah kota pekanbaru yang terdiri atas 5 kelurahan, 58 rukun warga (RW) dan 247 Rukun Tetangga (RT). Luas kecamatan bukit raya adalah 22.05 km² dengan luas masing-masing kelurahan sebagai berikut

- 1) kelurahan simpang tiga dengan luas 5,131 Km²
- 2) kelurahan tangkerang selatan dengan luas 3,09 Km²
- 3) kelurahan tangkerang utara dengan luas 2,64 Km²
- 4) Kelurahan tangkerang labuai dengan luas 2,67 Km²
- 5) Kelurahan air dingin dengan luas 8,519 Km²

3. Iklim

Kecamatan bukit raya mempunyai iklim tropis dengan suhu udara maksimum berkisar antara 32,4⁰C-33,8⁰C dengan suhu udara minimum berkisar antara 23,0⁰C-24,2⁰C, curah hujan antara 66,3-392,4 mm Pertahun. Keterlambatan kisaran antara 68%-83%.

4. Visi Dan Misi Kecamatan Bukit Raya

a. Visi Kecamatan Bukit Raya

Visi Kecamatan bukir Raya yaitu “Terwujudnya Kecamatan Bukit Raya Yang Profesional Dalam Penyelenggaraan Pemerintahan” Penjelasan visi yakni Profesional adalah bagaimana Kecamatan Bukit Raya dapat memiliki kemampuan yang lebih baik untuk merencanakan, mengkoordinasikan dan melaksanakan fungsinya secara efisien, fleksibel dan mempunyai etos kerja yang tinggi dalam hal penyelenggaraan pemerintahan, tentunya diartikan dengan tugas pokok dan fungsi

kecamatan bukit raya yaitu dapat mewujudkan penyelenggaraan kewenangan pemerintah yang dilimpahkan oleh walikota pekanbaru secara profesional.

b. Misi Kecamatan Bukit Raya

Ada tiga misi kecamatan bukit raya yaitu :

- 1) Mewujudkan aparat kecamatan yang profesional
- 2) Meningkatkan koordinasi dengan seluruh pemangku kepentingan
- 3) Meningkatkan kualitas pelayanan kepada masyarakat

Dalam mencapai misi tersebut, maka diperlukan upaya yang optimal dari setiap aparatur Kecamatan Buki Raya untuk melaksanakan tugas dan fungsinya.

B. Gambaran Responden Penelitian

Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat kecamatan bukit raya, kota pekanbaru. Untuk mendapatkan gambaran yang merata responden dalam penelitian ini, peneliti mengklasifikasikan responden berdasarkan jenis kelamin, kelurahan tinggal, pendidikan terakhir, usia, dan pekerjaan. Berikut distribusi responden berdasarkan jenis kelamin:

Tabel 8: Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Pria	154	40.21
2	Wanita	229	59.79
Total		383	100.00

Sumber: Data Olahan Angket 2022

Berdasarkan tabel 8, diketahui distribusi responden berdasarkan jenis kelamin yaitu dari 383 responden 154 atau 40,21% responden adalah peria,

dan 229 atau 59,79% responden adalah wanita. Selanjutnya distribusi responden berdasarkan kelurahan tinggal sebagai berikut:

Tabel 9: Distribusi Responden Berdasarkan Kelurahan Tinggal

No	Kelurahan	Frekuensi	Persentase
1	Air Dingin	50	13,05
2	Tangkerang Selatan	50	13,05
3	Tangkerang Utara	79	20,62
4	Tangkerang Labuai	62	16,18
5	Simpang Tiga	142	37,07
Total		383	100.00

Sumber: Data Olahan Angket 2022

Berdasarkan tabel 9, diketahui distribusi responden berdasarkan kelurahan tempat tinggal. Dari 383 responden sebanyak 50 atau 13,05% responden tinggal di kelurahan air dingin, 50 atau 13,05% responden tinggal di kelurahan Tangkerang Selatan, 79 atau 20,62% responden tinggal di kelurahan Tangkerang Utara, 62 atau 16,18% responden tinggal di Tangkerang Labuai, dan 142 atau 37,07% responden tinggal di kelurahan simpang tiga. Berikutnya distribusi responden berdasarkan pendidikan terakhir terlihat pada tabel berikut:

Tabel 10: Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase
1	SARJANA	122	31.85
2	AKADEMIK	24	6.27
3	SMA/Sederajat	203	53.00
4	SMP/Sederajat	32	8.36
5	SD	2	0.52
Total		383	100.00

Sumber: Data Olahan Angket 2022

Dari tabel 10, diketahui pendidikan terakhir dari 383 responden yaitu Sarjana sebanyak 122 responden atau 31,85%, Akademik sebanyak 24 responden atau 6,27%, SMA/Sederajat sebanyak 203 responden atau 53,00%,

SMP/Sederajat sebanyak 8,36%, dan SD sebanyak 2 responden atau 0,52%.

Selanjutnya distribusi responden berdasarkan usia sebagai berikut:

Tabel 11 : Distribusi Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	Persentase
1	17-29	190	49.61
2	30-39	125	32.64
3	40-49	61	15.93
4	50	7	1.83
Total		383	100.00

Sumber: Data Olahan Angket 2022

Dari tabel 11, diketahui jumlah responden yang berusia 17-29 adalah 190 atau 49,61%, jumlah responden yang berusia 30-39 adalah 125 atau 32,64%, jumlah responden yang berusia 40-49 adalah 61 atau 15,93%, dan responden yang berusia 50 adalah 7 atau 1,83%, jumlah total responden adalah 383 orang. Berikutnya yang terakhir distribusi responden berdasarkan pekerjaannya sebagai berikut

Tabel 12 : Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
1	Mahasiswa	121	31.59
2	Wiraswasta	18	4.70
3	Karyawan	170	44.39
4	Petani	22	5.74
5	PNS	48	12.53
6	Lain-lain	4	1.04
Total		383	100.00

Sumber: Data Olahan Angket 2022

Berdasarkan tabel 12, diketahui distribusi responden berdasarkan pekerjaannya. Dari 383 responden, 121 responden atau 31,59% adalah mahasiswa, 18 responden atau 4,70% adalah wiraswasta, 170 responden atau 44,39% responden adalah karyawan, 22 responden atau 5,74 % adalah petani,

48 responden atau 12,53% adalah PNS dan pekerjaan lain sebanyak 4 responden atau 1.04%. Demikian disrtibusi responden berdasarkan pekerjaanya.

C. Deskripsi Hasil Penelitian

1. Pengujian Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji Valaditas adalah uji yang digunakan menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner yang harus dihilangkan atau diganti karena dianggap tidak relevan. Perhitungan uji validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi *bivariate pearson (product moment)* yang diolah dengan menggunakan *software Statistical Product and Service Solution (SPSS)*. Pengambilan keputusan dalam uji validitas yaitu dengan membandingkan r hitung dengan r tabel. Jika r hitung $>$ r tabel maka butir soal atau pernyataan dinyatakan valid, dan jika r hitung $<$ r tabel maka butir soal atau pernyataan dinyatakan tidak valid.

Tabel 13: Hasil Uji Validitas dengan *Pearson Product Moment*

No	Variabel	Butir Soal	r hitung	r table	Keterangan
1	Promosi (X)	X1	0.375	0.113	Valid
		X2	0.370	0.113	Valid
		X3	0.378	0.113	Valid
		X4	0.405	0.113	Valid
		X5	0.377	0.113	Valid
		X6	0.407	0.113	Valid
		X7	0.380	0.113	Valid
		X8	0.387	0.113	Valid
		X9	0.373	0.113	Valid
		X10	0.405	0.113	Valid

		X11	0.377	0.113	Valid
		X12	0.372	0.113	Valid
		X13	0.386	0.113	Valid
		X14	0.380	0.113	Valid
		X15	0.385	0.113	Valid
		X16	0.378	0.113	Valid
2	Minat (Y)	Y1	0.563	0.113	Valid
		Y2	0.576	0.113	Valid
		Y3	0.574	0.113	Valid
		Y4	0.562	0.113	Valid
		Y5	0.578	0.113	Valid
		Y6	0.572	0.113	Valid
		Y7	0.584	0.113	Valid
		Y8	0.569	0.113	Valid

Sumber: Data Olahan SPSS 25, Tahun 2022

Berdasarkan tabel 13, Hasil uji validitas menginformasikan 16 butir pertanyaan dari variabel promosi, dan 8 pertanyaan dari variabel minat dinyatakan valid. Hal ini ditunjukkan dengan hasil r hitung yang lebih besar dari r tabel $N(383) = 113$.

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah 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. Dalam penelitian ini uji validitas dilakukan dengan uji *cronbach's alpha*. Dasar pengambilan keputusan dalam uji ini adalah jika nilai *cronbach's alpha* > 0.6 maka variabel dinyatakan reliabel, dan jika nilai *cronbach's alpha* < 0.6 maka variabel dinyatakan tidak valid.

Tabel 14: Hasil uji Reliabilitas dengan *Cronbach's Alpha*

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Ukuran	Keterangan
1	Promosi (X)	0.611	0.6	Reliabel
2	Minat (Y)	0.705	0.6	Reliabel

Sumber: Data Olahan SPSS 25, Tahun 2022

Berdasarkan tabel 14, menginformasikan nilai *cronbach's alpha* untuk variabel promosi adalah 0,611 dan untuk variabel minat adalah 0,705, nilai nilai tersebut lebih besar dari batas reliabilitas yaitu 0,6 sehingga dapat disimpulkan kedua variabel adalah reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas pada penelitian ini dilakukan terhadap residual datanya, dan menggunakan metode *One-Sample kolmogorov-smirnov*. Dasar pengambilan keputusannya yaitu dikatakan normal jika nilai signifikansi lebih besar dari 0.05

Tabel 15 : Hasil uji normalitas dengan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		383
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.74678411
Most Extreme Differences	Absolute	.054
	Positive	.054
	Negative	-.037
Test Statistic		.054
Asymp. Sig. (2-tailed)		.010 ^c
Exact Sig. (2-tailed)		.215
Point Probability		0.000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data Olahan SPSS 25, Tahun 2022

Berdasarkan tabel 15, Hasil uji normalitas menggunakan metode *One-Sample kolmogorov-smirnov* terhadap residual data menginformasikan data berdistribusi normal. Hal ini dilihat dari nilai Exact Sig sebesar 0,215 lebih besar dari batas data berdistribusi normal yaitu 0,05. Dengan demikian asumsi klasik normalitas data terpenuhi.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas adalah uji yang dipergunakan untuk melihat hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat apakah mempunyai hubungan linear atau tidak. Model regresi linier sederhana yang baik hubungan variabel bebas dan terikat haruslah linier. Hubungan kedua variabel dikatakan linear jika nilai signifikansi *Deviation from Linearity* besar dari 0,05 dan dikatakan tidak linier jika nilai signifikansi *Deviation from Linearity* kecil dari 0,05

Tabel 16 : Hasil Uji Linieritas

ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Minat (Y) * Promosi (X)	Between Groups	(Combined)	2736.892	18	152.050	50.541	.000
		Linearity	2666.379	1	2666.379	886.304	.000
		Deviation from Linearity	70.513	17	4.148	1.379	.144
	Within Groups		1095.066	364	3.008		
	Total		3831.958	382			

Sumber: Data Olahan SPSS 25, Tahun 2022

Hasil uji linearitas berdasarkan tabel 16, Menjelaskan bahwa hubungan antara variabel bebas promosi(X) dan variabel terikat minat(Y) adalah linear. Hal ini ditunjukkan oleh nilai sig dari *Deviation from Linearity*

sebesar 0,144 lebih besar dari 0,05. Dengan demikian asumsi klasik linearitas terpenuhi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, disebut homokedastisitas, sedangkan untuk varian yang berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi linier yang baik diharapkan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dan harus homokedastisitas atau tidak terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lainnya. Dalam penelitian ini uji heteroskedastisitas menggunakan metode glejser. Caranya dengan meregresikan variabel bebas terhadap Abs dari residual datanya, jika nilai $\text{sig} > 0,05$ maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas, dan jika nilai $\text{sig} < 0,05$ maka terjadi gejala heteroskedastisitas.

Tabel 17 : Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Metode Glejser
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.579	.873		1.810	.071
Promosi (X)	-.002	.014	-.008	-.163	.871

a. Dependent Variable: Abs_res

Sumber: Data Olahan SPSS 25, Tahun 2022

Berdasarkan tabel 17, Hasil uji heteroskedastisitas menjelaskan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Hal ini berdasarkan kaedah pengambilan keputusan uji glejser jika nilai sig > 0,05 tidak terjadi heteroskedastisitas, dari tabel menunjukkan nilai sig yaitu 0,871. Dengan demikian asumsi klasik gejala heteroskedastisitas terpenuhi dan bisa dilanjutkan ke uji regresi linier.

3. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linier antara satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Penelitian ini menggunakan analisis regresi sederhana yang terdiri dari dua variabel yaitu variabel independen (promosi) dan variabel dependen (minat masyarakat)

Tabel 18 : Hasil Regresi Linier Sederhana
Coefficients^a

Modl	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-14.388	1.540		-9.341	.000
Promosi (X)	.720	.024	.834	29.522	.000

a. Dependent Variable: Minat (Y)

Sumber: Data Olahan SPSS 25, Tahun 2022

Berdasarkan tabel 18, Didapat model persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut:

Berdasarkan tabel di atas maka diperoleh persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut: $Y = -14.388 + 0,720 X$. Adapun makna dari

persamaan regresi tersebut adalah

1. Konstanta = -14.388

Jika variabel Promosi (X) = 0, maka variabel minat (Y) = -14.388

2. Koefisien X = 0,720

Jika variabel promosi X mengalami kenaikan satu poin, maka variabel minat juga mengalami kenaikan sebesar 0,720%

b. Analisis Uji t

Uji T-test atau uji persial individu merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui kebenaran pernyataan yang dihipotesiska. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel maupun dengan melihat nilai signifikansi. Jika t hitung lebih besar dari t tabel dan nilai signifikansi kecil dari 0,05 maka variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah:

- a. H_0 tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara promosi terhadap minat masyarakat memilih bank syariah di kota pekanbaru
- b. H_a Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara promosi terhadap minat masyarakat memilih bank syariah di kota pekanbaru

Tabel 19: Hasil uji t (parsial)

Hopotesis	t hitung	t table	Sig	Keterangan
H_0	29,522	1,966	0,00	Ditolak
H_a				Diterima

Sumber: Data Olahan SPSS 25, Tahun 2022

Berdasarkan tabel 19, Menginformasikan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga disimpulkan Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara promosi terhadap minat masyarakat memilih bank syariah di kota pekanbaru. Hal ini didukung dengan nilai t hitung = 29,522 > t tabel = 1,966

dan nilai signifikansi sebesar 0,00 lebih kecil dari 0,05. Nilai t tabel didapat dari distribusi nilai t untuk $df = n - k - 1; \alpha/2 = 383 - 1 - 1; 0,05/2 = 381; 0,025 = 1,966$.

c. Analisis Koefisien Korelasi

Koefisien korelasi bertujuan untuk menentukan keeratan hubungan/korelasi antar variabel tersebut, jenis hubungan antar variabel X dan Y dapat bersifat positif atau negatif. Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka berkorelasi dan jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka tidak berkorelasi. Dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 20 : Hasil uji koefisien korelasi

Correlations			
		Promosi (X)	Minat (Y)
Promosi (X)	Pearson Correlation	1	.834**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	383	383
Minat (Y)	Pearson Correlation	.834**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	383	383

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Data Olahan SPSS 25, Tahun 2022

Berdasarkan tabel di atas maka diperoleh nilai koefisien korelasi antara Promosi dengan minat adalah sebesar 0,834. Nilai tersebut memiliki hubungan Antara promosi dengan minat masyarakat yaitu positif. Hal ini juga menunjukkan hubungan yang searah dari dua variabel, dimana kenaikan satu variabel akan berpengaruh pada kenaikan variabel lain dan sebaliknya dengan memiliki nilai $0,000 < 0,05$ maka kedua variabel berkorelasi. Interpretasi

antara variabel X dan variabel Y memiliki interpretasi Kolerasi tinggi atau akurat.

KK= koefisien korelasi

Interaksi	KK (R)	Keterangan
Minat(Y) * Promosi(X)	0,834	korelasi tinggi atau akurat

Sumber: Data Olahan, Tahun 2022

d. Analisis koefisien determinasi R²

Analisis koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui besar kecilnya kontribusi yang diberikan oleh variabel bebas X terhadap variabel terikat Y. Nilai kontribusi dinyatakan dengan nilai R *square* dikali 100%.

Tabel 21 : Koefisien determinasi R *square*
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.834 ^a	.696	.695	1.74907

a. Predictors: (Constant), Promosi (X)

b. Dependent Variable: Minat (Y)

Sumber: Data Olahan SPSS 25, Tahun 2022

Berdasarkan tabel 21, Memberikan informasi nilai R *square* adalah sebesar 0,696, artinya variabel terikat promosi mampu menjelaskan 69,6% variabel minat masyarakat, sedangkan 30,4% sisanya dijelaskan oleh variabel lain.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini bermaksud untuk mengungkapkan pengaruh promosi perbankan syariah dikecamatan bukit raya kota Pekanbaru terhadap minat masarakat memilih bank syariah.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif yang menganalisis data secara statistik dengan menggunakan analisis regresi sederhana, untuk mengukur pengaruh Antara variabel X terhadap variabel Y dan proses perhitungan data menggunakan spss versi 25

Berdasarkan hasil perhitungan persamaan regresi linear sederhana diketahui bahwa variabel promosi (X) memiliki nilai koefisien korelasi positif, yang menunjukkan adanya arahan yang positif atau hubungan searah dari variabel promosi perbankan syariah (X) dengan variabel minat (Y). maka dapat disimpulkan jika promosi lebih sering dilakukan maka minat masyarakat untuk bergabung pun semakin tinggi dan sebaliknya jika promosi jarang dilakukan maka minat masyarakat pun semakin rendah. Hasil Uji koefisien determinasi menunjukkan 69,6 %, maka promosi perbankan syariah mempengaruhi minat masyarakat sebesar 69,6 % , sedangkan sisanya 30,4 % dipengaruhi oleh variabel lainnya selain variabel promosi perbankan syariah

Hasil penelitian ini membuktikan terdapat pengaruh promosi perbankan syariah terhadap minat masyarakat memilih bank syariah yang dibuktikan dari hasil uji T (Persial) dengan nilai T_{hitung} sebesar $29,522 > T_{tabel}$ sebesar 1,96 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka terdapat pengaruh signifikansi variabel promosi perbankan syariah (X) dengan variabel minat (Y) , dan dinyatakan bahwa H_0 ditolak

dan H_1 diterima. Jadi dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif dan signifikan promosi terhadap minat masyarakat dalam memilih bank syariah.

Dari hasil analisis di atas yang pertama penulis melakukan pengujian signifikan atau uji persial antara promosi terhadap minat, pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh promosi perbankan syariah terhadap minat masyarakat memilih bank syariah dikecamatan bukit raya kota pekanbaru. Dari pengujian tersebut dapat diketahui terdapat pengaruh yang signifikan antara pengaruh promosi perbankan syariah terhadap minat masyarakat memilih bank syariah dikecamatan bukit raya kota pekanbaru,

Penelitian ini diperkuat dengan penelitian yang terdahulu tentang pengaruh variabel promosi terhadap minat masyarakat memilih bank syariah, oleh Enin Nur'aeni (2013). Menunjukkan bahwa promosi perbankan syariah berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam memilih bank syariah, hasil ini ditunjukkan melalui uji signifikasi distribusi student diperoleh $t = 2,591$ dan harga t table dengan taraf kesalahan 5% atau tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$) diperoleh $t_{table} = 2,011$ berarti t hitung lebih besar dari t table ($2,591 > 2,011$). Artinya terdapat pengaruh positif antara promosi yang dilakukan (X) terhadap minat masyarakat (Y). dan koefisien determinasi yang disesuaikan ($adjusted R^2$) adalah 0,104, artinya minat masyarakat terhadap perbankan syariah hanya 10,4% saja yang dipengaruhi oleh promosi, sedangkan 89,6% dipengaruhi factor lain.

Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Suryadi Afdilla (2021) tentang Pengaruh Promosi dan Pengetahuan tentang perbankan syariah terhadap minat masyarakat memilih bank syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai F

hitung 6,863 lebih besar dari F tabel 3,20 artinya secara simultan variabel promosi (X1), Pengetahuan (X2), Berpengaruh secara signifikan Terhadap minat masyarakat memilih PT. Bank Aceh Syariah. Secara parsial, promosi (X1) nilai t hitung sebesar 2,021 dan pengetahuan masyarakat (X2) Nilai hitung 3,084 menunjukkan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat memilih PT. Bank Aceh Syariah disarankan untuk meningkatkan promosi dan sosialisasi tentang perbankan syariah.

Dari penelitian menurut Anas Alhifni (2017) tentang pengaruh media promosi perbankan syariah terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dilihat dari nilai F hitung yaitu 34,301 sedangkan nilai F tabel 3,89. Karena $F_{hitung}(34,301) > F_{tabel}(3,89)$ maka H1, H2, H4 diterima dengan nilai signifikan 0,000 menunjukkan seluruh variabel X dapat mempengaruhi variabel Y. dan dilihat dari nilai R squarenya 0,893 menjelaskan bahwa variabel X1, X2, X3, berpengaruh terhadap variabel minat menabung Y sebesar 8,93% dan sisanya dipengaruhi variabel lain.

Dapat disimpulkan apabila variabel promosi mengalami kenaikan, variabel minat juga mengalami kenaikan. Maka variabel promosi perbankan syariah berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat masyarakat memilih bank syariah

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian, analisis maupun pengujian yang sudah dilakukan tentang pengaruh promosi perbankan syariah terhadap minat masyarakat memilih bank syariah dikecamatan bukit raya kota pekanbaru, maka dapat ditarik kesimpulan bawah Promosi perbankan syariah dapat mempengaruhi minat masyarakat dalam memilih bank syariah, semakin sering promosi dan sosialisasi dilakukan maka semakin tinggi pula minat masyarakat terhadap perbankan syariah agar menjadikan bank syariah lebih meningkat dari tahun ketahunnya. Dan diperkuat juga dengan hasil analisis yang dilakukan sebagai berikut:

Dari hasil uji persial diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pengaruh promosi terhadap minat masyarakat memilih bank syariah. Sedangkan dari hasil koefisien kolerasi menyatakan ada hubungan tinggi atau kuat antara promosi terhadap minat. Hasil uji koefisien determinasi nilai $R^2 = 0,696$, artinya variabel terikat promosi mampu menjelaskan 69,6% variabel minat masyarakat, sedangkan 30,4% sisanya dijelaskan oleh variabel lain.

B. Saran

Beberapa saran yang dapat penulis berikan diantaranya sebagai berikut :

1. Perusahaan harus sering melakukan promosi atau berkerja sama dengan nasabahnya agar terciptanya ketertarikan antara masyarakat baikpun nasabahnya, untuk lebih memasyarakatnya perbankan syariah ini dan lebih dimengerti oleh masyarakat awam akan perbankan syariah.

2. Perusahaan harus memperkut alat promosi lainnya selain promosi penjualan dan iklan yaitu seperti penjualan peroragan , hubungan masyarakat, penjualan tatap muka dan mengadakan secara khusus.
3. Perusahaan haris dan juga harus menambah inovasi-inovasi baru dalam promosinya agar dapat lebih menarik ataupun mempertahankan nasabahnya untuk lebih memilih bank syariah.
4. Untuk Penelitian selanjutnya, agar dapat memperluas cakupan lokasi penelitian, menambah variabel penelitian dan menambahkan metode analisis data untuk memperkuat serta keakuratan penelitian.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Basir, Cik. 2009. *Penyelesaian Sengketa Perbankan Syariah*. Prenada Media Group. Jakarta.

Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. PT. Glora Aksara Pratama. Jakarta.

Huda, Nurul. 2017. *Pemasaran Syariah*. PT Kharisma Putra Utama. Jakarta

Jahja, Yudrik. 2011. *Psikologi Pengembangan*. Prenadamedia Group. Jakarta

Kasmir. 2017. *Manajemen Perbankan*. PT Rajagrafindo Persada. Jakarta.

lee, Monle & Johnson, Carla. 2004. *Prinsip-prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif*. PT Kencana Prenada Media Group. Jakarta.

Macmud, Amir.(2002). *Bank Syariah*. Erlangga. Jakarta

Miftah. (2020). *Budaya Bisnis Muslim Jambi Dalam Perspektif Kearifan Lokal*. Ahlimedia Press. Malang.

Muhamad, 2014. *Manajemen Dana Bank Syariah*. PT Rajagrafindo persada. Jakarta.

Noor, Juliansyah.(2011). *Metodologi Penelitian*. Kharisma Putra Utama. Jakarta.

Rusby, Zulkifli. 2017. *Manajemen Perbankan Syariah*. Pusat Kajian Pendidikan Islam FAI UIR. Pekanbaru.

Siregar, Syofian.(2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pranadamedia Group, Jakarta.

Sugiyono. (2013) *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta. Bandung.

Surajiyo. (2020). *Penelitian Sumber Daya Manusia*. CV Budi Utama. Yogyakarta.

Suryani. (2015). *Metode Riset Kuantitatif*. Prenadamedia Group. Jakarta.

Syahputra, Edy. (2020). *Snowball Throwing Tingkatan Minat Dan Hasil Belajar*. Haura Publishing. Sukabumi.

Usman, Rachmadi. (2012). *Aspek Hukum Perbankan Syariah di Indonesia*. PT Sinar Grafika. Jakarta.

Kuncoro, Mudrajad. (2007) *Metode Kuantitatif*. Unit Penerbit dan Pencetakan (UPP) STIM YKPN. Yongyakarta.

Laut, made mertha jaya. (2020) *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Anak Hebat Indonesia . Yogyakarta

Purwaningsih. (2020) *Pranata Sosial Dalam Kehidupan Masyarakat*, Alprin, Jakarta.

Nisfiannoor, Muhammad. (2009) *Pendekatan Statistik Moder*, Salemba Humanika, Jakarta

Gunawan Ce, (2019). *Regresi Linear Tutorial SPSS* , Skripsi Biasa. Sukabumi.

Pristanti, Heldina & Wulansari, Kristi. (2021) *Pengaruh Pembelajaran Daring Terhadap Prestasi Mahasiswa Di Era Pandemic Covid 19*. CV Literasi Nusantara Abadi.

Nurdin & Hartati, Sri. (2019) *Metodologi Penelitian Sosial*. Media Sahabat Cendekia Pondok Maritim Indah. Surabaya.

Siregar, Syofian. (2013) *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. PT Bumi Aksara, Jakarta.

Bungin, Burhan. (2005). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Prenadamedia Group, Jakarta.

Yusup, Muri. (2014). *Metode Penelitian*, Kencana. Jakarta.

Skripsi :

Hanafi, Muhammad. (2018) *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Minat Siswa Memilih Pondok Pesantren Al-Munawwarah Pekanbaru*. Universitas Islam Riau

Rahmayanti, Anita (2018) *Pengaruh Promosi Terhadap Minat Nasabah Dalam Melakukan Transaksi Di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kepajej* . University Of Muhammadiyah Malang

Nur'aeni, Enin. (2013). *Pengaruh Promosi Perbanka Syariah Terhadap Minat Masyarakat Memilih Perbankan Syariah Di Desa Singawada Kecamatan Rajagaluh Kabupaten Majalengka*. Institusi Agama Islam Negeri IAIN Syekh Hurjati Cirebon.

Arista, Riri. (2021) *Analisis Pengaruh Promosi dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Pada KSP Syariah BMT BEEMASS Cabang Ngrambe Di Kab Ngawi*, Institut Agama Islam Negeri Ponogoro.

Jurnal :

Afdillah, Suryadi. (2021) Pengaruh Promosi Dan Pengetahuan Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Masyarakat Memilih Perbankan Syariah . *Jurnal Ekonomi Islam dan Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah aceh*, Vol. 1, No.1, 41

Alhifni, Anas. (2017) Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah, *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 5, N. 1, 2017, 87-89.

Tindow, Mohammad iman & A. Mekel, Peggy. (2014) Disiplin Kerja Motivasi Dan Kompensasi Pengaruhnya terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Bank Sulut Cabang Calaca. *Jurnal EMBA*, Vol.2 no.2 , 1594-1606

Nuraini, Putri Dkk. (2021) Analisis Religiusitas Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Kota Pekanbaru. *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance*, Vol.4 No.2, 514

Media Massa :

Pekanbaru.go.id. *Gambaran Umum Kecamatan bukit raya kota pekanbaru.*

Diakses Pada Tanggal 26 Januari 2022. Melalui <http://repository.uin-suska.ac.id>

Pekanbaru.go.id. Kecamatan Bukit Raya. Diakses Pada Tanggal, Melalui <http://www.pekanbaru.go.id>.

