

BAB V

PEMBAHASAN

A. Pengaruh Variabel Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Kecamatan Boyolangu Menabung di Bank Syariah.

Berdasarkan analisis hasil uji t (parsial) menunjukkan tidak adanya pengaruh variabel pengetahuan terhadap minat masyarakat Kecamatan Boyolangu menabung di perbankan syariah. Pengetahuan memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan. Artinya meskipun terdapat kenaikan dari pengetahuan masyarakat mengenai produk tabungan di perbankan syariah tidak akan mempengaruhi keputusan masyarakat dalam minat menabung.

Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Kotler,¹⁰¹ dalam bukunya pengetahuan adalah suatu perubahan dalam perilaku suatu individu yang berasal dari pengalaman. Informasi yang didapat seseorang dapat mendorong atau mempengaruhinya dalam memilih sesuatu produk.

Pengetahuan masyarakat Kecamatan Boyolangu mengenai sistim bagi hasil dan terbebas dari unsur riba tidak mampu menarik minat dari masyarakat. Keberadaan perbankan konvensional jauh lebih eksis dari pada perbankan syariah. Meskipun mayoritas masyarakat Kecamatan Boyolangu beragama Islam, akan tetapi masyarakat juga menyadari keberadaan perbankan konvensional yang memberikan benefit lainnya pada masyarakat. Masyarakat

¹⁰¹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Prenhalindo, 2000), hal 401

Boyolangu berpersepsi bahwa unsur kesukarelaan dan sama-sama ikhlas ini diyakini dapat mengurangi sifat ribawi yang merugikan. Selain itu kemudahan dari teknologi *mobile banking* dari perbankan konvensional sekarang mulai menjamu semenjak pandemi covid-19. Apalagi pada saat ini peranan teknologi yang terus meningkat, menuntut masyarakat untuk bertransaksi dengan mudah serta cepat melalui *e-mobile banking*. Pengetahuan tentang kelebihan produk yang terbebas dari riba masih belum mampu mempengaruhi masyarakat untuk menabung di perbankan syariah. Terdapat faktor lainnya yang mempengaruhi masyarakat dalam minat menabung di perbankan syariah.

Kendati demikian hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian dari Suprihati dkk¹⁰² dengan hasil yang menyatakan bahwa pengetahuan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat untuk menabung di koperasi syariah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian Suprihatin dkk, dapat mendukung hasil dari penelitian ini.

Selanjutnya hasil penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Anis Setiyani dan Anis Choiriyah. Yang mengatakan bahwa faktor pengetahuan produk berpengaruh positif signifikan terhadap minat menjadi nasabah di bank Syariah, dengan tingkat pengetahuan yang rendah, maka akan semakin tinggi minat menjadi nasabah.¹⁰³

Pengetahuan konsumen juga memberikan dampak dalam keputusan masyarakat untuk memilih suatu model jasa tertentu dalam memenuhi

¹⁰² Suprihati dkk, "Pengaruh Religiusitas, Budaya, Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Koperasi Syariah", *Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, Vol 7, No 1, 2021

¹⁰³ Anis Setiyani, *Pengaruh pengetahuan Produk, Kualitas Produk, religiusitas dan Brand lLoyalty terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah dengan Citra Perusahaan sebagai Variabel Intervening*, (skripsi: IAIN Salatiga, 2018)

kebutuhan atau keinginan yang tersedia, beserta dengan penggunaan jasa yang mengeluarkan jasa tersebut. Namun demikian dibalik pengetahuan yang dimiliki oleh masyarakat terdapat persepsi serta faktor lain yang bisa mempengaruhi masyarakat Kecamatan Boyolangu untuk tidak memilih produk menabung di perbankan syariah. Peran dari masyarakat Kecamatan Boyolangu sebagai penganut agama Islam harus ditingkatkan baik terhadap umat Islam sendiri maupun masyarakat non Islam. Semua pihak harus berperan, namun peran ulama dan penggiat di bidang agama Islam sangat penting sehingga masyarakat Islam lebih memahami bagaimana muamalah yang baik sesuai syariah Islam.

Tidak adanya pengaruh pengetahuan terhadap minat masyarakat Kecamatan Boyolangu menabung di perbankan syariah, hal ini karena meskipun masyarakat Kecamatan Boyolangu mengetahui dasar hukum riba dan keberadaan perbankan syariah, maupun pengetahuannya tentang produk perbankan syariah lainnya beberapa masyarakat lebih tertarik pada perbankan konvensional yang memakai sistem bunga dengan dalil kerelaan atau keikhlasan.

Berdasarkan pemaparan tersebut dapat disimpulkan bahwa pengetahuan masyarakat Kecamatan Boyolangu terhadap produk tabungan di perbankan syariah tidak dapat mempengaruhinya untuk memiliki minat dalam menabung. Meskipun terdapat kenaikan pengetahuan dari masyarakat namun masih belum bisa mempengaruhi naiknya minat menabung di perbankan syariah. Dengan demikian perlunya ditingkatkan eksistensi dari perbankan syariah dan

menanamkan nilai nilai keislaman serta memperhatikan faktor lain yang mungkin mempengaruhi masyarakat Kecamatan Boyolangu terhadap minat menabung di Perbankan Syariah.

B. Pengaruh Variabel Gaya Hidup Terhadap Minat Masyarakat Kecamatan Boyolangu Menabung di Bank Syariah.

Berdasarkan analisis data dan pengujian hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel gaya hidup terhadap variabel minat menabung masyarakat Kecamatan Boyolangu. Gaya hidup dari masyarakat Kecamatan Boyolangu memiliki pengaruh positif signifikan, artinya apabila gaya hidup masyarakat Kecamatan Boyolangu semakin tinggi maka akan meningkatkan minat dari masyarakat Kecamatan Boyolangu dalam menabung di perbankan syariah. Namun sebaliknya apabila gaya hidup dari masyarakat Kecamatan Boyolangu rendah maka akan menurunkan minat dari masyarakat Kecamatan Boyolangu dalam menabung di perbankan syariah.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori Mowen dan Minor,¹⁰⁴ bahwa pola hidup seseorang yang diekspresikan dalam aktivitas, minat dan opininya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang yang berinteraksi dengan lingkungannya. Oleh sebab itu sebagai pelaku pasar senantiasa harus

¹⁰⁴ Jhon. C. Mowen dan Michael Minor, *Perilaku Konsumen: Jilid 1 Ed.13* (Jakarta: Erlangga, 2012), hal. 282

dapat beradaptasi terhadap selera ataupun keputusan membeli pelanggan atas produk atau jasa yang dihasilkan.

Gaya Hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diungkapkan dalam kegiatan, minat dan pendapat seseorang. Gaya hidup melukiskan keseluruhan seseorang tersebut yang berinteraksi dengan lingkungannya. Orang-orang yang berasal dari sub kultur kelas sosial, dan pekerjaan yang sama mungkin saja mempunyai gaya hidup yang berbeda.¹⁰⁵

Konsep gaya hidup masyarakat Kecamatan Boyolangu dapat dilihat dari sub kultur sosial yang terjadi di masyarakat yang hemat jauh dari kata hedonisme akan mempengaruhinya minatnya menabung di perbankan syariah. Gaya hidup masyarakat Kecamatan Boyolangu mengikuti perkembangan zaman dan teknologi. Semakin eksis lembaga keuangan syariah di masyarakat maka masyarakat akan membandingkan dengan realitas sosial yang kemudian diwujudkan kedalam tindakan memilih produk tabungan bank syariah.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian oleh Rahel dkk,¹⁰⁶ diperoleh hubungan gaya hidup mahasiswa Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Sam Ratulangi stambuk 2016 sampai 2019 yang kost adalah, Gaya hidup yang positif, bertanggung jawab, berprinsip, mandiri, seperti melakukan aktivitas kuliah sambil memiliki pekerjaan sampingan, membeli barang sesuai kebutuhan menggunakan teknologi untuk kebutuhan kuliah, menggunakan fasilitas kamar kost yang sederhana, penampilan yang

¹⁰⁵ Kotler, *Manajemen Pemasaran*,..., hal 236

¹⁰⁶ Rahel dkk, "Gaya Hidup terhadap Minat Menabung Mahasiswa Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas SAM Ratulangi", *Jurnal Holistik*, Vol. 13, No. 2, 2020

sederhana, tidak mudah terpengaruh oleh lingkungan luar dan tidak mengikuti gaya hidup hedonisme dan konsumerisme.

Selanjutnya penelitian ini juga sejalan dengan temuan penelitian terdahulu yakni penelitian oleh Daulay dan Handayani,¹⁰⁷ hasil penelitian menunjukkan Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berbelanja pada aplikasi Lazada.

Masyarakat Kecamatan Boyolangu memilih untuk menyimpan sebagian uang yang dimilikinya untuk keperluan di masa mendatang. Pada masa pandemi seperti ini beberapa masyarakat lebih memilih untuk berhemat untuk mengantisipasi kejadian-kejadian yang mungkin terjadi di masa depan. Gaya hidup hemat yang dilakukan oleh masyarakat dapat memicu seseorang untuk lebih berhati-hati dalam memilih produk tabungan di suatu perbankan. Hidup hemat merupakan mengelola masalah keuangan dengan pengaturan sesuai dengan keinginan dengan cara menabung dan tidak langsung menghabiskan seluruh uang yang ia punya.

Maka dapat disimpulkan bahwa gaya hidup masyarakat Kecamatan Boyolangu berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di perbankan syariah. Dengan adanya gaya hidup masyarakat yang hemat dan menghargai nilai mata uang maka semakin meningkatkan minat menabung di perbankan syariah. Konsep gaya hidup masyarakat Kecamatan Boyolangu yang terjadi di masyarakat jauh dari kata hedonisme akan mempengaruhinya minatnya menabung di perbankan syariah.

¹⁰⁷ Raihanah Daulay dan Susi Handayani, "Pengaruh Gaya Hidup dan Kepribadian Terhadap Minat Belanja Online Melalui Aplikasi Lazada", *Jurnal Ekonomi*, Vol. 1. No.1, 2021

C. Pengaruh Variable Pendapatan Terhadap Minat Masyarakat Kecamatan Boyolangu Menabung di Bank Syariah.

Berdasarkan analisis data dan pengujian hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel pendapatan terhadap variabel minat menabung masyarakat Kecamatan Boyolangu. Pendapatan dari masyarakat Kecamatan Boyolangu memiliki pengaruh positif signifikan, artinya apabila pendapatan masyarakat Kecamatan Boyolangu semakin tinggi maka akan meningkatkan minat dari masyarakat Kecamatan Boyolangu dalam menabung di perbankan syariah. Namun sebaliknya apabila pendapatan dari masyarakat Kecamatan Boyolangu rendah maka akan menurunkan minat dari masyarakat Kecamatan Boyolangu dalam menabung di perbankan syariah.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori Makaliwe bahwa tingkat pendapatan juga merupakan penentu dalam pengambilan keputusan minat menjadi nasabah bank syariah. Dalam ilmu ekonomi, tabungan dapat dicari dengan cara mengurangi pendapatan dengan konsumsi.¹⁰⁸

Pendapatan disposibel yang diterima rumah tangga sebagian besar akan digunakan untuk konsumsi, sedangkan sisanya digunakan untuk ditabung. Pendapatan digunakan untuk dua tujuan yaitu untuk pengeluaran konsumsi (membeli barang dan jasa) dan ditabung (di institusi keuangan). Pada pendapatan yang tinggi, tidak semua pendapatan yang diterima digunakan

¹⁰⁸ John Maynard Keynes, *Teori Umum Mengenai Kesempatan Kerja, Bunga dan Uang* terj. Willem

H. Makaliwe (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2001), hal. 48.

untuk konsumsi. Sebagian pendapatan tersebut akan ditabung. Dengan demikian maka konsumsi dan tabungan besar ditentukan oleh pendapatan.¹⁰⁹

Rata rata masyarakat Kecamatan Boyolangu berprofesi sebagai pedagang dan petani. Bagi masyarakat yang memiliki tingkat ekonomi menengah keatas, menyetorkan uang untuk ditabung bukan lagi hal yang sulit. Berbeda dengan masyarakat yang memiliki ekonomi rendah, menyetorkan uang untuk kebutuhan masa depan adalah hal yang sulit untuk dilakukan karena kebutuhan primer sehari-hari dan beban keluarga yang harus di tanggung.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Bukhari dkk,¹¹⁰ menunjukkan bahwa adanya pengaruh signifikan pendapatan terhadap minat menabung bagi warga RW 07 Kampung KB Marga Mulya Bekasi Utara.

Selanjutnya penelitian oleh Nisa,¹¹¹ data menunjukkan bahwa variabel pendapatan secara parsial berpengaruh terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah. Apabila pendapatan uang saku bulanan mahasiswa naik maka akan mempengaruhi minat mahasiswa dalam menabung.

Dalam penelitian ini pendapatan yang dimaksud adalah segala bentuk pemasukan dan pengeluaran yang diterima setiap bulannya oleh seorang responden dalam mencukupi kebutuhan sehari hari. Tingkat pengeluaran konsumsi dan minat menabung masyarakat Kecamatan Boyolangu erat

¹⁰⁹ Sadono Sukirno, *Makroekonomi Modern Perkembangan Pemikiran dari Klasik hingga Keynesian Baru*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), hal 97

¹¹⁰ Eri Bukhari, dkk, "Pengaruh Tingkat Pendidikan dan Pendapatan terhadap Minat Menabung (Studi Kasus pada warga 07 Kampung KB Marga Mulya Bekasi Utara)", *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, Vol. 17, No 1, e-ISSN 2775-9326, Mei 2021

¹¹¹ Khoirun Nisa, *Analisis Pengaruh Tingkat Pendapatan dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah*, Skripsi (Lampung: UIN Raden Intan Lampung, 2018)

kaitannya dengan perencanaan keuangan. Jika dalam kehidupan seseorang memberi proporsi pembiayaan untuk investasi, proteksi, perencanaan hari tua dan distribusi kekayaan, maka dapat diindikasikan perencanaan keuangan keluarga telah dilakukan. Masyarakat Kecamatan Boyolangu sudah banyak yang mengenal dan melakukan perencanaan keuangan dengan cara menyisihkan uag yang mereka miliki untuk ditabung.

Maka dapat disimpulkan bahwa pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di perbankan syariah. Semakin tinggi pendapatan masyarakat serta sikap perencanaan keuangan keluarga yang di menejerial dengan baik maka masyarakat Kecamatan Boyolangu akan semakin memiliki minat dalam menabung di perbankan syariah.

D. Pengaruh Variable Kepribadian Terhadap Minat Masyarakat Kecamatan Boyolangu Menabung di Bank Syariah.

Berdasarkan analisis data dan pengujian hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel kepribadian terhadap variabel minat menabung masyarakat Kecamatan Boyolangu. Kepribadian dari masyarakat Kecamatan Boyolangu memiliki pengaruh positif signifikan, artinya apabila kepribadian masyarakat Kecamatan Boyolangu semakin tinggi maka akan meningkatkan minat dari masyarakat Kecamatan Boyolangu dalam menabung di perbankan syariah. Namun sebaliknya apabila kepribadian dari masyarakat Kecamatan Boyolangu rendah

maka akan menurunkan minat dari masyarakat Kecamatan Boyolangu dalam menabung di perbankan syariah.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori Kotler,¹¹² bahwa kepribadian merupakan karakteristik psikologis unik seseorang yang menghasilkan tanggapan-tanggapan yang relatif konsisten dan menetap terhadap lingkungannya.

Setiadi,¹¹³ dalam bukunya memaparkan bahwa keputusan seseorang pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi, yang terdiri dari usia dan tahap daur-hidup pembeli, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup serta kepribadian dan konsep diri pribadi pembeli. Faktor pribadi bisa di definisikan sebagai karakteristik psikologis yang dimiliki oleh individu yang berbeda dengan individu lainnya, yang menyebabkan tanggapan yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan yang berguna dalam menganalisis keputusan pembelian konsumen terhadap sebuah produk.

Setiap individu dalam kelompok masyarakat mempunyai kepribadian yang khas dan ini akan mempengaruhinya dalam minat menabung di Perbankan Syariah. Kepribadian mengacu pada karakteristik psikologis yang unik yang menimbulkan tanggapan relatif konstan terhadap lingkungannya sendiri. Masyarakat Kecamatan Boyolangu yang memiliki konsep diri dengan persepsi, cara pandang maupun motif produk perbankan syariah berhubungan

¹¹² Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid 2 edisi ke 13*,..., hal 217

¹¹³ Nugroho Setiadi, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, (Jakarta: Kencana, 2010), Hal. 13

erat dengan perilakunya pada urusan duniawi akan cenderung memilih perbankan syariah sebagai tempat untuk menyimpan uang yang mereka miliki.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Andespa,¹¹⁴ yang menunjukkan bahwa kepribadian yang dimiliki oleh masyarakat Sumatera Barat berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabungnya di bank syariah. Dengan maksud lain kepribadian berpengaruh secara nyata (signifikan) terhadap minat menabung nasabah di bank syariah.

Selanjutnya penelitian ini juga sejalan dengan Daulay dan Handayani,¹¹⁵ kepribadian secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berbelanja. Besarnya pengaruh kepribadian terhadap minat menabung adalah berarti apabila kepribadian dan konsep diri nasabah ditingkatkan sebesar satu satuan variabel, maka minat menabung nasabah akan meningkat.

Masyarakat Kecamatan Boyolangu memiliki ekspektasi yang tinggi terhadap produk perbankan yang mereka gunakan khususnya produk tabungan di perbankan syariah. Masyarakat Kecamatan Boyolangu lebih tertarik dengan perbankan yang memiliki produk yang sesuai dengan keinginan mereka. Masyarakat lebih mementingkan urutan kepentingan kebutuhan fisiologis, rasa aman, sosial serta rasa aman akan mempengaruhinya minatnya menabung di perbankan syariah. Aspek kepribadian yang ada dalam individu secara tidak langsung akan mempengaruhinya dalam memilih produk. Semakin tinggi eksistensi dari perbankan syariah akan mempengaruhi pola pikir, persepsi

¹¹⁴ Roni Andespa, "Pengaruh Faktor Kepribadian terhadap Minat menabung Nasabah di Bank Syariah", *Jurnal: Lembaga Keuangan dan Perbankan*, Vol. 2, No. 2, 2017

¹¹⁵ Raihanah Daulay dan Susi Handayani, "Pengaruh Gaya Hidup dan Kepribadian Terhadap Minat Belanja Online Melalui Aplikasi Lazada", *Jurnal Ekonomi*, Vol. 1. No.1, 2021

maupun motif serta cara pandangnya terhadap minat masyarakat untuk mempercayai dan menggunakan perbankan syariah sebagai tempat menyimpan dana yang dimilikinya.

Maka dapat disimpulkan bahwa kepribadian dari masyarakat Kecamatan Boyolangu berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di perbankan syariah. Hal ini karena eksistensi dari perbankan syariah dapat mempengaruhi cara pikir, persepsi maupun motif dari individu untuk mempercayakan pengelolaan danya yang dimilikinya serta menggunakan produk tabungan di perbankan syariah.

E. Pengaruh Variable Promosi Terhadap Minat Masyarakat Kecamatan Boyolangu Menabung di Bank Syariah.

Berdasarkan analisis data dan pengujian hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel promosi terhadap variabel minat menabung masyarakat Kecamatan Boyolangu. Promosi dari masyarakat Kecamatan Boyolangu memiliki pengaruh positif signifikan, artinya apabila promosi yang dilakukan pihak perbankan syariah semakin tinggi maka akan meningkatkan minat dari masyarakat Kecamatan Boyolangu dalam menabung di perbankan syariah. Namun sebaliknya apabila promosi dari pihak perbankan syariah rendah maka akan menurunkan minat dari masyarakat Kecamatan Boyolangu dalam menabung di perbankan syariah. Variabel promosi memiliki pengaruh paling tinggi dari pada variabel lainnya yang diteliti dalam penelitian ini.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori Gitosudarmo,¹¹⁶ dengan diadakannya kegiatan promosi maka masyarakat dapat mengetahui apa saja yang diberikan dan disediakan oleh bank serta menambah minat masyarakat untuk menabung. Dalam kegiatan promosi setiap bank berusaha mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung. Tanpa promosi nasabah tidak akan mengenal produk perbankan.

Promosi merupakan sebuah komunikasi yang memberikan penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasanya. Dengan tujuan untuk memperoleh perhatian dan meyakinkan calon nasabahnya.¹¹⁷

Masyarakat masih banyak yang tidak mengetahui secara utuh tentang tentang perbedaan bank syariah dengan bank konvensional, produk di bank syariah dan sistem di bank syariah itu sendiri. Maka dari itu diperlukan adanya sosialisasi oleh pihak bank kepada masyarakat. Semakin sering pihak perbankan melakukan komunikasi, sosialisasi yang berimbang pada promosi dan penawaran mengenai kelebihan yang dimiliki produknya maka masyarakat akan tertarik untuk menggunakan produk tabungan tersebut.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Afdilla,¹¹⁸ menunjukkan bahwa secara parsial, promosi memiliki nilai t hitung

¹¹⁶ I Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran Edisi Pertama*, (Yogyakarta: BPFE, 2000), hal 150

¹¹⁷ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta:Rajawali Pers,2015) hal 197

¹¹⁸ Suryadi Afdilla, "Pengaruh Promosi dan Pengetahuan Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Masyarakat Memilih Bank Syariah", *Jurnal JEIPS*, Vol. 1 No. 1, 2021

sebesar 2,021 lebih besar dari t tabel, berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat memilih PT. Bank Aceh Syariah.

Selanjutnya penelitian oleh Mirza,¹¹⁹ promosi memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan kartu kredit sebesar 10,1%. Variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat memakai kartu kredit. Promosi adalah kombinasi strategi yang paling baik dari variabel-variabel periklanan, penjualan personal, dan sebagainya yang semuanya itu direncanakan untuk mencapai tujuan program penjualan.

Promosi memiliki peranan penting untuk menyampaikan informasi mengenai produk bank syariah khususnya tabungan sehingga minat masyarakat Kecamatan Boyolangu untuk menabung. Semakin tinggi promosi yang dilakukan oleh pihak perbankan syariah terhadap masyarakat Kecamatan Boyolangu maka akan berpengaruh pada minat masyarakat untuk menggunakan produk tabungan di perbankan syariah.

Maka dapat disimpulkan bahwa promosi yang dilakukan pihak perbankan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat Kecamatan Boyolangu di perbankan syariah. Dengan adanya promosi di kalangan masyarakat Kecamatan Boyolangu maka masyarakat akan mencerna informasi yang dimilikinya sehingga mempengaruhi minat menabung di perbankan syariah. Promosi membantu masyarakat memahami produk tabungan yang dimiliki perbankan syariah.

¹¹⁹ Mirza, "Pengaruh Promosi, Motivasi, Gaya Hidup, Personal Selling Terhadap Minat Menggunakan Kartu Kredit", *Jurnal EBIS*, Vol. 19. NO. 1, 2020

F. Pengaruh Pengetahuan, Gaya Hidup, Pendapatan, Kepribadian dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat Kecamatan Boyolangu Menabung di Bank Syariah.

Berdasarkan analisis data dan pegujian hipotesis yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini, dengan menggunakan uji F menunjukkan hasil analisis regresi secara simultan didapatkan bahwa pengetahuan, gaya hidup, pendapatan, kepribadian dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat Kecamatan Boyolangu menabung di Bank Syariah.

Hasil tersebut sesuai dengan teori Menurut Kotler,¹²⁰ faktor yang mempegaruhi minat nasabah dalam menghimpun dana di bank syariah dapat dipengaruhi oleh: pengetahuan, gaya hidup, pendapatan, kepribadian dan promosi.

Minat merupakan suatu kondisi yang terjadi apabila berhubungan dengan keinginan atau kebutuhan sendiri, dengan kata lain ada kecenderungan apa yang dilihat dan diamati seseorang adalah sesuatu yang berhubungan dengan keinginan dan kebutuhan seseorang tersebut. Minat pada seseorang akan suatu objek atau hal tertentu tidak akan muncul dengan sendirinya secara tiba-tiba dalam diri individu. Minat dapat timbul pada diri seseorang melalui proses. Dengan adanya perhatian dengan interaksi dengan lingkungan maka minat tersebut dapat berkembang. Banyak faktor yang mempengaruhi minat seseorang akan hal tersebut. Faktor-faktor yang

¹²⁰ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid 2 edisi ke 13*, (Jakarta: Erlangga, 2008), hal 217

mempengaruhi minat yaitu pengetahuan, pengalaman, dan informasi. Selain itu, ada tiga faktor yang mempengaruhi timbulnya minat yaitu dorongan dari dalam, motif sosial, dan faktor emosional atau perasaan.¹²¹

Minat merupakan rasa suka atau tertarik terhadap suatu hal atau aktifitas seseorang yang mendorongnya untuk melakukan sesuatu kegiatan. Masyarakat Kecamatan Boyolangu mengekspresikan minat melalui diskripsi aktifitas dan keinginan mereka pada suatu objek. Bank syariah yang beroperasi menggunakan konsep syariah yang bebas dari unsur bunga juga harus mampu menonjolkan kelebihan yang dimiliki sehingga masyarakat tertarik menggunakan produk tersebut.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Andespa,¹²² diperoleh hasil bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah dalam mengambil keputusan menabung di bank syariah adalah usia dan siklus hidup, keyakinan dan sikap, motivasi, kepribadian dan konsep diri, gaya hidup, pembelajaran, persepsi, kelompok acuan, kelas sosial, peran dan status, produk, harga, promosi, distribusi, budaya dan keluarga.

Minat menabung pada dasarnya adalah ketertarikan terhadap produk yang ditawarkan oleh perbankan. Masyarakat Kecamatan Boyolangu membutuhkan tempat untuk menyimpan uang yang dimilikinya secara amanah. Sehingga masyarakat Kecamatan Boyolangu mencari perbankan yang sesuai dengan kriteria yang dimilikinya. Pihak perbankan syariah perlu

¹²¹ Darmadi, *Pengembangan Model dan Metode Pembelajaran dalam Dinamika Belajar Siswa*, (Yogyakarta: Deepublish, 2017), Hal. 307

¹²² Roni Andespa, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung di Bank Syariah", *Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*, Vol 2 No 2, 2017

untuk memenuhi kebutuhan tersebut agar nasabah dapat terus menggunakan dan mempercayai perbankan syariah. Minat dari masyarakat Kecamatan Boyolangu tidak muncul dengan sendirinya di dalam diri individu. Minat yang ada di masyarakat Kecamatan Boyolangu terhadap produk tabungan perbankan syariah timbul karena adanya prosen. Masyarakat Kecamatan Boyolangu akan mencerna segala bentuk informasi maupun sosialisasi mengenai kelebihan dari produk tabungan dari perbankan syariah.

Berdasarkan pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa secara bersama sama variabel pengetahuan, gaya hidup, pendapatan, kepribadian dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat Kecamatan Boyolangu menabung di perbankan syariah. Minat dari masyarakat tidak timbul secara tiba-tiba, perlu adanya dorongan seperti informasi kelebihan dan kelemahan produk dari perbankan syariah, persepsi terhadap perbankan syariah serta pengetahuan, pengalaman, dan informasi.