

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pengetahuan

1. Pengertian Pengetahuan

Pengetahuan (*knowledge*) adalah bagian yang esensial dari eksistensi manusia, karena pengetahuan merupakan buah dan aktivitas berfikir yang dilakukan manusia berfikir (*nathiqiyyah*) merupakan differensia (*al-fashl*) yang memisahkan manusia dari semua *genus* lainnya, yaitu seperti hewan. Masalah pengetahuan manusia telah menjadi polemic yang cukup panjang di kalangan para filosof baik dari dunia barat ataupun dari dunia islam. Dalam bahasa arab padanan pengetahuan adalah *al-irfan*. Pengetahuan manusia berasal dari Allah memberi pengetahuan kepada nabi Adam a.s dan mengajari manusia apa-apa yang tidak diketahuinya dengan kalam, yang diketahui oleh manusia karena kehendak allah, manusia dilahirkan tanpa ilmu atau tidak mengetahui sesuatu pun, diberi-Nya pendengaran penglihatan agar memperoleh ilmu dengan melihat kenyataan dan diberinya hati atau akal agar memperoleh ilmu dengan penalaran atau proses memahami.¹⁸ Menurut Soekidjo, pengetahuan merupakan hasil dan ini terjadi setelah orang melakukan penginderaan terhadap suatu obyek tertentu, penginderaan terjadi melalui panca indera penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan raba. Sebagian besar pengetahuan manusia diperoleh

¹⁸ Nasution Ahmad Taufik, "*Filsafat Ilmu Hakikat Mencari Pengetahuan*", (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2016) Hal 3

melalui mata dan telinga. Sedangkan menurut Djaali pengetahuan merupakan salah satu factor kognitif yang merupakan kemampuan menghafal, mengingat sesuatu atau melakukan pengulangan sesuatu informasi yang sudah diresapi atau ditangkap, namun menurut Anas pengetahuan adalah kemampuan seseorang untuk mengingat kembali kejadian-kejadian yang sudah pernah dialami, tanpa mengharapkan kemampuan untuk menggunakannya. Dari beberapa definisi dapat disimpulkan bahwa pengetahuan adalah kemampuan yang dimiliki manusia untuk menangkap, mengingat, mengulang, menghasilkan informasi sehingga otak akan bekerja dan menyimpan informasi tersebut di dalam memori.¹⁹ Pengetahuan adalah informasi yang telah diinterpretasikan oleh seseorang dengan menggunakan sejarah, pengalaman, dan skema interpretasi yang dimilikinya²⁰. Pengetahuan adalah informasi yang disimpan di dalam ingatan²¹, pengetahuan yang dalam kaitannya dengan preferensi nasabah adalah berkaitan erat dengan pengetahuan konsumen, pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa.²²

Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa seseorang akan mencari informasi tentang suatu hal yang membuatnya tertarik, kumpulan

¹⁹ Josia Sanchaya Hendrawan, Hani Sirine, *Pengaruh Sikap Mandiri, Motivasi, Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB UKSW Konsentrasi Kewirausahaan)*, Journal of Innovation and Entrepreneurship, Vol. 02, No. 03, September 2017, Hal 298

²⁰ Nurul Indarti, et al. *Manajemen Pengetahuan: Teori dan Praktik*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2014, Hal 14

²¹ Sopiah dan Etta Mamang Sangaji, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013), Hal 43

²² Ratih Hurriyati, *Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, (Bandung: CV Alfabets, 2005), Hal 84

informasi yang di dapatkan akan menjadi pengetahuan baru yang dimilikinya, dan tidak menutup kemungkinan pengetahuan yang dimilikinya akan menimbulkan prefensi pada suatu hal tersebut. Contohnya seorang calon nasabah tahu tentang informasi tentang suatu bank tersebut dahulu, informasi tentang produk bank tersebut, dan bagaimana cara mendapatkan dan menggunakan produk bank tersebut.

2. Jenis Pengetahuan

Menurut Engle, Blackwell dan Minarad dikutip dari buku Ujang Sumarwan membagi pengetahuan konsumen menjadi tiga macam, yaitu pengetahuan produk, pengetahuan pembelian dan pengetahuan pemakaian.²³

a. Pengetahuan Produk

Mowen, menyatakan bahwa pengetahuan produk adalah kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk, pengetahuan ini meliputi kategori produk, merk, terminology produk, atribut atau fitur produk, harga produk, dan kepercayaan mengenai produk.²⁴ Menurut Olson pada beberapa produk, konsumen dapat memiliki pengetahuan mengenai model, tingkatan pengetahuan produk secara lebih nyata, sebuah model merupakan contoh spesifik dari sebuah merek yang memiliki satu atau lebih sebuah fitur atau atribut yang membuatnya unik.²⁵ Setiap perbankan syariah pasti juga memiliki produk unik atau produk unggulannya sendiri-sendiri. Dengan begitu konsumen akan mudah memilih dengan

²³ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), Hal. 148

²⁴ John C. Mowen dan Michael M, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Erlangga, 2008), Hal. 148

²⁵ Paul Peter Jerry Olson, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, (Jakarta: Salemba Empat, 2017), Hal. 68

adanya pengetahuan produk-produk beragam dalam setiap perbankan syariah.

Menurut Ujang konsumen akan merasakan dua jenis manfaat setelah mengkonsumsi sebuah produk, yaitu manfaat fungsional dan manfaat psikososial. Manfaat fungsional adalah manfaat yang dirasakan oleh seorang konsumen secara fisiologis, sedangkan manfaat psikososial adalah aspek psikologis (perasaan, emosi, dan mood) dan aspek social (persepsi konsumen terhadap bagaimana pandangan orang lain terhadap dirinya) yang dirasakan konsumen setelah mengkonsumsi suatu produk.²⁶ Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa pengetahuan tentang produk akan memberikan informasi kepada konsumen mengenai suatu produk yang akan digunakan, bagaimana spesifikasinya, dan apa manfaat yang ada dalam suatu produk tersebut setelah digunakan.

b. Pengetahuan Pembelian

Menurut Nitisusastro pengetahuan pembelian terdiri atas pengetahuan mengenai cara membeli dan pengetahuan saluran distribusi. Pengetahuan pembelian mencakupi bermacam potongan informasi yang dimiliki konsumen yang berhubungan dengan pemerolehan produk.²⁷ Dalam hal ini konsumen dalam membeli produk dan jasa sebuah perusahaan pasti akan mencari informasi lokasi dari perusahaan tersebut setelah itu memilih produk memilih produk ataupun jasa perusahaan yang cocok dengan keinginan konsumen yang membelinya. Dari definisi

²⁶ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen...*, Hal. 152

²⁷ Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan*, (Bandung: alfabets, 2012), Hal. 169

tersebut dapat disimpulkan bahwa pengetahuan pembelian dapat memberikan informasi kepada konsumen tentang bagaimana seorang konsumen bisa mendapatkan suatu produk dan yang dia inginkan.

c. Pengetahuan Pemakaian

Pengetahuan pemakaian adalah pengetahuan mengenai manfaat produk jika konsumen menggunakan atau mengonsumsi produk tersebut.²⁸ Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa pengetahuan pemakaian adalah pengetahuan dimana suatu produk, agar produk tersebut bisa memberikan manfaat yang maksimal dan kepuasan yang tinggi kepada konsumen, maka konsumen harus bisa menggunakan atau mengonsumsi produk tersebut dengan benar. Karena kesalahan yang dilakukan oleh konsumen dalam menggunakan suatu produk maka konsumen tidak akan menemukan kepuasan dan produk tidak berfungsi dengan baik.

3. Faktor yang Mempengaruhi Pengetahuan

a. Menurut Notoatmojo factor-faktor yang mempengaruhi pengetahuan cukup beragam, adapun faktor yang mempengaruhi pengetahuan antara lain :

1. Usia

Usia memepengaruhi daya tangkap dan pola piker seseorang, semakin bertambahnya usia akan semakin berkembang pula daya

²⁸ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen...*, Hal. 120

tangkap dan pola pikirnya, sehingga pengetahuan yang diperoleh semakin membaik.

2. Intelegensi

Intelegensi diartikan sebagai suatu kemampuan untuk belajar dan berfikir secara abstrak guna menyesuaikan diri secara mental dalam situasi baru. Intelegensi merupakan salah satu factor yang mempengaruhi hasil dari proses belajar seseorang, sehingga perbedaan intelegensi akan berpengaruh pula terhadap tingkat pengetahuan.

3. Pengalaman

Pengalaman dapat diperoleh dari pengalaman pribadi maupun dari pengalaman orang lain, pengalaman ini merupakan suatu cara untuk memperoleh kebenaran suatu pengetahuan.

4. Pendidikan

Pendidikan dapat membawa wawasan atau pengetahuan seseorang, secara umum orang yang berpendidikan tinggi akan mempunyai wawasan yang lebih luas dibandingkan dengan seseorang yang tingkat pendidikannya rendah.

5. Lingkungan

Lingkungan adalah segala sesuatu yang ada di sekitar individu, baik lingkungan fisik, biologis, maupun social. Lingkungan berpengaruh terhadap proses masuknya pengetahuan ke dalam individu yang berada dalam lingkungan tersebut, hal ini terjadi karena

adanya interaksi timbal balik ataupun tindak yang akan direspon sebagai pengetahuan oleh setiap individu.²⁹

b. Menurut Sukmadinata, terdapat beberapa hal yang mempengaruhi pengetahuan yaitu:

1. Pendidikan

Pendidikan merupakan sebuah proses perubahan sikap dan tata laku seseorang atau kelompok dan juga usaha untuk mendewasakan manusia melalui upaya pengajaran dan pelatihan, maka jelas dapat kita kerucutkan bahwa sebuah visi pendidikan yaitu mencerdaskan manusia.

2. Lingkungan

Lingkungan berpengaruh terhadap proses masuknya pengetahuan kedalam individu yang berada pada lingkungan tersebut.

3. Pengalaman

Pengalaman merupakan sebuah kejadian atau peristiwa yang pernah dialami oleh seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya.³⁰

Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa ada banyak factor yang memepengaruhi pengetahuan baik itu dari factor internal (factor usia, intelegensi, dan pengalaman) ada juga factor dari luar yaitu pendidikan dan lingkungan.

²⁹ Notoatmodjo, S, *Metodologi Penelitian Kesehatan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hal 23

³⁰ Sukmadinata, Nana Syodih, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Rosdakarya, 2007), hal 12

B. Pendapatan

1. Pengertian Pendapatan

Dalam kamus besar Bahasa Indonesia pendapatan adalah hasil kerja yang telah dilakukan (usaha atau sebagainya), sedangkan dalam kamus manajemen pendapatan adalah uang yang diterima oleh perorangan, perusahaan atau organisasi lainnya dalam bentuk gaji, upah, sewa, bunga, komisi, ongkos, dan laba dari kegiatan tersebut. Pendapatan dengan ilmu ekonomi teoritis adalah hasil yang diterima, baik berupa uang maupun lainnya atas penggunaan kekayaan (jasa manusia), dijelaskan pula bahwa pendapatan adalah hasil dari penjualan factor-faktor produksi yang dimilikinya kepada sector produksi, selain itu pendapatan adalah uang yang diterima dan diberikan kepada subjek ekonomi berdasarkan potensi-potensi yang diserahkan yaitu pendapatan berupa profesi yang dilakukan sendiri atau perorangan dan pendapatan dari kekayaan, besarnya pendapatan seseorang tergantung pada jenis pekerjaannya. Pendapatan dalam istilah akuntansi terdapat perbedaan pengertian antara pendapatan dan penghasilan, menurut PSAK 23 tentang pendapatan, penghasilan didefinisikan dalam kerangka dasar penyusunan dan penyajian laporan keuangan sebagai peningkatan manfaat ekonomi selama suatu periode tertentu dalam bentuk pemasukan atau penambahan aktiva atau penurunan kewajiban yang

menyebabkan kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi penanaman modal.³¹

Menurut Suroto teori pendapatan adalah seluruh penerimaan baik berupa uang maupun berupa barang yang berasal dari pihak lain maupun dari hasil industri yang dinilai atas dasar sejumlah uang dari harta yang berlaku saat itu. Pendapatan merupakan sumber penghasilan seseorang untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan sangat penting artinya bagi kelangsungan hidup dan penghidupan seseorang secara langsung maupun tidak langsung, pendapatan terdiri atas upah, gaji, sewa, deviden, keuntungan dan merupakan suatu arus yang diukur dalam jangka waktu tertentu misalnya: seminggu, sebulan, setahun atau jangka waktu yang lama. Arus pendapatan tersebut muncul sebagai akibat karena adanya jasa produktif yang mengalir dari masyarakat ke pihak bisnis yang berarti bahwa pendapatan harus didapatkan dari aktifitas produktif.³² Menurut Sadono Sukino pendapatan adalah penghasilan yang diterima tanpa memberikan suatu kegiatan apapun yang diterima oleh suatu Negara.³³ Sedangkan menurut Mardiasmo pendapatan dengan definisi yang lebih luas merupakan setiap tambahan kemampuan ekonomis yang diterima atau diperoleh wajib pajak, baik berasal dari dalam negeri ataupun dari luar negeri yang dapat

³¹ Muhamad Sarifudin, *Pembiayaan Musyarakah dalam Meningkatkan Pendapatan Nasabah di BPRS*, (Yogyakarta: CV Bintang Pustaka Madani, 2021) hal 48-49

³² Rio Cristoper, Rosmiati Chodijah dan Yunisvita, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pekerja Wanita Sebagai Ibu Rumah Tangga*, Jurnal Ekonomi Pembangunan, Vol. 15 No. 1, Juni 2017, hal 38

³³ Sadono Sukino, *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Pancasila, 2008), hal 384

dipakai untuk konsumsi atau menambah kekayaan wajib pajak yang bersangkutan dengan nama dan bentuk apapun.³⁴

Menurut Mardiasmo yang termasuk pendapatan adalah:

1. Imbalan atau penggajian yang berkenaan dengan pekerjaan atau jasa, pendapatan yang tergolong imbalan yaitu gaji, upah, honorarium, komisi, bonus, uang pensiun, undian, dan lain-lain.
2. Hadiah dapat berupa uang ataupun barang yang berasal dari pekerjaan, undian, penghargaan dan lain-lain.
3. Laba usaha merupakan pendapatan yang berasal dari laba usaha adalah pendapatan yang didapat dari selisih penjualan barang dengan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk membuat barang tersebut, yang termasuk biaya-biaya antara lain: biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya penjualan dan lain-lain.
4. Keuntungan karena penjualan, pendapatan yang berasal dari keuntungan karena penjualan adalah pendapatan yang didapat dari selisih penjualan barang dan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan barang tersebut, yang termasuk biaya-biaya antara lain: biaya transportasi, biaya tenaga kerja, biaya penjualan dan lain-lain.
5. Penerimaan kembali pembayaran pajak yang telah dibebankan sebagai biaya, hal tersebut terjadi karena kesalahan perhitungan pajak yang telah dilakukan.

³⁴ Mardiasmo, *Perpajakan*, (Yogyakarta: Andi, 2003), hal 109

6. Bunga dari pengembalian utang kredit. Setiap kelebihan pengembalian piutang dari jumlah uang yang dipinjamkan kepada orang lain termasuk pendapatan.
7. Deviden dan pembagian Sisa Hasil Usaha (SHU). Pembagian laba perusahaan ataupun koprasi yang sebanding dengan modal yang ditanamkan juga termasuk pendapatan.
8. Royalty merupakan pendapatan yang diterima dari balas jasa terhadap hak cipta yang digunakan oleh orang lain.
9. Sewa merupakan pemindahan hak guna dari hak milik kepada orang lain dalam kurun waktu yang telah ditentukan.
10. Penerimaan atau pembayaran berkala.³⁵

Pendapatan sangat berpengaruh bagi keseluruhan hidup perusahaan, semakin besar pendapatan yang diperoleh maka semakin besar kemampuan perusahaan untuk membiayai segala pengeluaran dan kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan oleh perusahaan. Selain itu pendapatan juga berpengaruh terhadap laba rugi perusahaan yang tersaji dalam laporan laba rugi, maka pendapatan adalah darah kehidupan bagi suatu perusahaan.

2. Jenis-Jenis Pendapatan

Teori million friedman dalam Mankiw bahwa pendapatan masyarakat dapat digolongkan menjadi dua, yaitu pendapatan permanen dan pendapatan sementara. Pendapatan permanen dapat diartikan pendapatan yang selalu diterima pada periode tertentu dan dapat diperkirakan sebelumnya, sebagai

³⁵ Mardiasmo, *Perpajakan*, (Yogyakarta: Andi, 2003), hal 110

contoh adalah pendapatan, upah, dan gaji. Pendapatan sementara yaitu pendapatan yang tidak bias diperkirakan sebelumnya, menurut PSAK No. 23 tahun 2018, pendapatan adalah arus kas masuk bruto dari manfaat ekonomi yang timbul dari aktivitas normal entitas selama suatu periode jika arus masuk tersebut mengakibatkan kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi penanaman modal.³⁶ Soekartawi pendapatan akan mempengaruhi banyaknya barang yang dikonsumsi, bahwa sering kali dijumpai dengan bertambahnya pendapatan, maka barang yang dikonsumsi bukan saja bertambah tapi juga kualitas barang tersebut ikut menjadi perhatian. Dapat disimpulkan bahwa tingkat pendapatan mempengaruhi tingkat konsumsi masyarakat, hubungan antara pendapatan dan konsumsi merupakan suatu hal yang sangat penting dalam berbagai permasalahan ekonomi, namun kenyataannya menunjukkan bahwa pengeluaran konsumsi meningkat dengan naiknya pendapatan dan sebaliknya jika pendapatan menurun, maka pengeluaran untuk konsumsi juga ikut menurun, sehingga tinggi rendahnya pengeluaran sangat tergantung kepada kemampuan seseorang dalam mengelola pendapatan.

Pendapatan dibedakan menjadi dua jenis yaitu pendapatan bersih dan pendapatan kotor, perbedaan dari dua jenis tersebut yaitu pendapatan bersih yaitu pendapatan pedagang setelah dikurangi biaya pengeluaran selama berdagang, sedangkan pendapatan kotor merupakan pendapatan pedagang sebelum dikurangi biaya pengeluaran selama

³⁶ Usman, *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Driver Go-Ride Masa Pandemi Covid Di Gorontalo*, E-Journal, Vol. 27, No. 1, Juli 2021, hal 37

berdagang. Berdasarkan cara memperolehnya pendapatan dibedakan menjadi beberapa macam yaitu: pendapatan upah, usaha pribadi, dan pendapatan dari usaha lain. Pendapatan berupa gaji merupakan pendapatan seseorang yang diperoleh dari perusahaan karena telah melakukan pekerjaan. Usaha pribadi diperoleh dari kegiatan pengusaha atau pedagang yang menawarkan hingga menjual barang dan jasa kepada konsumen.³⁷ Usaha lain yaitu pendapatan yang diperoleh seseorang tanpa harus meluangkan waktu untuk bekerja seperti menyewakan kios, ruko, dan lainnya, memperoleh keuntungan dari simpanan di bank, hingga mendapatkan dari pensiunan.

Secara garis besar pendapatan digolongkan menjadi tiga golongan yaitu:

- 1) Gaji dan upah. Imbalan yang diperoleh setelah orang tersebut melakukan pekerjaan untuk orang lain yang diberikan dalam waktu satu hari, satu minggu maupun satu bulan.
- 2) Pendapatan dari usaha sendiri yaitu penerimaan yang didapat dari hasil produksi usaha yang dimiliki seseorang atau anggota keluarga dan tenaga kerja dari anggota keluarga sendiri dengan tidak memperhitungkan biaya sewa kapital.
- 3) Pendapatan dari usaha lain yaitu pendapatan yang didapat tanpa melakukan kerja dan pendapatan tersebut biasanya pendapatan

³⁷ Budi Prayitno, Renta Yusti, *Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Saat Pandemi Covid-19 di Kota Surabaya*, Jurnal Media Mhardika Vol. 19, No. 2, Januari 2021, hal 194

sampingan, misalnya hasil dari menyewakan rumah, kios dan lain-lain.³⁸

3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan

Menurut Boediono faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan adalah sebagai berikut:

- a. Jumlah faktor-faktor produksi yang dimiliki yang bersumber pada hasil-hasil tabungan tahun ini dan variasi atau pembelian.
- b. Harga per unit dari masing-masing faktor produksi, harga ini ditentukan oleh penawaran dan permintaan dipasar faktor produksi.
- c. Hasil kegiatan oleh anggota keluarga sebagai pekerjaan sampingan.³⁹

Berdasarkan pernyataan Sukirno, bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan adalah perbedaan corak permintaan dan penawaran dalam berbagai jenis pekerjaan, perbedaan jenis pekerjaan, kemampuan, keahlian, pendidikan, pertimbangan bukan uang, mobilitas tenaga kerja, dan beberapa faktor geografis dan institusional.⁴⁰

Adapun factor-faktor yang mempengaruhi pendapatan adalah sebagai berikut:

- a. Kesempatan kerja yang tersedia. Semakin banyak kesempatan kerja yang tersedia berarti semakin banyak penghasilan yang bias diperoleh dari hasil kerja tersebut.

³⁸ Ferry Christian Ham, dkk, *Analisis Pengakuan Pendapatan dan Beban pada PT Bank Perkreditan Rakyat Prisma dan Manado*, Jurnal Riset Akuntansi Going Concern 2018, hal 629-630

³⁹ Boediman, *Pengantar Ekonomi*, (Jakarta: Erlangga, 2002), hal 150

⁴⁰ Budi Prayitno, Renta Yusti, *Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Saat Pandemi Covid-19 di Kota Surabaya*, Jurnal Media Mhardika Vol. 19, No. 2, Januari 2021, hal 195

- b. Kecakapan dan keahlian. Dengan bekalkecakapan dan keahlian yang tinggi akan dapat meningkatkan efisiensi dan efektifitas yang pada akhirnya berpengaruh pula terhadap penghasilan.
- c. Motivasi. Motivasi atau dorogan juga mempengaruhi jumlah penghasilan yang didapat, semakin besar dorongan seseorang untuk melakukan pekerjaan, semakin besar pula penghasilan yang diperoleh.
- d. Keuletan bekerja. Pengertian keuletan dapat disamakan dengan ketekunan, keberanian untuk menghadapi segala macam tantangan
- e. Banyak sedikitnya modal yang digunakan. Besar kecilnya usaha yang dilakukan seseorang sangat dipengaruhi oleh besar kecilnya modal yang digunakan.⁴¹

C. Lokasi

1. Pengertian Lokasi

Keputusan yang dibuat oleh perusahaan tentang lokasi berkaitan dengan operasi dan stafnya akan ditempatkan, dan lokasi merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi, dalam hal ini berhubungan dengan cara penyampaian jasa kepada konsumen dan dimana lokasi yang strategis. Menurut Kurniawan dan Krismonita lokasi berarti berhubungan dengan dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan

⁴¹ I Komang Adi Antara, Luh Putu Aswitari, *Beberapa Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima di Kecamatan Denpasar Barat*, E-Jurnal EP Unud, vol. 5, No. 11, November 2016, hal 1265

operasi.⁴² Menurut Gery lokasi menunjukkan berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk menjadikan produknya dapat diperoleh dan tersedia bagi konsumen, menurut Tarinda dan Zaini lokasi merupakan tempat dimana suatu jenis usaha atau bidang usaha yang akan dijalankan. Pemilihan lokasi mempunyai fungsi yang strategis karena dapat menentukan tercapainya tujuan badan usaha. Lokasi sangat berpengaruh terhadap dimensi-dimensi pemasaran strategis, seperti fleksibilitas, manajemen permintaan, dan fokus strategik. Berdasarkan pendapat para ahli, dapat disimpulkan bahwa lokasi merupakan tempat dimana perusahaan menjalankan usahanya dan juga menjadi factor penting dalam menentukan keberhasilan suatu usaha.⁴³ Dalam membuka usaha ada banyak faktor yang harus diperhatikan, lokasi adalah faktor terpenting. Memilih lokasi yang tepat merupakan prioritas terpenting bagi pelaku bisnis karena lokasi adalah keputusan yang permanen hingga bisnis tersebut berakhir, kunci pentingnya adalah jangkauan yang mudah, terlihat dari berbagai arah dan memiliki jumlah pengunjung yang tinggi yang melewati lokasi tersebut. Apabila ketiga hal tadi dipadukan dengan pengunjung yang merupakan target pasar kita, maka akan menghasilkan lokasi yang ideal. Tantangannya adalah mengkoordinasikan factor-faktor yang kritis untuk menghadapi resiko yang terjadi, tidak ada lokasi yang tidak memiliki resiko, maka penting bagi kita

⁴² Aditya Sasabila Akbar, Dera Liana Ningrum, dkk, *Pengaruh Lokasi, Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli pada Konsumen Kopi Ketje Lampung*, Jurnal Ekobis Dewantara, Vol. 4, No. 1, Januari 2021, hal 42

⁴³ Hendrison, Nur Elfi Husda, *Pengaruh Kulaitas Pelayanan, Lokasi dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Asuransi Reliance Indonesia*, Jurnal Magisma, Vol. VIII, No. 1, 2020, hal 36

untuk memotivasi pemegang saham, mengambil keputusan dan operation team untuk membuat strategi di awal usaha dalam menghadapi resiko. Pola dari jumlah pengunjung, kebiasaan berbelanja, sensitivitas terhadap harga dan kompetisi sekitarnya dapat memperkuat maupun melemahkan tingkat keberhasilan kita dalam memilih lokasi usaha.⁴⁴

2. Prinsip Memilih Lokasi

Prinsip-prinsip yang harus dipertimbangkan dalam memilih lokasi suatu bisnis adalah:

- a. Daerah perdagangan yang cukup potensial.
- b. Tempat mudah dijangkau.
- c. Mempunyai potensi pertumbuhan.
- d. Terletak dalam arus bisnis.
- e. Ada daya tarik yang kuat.
- f. Berada dalam lalulintas lancar, dan persaingan kecil.

Menurut (Tarinda & Zaini, 2018: 90) dalam mengukur sebuah lokasi usaha, beberapa hal yang diperhatikan adalah:

- a. Akses dengan item kondidi.
- b. Visibilitas dengan item strategis dan terlihat jelas.
- c. Lalu lintas dengan item kepadatan dan lokasi ramai.
- d. Tempat parker dengan item luas dan aman.⁴⁵

Secara internal, strategi perusahaan, ketersediaan modal, karakteristik jaringan lokasi yang ada dan strategi pertumbuhan perusahaan akan

⁴⁴ L. Sally Maitimu, *Bagaimana Memilih Lokasi Usaha yang Tepat*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia, 2017), hal 17

⁴⁵ Ibid, hal 36

mempengaruhi keputusan dalam pengambilan lokasi. Secara eksternal strategi-strategi lokasi para pesaing juga memiliki dampak. Factor-faktor tersebut bisa disintesis ke dalam sebuah kerangka kerja untuk kebijakan penempatan lokasi, ada empat fase untuk membuat keputusan menentukan sebuah lokasi usaha:

1. Tentukan factor-faktor keberhasilan kritis perusahaan, tingkat pentingnya orientasi global dan peranan pendukung produksi yang diperlukan, langkah pertama dalam pembuatan strategi lokasi adalah dengan meneliti bagaimana perusahaan tersebut bersaing, langkah kedua adalah memprediksi evolusi industry dalam persyaratan pasar global, langkah ketiga adalah peninjauan ulang terhadap hambatan-hambatan internal yang bisa membatasi kemampuan perusahaan untuk mengimplementasikan strategi lokasi yang optimal khususnya ketersediaan sumber modal investasi dan menejerial.⁴⁶

Langkah terakhir dalam fase ini adalah dengan melakukan sintesis terhadap dampak semua factor tersebut pada semua strategi produksi. Hasil dari fase pertama adalah sebuah penilaian yang komprehensif terhadap dasar persaingan perusahaan dan kemampuan produksi untuk mendukung manfaat yang kompetitif.

2. Berikan penilaian terhadap pilihan-pilihan bagi konfigurasi produksi regional, pertimbangan akses pasar, manajemen resiko, karakteristik permintaan konsumen dan dampak teknologi produksi pada skala

⁴⁶ Jefri Heridiansyah, Dwi Prawani Sri Rejeki, *Dinamika Baru Pemilihan Lokasi Bagi Perusahaan Ritel Dengan Sistem Franchise*, Jurnal STIE Semarang, Vol. 8, No. 02, Juni 2016, hal 52-53

perusahaan. Langkah pertama adalah memberikan penilaian terhadap persyaratan akses politik dan pasar, untuk menghindari tarif dan batasan nontarif lainnya, langkah berikutnya adalah memberikan penilaian terhadap tingkatan pasar regional, penilaian resiko dan pilihan-pilihan untuk mengaturnya mencakup pemrediksian pergerakan angka pertukaran dan perkembangan angka scenario pada produk sourcing. Langkah ketiga menentukan karakteristik permintaan regional level homogenitas dalam persyaratan konsumen yang melewati sebuah wilayah, ukuran permintaan di setiap Negara dan prediski untuk perkembangan yang akan datang, tujuannya adalah untuk meningkatkan kemampuan perusahaan dalam melayani permintaan dalam satu poin dalam sebuah wilayah versus manfaat sumber-sumber yang berlipat ganda. Langkah terakhir adalah menciptakan dampak teknologi produksi pada skala perusahaan dalam rangka menentukan jangkauan parameter produksi, seperti jumlah lokasi yang potensial disetiap wilayah, jangkauan volume produksi dan kapasitas untuk setiap tahap produksi.

3. Tentukan sejumlah potensi yang potensial, terutama berdasarkan infrastruktur yang cukup mendukung strategi-strategi bisnis dan produksi. Langkah pertama dalam fase ini adalah memberikan penilaian terhadap metodologi produksi untuk setiap lokasi, penilaian ini akan mendikte permintaan akan tenaga kerja, basis supplier yang diperlukan dan persyaratan jaringan transportasi/komunikasi. Langkah kedua adalah meneliti, pada basis pro forma, tingkatan perkembangan infrastruktur

bsgi setiap pilihan lokasi yang luas. Hasil dari fase ini adalah evaluasi yang sangat detail terhadap lokasi-lokasi khusus yang memiliki infrastruktur cukup untuk mempertahankan dasar kompetisi perusahaan.

4. Urutkan biaya-biaya yang paling efektif dengan menggunakan analisis kuantitatif tentang pilihan lokasi yang masih ada, serta tentukan cara pengoperasian. Setelah menentukan jangkauan lokasi dengan infrastruktur yang sesuai, begitu juga dengan jangkauan potensial aktivitas untuk setiap lokasi, maka perusahaan perlu membuat ukuran fasilitas, lokasi-lokasi yang spesifik, aliran produk dari sumber ke pasar, dan sourcing serta lokasi produk dan proses-proses khusus. Model yang berbasis computer sebaiknya digunakan untuk merinci jaringan produksi.⁴⁷

D. Minat Menabung

1. Pengertian Minat Menabung

Minat adalah kecenderungan seseorang untuk melakukan sesuatu perbuatan. Misalnya, minat untuk mempelajari atau melakukan sesuatu (dalam Mulyasa, E 2004: 39).⁴⁸ Ciri umum minat adalah adanya perhatian yang besar, memiliki harapan yang tinggi, berorientasi pada keberhasilan mempunyai kebanggaan, kesediaan untuk berusaha dan mempunyai pertimbangan yang positif, keberadaan minat merupakan factor utama bagi pengembangan bakat, karena tanpa minat bakat tidak akan melakukan

⁴⁷ Ibid, hal 54-56

⁴⁸ Tim Pengembang Ilmu Pendidikan, *Ilmu dan Aplikasi Pendidikan*, PT Imperial Bhakti Utama, 2017, hal 63

sesuatu sekalipun kita tidak berbakat, sebaliknya berbakat tanpa minat akan sulit mengembangkan bakat tersebut. Bakat seseorang akan berpengaruh pada minat, minat dalam kamus bahasa Indonesia yaitu kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah, keinginan. Minat merupakan sifat yang relative menetap pada diri seseorang, minat sangat besar sekali pengaruhnya terhadap kegiatan seseorang sebab dengan minat seseorang akan melakukan sesuatu yang diminatinya, sebaliknya jika tanpa minat seseorang akan melakukan sesuatu tidak dengan keinginannya sendiri atau minatnya. Minat adalah seberapa besar seseorang merasa suka/tertarik atau tidak suka/mengabaikan kepada suatu rangsangan, atau dorongan kuat bagi seseorang untuk melakukan segala sesuatu yang menjadi keinginannya. Minat merupakan factor yang dapat mengarahkan bakat dan keberadaannya merupakan factor utama dalam pengembangan/pengoptimalan bakat.

Kata minat lebih menggambarkan motivasi yang mempengaruhi perhatian, berfikir dan berprestasi, minat dapat dibedakan menjadi:

1. Minat pribadi, yaitu ciri pribadi individu yang relative stabil, minat pribadi ditunjukan pada suatu kegiatan atau topic yang spesifik, misalnya minat pada music, kesenian, ilmu pengetahuan, computer, olah raga dan lain-lain.
2. Minat situasional, yaitu minat yang ditumbuhkan oleh kondisi atau factor lingkungan, misalnya peran pendidikan formal, informasi yang diperoleh melalui buku, internet atau televise.

3. Minat sebagai keadaan psikologis, yaitu bila seseorang memiliki penilaian yang tinggi untuk suatu kegiatan dan pengetahuan yang tinggi terhadap kegiatan tersebut.⁴⁹

Minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah, keinginan sedangkan berminat diartikan sebagai mempunyai (menaruh) minat, kecenderungan hati kepada, ingin (akan). Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap ssuatu. Menurut Mahfudz Shalahuddin minat adalah perhatian yang mengandung unsur-unsur perasaan, sementara itu menurut Soeganda Poerbakawatja dan Harahap, minat diartikan kesediaan jiwa yang sifatnya aktif untuk menerima sesuatu dari luar.⁵⁰

The Liang Gie memberikan pengertian yang paling mendasar tentang minat, minat artinya sibuk, tertarik, serta terlibat dalam suatu kegiatan karena menyadari pentingnya kegiatan itu. Selain itu Agus Sujanto memberikan pengertian tentang minat, minat adalah sesuatu pemusatan perhatian yang tidak disengaja yangb terlahir dengan kemauannya dan yang tergantung dari bakat dan lingkungannya. Dari beberapa pengertian minat menurut para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa minat adalah suatu pemusatan perhatian yang mengandung unsur-unsur perasaan, kesenangan, kecenderungan hati, keinginan yang tidak

⁴⁹ Muhamad Uyun & Idi Warsah, *Psikologi Pendidikan*, (Yogyakarta:CV Budi Utama, 2012), hal 161

⁵⁰ Andi Achru P, *Pengembangan Minat Belajar Dalam Pembelajaran*, Jurnal Idaarah, Vo.; III, No. 2 Desemeber 2019, hal 20

disengaja yang sifatnya aktif untuk menerima sesuatu dari luar (lingkungan).⁵¹

Menabung adalah kegiatan yang dianjurkan dalam islam, karena dengan menabung berarti seorang muslim mempersiapkan diri untuk pelaksanaan dan perencanaan dimasa yang akan datang sekaligus untuk menghadapi untuk hal-hal yang tidak diinginkan.⁵² Maka dengan itu berarti dalam islam memerintahkan umat muslim untuk menabung guna untuk mempersiapkan masa yang akan datang dan untuk mempersiapkan hal-hal yang tidak diinginkan. Dari penjelasan tersebut, dapat diartikan bahwa minat menabung sebagai tindakan seseorang yang memiliki kecenderungan dengan jelas dan yakin untuk melaksanakan atau melakukan perencanaan keuangannya dari sebagian pendapatan yang didapat untuk ditabung guna untuk mempersiapkan dimasa yang akan datang.

2. Faktor yang Membentuk Minat

Menurut Astuti, minat merupakan suatu keinginan yang timbul dari diri sendiri tanpa adanya paksaan dari orang lain untuk mencapai satu tujuan.⁵³ Minat menabung diasumsikan sebagai minat beli merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian, minat menabung dapat dikatakan sebagai minat beli konsumen atau keputusan seorang konsumen

⁵¹ Andi Achru P, *Pengembangan Minat Belajar Dalam Pembelajaran*, Jurnal Idaarah, Vol. III, No. 2, Desember 2019. Hal 207

⁵² Muhamad Syafii Antonio, *Bank Syariah Dari Teori dan Praktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2009), cetakan 15, hal 153

⁵³ Tri Astuti, *Pengaruh Persepsi Nasabah tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung Nasabah*, Jurnal Nominal, Vol. II, No. I, 2013, hal 5

untuk menjadi nasabah disuatu bank.⁵⁴ Berdasarkan uraian tersebut, menurut Suswandari dalam Rizky dan Yasin minat beli dapat dilihat dari indicator berikut:⁵⁵

1. Attention atau perhatian, yaitu perhatian calon konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh produsen.
2. Interest yang ditawarkan, ketertarikan calon konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh produsen.
3. Desire atau keinginan, keinginan calon konsumen untuk memiliki produk yang ditawarkan oleh produsen.
4. Action atau aksi, yaitu calon konsumen melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan.

Menurut Ferdinand minat beli dapat didefinisikan melalui indicator-indikator sebagai berikut:⁵⁶

1. Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli suatu produk.
2. Minat refensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain. Dengan artian seseorang akan menyarankan atau merekomendasikan produk yang sedang dipakai kepada orang lain.

⁵⁴ Sayyidatul Magfiroh, *“Pengaruh Religiusitas, Pendapatan dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Pada Santri Pesantren Mahasiswa Darush Shalihah”*, Skripsi pada Sekolah Sarjana Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta, 2018, hal 13

⁵⁵ Muhamad Fakhru Rizky dan Hanifa Yasin, *Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT Nailah Adi Kurnia SEI Mencirim Medan*, Jurnal Manajemen & Bisnis, Vol. 14, No. 2, Oktober 2014, hal 141

⁵⁶ Basrah Saidani dan Samsul Arifin, *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Pada Ranch Market*, Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia, Vol. 3, No. 1, 2012, hal 7

3. Minat preferensial, minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. Produk ini hanya bisa diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.
4. Minat eksploratif, menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya.

Menurut Kinear dan Taylor dalam Roni Andespa berpendapat bahwa minat beli merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengonsumsi, kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan.⁵⁷ Minat beli konsumen dipengaruhi oleh beberapa perilaku konsumen, perilaku konsumen sangat penting bagi sebuah perusahaan karena dapat memberikan pengaruh kepada pihak lain untuk mengenal dan membeli produk dari perusahaan tersebut.

E. Penelitian Terdahulu

Beberapa hasil penelitian terdahulu, yang sama dengan kajian penelitian ini adalah:

1. Sayyidatul Magfiroh, Tahun 2018 dengan judul penelitian “Pengaruh Religiusitas, Pendapatan dan Lingkungan Sosial terhadap Minat Menabung di Bank Syariah pada Santri Pesantren Mahasiswa Darush Shalihat” penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang dilakukan di Pesantren Mahasiswa Darush Shalihat dengan jumlah 75 santri. Sumber data penelitian berasal dari sumber primer yang diperoleh secara langsung

⁵⁷ Roni Andespa, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menabung di Bank Syariah*, Al Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan, Vol. 2, No. 1, Januari-Juni 2017, hal 44

kuesioner yang dibagikan kepada responden, dengan hasil penelitian bahwa religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah, pendapatan berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah dan lingkungan social berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah. Persamaan dari penelitian ini adalah teknik pengumpulan data yang menggunakan kuesioner, persamaan pada salah satu variabel independennya yaitu pendapatan dan variabel dependennya minat menabung di bank syariah. Perbedaannya dilihat dari penelitian Sayyidatul terbatas pada santri Pesantren Darus Shalihah, sedangkan penelitian ini pada Masyarakat Desa Mandesan Kecamatan Selopuro Kabupaten Blitar.

2. Siti Umaryati, dengan judul “ Pengaruh Pembelajaran Ekonomi Islam Terhadap Minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah (studi pada Mahasiswa IPS UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)”. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian Kuantitatif, teknik pengumpulan datanya menggunakan angket dan dokumentasi. Penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu variabel pembelajaran ekonomi islam sebagai variabel X dan minat menabung sebagai variabel Y. hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pembelajaran ekonomi islam terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah khususnya pada mahasiswa IPS UIN Syarif Hidayatullah Jakarta memiliki pengaruh positif. Adanya pengaruh pembelajaran ekonomi islam, maka akan semakin besar minat menabung mahasiswa di bank syariah. Terdapat persamaan dan perbedaan penelitian dengan penelitian yang akan dilakukan, yaitu persamaan dengan penelitian

Siti Umaryati terdapat pada variabel dependennya yaitu minat menabung mahasiswa di bank syariah dan menggunakan teknik pengumpulan data dengan angket atau kuesioner. Sedangkan perbedaannya terletak pada variabel penelitian Siti Umaryati variabel bebasnya adalah pembelajaran ekonomi islam, sedangkan penelitian ini menggunakan variabel bebas pengetahuan, pendapatan dan lokasi.

3. Indra Siswanti, pada tahun 2015 dengan judul “Pengaruh Pengetahuan, Agama, Iklan/Informasi dan Pengalaman Mahasiswa PAI STAIN Salatiga tentang Sistem Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah” jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif, sumber data yang digunakan yaitu berasal dari data primer dan data sekunder, teknik pengumpulan data yang dilakukan menggunakan angket, wawancara serta studi kepustakaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa factor pengetahuan memiliki pengaruh dan keterkaitan positif terhadap minat menabung dan pengalaman memiliki pengaruh dan keterkaitan positif terhadap minat menabung, agama memiliki pengaruh dan keterkaitan positif terhadap minat menabung dan pengalaman memiliki pengaruh dan keterkaitan positif terhadap minat menabung. Terdapat persamaan dan perbedaan antara penelitian Indra Siswanti dengan penelitian ini, yaitu persamaan dapat ditemui pada salah satu variabel independen yaitu variabel pengetahuan terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah, sedangkan perbedaannya jika penelitian Indra Siswanti menggunakan variabel independen pengetahuan, agama, iklan/informasi, dan pengalaman,

maka penelitian ini yaitu menggunakan variabel independen pengetahuan, pendapatan dan lokasi, selain itu pada penelitian Indra Siswanti populasi dan sampelnya menggunakan objek mahasiswa PAI, sedangkan penelitian ini mengambil populasi dan sampelnya masyarakat Desa Mandesan.

4. Ayif Fathurahman dan Umi Azizah tahun 2018 dengan judul penelitian “Analisis Faktor-Faktor Prefensi Mahasiswa Terhadap Perbankan Syariah” Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, pengambilan data menggunakan kuesioner, dengan jenis data primer. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa factor agama berpengaruh positif terhadap tingkat prefensi mahasiswa terhadap perbankan syariah, factor biaya berpengaruh positif terhadap tingkat prefensi mahasiswa terhadap perbankan syariah, factor manfaat berpengaruh positif terhadap tingkat prefensi mahasiswa terhadap perbankan syariah, dan factor pengetahuan berpengaruh positif terhadap tingkat prefensi mahasiswa terhadap perbankan syariah. Terdapat persamaan dan perbedaan antara penelitian Ayif Fathurahman dan penelitian ini, dimana persamaannya adalah sama sama mengkaji minat menabung di bank syariah, kesamaan variabel independen pengetahuan, teknik pengumpulan data menggunakan angket atau kuesioner dan analisis data. Perbedaannya adalah pada penelitian Ayif Fathurahman mengenai prefensi menabung, sedangkan pada penelitian ini mengenai minat menabung di bank syariah.
5. Hutomo Rusdianto dan Chanafi Ibrahim, tahun 2016 dengan judul penelitian “ Pengaruh Produk Bank Syariah terhadap Minat Menabung

dengan Persepsi Masyarakat Sebagai Variabel Moderating di Pati”. Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan menggunakan sumber data primer dan sekunder, hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa produk-produk (tabungan) lembaga keuangan mikro mempunyai manfaat bagi nasabah atau masyarakat, sedangkan persepsi masyarakat dapat menjadi variabel moderating karena bank umum syariah mampu memberikan edukasi kepada masyarakat bahwa produknya terbebas dari unsur riba. Terdapat persamaan dan perbedaan antara penelitian Hutomo Rusdianto dan Chanafi Ibrahim dengan penelitian ini, persamaannya adalah sama-sama mengkaji tentang minat menabung di bank syariah dengan metode penelitian kuantitatif, sedangkan perbedaannya adalah terdapat pada variabel independennya.

6. Ressa Agnes yang berjudul “pengaruh pengetahuan, pendapatan, dan lokasi terhadap minat menabung masyarakat di BMT Darussalam (studi masyarakat nagari simabur kecamatan Pariangan)”. Metode penelitian ini menggunakan data sekunder dan kuisisioner. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pengetahuan, pendapatan tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung di lembaga keuangan syariah, lokasi berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat. Dan pengetahuan, pendapatan, dan lokasi secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh terhadap minat responden. Terdapat persamaan dan perbedaan antara penelitian Ressa Agnes dengan penelitian ini, persamaannya adalah sama-sama mengkaji tentang minat menabung di bank syariah, sedangkan

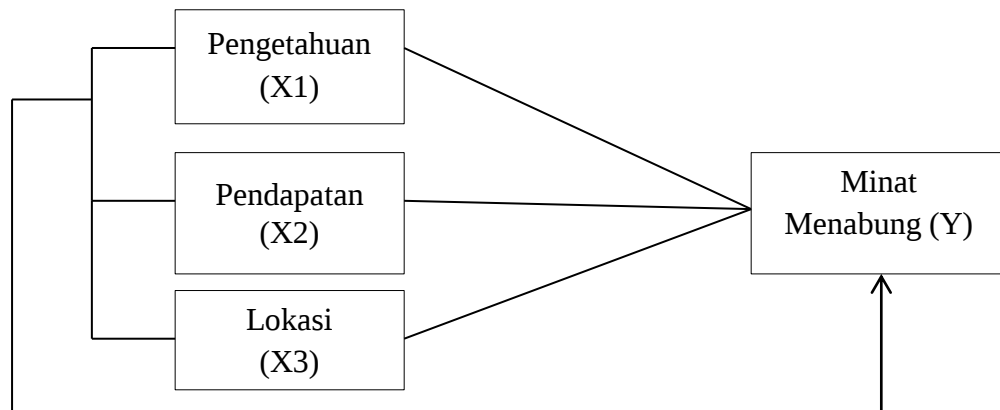
perbedaannya adalah terdapat pada tempat, penelitian terdahulu di BMT Darussalam, dan penelitian sekarang dilakukan di desa Mandesan.

7. Nugrahainy Siti Nur Afifah, yang berjudul “Pengaruh Pendapatan Mahasiswa Dan Pengetahuan Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Fitk Uin Syarif Hidayatullah Jakarta)”. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian korelasional. Hasil penelitian ini adalah Pendapatan tidak berpengaruh terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah, Pengetahuan mahasiswa tentang Bank Syariah berpengaruh positif terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah. Terdapat persamaan dan perbedaan, persamaanya adalah sama-sama meneliti minat menabung di Bank Syariah. Perbedaanya adalah peneliti terdahulu di lakukan di UIN Jakarta, sedangkan penelitian sekarang dilakukan di desa Mandesan.

F. Kerangka Konseptual

Berdasarkan teori maka dapat dilihat hal yang menggambarkan variabel bebas adalah Pengetahuan (X1), Pendapatan (X2) dan Lokasi (X3). Variabel terikat adalah minat menabung (Y). Variabel-variabel tersebut akan dianalisis dalam penelitian sehingga akan diketahui seberapa besar pengaruh pengetahuan, pendapatan dan lokasi terhadap minat menabung di bank syariah pada masyarakat Desa Mandesan.

Gambar 2.1
Kerangka Konseptual



G. Hipotesis Penelitian

Hipotesis bisa disebut dengan hubungan antara dua atau lebih konsep atau variabel yang harus di uji kebenarannya melalui penelitian empiris. Hipotesis merupakan jawaban yang masih bersifat sementara terhadap permasalahan pada penelitian, hingga terbukti melalui data yang sudah terkumpul. Hipotesis dari penelitian adalah:

1. H0: pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah pada masyarakat desa mandesan.

H1: pengetahuan berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah pada masyarakat desa mandesan.

2. H0: pendapatan tidak berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah pada masyarakat desa mandesan.

H1: pendapatan berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah pada masyarakat desa mandesan.

3. H0: lokasi tidak berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah pada masyarakat desa mandesan.

H1: lokasi berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah pada masyarakat desa mandesan.

4. H0: pengetahuan, pendapatan dan lokasi tidak berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah pada masyarakat desa mandesan.

H1: pengetahuan, pendapatan dan lokasi berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah pada masyarakat desa mandesan.