Jurnal Inovasi Ekonomi Syariah dan Akuntansi (JIESA)
Volume 1 No. 1 Januari 2024
e-ISSN: 3046-983X; p-ISSN: 3046-9015 Hal 61-73
DOI : https://doi.org/10.61132/jiesa.v1i4.305
Tersedia: https://ejournal.areai.or.id/index.php/JIESA

Pengaruh Lokasi Dan Promosi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Pada Masyarakat Kelurahan Kenali Besar Kecamatan Alam Barajo

Rian Irawan [1], Ahsan Putra Hafiz [2], Nurlia Fusfita [3]
Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi
rian97971@gmail.com, ahsanputra22@yahoo.com, , nurliafusfita@uinjambi.ac.id

Abstract. *This research aims to find out and analyze the influence of location and promotion on interest in becoming a sharia bank customer in the people of the Kenali Besar sub-district, Alam Barajo sub-district. The methods used in this research are quantitative methods and data analysis methods. This sampling method uses the Isaac & Michael formula to obtain a sample of 260 respondents from the people of the Recognize Subdistrict community by distributing a Likert scale questionnaire. The research results show that the location variable has a positive and significant influence on interest in becoming a sharia bank customer. Based on the t test, it is known that the calculated t value is 8.364, while the t table value is 1.969, indicating that 8.364 > 1.969, and the significance level is 0.001 < 0.05, which means that Ha1 is accepted and Ho1 is rejected. Promotion does not have a positive and significant influence on interest in becoming a sharia bank customer. This can be seen based on the results of the t test that the calculated t value is 0.801, while the t table value is 1.969, indicating that 0.801 < 1.969 with a significance value of 0.424 > 0.05, which means that Ha2 is rejected and Ho2 is accepted. Location (X1) and promotion (X2) together have a significant effect on interest in becoming a sharia bank customer (Y). This can be seen from the significance value for location and promotion which is 0.001 <*
0.05 and the calculated f value > f table (35,406 >3.87). So it can be concluded that Ha is accepted and Ho is rejected. And in the results of the Adjusted R Square (coefficient of determination) the value is 0.692 or 69.2%. This shows that the influence of the independent variables (X1) and (X2) on (Y) has an influence of 69.2% and the remaining 30.8% is influenced by other variables outside this research.

Keywords: *Location, Promotion, Interest*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis tentang pengaruh lokasi dan promosi terhadap minat menjadi nasabah bank syariah pada masyarakat kelurahan kenali besar kecamatan alam barajo. Metode yang digunakan pada penelitian ini ialah metode kuantitatif dan metode analisis data. Metode penarikan sampel ini menggunakan rumus isaac & michael sehingga mendapatkan Sampel sebanyak 260 responden masyarakat kelurahan kenali besar dengan menyebarkan kiesioner skala likert. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. Berdasarkan pengujian uji t diketahui nilai t hitung sebesar 8,364 sedangkan nilai t tabel sebesar 1,969 menunjukkan bahwa 8,364 > 1,969, dan taraf nilai signifikan 0,001 < 0,05, yang artinya Ha1 diterima dan Ho1 ditolak. Promosi tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. Hal ini dapat diketahui berdasarkan hasil uji t bahwa nilai t hitung sebesar 0,801 sedangkan nilai t tabel sebesar 1,969 menunjukkan bahwa 0,801 < 1,969 dengan nilai signifikansi sebesar 0,424 > 0,05, yang artinya Ha2 ditolak dan Ho2 diterima. Lokasi (X1) dan promosi (X2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah (Y) hal tersebut dapat diketahui dari nilai signifikansi untuk lokasi dan promosi adalah sebesar 0,001 < 0,05 dan nilai f hitung > f tabel (35,406 >3,87). Maka dapat disimpulkan bahwa Ha diterima dan Ho ditolak. Dan pada hasil Adjusted R Square (koefisien determinasi) nilai sebesar 0,692 atau 69,2%. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen (X1) dan (X2) terhadap (Y) memberikan pengaruh sebesar 69,2% dan sisanya sebesar 30,8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Kata Kunci: Lokasi, Promosi, Minat

Received Juni 17, 2024; Accepted Juli 04, 2024; Published Juli 31, 2024

LATAR BELAKANG

Kegiatan usaha pada suatu lembaga keuangan bank di Indonesia semakin berkembang. Perkembangan dalam dunia perbankan saat ini semakin pesat, banyak berdiri bank-bank pemerintah maupun swasta dan kondisi dunia perbankan di Indonesia telah banyak mengalami perubahan. Perubahan ini, bank dalam kegiatannya secara umum hanya dapat dijalankan apabila dasar beroperasinya bank adalah kepercayaan, karena bank merupakan lembaga keuangan yang menjadi tempat bagi perusahaan, badan-badan pemerintah dan swasta, maupun masyarakat dalam menyimpan dana-dananya.

Bank merupakan salah satu lembaga keuangan yang mempunyai peranan penting di dalam perekonomian suatu negara sebagai lembaga perantara keuangan, hal ini dikarenakan perbankan merupakan salah satu dari sistem keuangan yang berfungsi sebagai penghimpun dan penyaluran dana, yaitu suatu lembaga yang mempunyai peran untuk mempertemukan antara pemilik dan pengguna dana. Dalam sistem perbankan di Indonesia terdapat dua jenis sistem operasional perbankan yaitu perbankan syariah dan perbankan konvensional. sebagai negara yang mayoritas penduduknya memeluk agama Islam, Indonesia juga mempunyai lembaga keuangan yang menjalankan kegiatannya berdasarkan pada prinsip syariah.

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah di sebutkan bahwa Bank Syariah adalah Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Bank syariah adalah usaha yang menjalankan kegiatan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam dalam Al-Qur'an dan Hadits, Salah satunya yaitu prinsip "*Mudharabah*" yaitu akad yang dilakukan olehpemilik modal dengan pengelola dana atau dengan kata lain keuntunganya berdasarkan bagi hasil.

Pada bank syariah dalam menjalankan kegiatannya memiliki prinsip-prinsip syariah yang telah diatur dan bank syariah menjalankan kegiatannya tidak mengandung riba, maysir, gharar, zalim, dan obyek haram yang dilarang didalam islam.

Perkembangan perbankan syariah pertama kali di Indonesia dimotori dengan hadirnya Bank Muamalat Indonesia pada tahun 1992. Hingga saat ini perkembangan perbankan syariah mengalami kemajuan yang sangat pesat, dan disusul oleh Bank Pembiayaan Syariah (BPRS), pada tahun 2023 ini jumlah total Bank Pembiayaan Syariah (BPRS) berjumlah 165 unit yang ada di Indonesia.

Disaat yang sama Indonesia sebagai negara dengan jumlah populasi penduduk sekitar 237,558 juta jiwa dengan pemeluk Agama Islam sekitar 86,7% menjadikan sebuah potensi bagi para bank syariah untuk meningkatkan jumlah nasabahnya.

Dengan total penduduk sekitar 237,558 juta jiwa dengan pemeluk Agama Islam sekitar 86,7% seharusnya ini dapat dimanfaatkan dengan baik oleh perbankan syariah untuk menambah

nasabahnya. Mungkin kurangnya promosi dan letak lokasi yang dilakukan bank syariah menjadi salah satu faktor yang menghambat pertumbuhan nasabah di bank syariah. Kurangnya promosi dan letak lokasi yang ingin dituju kurang ada dimana-mana berdampak kepada masyarakat sehingga masyarakat kurang memahami tentang produk dan jasa bank syariah terutama pada masyarakat di Kelurahan Kenali Besar Kecamatan Alam Barajo Provinsi Jambi, sehingga kurangnya minat untuk menjadi nasabah bank syariah.

Dalam menumbuhkan minat dan akhirnya melakukan keputusan membeli tidaklah mudah. Menurut Crow and Crow faktor yang mempengharuhi minat seseorang untuk memilih adalah faktor dari dalam, faktor motif sosial, dan faktor emosional.

Lokasi merupakan salah satu faktor yang penting dalam menjalakan usaha, dalam hal ini perbankan sangat memerlukan lokasi yang strategis untuk menjalakan usahanya. Menurut Kotler salah satu kunci sukses adalah lokasi. Menentukan lokasi juga merupakan keputusan yang paling penting pada suatu usaha yang bertujuan agar dapat menarik minat nasabah agar datang ketempat tersebut dengan memenuhi kebutuhan yang diinginkan, pengusaha akan selalu mencari lokasi yang strategis yang mudah dilihat dan dijangkau oleh nasabah, baik juga dari jarak tempuh maupun juga kenyamanan lokasi. oleh karena itu bank memaksimalkan strategi pada lokasi agar dapat menarik nasabah.

Promosi merupakan suatu pondasi utama dalam menjaga keberlangsungan suatu produk, adanya promosi yang baik, maka terciptalah penjualan yang baik pula. Siklus ini yang menjadi suatu patokan dalam pengembangan produk yang dikeluarkan oleh suatu perusahaan. Dalam kegiatan ini, setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung. Tanpa promosi nasabah tidak akan dapat mengenal bank. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Promosi bank akan menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru. Kemudian, promosi juga berfungsi mengingatkan nasabah akan produk, promosi juga ikut mempengaruhi nasabah untuk membeli dan akhirnya promosi juga akan meningkatkan citra bank dimata para nasabahnya. Terutama Pada masyarakat di Kelurahan Kenali Besar Kecamatan Alam Barajo Provinsi Jambi. sangat lah diperlukan promosi agar masyarakat tersbut dapat mengetahui dan dapat berminat untuk menjadi nasabah bank syariah.

Badan Pusat Statistik Kecamatan Alam Barajo bahwa luas wilayah di Kecamatan Alam Barajo seluas 41.67 Km, Kecamatan Kota Baru 36,11 Km, Kecamatan Jambi Selatan 11,41 Km, Kecamatan Paal Merah 27,13 Km, Kecamatan Jelutung 7,92 Km, Kecamatan Pasar Jambi 4,02 Km, Kecamatan Telanaipura 22,51 Km, Kecamatan Danau Sipin 7,88 Km, Kecamatan Danau Teluk 15,70 Km, Kecamatan Pelayangan 15,29 Km, dan Kecamatan Jambi Timur 15,94 Km.

Daftar Kelurahan yang terdapat di Kecamatan Alam Barajo dapat dilihat pada tabel 1.2 berikut:

Tabel 1.2

Kelurahan Yang Terdapat di Kecamatan Alam Barajo

No	Kelurahan
1	Bagan Pete
2	Kenali Besar
3	Rawasari
4	Mayang Mangurai
5	Simpang Rimbo
6	Pinang Merah
7	Beliung

Sumber: Daftar Kabupaten/Kota+Kode Pos Kecamatan Alam Barajo

Tabel diatas menunjukkan Kelurahan yang terdapat di Kecamatan Alam Barajo Provinsi Jambi yaitu Kelurahan Bagan Pete, Kenali Besar, Rawasari, Mayang Mangurai, Simpang Rimbo, Pinang Merah, dan Beliung pada tahun 2023.

Pada penelitian ini peneliti terfokus pada masyarakat di Kelurahan Kenali Besar Kecamatan Alam Barajo, pada kelurahan Kenali Besar mempunyai Rukun Tetangga (RT) berjumlah 43, yang dimana total masyarakat di Kelurahan Kenali Besar berjumlah 21.702 jiwa, jumlah laki-laki 10.806 dan perempuan 10.896, dan jumlah kepala keluarga berjumlah 6.681.

Sarana lembaga keuangan pada Bank di Kelurahan Kenali Besar Kecamatan Alam Barajo terdiri dari Bank Umum Pemerintah dan Bank Umum Swasta. Banyaknya jumlah Bank Umum Pemerintah sebanyak 5 dan jumlah Bank Umum Swasta sebanyak 1. hasil dari observasi awal secara langsung dilapangan dapat dijelaskan bahwa jumlah pengguna bank konvensional berjumlah 21 orang dengan persenan 53%, sedangkan bank syariah berjumlah 16 orang dengan persenan 43%. Jadi dapat dilihat pengguna bank konvensional lumayan banyak dibandingkan pengguna bank syariah di Kelurahan Kenali Besar Kecamatan Alam Barajo. dijelaskan bahwa pengaruh faktor yang membuat masyarakat menjadi nasabah bank konvensional pada lokasi berjumlah 7 orang, promosi berjumlah 4 orang, pelayanan berjumlah 3 orang, pengetahuan berjumlah 2 orang, dan sosial berjumlah 4 orang.

Tabel 1 Faktor Yang Mempengaruhi

No	Faktor	Perwakilan Nasabah Bank Syariah
1	Lokasi	2
2	Promosi	2
3	Pengetahuan	3
4	Religi	4
5	Pelayanan	3
6	Sosial	3
Total		17

Sumber: Data observasi awal yang diolah pada tahun 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa pengaruh faktor yang membuat masyarakat

menjadi nasabah bank syariah yaitu pada faktor lokasi berjumlah 2 orang, promosi berjumlah 2 orang, pengetahuan berjumlah 3 orang, religi berjumlah 4 orang, pelayanan berjumlah 3 orang, dan sosial 3 orang.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Atikah Wiidhiana Putri, Trimulato, dan Ismawati yang menyatakan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan produk tabungan wadiah, demikian juga variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan produk tabungan wadiah, variabel lokasi berpengaruh tidak signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan produk tabungan wadiah. Sedangkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Arsa, Bambang Kurniawan, dan Rima Yogitriani bahwa Pada hasil uji t membuktikan secara parsial masing-masing variabel independen, yaitu lokasi dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Hasil Uji F juga menjelaskan bahwa lokasi dan promosi secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.

Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang lokasi dan promosi terhadap minat masyarakat menjadi nasabah bank syariah, berdasarkan observasi dan wawancara di lapangan terdapat juga pendapat dari masyarakat, pak Darwis yang berumur 48 tahun yang pekerjaanya sebagai pekebun mengatakan bahwa "*bank sayriah jarak untuk menuju kesana yaa lumayan sedikit agak jauh jadi saya menabumg di bank Konvensional aja karena cuman 4 menit aja dari rumah untuk kesana"*

Sedangkan ibu Darnawati yang berumur 27 tahun yang pekerjaannya ibu rumah tangga dan usaha konter pulsa mengatakan "*saya belum begitu berminat menabung di bank syariah karena ngikut keluarga dari jenis bank yang digunakknya, setau saya dulu waktu ada bank mandiri syariah setau saya cuman dak ada potongan setiap bulannya, tetapi saya masih menggunakan bank Konvensional karena letak lokasi atm nya ada dimana-mana"*

Sedangkan bapak Yeti yang berumur 24 tahun yang pekerjaannya mahasiswa dan sambil bekerja jualan, mengatakan bahwa" *saya mempunyai rekening Bank sayriah kebetulan bank syariah indonesia, yaaa karena tujuan saya untuk menabung saya juga tertarik setelah dapat info dari kawan, dan bank syariah karena tak ada potongan setiap bulan tetapi saya juga ada mempunyai rekening Konvensional ya biar enak dimana bisa ketemu bank nya*".

Dari berbagai hasil wawancara pada masyarakat tersebut perwakilan 3 orang ini kemungkinan besar jawaban yang di dapat dari masyarakat lainnya memiliki hal jawaban yang sama.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul: **"Pengaruh Lokasi Dan Promosi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Pada Masayarakat Kelurahan Kenali Besar Kecamatan Alam Barajo.".**

KAJIAN TEORITIS

Pengertian Minat

Menurut Holland bahwa minat itu sebagai suatu kegiatan atau hal-hal yang membangkitkan rasa ingin tahu, kemudian membuat seseorang memberi perhatian, dan memunculkan rasa senang dan nikmat pada diri seseorang. Minat merupakan indikator adanya kekuatan dalam diri seseorang termotivasi untuk mempelajarinya dan akan menghasilkan sesuatu secara maksimal.

S. Nasution mengatakan bahwa minat merupakan pernyataan psikis yang menunjukkan adanya pemusatan pikiran, perasaan dan kemauan terhadap suatu obyek karena menarik perhatian. Sedangkan menurut Sardiman AM menyatakan bahwa minat merupakan kondisi yang terjadi apabila berhubungan dengan keinginan atau kenutuhan seseorang tersebut.

Promosi

Promosi adalah usaha yang dilakukan oleh penjual untuk memperkenalkan dengan cara menyebarkan informasi untuk mempengaruhi calon konsumenn atau nasabah dan membujuk mereka agar membeli dan menggunakan produk maupun jasa tersebut. Promosi salah satu cara bank menarik dan mempertahankan masyarakat agar menjadi nasabah di bank tersebut terutama pada bank syariah

METODE PENELITIAN

Metode dan Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, yaitu suatu metode untuk menguhi teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel. Variabel-variabel ini diukur, biasanya dengan instrumen-instrumen penelitian, sehingga data yang terdiri dari angka - angka dapat dianalisis berdasarkan prosedur-prosedur statistik.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Objek penelitian ini adalah pada masyarakat di Kelurahan Kenali Besar Kecamatan Alam Barajo. Waktu penelitian ini dilakukan pada observasi awal sebelum seminar proposal dan meneliti lebih lanjut setelah seminar proposal dilakukan. **Jenis dan Sumber Data**

Penelitian ini mengadopsi jenis metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan analisis data dalam bentuk numerik. Analisis data kuantitatif digunakan untuk memeriksa populasi atau sampel tertentu untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penentuan jenis metode penelitian yang akan dilakukan dapat memberikan pemahaman yang jelas kepada peneliti tentang masalah yang dihadapi dan langkah-langkah yang akan diambil untuk mengatasinya.

1. **Data Primer**

   Data primer merupakan data yang di dapatkan dari sumber pertama maupun dari seseorang seperti hasil dari sebuah wawancara atau hasil kuesioner. Data primer ini dalam bentuk pendapat atau jawaban responden yang dijadikan sebagai sampel penelitian. yang

mana responden pada penelitian ini adalah masyarakat di Kelurahan Kenali Besar Kecamatan Alam Barajo.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang di dapatkan melewati pengolahan pihak yang kedua dari hasil penelitian lapanganya, hal tersebut berupa data kuantitatif maupun data kualitatif. dan dalam penelitian ini data sekunder berasal dari buku, jurnal, website dan sumber lain nya yang masih berhubungan dan dibutuhkan dalam proses penelitian yang sedang berlangsung.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan daerah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang memiliki karakteristik dan kualitas tertentu yang peneliti tentukan untuk dipelajari dan dari mana kesimpulan bisa ditarik. Dan dalam penelitian ini Populasinya adalah masyarakat di Kelurahan Kenali Besar Kecamatan Alam Barajo.

Jumlah masyarakat di Kecamatan Alam Barajo Provinsi Jambi berjumlah 111.132 Total laki-laki 55.215 Total perempuan 55.467 pada tahun 2023. Penelitian ini terfokus pada Kelurahan Kenali Besar dengan jumlah populasi 21.702 jiwa total laki-laki 10.806 jiwa dan total perempuan 10.896 jiwa.

2. Sampel

Sampel adalah bagian atau perwakilan dari populasi yang sedang diteliti. Untuk menentukan jumlah sampel dari populasi pada penelitian ini bisa digunakan dengan rumus Isaac dan Michael. Rumus Isaac dan Michael ini telah diberikan hasil perhitungan yang berguna untuk menentukan jumlah sampel berdasarkan tingkat kesalahan 1%, 5%, dan 10%. Pada penelitian ini tingkat kesalahan atau sampling error dalam menentukan jumlah sampelnya yaitu pada tingkat kesalahan 1% adapun untuk jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 260.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh lokasi dan promosi terhadap minat menjadi nasabah, pengaruh variabel bebas secara parsial dengan menggunakan uji t, dapat dilihat penjelasan untuk masing-masing variabel sebagai berikut:

1. Pengaruh Lokasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Pada Masyarakat Kelurahan Kenali Besar Kecamatan Alam Barajo

Berdasarkan hasil analisis regresi dan uji hipotesis sebelumnya didapatkan bahwa hasil lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. Berdasarkan pengujian diketahui nilai t hitung sebesar 8,364 sedangkan nilai t tabel sebesar 1,969 menunjukkan bahwa 8,364 > 1,969, dan taraf nilai signifikan 0,001 < 0,05, yang artinya

Ha1 diterima dan Ho1 ditolak. Yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel lokasi (X1) terhadap minat (Y).

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Arsa, Bmbang Kurniawan, dan Rima Yogitriani, yang menjelaskan penelitiannya bahwa Hasil penelitian ini menunjukkan variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung dibank syariah, hal ini dibuktikan dengan nilai yang tertera pada t hitung sebesar 2,290 > 0,198 dengan sig 0,024 < 0,05. Namun penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Arfiani, Akhmad Yusuf Khoiruddin yang dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa lokasi tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat menjadi nasabah hal ini dibuktikan dengan nilai yang tertera pada t hitung sebesar -0,532 < 1,982 dengan sig 0,596 > 0,05.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa lokasi berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. Lokasi pada bank sangat berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah pada masyarakat kelurahan kenali besar kecamatan alam barajo, karena apabila letak lokasi bank syariah ada dimana-mana lokasinya starategis, lokasi atm bank syariah mudah ditemukan dan dekat pada lingkungan masyarakat maka semakin rendah (tidak sulit) untuk menimbulkan minatnya. Sebaliknya, semakin kurang bank syariah letak lokasinya jauh dengan masyarakat maka aka semakin tinggi kesulitan dalam menimbulkan minatnya.

2. Pengaruh Promosi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Pada Masyarakat Kelurahan Kenali Besar Kecamatan Alam Barajo

Berdasarkan hasil analisis regresi dan uji hipotesis sebelumnya didapatkan bahwa hasil promosi tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. Hal ini dapat diketahui nilai t hitung sebesar 0,801 sedangkan nilai t tabel sebesar 1,969 menunjukkan bahwa 0,801 < 1,969 dengan nilai signifikansi sebesar 0,424 > 0,05, yang artinya Ha2 ditolak dan Ho2 diterima. Yang berarti tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel promosi (X2) terhadap minat (Y).

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Atikah Wiidhiana Putri, Trimulato, dan Ismawati. Yang menjelaskan penelitiannya bahwa Hasil penelitian ini menunjukkan variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat, hal ini dibuktikan dengan nilai yang tertera pada t hitung sebesar 4,831 > 1,985 dengan sig 0,000 < 0,05. Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan oleh Abdul Malik, Ahmad Syafrizal, dan Anisah yang menjelaskan penelitiannya bahwa Hasil penelitiannya menunjukkan variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung dibank syariah hal ini dibuktikan dengan nilai yang tertera pada t hitung sebesar 2,185 > 1,663 dengan sig 0,032 < 0,05.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa promosi tidak

berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. Hal ini berarti bahwa masyarakat di kelurahan kenali besar kecamatan alam barajo, masyarakatnya pernah melihat bank syariah melakukan promosi secara langsung kepada masyarakat, atau masyarakat melihat nya melalui baleho bank syariah dijalan dan iklan bank syariah dimedia sosial. Dengan demikian bank syariah sudah cukup memberikan promosi yang menarik, tetapi apabila bank syariah tetap melakukannya secara maksimal maka masyarakat akan lebih tertarik lagi.

3. Pengaruh Lokasi dan Promosi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Pada Masyarakat Kelurahan Kenali Besar Kecamatan Alam Barajo

Berdasarkan hasil uji f dapat diketahui nilai signifikansi untuk lokasi (X1) dan promosi (X2) secara simultan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah (Y) adalah sebesar 0,001 < 0,05 dan nilai f hitung > f tabel (35,406 >3,87). Maka dapat disimpulkan bahwa Ha diterima dan Ho ditolak yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel lokasi dan promosi secara simultan secara bersamaan terhadap variabel minat menjadi nasabah bank syariah.

Adjusted R Square (koefisien determinasi) nilai sebesar 0,692 atau 69,2%. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen (X1) dan (X2) terhadap (Y) memberikan pengaruh sebesar 69,2% dan sisanya sebesar 30,8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Berdasarkan uji hipotesis yang telah dilakukan sebelumnya dapat diketahui bahwa variabel lokasi (X1) berpengaruh positif dan signifikan sedangkan variabel promosi (X2) tidak berpengaruh dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah pada masyarakat kelurahan kenali besar kecamatan alam barajo.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang sudah diuraikan oleh peneliti, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. Berdasarkan pengujian uji t diketahui nilai t hitung sebesar 8,364 sedangkan nilai t tabel sebesar 1,969 menunjukkan bahwa 8,364 > 1,969, dan taraf nilai signifikan 0,001 < 0,05, yang artinya Ha1 diterima dan Ho1 ditolak.
2. Promosi tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. Hal ini dapat diketahui berdasarkan hasil uji t bahwa nilai t hitung sebesar 0,801 sedangkan nilai t tabel sebesar 1,969 menunjukkan bahwa 0,801 < 1,969 dengan nilai signifikansi sebesar 0,424 > 0,05, yang artinya Ha2 ditolak dan Ho2 diterima.
3. Lokasi (X1) dan promosi (X2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah (Y) hal tersebut dapat diketahui dari nilai signifikansi

untuk lokasi dan promosi adalah sebesar 0,001 < 0,05 dan nilai f hitung > f tabel (35,406 >3,87). Maka dapat disimpulkan bahwa Ha diterima dan Ho ditolak.

B. Saran

Berdasarkan pada hasil penelitian ini, maka penulis memberikan saran antara lain sebagai berikut:

1. Bagi Akademisi

   Penelitian ini diharapkan agar dapat menjadi salah satu tambahan refrensi bagi peneliti ataupun peneliti selanjutnya yang mengenai minat menjadi nasabah bank syariah. Untuk peneliti selanjutnya agar dapat melanjutkan penelitian dengan variabel yang tidak dicantumkan oleh peneliti, tujuannya agar dapat memperkuat hasil penelitian ini dengan menggunakan metode ataupun alat uji yang berbeda dari penelitian ini.

2. Bagi Perbankan

   a. Dapat dilihat dari karakteristik responden yang telah dihimoun, bahwa sebagian besar responden terdiri dari masyarakat yang pekerja sehingga sebaiknya bank syariah memberikan layanan lokai maupun promosi yang sesuai dengan minat dan kebutuhan para masyarakat tersebut agar dapat berminat menjadi nasabah bank syariah.

   b. Berdasarkan hasil penelitian ini diketahui bahwa lokasi berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah, sedangkan promosi tidak berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. Disarankan bagi pihak perbankan untuk tetap mempertahankan kinerja dan meningkatkan kinerja yang perlu dilakukan agar semakin banyak masyarkat berminat menjadi nasabah bank syariah.

   c. Disarankan kepada pihak perbankan syariah agar dapat membuka cabang-cabang bank syariah maupun ATM-ATM bank syariah lebih banyak dan memilih tempat yang strategis agar banyak calon-calon nasabah bank dan nasabah.

   d. Dari penelitian yang penulis lakukan bahwa terdapat 55,38% responden masih menggunakan perbankan konvensional ada baiknya pihak perbankan syariah tetap meningkatkan dan tetap selalu melakukan promosi agar dapat menarik minat calon nasabah.

3. Bagi Nasabah dan Masyarakat

   Penelitiian yang dilakukan penulis berharap dapat menjadi penambah wawasan nasabah maupun masyarakat agar dapat semakin berminat dan berminat menjadi nasabah bank syariah, yang tujuannya agar dapat memberikan efek yang baik terhadap perbankan syariah.

DAFTAR PUSTAKA

Abdul Mujib, Manajemen Pemasaran Syariah. Surabaya: UM Surabaya, 2018. Akhmad

Mujahidin. Hukum Perbankan Syariah. Jakarta: 2016.

Al-Qur'an Dan Terjemah (Al-Qur'an Tafsir Bil Hadis), (Bandung : Cordoba, 2018), hal 408 juz 21.

Andrianto. Anang Firmansyah. Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori dan Praktek). Qiara Media: Mei 2019.

Arfiani, Akhmad Yusuf Khoiruddin, "Pengaruh Lokasi, Personal Selling, dan Sales Promotion Terhadap Minat Msyarakat Menjadi Nasabah Di BPRS Bangun Drajat Warga", Journal of Business Management and Islamic Bangking, Vol. 1 No 1, (2022): 14.

Ars, Bambang Kurniawan, Rima Yogitriani, "Pengaruh Lokasi Dan Promosi Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Pada Masyarakat Kelurahan Cempaka Putih Kota Jambi", Journal Of Islamic Bangking, Vol.3 No.2, (2023): 149.

Ascarya, Akad Dan Produk Bank Syariah: Konsep Dan Praktek Di Beberapa Negara. Jakarta : 2015.

Atikah Widhiana Putri, Trimulato, Ismawati, "Pengaruh Pengetahuan, Lokasi, Dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Bank Syariah Indonesia", Journal Of Islamic Bangking and Finance Vol. 2, No 2, (2022): 144.

Badan Pusat Statistik, "Kecamatan Alam Barajo Dalam Angka 2023"(2023): 21. Badan

Pusat Statistik, "Kota Jambi Dalam Angka 2023", (2023): 54.

Ce Gunawan. Mahir Menguasai SPSS New Edition: Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian. Yogyakarta: Deeoublish,2020.

Cindy Mutia Annur. "Jumlah Populasi Muslim Di Kawasan ASEAN (2023)" Databoks (Mei 2023).

Darmadi. Pengembangan Model dan Metode Pembelajaran Dalam Dinamika Belajar Siswa. Yogyakarta: Deepublish, 2017.

Darnawaty. "Wawancara Pengguna Rekening Bank." Direct, November 15, 2023. Darwis.

"Wawancara Pengguna Rekening Bank." Direct, November 15, 2023.

Dwi Nastit,Nurfi Laili. Asesmen Minat dan Bakat: Teori dan Aplikasinya. Sidoarjo: 2020. Edwin

Zusrony. Prilaku Konsumen Di Era Modern. Semarang: 2014.

Fandy Tjiptono. Pemasaran Strategi. Yogyakarta: Andu, 2012.

Fandy Tjiptono. Strategi Pemasaran, Edisi salemba empat. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2015.

Ferdinand Agusty. Metode Penelitian Manajemen. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2010.

Gitosudarmo. Indriyo. Manajemen Pemasaran Edisi Pertama. Yogyakarta: 2015.

I Wayan Ruspendi Junaedi, dan Kawan-Kawan. Manajemen Pemasaran. Jawa Tengah: Eureka

Media Aksara, 2022.

Indah Puspita, Ambok Pangiuk, Nurlia Fusfita, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengharuhi Kurangnya Minat Masyarakat Desa Jebus Kecamatan Kumpeh Menabung Di Bank Syariah", Journal Ekonomi Vol. 1 No 1 (2021): 30.

Indo'sek, Sissah, Ahsan Putra Hafiz, "Faktor-Faktor Yang Mempengharuhi Prefensensi Nasabah Bank Syariah Indonesia (Studi Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabng Jambi Gatot Subroto)", Journal Of Islamic Bangking and Finance Vol. 1, No 2, (2021):112.

Iskandar. Metodologi Penelitian,Pendidikan Sosial Kualitatif, Dan Kuantitatif. Jakarta: Persada Press, 2010.

Kecamatan Alam Barajo, "Daftar Kabupaten/Kota+Kode Pos," Organization, Kecamatan Alam Barajo, 2023, accessed January 3, 2024.

Kotler, Philip & Gary Armstrong. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jakarta: Erlangga, 2012.

M.N Ghufron, R. Risnawita. Teori-Teori Psikologi. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2010.

Makmun Khairani. Psikologi Belajar. Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2014.

Marissa Grace Haque Fawzi, Ahmad Syarief Iskandar, Heri Erlangga, H Nurjaya, Denok Sunarsi. Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi. Tanggerang Selatan: 2022.

Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. 2018.

Muhammad Subhan. Lembaga Keuangan Bank Dan Non Bank. Tiwugalih: Praya NTB, 2021.

Nidya Waras Sayekti, Ariesy Tri Mauleny, "Analisis Kinerja Perbankan Syariah di Indonesia Pra dan Pasca Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah" Jurnal Ekonomi & Kebijakan Publik, Vol. 4 No. 1 (2013): 30.

Ojk. "Perkembangan Perbankan Syariah DI Indonesia Tahun 2023", 2023.

Philip T. Kotler, Kevin Lane Keller. Marketing Management. Jakarta: Erlangga, 2016.

Rifqi Suprapto, M. Zaky Wahyuddin. Buku Ajar Manajemen Pemasaran. Ponorogo: Myria Publisher, 2020.

Solihul Hadi, Ambok Pangiuk, Nuria Fusfita, "Penerapan Strategi Marketing Mix Pada Pembiayaan Murabahah Bank 9 Jambi Syariah di Kecamatan Telanaipura", Journal Of Islamic Bangking and Finance Vol. 2, No 1, (2021):14.

Staff Kelurahan, "Wawancara Staff Kelurahan Kenali Besar", Direct, April 5, 2024. Sugiono.

Metode Penelitian Kuantitatif. Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta, 2018. Sugiyono.

Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung: Alfabeta, 2015.

Suryani dan Herdryadi. Metode Riset Kuantitatif. Jakarta: Kencana, 2015. Teguh.

Metodologi Penelitian Ekonomi. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2015.

V. Wiratna Sujarweni. Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2018.

Yeti. “Wawancara Pengguna Rekening Bank.” Direct, November 15, 2023.