

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

A. Profil Desa Berangas Timur

Desa Berangas Timur merupakan sebuah wilayah perkampungan yang mana pada masa penjajahan Belanda, Jepang dan sampai ke zaman awal kemerdekaan Indonesia merupakan sebuah perkampungan pesisir di Sungai Alalak dan Sungai Barito yang mana masa itu penduduk perkampungan Berangas masih terbilang sedikit dan masih terpencil atau terisolir. Perkampungan penduduknya terpisah pisah dan penduduk pesisir sungai Alalak terbagi atas Penduduk kampung Alalak Besar yang merupakan wilayah Banjar Utara Kota Banjarmasin dan penduduk kampung Berangas kecamatan Alalak Kabupaten Barito Kuala. Sejak tahun 1981 nama pemerintahan Kampung Berangas Timur berganti menjadi Desa Berangas Timur.

Desa Berangas Timur secara geografis terletak dititik koordinat 3° 16' 18'' LS – 114° 35' 12'' BT dan secara administrasi terletak di kecamatan Alalak Kabupaten Barito Kuala Provinsi Kalimantan Selatan.

B. Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Berdasarkan data variabel yang dikumpulkan dari kelompok subjek tertentu, analisis deskriptif merupakan teknik analisis statistik yang bertujuan untuk memberikan gambaran atau deskripsi tentang subjek penelitian. Hasil analisis deskriptif dapat disajikan dalam berbagai cara, antara lain tabel distribusi frekuensi, tabel histogram, nilai rata-rata, dan nilai standar deviasi. Jenis kelamin, usia, pekerjaan utama, nasabah bank syariah dan konvensional, serta nasabah keduanya digunakan sebagai karakteristik responden dalam penelitian ini.

a. Karakteristik jenis kelamin

Tabel 4.1 Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frequency	Precent
Perempuan	66	66,0%
Laki-Laki	34	34,0%
Total	100	100,0%

Sumber : Pengolahan Data SPSS 16.0 (2022)

Berdasarkan tabel 4.1 di atas, cenderung terlihat bahwa mayoritas sebagian besar responden adalah perempuan. 66 responden atau 66,0% adalah perempuan. Sedangkan 34 responden atau 34,0% dari total 100 responden adalah laki-laki.

b. Karakteristik usia responden

Tabel 4.2 Usia Responden

Usia Responden	Frequency	Percent
15-25	29	29,0%
26-35	35	35,0%
36-45	23	23,0%
46-55	6	6,0%
56-65	6	6,0%
66-75	1	1,0%
Total	100	100,0%

Sumber : Pengolahan Data SPSS 16.0 (2022)

Berdasarkan tabel diatas 4.2. Terbukti bahwa dari 100 responden, 29 responden atau 29,0% berusia antara 15-25 tahun, 35 responden atau 35,0% berusia antara 26-35 tahun, 23 responden atau 23,0% berusia antara 36-45 tahun, 6 responden atau 6,0% berusia antara 46-55 tahun, 6 atau 6,0% responden berusia antara 56-65, dan 1 atau 1,% responden berusia antara 66-75.

c. Karakteristik pekerjaan responden

Tabel 4.3 Pekerjaan Responden

Jenis Pekerjaan	Frequency	Percent
Pelajar	12	12,0%
Pedagang	15	14,0%
Guru	7	7,0%
Wiraswasta	24	24,0%
PNS	1	1,0%
Buruh	19	19,0%
Ibu Rumah Tangga	22	22,0%
Total	100	100,0%

Sumber: Pengolahan Data SPSS 16.0 (2022)

Dari tabel 4.3 di atas dapat diketahui bahwa jumlah pekerjaan pelajar 12 responden atau 12.0%, pedagang berjumlah 15 responden atau 15.0%, Guru berjumlah 7 responden atau 7.0%, wiraswasta berjumlah 24 responden atau 24.0%, PNS berjumlah 1 responden atau 1.0%, Buruh berjumlah 19 responden atau 19.0% sedangkan untuk Ibu rumah tangga berjumlah 22 responden atau 22.0% dari total keseluruhan 100 responden.

d. Karakteristik nasabah di bank Syariah

Tabel 4.4 Nasabah di Bank Syariah

Pilihan	Frequency	Percent
Ya	29	29,0%
Tidak	71	71,0%
Total	100	100,0%

Sumber :Pegolahan Data SPSS 16.0 (2022)

Dari tabel 4.4 di atas dapat diketahui bahwa jumlah nasabah bank Syariah sebanyak 29 responden atau 29.0%, sedangkan yang bukan nasabah bank Syariah berjumlah 71 responden atau 71.0% dari total keseluruhan 100 responden.

e. Karakteristik nasabah di bank konvensional

Tabel 4.5 Nasabah di Bank Konvensional

Pilihan	Frequency	Percent
Ya	56	56,0%
Tidak	44	44,0%
Total	100	100,0%

Sumber : Pengolahan Data SPSS 16.0 (2022)

Dari tabel 4.5 di atas dapat diketahui bahwa jumlah nasabah bank konvensional sebanyak 56 responden atau 56.0%, sedangkan yang bukan nasabah bank konvensional berjumlah 44 responden atau 44.0% dari total keseluruhan 100 responden.

f. Klasifikasi Responden

Nasabah Bank Syariah	20 orang
Nasabah Bank Konvensional	42 orang
Nasabah Bank Syariah dan Bank Konvensional	13 orang
Bukan Nasabah Bank Syariah dan Bank Konvensional	25 orang
Total	100

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa jumlah nasabah bank syariah sebanyak 20 orang, nasabah bank konvensional berjumlah 42 orang, nasabah bank syariah dan bank konvensional 13 orang, dan yang bukan nasabah bank syariah dan bank konvensional sebanyak 25 orang dari total keseluruhan 100 responden. Terbukti bahwa dari 100 responden masyarakat di Berangas Timur cenderung lebih banyak menjadi nasabah di bank konvensional.

2. Deskripsi Variabel Penelitian

a. Variabel Pengetahuan

Tabel 4.6 tanggapan responden tentang Bank Syariah adalah Bank yang tidak menggunakan sistem bunga (riba)

No	Alternatif Jawaban	Frequency	Percent
1	Sangat Setuju	15	15,0%
2	Setuju	56	56,0%
3	Netral	25	25,0%
4	Tidak Setuju	4	4,0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total		100	100,0%

Sumber : Pengolahan Data SPSS 16.0 (2022)

Dilihat dari tabel 4.6 di atas. Terbukti bahwa 15 responden atau 15,0% memberikan jawaban sangat setuju, 56 responden atau 56,0% memberikan jawaban setuju, 25 responden atau 25,0% memberikan jawaban netral atau 25,0%. dan 4 responden atau 4% memberikan tanggapan tidak setuju dari total 100 responden.

Tabel 4.7 Tanggapan responden tentang Prinsip jual beli Bank Syariah yaitu, Pembiayaan Murabahah, Pembiayaan Salam, Pembiayaan Istihna, dan Pembiayaan Sewa (Ijarah)

No	Alternatif Jawaban	Frequency	Percent
1	Sangat Setuju	7	7,0%
2	Setuju	33	33,0%
3	Netral	40	40,0%
4	Tidak Setuju	20	20,0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total		100	100,0%

Sumber : Pengolahan Data SPSS 16.0 (2022)

Berdasarkan tabel sebelumnya 4.7. Persentase responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 7 responden atau 7,0%, persentase responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 33 responden atau 33,0%, persentase responden yang menjawab netral sebanyak 40 responden atau 40,0%, dan persentase responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 20 responden atau 20,0% dari total 100 responden.

Tabel 4.8 tanggapan responden tentang Di dalam Bank Syariah terdapat DPS (Dewan Pengawas Syariah) yang bertugas mengawasi operasional dari Bank Syariah

No	Alternatif Jawaban	Frequency	Percent
1	Sangat Setuju	5	5,0%
2	Setuju	44	44,0%
3	Netral	38	38,0%
4	Tidak Setuju	13	13,0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total		100	100,0%

Sumber : Pengolahan Data 16.0 (2022)

Dilihat dari tabel 4.8 di atas. Dapat dilihat bahwa jumlah responden yang menjawab setuju dengan tegas sebanyak 5 responden atau 5,0%, jumlah responden yang menjawab setuju sebanyak 44 responden atau 44,0%, jumlah responden yang menjawab netral sebanyak 38 responden atau 38,0% , dan 13 responden atau 13,0% dari total 100 responden menyatakan tidak setuju.

Tabel 4.9 Tanggapan responden tentang Investasi yang dilakukan Bank Syariah terbatas karena hanya pada kegiatan halal saja

No	Alternatif Jawaban	Frequency	Percent
1	Sangat Setuju	7	7,0%
2	Setuju	42	42,0%
3	Netral	31	31,0%
4	Tidak Setuju	18	18,0%
5	Sangat Tidak Setuju	2	2,0%
Total		100	100,0%

Sumber : Pengolahan Data SPSS 16.0 (2022)

Berdasarkan tabel sebelumnya 4.9. 7 responden atau 7,0% menjawab sangat setuju, 42 responden atau 42,0% setuju, 31 responden atau 31,0% netral, 18 responden, atau 18,0% tidak setuju, dan 2 responden atau 2,0% dari 100 responden menjawab sangat tidak setuju .

b. Variabel Promosi

Tabel 4.10 Tanggapan responden tentang Karyawan Bank Syariah secara langsung memberikan informasi tentang produk dan jasa bank keberbagai lapisan masyarakat baik kelas menengah katas maupun menengah kebawah

No	Alternatif Jawaban	Frequency	Percent
1	Sangat Setuju	5	5,0%
2	Setuju	33	33,0%
3	Netral	34	34,0%
4	Tidak Setuju	27	27,0%
5	Sangat Tidak Setuju	1	1,0%
Total		100	100,0%

Sumber :Pengolahan Data SPSS 16.0 (2022)

Berdasarkan tabel 4.10 sebelumnya terlihat bahwa jumlah responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 5 responden atau 5,0%, jumlah responden yang menjawab setuju sebanyak 33 responden atau 33,0%, jumlah responden yang menjawab netral sebanyak 34 responden atau 34,0 %, jumlah responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 27

responden atau 27,%, dan jumlah responden yang menjawab sangat tidak setuju adalah 1 responden atau 1,0% dari total 100 responden.

Tabel 4.11 tanggapan responden tentang Banyaknya media yang digunakan untuk melakukan promosi memudahkan anda untuk memahami Bank Syariah

No	Alternatif Jawaban	Frequency	Percent
1	Sangat Setuju	10	10,0%
2	Setuju	44	44,0%
3	Netral	26	26,0%
4	Tidak Setuju	20	20,0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total		100	100,0%

Sumber : Pengolahan Data SPSS 16.0 (2022)

Berdasarkan tabel 4.11 diatas. Dapat diketahui bahwa jumlah responden yang menjawab sangat setuju yaitu 10 orang responden atau sebesar 10,0%, jumlah responden yang menjawab setuju yaitu 44 orang responden atau sebesar 44,0%, jumlah responden yang menjawab netral

yaitu 26 orang responden atau sebesar 26,0%, dan jumlah responden yang menjawab tidak setuju yaitu 20 orang responden atau sebesar 20,0% dari total keseluruhan 100 orang responden.

Tabel 4.12 tanggapan responden tentang Periklanan yang dilakukan Bank Syariah kreatif dan menarik

No	Alternatif Jawaban	Frequency	Percent
1	Sangat Setuju	6	6,0%
2	Setuju	31	31,0%
3	Netral	42	42,0%
4	Tidak Setuju	21	21,0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total		100	100,0%

Sumber : Pengolahan Data SPSS 16.0 (2022)

Berdasarkan tabel 4.12 diatas. Dapat diketahui bahwa jumlah responden yang menjawab sangat setuju yaitu 6 orang responden atau sebesar 6,0%, jumlah responden yang menjawab setuju yaitu 31 orang responden atau sebesar 31,0%, jumlah responden yang menjawab netral

yaitu 42 orang responden atau sebesar 42,0%, dan jumlah responden yang menjawab tidak setuju yaitu 21 orang responden atau sebesar 21,0% dari total keseluruhan 100 orang responden.

Tabel 4.13 tanggapan responden tentang Bank Syariah sering memberikan hadiah kepada nasabah yang loyal

No	Alternatif Jawaban	Frequency	Percent
1	Sangat Setuju	3	3,0%
2	Setuju	31	31,0%
3	Netral	29	29,0%
4	Tidak Setuju	25	25,0%
5	Sangat Tidak Setuju	2	2,0%
Total		100	100,0%

Sumber : Pengolahan Data SPSS 16.0 (2022)

Berdasarkan tabel 4.13 diatas. Dapat diketahui bahwa jumlah responden yang menjawab sangat setuju yaitu 3 orang responden atau sebesar 3,0%, jumlah responden yang menjawab setuju yaitu 31 orang responden atau sebesar 31,0%, jumlah responden yang menjawab netral

yaitu 29 orang responden atau sebesar 29,0%, jumlah responden yang menjawab tidak setuju yaitu 25 orang responden atau sebesar 25,0%, dan jumlah responden yang menjawab sangat tidak setuju yaitu 2 orang responden dari total keseluruhan 100 orang responden.

c. Variabel Minat

Tabel 4.14 tanggapan responden tentang saya berminat untuk menjadi nasabah di Bank Syariah

No	Alternatif Jawaban	Frequency	Percent
1	Sangat Setuju	16	16,0%
2	Setuju	46	46,0%
3	Netral	32	32,0%
4	Tidak Setuju	6	6,0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total		100	100,0%

Sumber : Pengolahan Data SPSS 16.0 (2022)

Berdasarkan tabel 4.14 diatas. Dapat diketahui bahwa jumlah responden yang menjawab sangat setuju yaitu 16 orang responden atau sebesar 16,0%, jumlah responden yang menjawab setuju yaitu 46 orang

responden atau sebesar 46,0%, jumlah responden yang menjawab netral yaitu 32 orang responden atau sebesar 32,0%, dan jumlah responden yang menjawab tidak setuju yaitu 6 orang responden atau sebesar 6,0% dari total keseluruhan 100 orang responden.

Tabel 4.15 tanggapan responden tentang saya tidak ragu jika suatu saat ingin menabung di Bank Syariah

No	Alternatif Jawaban	Frequency	Percent
1	Sangat Setuju	12	12,0%
2	Setuju	35	35,0%
3	Netral	43	43,0%
4	Tidak Setuju	10	10,0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total		100	100,0%

Sumber : Pengolahan Data SPSS 16.0 (2022)

Berdasarkan tabel 4.15 diatas. Dapat diketahui bahwa jumlah responden yang menjawab sangat setuju yaitu 12 orang responden atau

sebesar 12,0%, jumlah responden yang menjawab setuju yaitu 35 orang responden atau sebesar 35,0%, jumlah responden yang menjawab netral yaitu 43 orang responden atau sebesar 43,0%, dan jumlah responden yang menjawab tidak setuju yaitu 10 orang responden atau sebesar 10,0% dari total keseluruhan 100 orang responden.

Tabel 4.16 tanggapan responden tentang kemungkinan ketika ingin membuka rekening baru, saya lebih memilih Bank Syariah

No	Alternatif Jawaban	Frequency	Percent
1	Sangat Setuju	14	14,0%
2	Setuju	38	38,0%
3	Netral	44	44,0%
4	Tidak Setuju	4	4,0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total		100	100,0%

Sumber : Pengolahan Data SPSS 16.0 (2022)

Berdasarkan tabel 4.16 diatas. Dapat diketahui bahwa jumlah responden yang menjawab sangat setuju yaitu 14 orang responden atau sebesar 14,0%, jumlah responden yang menjawab setuju yaitu 38 orang responden atau sebesar 38,0%, jumlah responden yang menjawab netral yaitu 44 orang responden atau sebesar 44,0%, dan jumlah responden yang menjawab tidak setuju yaitu 4 orang responden atau sebesar 4.0% dari total keseluruhan 100 orang responden

Tabel 4.17 tanggapan responden tentang Setelah membaca kuesioner ini saya tertarik pada Perbankan Syariah

No	Alternatif Jawaban	Frequency	Percent
1	Sangat Setuju	21	21,0%
2	Setuju	40	40,0%
3	Netral	36	36,0%
4	Tidak Setuju	3	3,0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total		100	100,0%

Sumber : Pengolahan Data SPSS 16.0 (2022)

Berdasarkan tabel 4.17 diatas. Dapat diketahui bahwa jumlah responden yang menjawab sangat setuju yaitu 21 orang responden atau sebesar 21,0%, jumlah responden yang menjawab setuju yaitu 40 orang responden atau sebesar 40,0%, jumlah responden yang menjawab netral yaitu 36 orang responden atau sebesar 36,0%, dan jumlah responden yang menjawab tidak setuju yaitu 3 orang responden atau sebesar 3,0% dari total keseluruhan 100 orang responden.

3. Analisis Uji Instrumen

a. Uji validasi

Validasi adalah menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang akan diukur. Uji validasi berguna untuk mengetahui kevalidan atau kesesuaian angket yang digunakan penulis dalam mengukur dan memperoleh data penelitian dari responden.

Tabel 4.18 Uji Validasi

Variabel	Item Pertanyaan	rHitung	rTabel	Keterangan
Pengetahuan (X ₁)	X _{1.1}	0,725	0,195	Valid
	X _{1.2}	0,875	0,195	Valid
	X _{1.3}	0,830	0,195	Valid

	X _{1.4}	0,822	0,195	Valid
Promosi (X ₂)	X _{2.1}	0,853	0,195	Valid
	X _{2.2}	0,796	0,195	Valid
	X _{2.3}	0,865	0,195	Valid
	X _{2.4}	0,844	0,195	Valid
Minat (Y)	Y.1	0,773	0,195	Valid
	Y.2	0,808	0,195	Valid
	Y.3	0,726	0,195	Valid
	Y.4	0,620	0,195	Valid

Sumber : Pengolahan Data SPSS 16.0 (2022)

Berdasarkan tabel diatas 4.18, dapat diketahui bahwa R-tabel sebesar 0,195 dan semua butir pertanyaan dari variabel pengetahuan (X₁), promosi (X₂) dan minat menunjukkan R-hitung > R-tabel atau R-hitung > 0,195 sehingga semua butir pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

b. Uji reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur dalam mengukur gejala yang sama. Setiap alat pengukur seharusnya memiliki kemampuan memberikan hasil pengukuran yang

konsisten. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur reliabel atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan reliabel apabila jawaban seseorang dari pertanyaan kuesioner tetap konsisten atau stabil dari waktu ke waktu serta memiliki nilai *Cronbach Alpha* $>0,6$.

Tabel 4.19 Uji Reliabilitas

Variabel	Cronchbach's Alpha	N of item	Keterangan
Pengetahuan (X ₁)	0,830	4	reliabel
Promosi (X ₂)	0,864	4	reliabel
Minat (Y)	0,711	4	reliabel

Sumber : Penolahan data SPSS 16.0 (2022)

Berdasarkan Tabel 4.19 diatas, memperlihatkan bahwa nilai koefisien reliabilitas variabel *pengetahuan* (X₁) sebesar $0,830 > 0,6$, nilai koefisien reliabilitas variabel *promosi* sebesar (X₂) $0,864 > 0,6$, serta nilai koefisien reliabilitas variabel minat (Y) sebesar $0,711 > 0,6$. Hal ini menunjukkan bahwa semua nilai koefisien reliabilitas variabel berdasarkan *cronhbach's alpha* lebih besar atau $> 0,6$ maka dinyatakan reliabel.

4. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan prasyarat analisis regresi berganda. Pengujian ini harus dipenuhi agar penaksiran parameter dan

koefisien regres itidak bias.Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas uji heteroskedastisitas.

a. Uji normalitas

Uji normalitas kolmogorov smirnov merupakan bagian dari uji asumsi klasik.Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak.Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang berdistribusi normal.

**Tabel 4.20 Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1,95367550
Most Extreme Differences	Absolute	,080
	Positive	,044
	Negative	-,080
Kolmogorov-Smirnov Z		,080
Asymp. Sig. (2-tailed)		,111

Sumber : Pengolahan Data SPSS 16.0 (2022)

Berdasarkan tabel 4.20 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi $0.111 > 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas adalah untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Untuk mendeteksi adanya gejala multikolinieritas dalam model penelitian

dapat dilihat dari nilai toleransi (*tolerance value*) atau nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Batas toleransi $> 0,10$ dan batas VIF $< 10,00$, sehingga dapat disimpulkan tidak terdapat multikolinieritas diantara variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas.

Tabel 4.21 Uji Multikolinieritas

Model	Tolerance	VIF	Keterangan
<i>Pengetahuan</i> (X1)	0,451	2,219	Bebas Multikolinieritas
<i>Promosi</i> (X2)	0,451	2,219	Bebas Multikolinieritas

Sumber : Pengolahan data SPSS 16.0 (2022)

Berdasarkan Tabel 4.21 diatas, hasil uji multikolinieritas dapat dijelaskan sebagai berikut:

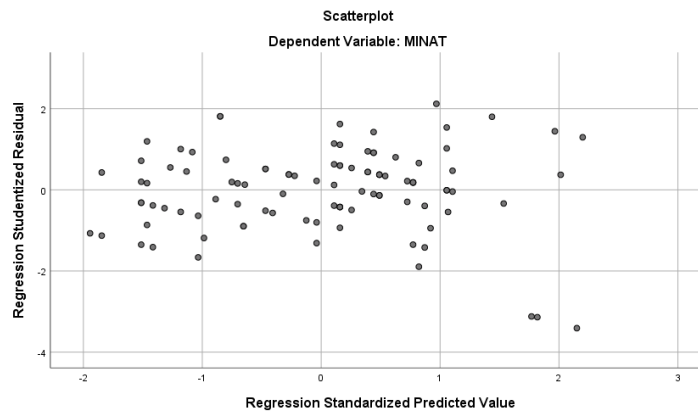
- 1) Nilai *Tolerance* variabel *pengetahuan* (X1) yaitu $0,451 > 0,10$ dan nilai VIF yaitu $2,219 < 10,00$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan tidak terjadi multikolinieritas.
- 2) Nilai *Tolerance* variabel *promosi* (X2) yaitu $0,451 > 0,10$ dan nilai VIF yaitu $2,219 < 10,00$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel promosi tidak terjadi multikolinieritas.

Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa dari dua variabel yaitu *pengetahuan* dan *promosi* tidak mengalami gejala multikolinieritas dalam model regresi yang digunakan untuk penelitian ini.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi berganda terjadi ketidaksamaan variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda akan disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah model yang tidak terjadi heteroskedastisitas.

Gambar 4.1
Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Pengolahan Data SPSS 16.00 (2022)

Berdasarkan gambar diatas memperlihatkan bahwa titik-titik pada scatter plot berada di atas dan di bawah atau disekitar angka 0, titik-titik pada scatter plot tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja dan penyebaran titik-titik pada scatter plot tidak berpola. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada data tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

5. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Regresi linear berganda adalah model regresi linear dengan melibatkan lebih dari satu variabel bebas atau predictor. Dalam penelitian ini, variabel bebas

(*independent*) adalah pengetahuan dan promosi sedangkan variabel terikat (*dependent*) adalah minat.

Tabel 4.22 Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,697	1,060		7,262	,000
	<i>Pengetahuan</i>	,440	,100	,502	4,385	,000
	<i>Promosi</i>	,065	,090	,083	,725	,470

Dari Sumber: Pengolahan Data SPSS 16.0 (2022)

tabel diatas 4.22, persamaan regresi yang di dapat adalah :

$$Y = 7,697 + 0,440(X_1) + 0,065(X_2)$$

Dari persamaan diatas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Konstanta mempunyai nilai sebesar 7,697 dan bernilai positif menyatakan bahwa jika variabel independen *pengetahuan* (X1) dan *promosi* (X2) bernilai nol atau dianggap konstan, maka minat masyarakat di Berangas Timur terhadap bank Syariah meningkat sebesar 7,697.
- b. Koefisien regresi *pengetahuan* (X1) sebesar 0,440 dan bernilai positif menyatakan bahwa setiap kenaikan sebesar 1 poin, maka akan meningkatkan minat masyarakat di Berangas Timur terhadap bank Syariah sebesar 0,440.
- c. Koefisien *promosi* (X2) sebesar 0,065 dan bernilai positif menyatakan bahwa setiap kenaikan sebesar 1 poin, maka akan menaikkan minat masyarakat di Berangas Timur terhadap bank Syariah sebesar 0,065.

Analisis regresi linier berganda juga terdapat Uji t, uji f, dan determinasi.

1. Uji-t

Uji-t bertujuan untuk menguji pengaruh secara masing-masing antara variabel independent (*pengetahuan* dan *promosi*) terhadap variabel dependent (minat masyarakat). Jika $T\text{-hitung} > T\text{-tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Sebaliknya, jika $T\text{-hitung} < T\text{-tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak sehingga tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

a) Pengetahuan (X1)

Tabel 4.23 Uji-t X1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,850	1,036		7,576	,000
	<i>Pengetahuan</i>	0,489	,074	,558	6,654	,000

Sumber: Pengolahan Data SPSS 16.0 (2022)

Berdasarkan Tabel 4.23 diatas, hasil uji-t dapat dijelaskan hasil hipotesis secara parsial sebagai berikut:

Diketahui nilai signifikan untuk variabel pengetahuan (X1) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai T-hitung $6,654 > T\text{-tabel}$ sebesar 1,987, maka dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang berarti terdapat pengaruh antara variabel Pengetahuan (X1) terhadap minat (Y).

b) Promosi (X2)

Tabel 4.24 Uji-t X2
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10,354	0,947		10,932	,000
	Promosi	,331	,072	,423	4,624	,000

Sumber: Pengolahan Data SPSS 16.0 (2022)

Berdasarkan Tabel 4.24 diatas, hasil uji-t dapat dijelaskan hasil hipotesis secara parsial sebagai berikut:

Diketahui nilai signifikan variabel promosi (X2) adalah sebesar 0,000 < 0,05 dan nilai t-hitung 4,624 > T-tabel sebesar 1,987, maka dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang berarti terdapat pengaruh antara variabel promosi (X2) terhadap minat (Y).

2. Uji F

Uji-f digunakan untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama antara variabel pengetahuan dan variabel promosi terhadap minat. Jika $F\text{-hitung} \geq F\text{-tabel}$ atau $\text{sig} \leq 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga secara bersama-sama terdapat pengaruh antara variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat. Sebaliknya, jika $F\text{-hitung} < F\text{-tabel}$ atau $\text{sig} > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak sehingga secara bersama-sama tidak terdapat pengaruh antara variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 4.25 Uji-F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	173,692	2	86,846	22,294	,000
	Residual	377,868	97	3,896		
	Total	551,560	99			

Sumber: Pengolahan Data SPSS 16.0 (2022)

Berdasarkan tabel 4.25 diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi untuk pengaruh pengetahuan (X1) dan promosi (X2) secara simultan terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F-hitung $22,294 > F\text{-tabel } 3,09$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima. Artinya terdapat pengaruh variabel pengetahuan (X1) dan variabel promosi(X2) secara simultan terhadap variabel minat (Y).

6. Koefisien Determinasi

Nilai koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Pada penelitian ini, koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar *pengetahuan* (X1) dan *promosi* (X2) berpengaruh terhadap minat (Y).

Tabel 4. 26 Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.497 ^a	.247	.231	2.139

Sumber: Pengolahan Data SPSS 16.0 (2022)

Berdasarkan tabel 4.26 diatas diketahui bahwa nilai *Adjusted R Square* (koefisien determinasi) sebesar 0,231, artinya pengaruh variabel independen *pengetahuan* (X2) dan variabel *promosi* (X2) terhadap variabel dependent minat masyarakat (Y) yaitu sebesar 23,1%, sedangkan 76,9% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan asil penelitian tentang “ **Pengaruh Pengetahuan Dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah Di Kabupaten Barito Kuala (studi kasus Berangas Timur)**” diperoleh hasil sebagai berikut :

1. Pengaruh Pengetahuan Dan Promosi Secara Parsial Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah di Bank Syariah di Kabupaten Barito Kuala

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah disajikan tentang hipotesis pengaruh antara pengetahuan dan promosi terhadap minat masyarakat menjadi nasabah di bank syariah di Kabupaten Barito Kuala. Berikut ini adalah penjelasan dari hasil penelitian secara parsial. Adapun penjelasan dari data tersebut sebagai berikut:

a. Pengetahuan (X1)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pengetahuan (X1) terdapat pengaruh terhadap minat masyarakat menjadi nasabah di bank syariah. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil pengujian secara persial atau uji-t. Diketahui nilai signifikansi untuk variabel pengetahuan (X1) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai T-hitung $6,654 > T\text{-tabel } 1,987$, maka dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima yang berarti terdapat pengaruh antara pengetahuan (X1) terhadap minat (Y).

Setiap individu memiliki tingkat pengetahuan yang berbeda. Hal tersebut dikarenakan pengetahuan seseorang dipengaruhi banyak faktor. Beberapa faktor yang mempengaruhi pengetahuan adalah :

1. Pendidikan

Pendidikan adalah salah satu usaha untuk mengembangkan kepribadian dan kemampuan di dalam dan diluar sekolah (baik formal maupun non formal), dan berlangsung seumur hidup, pendidikan adalah sebuah proses perubahan sikap dan tata laku seseorang atau kelompok dan juga usaha mendewasakan manusia melalui upaya pengajaran dan pelatihan. Pendidikan mempengaruhi proses belajar. Semakin tinggi pendidikan seseorang maka semakin untuk menerima informasi.

Tingkat pendidikan menentukan pola pikir dan wawasan seseorang. Semakin tinggi pendidikan seseorang maka diharapkan stok modal pengetahuan meningkat. Pendidikan memiliki peran penting dalam kualitas. Lewat pendidikan manusia dianggap akan memperoleh pengetahuan.

2. Sumber informasi

Informasi adalah sesuatu yang diketahui, namun ada pula yang menekankan informasi sebagai transfer pengetahuan. Informasi adalah teknik untuk mengumpulkan, menyiapkan, menyimpan, mengumumkan, menganalisis, dan menyebarkan informasi dengan tujuan tertentu.

3. Hubungan Sosial

Hubungan sosial atau interaksi sosial adalah hubungan timbal balik antara individu satu dengan individu yang lain, saling mempengaruhi, dan didasarkan pada kesadaran untuk saling menolong. Hubungan sosial ini didefinisikan sebagai suatu hubungan antara dua orang atau lebih, dimana kelakuan individu mempengaruhi individu lain atau sebaliknya. Individu yang dapat berinteraksi secara kontinyu akan lebih besar terpapar informasi. (Siregar, Pinondang Hotria dan Ricard Fedrik Marpaung, 2020, hal. 22).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Riyan Pradesyah (2020) yang menyatakan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh terhadap minat masyarakat menjadi nasabah di bank syariah.

b. Promosi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel promosi (X2) berpengaruh terhadap minat masyarakat menjadi nasabah di bank syariah. Hal tersebut dibuktikan dengan pengujian secara persial atau uji-t. Diketahui nilai signifikansi variabel promosi (X2) sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai T-hitung $4,624 > T\text{-tabel } 1,987$, maka dapat disimpulkan H_2 diterima yang berarti terdapat pengaruh antara variabel promosi (X2) terhadap minat (Y).

Menentukan variabel yang paling efektif dalam bauran promosi adalah hal yang paling sulit dalam pemasaran. Dalam prakteknya kita harus mencari kombinasi yang terbaik atas penggunaan variabel-variabel tersebut, sehingga terdapat berbagai macam faktor yang mempengaruhinya dalam menentukan kombinasi terbaik dalam bauran promosi.

Menurut (Swastha, 2009) faktor yang mempengaruhi promosi adalah : dana yang digunakan untuk promosi, sifat pasar, jenis-jenis

produk, dan tahapan-tahapan dalam siklus kehidupan barang. (Siska Yuli Anita, Dkk, 2023, hal. 194)

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Riyan Pradesyah (2020) yang menyatakan bahwa variabel promosi (X2) terdapat pengaruh terhadap minat (Y).

Dari kedua variabel bebas tersebut, yang memiliki pengaruh lebih tinggi adalah pengetahuan. Artinya semakin banyak pengetahuan masyarakat di Berangas Timur maka akan memunculkan minat masyarakat untuk menjadi nasabah di bank syariah.

2. Pengaruh Pengetahuan Dan Promosi secara Simultan Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah di Bank Syariah Kabupaten Barito Kuala

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pengetahuan (X1) dan variabel promosi (X2) secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk menjadi nasabah di bank syariah di Kabupaten Barito Kuala. Ini dibuktikan dengan hasil pengujian sinkron atau uji-f. Karena nilai $F_{hitung} 22,294 > F_{tabel} 3,09$ dan tingkat signifikansi diketahui $0,000 < 0,05$ maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel pengetahuan (X1) dan variabel promosi (X2) berpengaruh secara simultan. pada variabel minat (Y).

Besarnya variabel pengetahuan dalam mempengaruhi minat masyarakat menjadi nasabah di bank syariah dapat diketahui dalam uji regresi linier

berganda yaitu sebesar 0,440 dan bernilai positif menyatakan bahwa setiap kenaikan sebesar 1 poin, maka akan meningkatkan minat masyarakat menjadi nasabah di bank syariah sebesar 0,440. Begitu juga dengan promosi. Dimana besarnya variabel promosi dalam mempengaruhi minat masyarakat menjadi nasabah di bank syariah dapat diketahui dalam uji regresi linier berganda yaitu sebesar 0,065 dan bernilai positif menyatakan bahwa setiap kenaikan sebesar 1 poin, maka akan meningkatkan minat masyarakat menjadi nasabah di bank syariah sebesar 0,065. Adapun persamaan regresi linier berganda yang diperoleh sebagai berikut :

$$Y = 7,697 + 0,440(X1) + 0,065(X2)$$

Y: variabel terikat (minat)

X1: variabel bebas (pengetahuan)

X2: variabel bebas (promosi)

Sehingga ketika bank syariah akan meningkatkan minat, maka kedua variabel baik pengetahuan ataupun promosi harus sama-sama diperhatikan guna mencapai tujuan yang diinginkan, karena keduanya memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat menjadi nasabah di bank syariah.