

**PENGARUH PEMAHAMAN MASYARAKAT, PROMOSI, VARIASI
PRODUK, DAN PENGETAHUAN PRODUK TERHADAP MINAT
MASYARAKAT DALAM MENGAJUKAN PEMBIAYAAN DI BANK
SYARIAH**

(Studi Kasus Pelaku Usaha Di Kabupaten Sleman)



**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR SARJANA
STRATA SATU DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

OLEH:

Muhamad Rojab Hafidzuddin

NIM: 17108020072

DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI

Dian Nuriyah Solissa, SHI, M.Si

NIP: 19840216 200912 2 004

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
TAHUN 2021**



PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-385/Un.02/DEB/PP.00.9/04/2021

Tugas Akhir dengan judul : **PENGARUH PEMAHAMAN MASYARAKAT, PROMOSI, VARIASI PRODUK, DAN PENGETAHUAN PRODUK TERHADAP MINAT MASYARAKAT DALAM MENGAJUKAN PEMBIAYAAN DI BANK SYARIAH (STUDI KASUS PELAKU USAHA DI KABUPATEN SLEMAN)**

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MUHAMAD ROJAB HAFIDZUDDIN
Nomor Induk Mahasiswa : 17108020072
Telah diujikan pada : Senin, 01 Maret 2021
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Dian Nuriyah Solissa, SHI, M.Si
SIGNED

Valid ID: 607faf1ded6c1



Penguji I

Ruspita Rani Pertiwi, S.Psi, M.M
SIGNED

Valid ID: 6063d6492ea6c



Penguji II

Jauhar Faradis, S.H.I., M.A.
SIGNED

Valid ID: 607178deec1e6d



Yogyakarta, 01 Maret 2021
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 6081000755a05



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta memperbaiki seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara :

Nama : Muhamad Rojab Hafidzuddin

NIM : 17108020072

Judul Skripsi : "Pengaruh Pemahaman Masyarakat, Promosi, Variasi Produk, Dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Masyarakat Dalam Mengajukan Pembiayaan Di Bank Syariah (Studi Kasus Pelaku Usaha Di Kabupaten Sleman)"

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Jurusan / Program Studi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini kami berharap agar skripsi saudara tersebut ditas dapat segera di munaqasahkan, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 23 Jumadits Tsani 1442 H

05 Februari 2021 M

Pembimbing,

Dian Nuriyah Solissa, SHI, M.Si

NIP: 19840216 200912 2 004

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhamad Rojab Hafidzuddin

NIM : 17108020072

Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Pemahaman Masyarakat, Promosi, Variasi Produk, Dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Masyarakat Dalam Mengajukan Pembiayaan Di Bank Syariah (Studi Kasus Pelaku Usaha Di Kabupaten Sleman)”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *bodynote*, *footnote*, dan daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Yogyakarta, 14 Januari 2021

Penyusun

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN
YOGYAKARTA



Muhamad Rojab Hafidzuddin
NIM. 17108020072

SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI

TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhamad Rojab Hafidzuddin
NIM : 17108020072
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **“Pengaruh Pemahaman Masyarakat, Promosi, Variasi Produk, Dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Masyarakat Dalam Mengajukan Pembiayaan Di Bank Syariah (Studi Kasus Pelaku Usaha Di Kabupaten Sleman)”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non ekklusif ini Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Yogyakarta

Pada Tanggal 01 Maret 2021

Yang Menyatakan


(Muhamad Rojab Hafidzuddin)

MOTTO

Boleh Nakal Asalkan Halal

-Muhamad Rojab Hafidzuddin-

Kemenangan yang seindah-indahnya dan sesukar-sukarnya yang boleh direbut
oleh manusia ialah menundukkan diri sendiri

-Ibu Kartini-



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Saya persembahkan karya ini untuk kedua orang tua saya yang selalu memberikan dukungan dari segi apapun

Rekan-rekan seperjuangan Perbankan Syariah 2017

Beserta Almamaterku

UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Pedoman Transliterasi Arab Latin

Transliterasi kata-kata arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Sa'	S	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha'	H	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha'	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Dzal	Z	Zet
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Shad	Sh	Es (dengan titik di bawah)
ض	Dhad	Dh	De (dengan titik di bawah)

ط	Tha'	Th	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Zha'	Zh	Zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	Gh	Ge dan ha
ف	Fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Min	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
ه	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostref
ي	Ya	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* Ditulis Rangkap

مُتَعَدِّدَةٌ	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عَدَّة	Ditulis	<i>'iddah</i>

C. Ta'Marbuttah

Semua ta' marbuttah ditulis dengan h, baik berada pada kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang "al").

Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata arab yang sudah terserap dalam

bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حكمة	Ditulis	<i>Hikmah</i>
علة	Ditulis	<i>'illah</i>
كرمة الأولياء	Ditulis	<i>Karamah al auliya'</i>

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

--- َ ---	Fathah	Ditulis	<i>A</i>
--- ِ ---	Kasrah	Ditulis	<i>I</i>
--- ُ ---	Dammah	Ditulis	<i>U</i>
فعل	Fathah	Ditulis	<i>Fa'ala</i>
ذكر	Kasrah	Ditulis	<i>Zukira</i>
يذهب	Dammah	Ditulis	<i>Yazhabu</i>

E. Vokal Panjang

1. fathah + alif	Ditulis	<i>A</i>
جاهلية	Ditulis	<i>Jahiliyyah</i>
2. fathah + ya' mati	Ditulis	<i>A</i>
تنسى	Ditulis	<i>Tansa</i>
3. kasrah + ya' mati	Ditulis	<i>I</i>
كريم	Ditulis	<i>Karim</i>
4. dhammah + wawu mati	Ditulis	<i>U</i>
فروض	Ditulis	<i>Furud</i>

F. Vokal Rangkap

1. fathah + ya' mati	Ditulis	<i>Ai</i>
بينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
2. fathah + wawu mati	Ditulis	<i>Au</i>
قول	Ditulis	<i>Qaul</i>

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata yang Dipisahkan dengan Apostrof

أنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لنشكرتم	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf qamariyyah maka ditulis menggunakan huruf awal "al"

القرآن	Ditulis	<i>Al-Quran</i>
القياس	Ditulis	<i>Al-Qiyas</i>

2. Bila diikuti huruf Syamsiyyah maka ditulis sesuai dengan huruf pertama Syamsiyyah tersebut

السماء	Ditulis	<i>As-sama'</i>
الشمس	Ditulis	<i>Asy-syams</i>

I. Penulisan Kata-Kata dalam Rangkaian Kalimat

الفروضذوي	Ditulis	<i>Zawi al-furud</i>
السنةأهل	Ditulis	<i>Ahl as-sunnah</i>

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT atas limpahan rahmat, hidayah, dan inayahnya yang diberikan oleh-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian tugas akhir (skripsi) dengan lancar dan diberikan kemudahan. Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat, dan seluruh umatnya.

Skripsi ini merupakan karya terakhir saya yang disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata satu Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini, penyusun ingin menyampaikan terima kasih yang dalam kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, pihak-pihak tersebut adalah:

1. Prof. Dr. Phil. Al Makin, M.A selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Dr. Afdawaiza, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Ruspita Rani Pertiwi, S.Psi, M.M selaku Kepala Program Studi Perbankan Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Mun Yah Zahiroh, SE., M.B.A. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing saya dari awal pross perkuliahan hingga akhir semester.
5. Dian Nuriyah Solissa, S.H.I., M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang senantiasa sabar mengarahkan dan membimbing penulis dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini
6. Orang tuaku (Bapak Khudori dan Ibu Jamilah) yang selalu memberikan dukungan dalam bentuk apapun.
7. Seluruh Dosen, Pegawai, dan Staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan ilmu serta pengalaman pengetahuannya kepada penulis selama masa perkuliahan.
8. Teman-temanku Perbankan Syariah 2017 yang telah kebersamai dari awal semester sampai akhir dalam menuntut ilmu hingga selesai
9. Masyarakat Kabupaten Sleman

10. Serta semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini

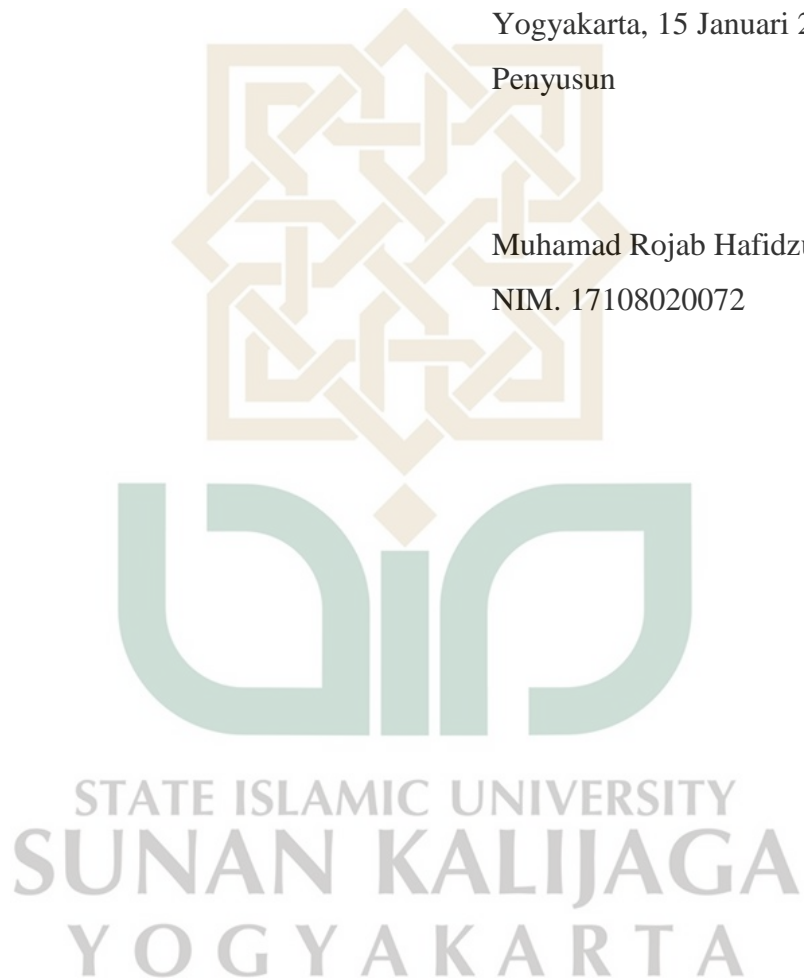
Semoga segala kebaikan yang telah diberikan menjadi amal shaleh dan mendapat balasan yang lebih baik dari Allah SWT, dan semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi pembaca dan peneliti yang akan melanjutkannya.

Yogyakarta, 15 Januari 2021

Penyusun

Muhamad Rojab Hafidzuddin

NIM. 17108020072



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	viii
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
ABSTRAK	xx
ABSTRACT	xxi
BAB I PENDAHULUAN	01
A. Latar Belakang	01
B. Rumusan Masalah	08
C. Tujuan Penelitian	09
D. Manfaat Penelitian	09
E. Sistematika Pembahasan	11
BAB II LANDASAN TEORI	13
A. Landasan Teori	13
1. Pembiayaan	13
2. Minat	15
3. Pemahaman Masyarakat	21
4. Promosi	25
5. Variasi Produk	29
6. Pengetahuan Produk	31
B. Telaah Pustaka	34

C. Pengembangan Hipotesis	41
D. Kerangka Pemikiran	46
BAB III METODE PENELITIAN	47
A. Jenis Penelitian	47
B. Sumber Data	47
C. Populasi dan Sampel	48
D. Variabel dan Definisi Operasional Variabel	50
E. Metode Pengumpulan Data	52
F. Instrumen Penelitian	54
G. Teknik Pengujian Instrumen	55
1. Uji Validitas	55
2. Uji Reliabilitas	56
H. Teknik Analisis Data	56
1. Uji Asumsi Klasik	56
2. Analisis Regresi Linier Berganda	58
3. Uji Hipotesis	59
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	62
A. Analisis Deskripsi	62
B. Profil Responden	63
C. Hasil Analisis Data	68
1. Pengujian Instrumen Penelitian	68
2. Uji Asumsi Klasik	71
3. Uji Regresi Linier Berganda	75
4. Uji Hipotesis	78
D. Pembahasan Hasil Penelitian	85
BAB V PENUTUP	96
A. Kesimpulan	96
B. Keterbatasan	97
C. Saran	98
DAFTAR PUSTAKA	99
Lampiran-lampiran	104

Daftar Tabel

Tabel 2.1 Telaah Pustaka	34
Tabel 3.1 Variabel Penelitian	51
Tabel 3.2 Skala Likert	55
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	63
Tabel 4.2 Usia Responden.....	64
Tabel 4.3 Pendidikan Responden	64
Tabel 4.4 Pekerjaan Responden	65
Tabel 4.5 Responden Pengguna Jasa Bank Syariah / Bukan	66
Tabel 4.6 Jenis Usaha Responden.....	66
Tabel 4.7 Lama Usaha Responden.....	67
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas	69
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas	71
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas	71
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas	73
Tabel 4.12 Hasil Uji Autokorelasi	74
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas	75
Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	76
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi	78
Tabel 4.16 Hasil Uji Simultan	79
Tabel 4.17 Hasil Uji Parsial	80
Tabel 4.18 Detail Jawaban Kuesioner Variabel Pemahaman Masyarakat	86
Tabel 4.19 Detail Jawaban Kuesioner Variabel Promosi	88
Tabel 4.20 Detail Jawaban Kuesioner Variabel Variasi Produk.....	91
Tabel 4.21 Detail Jawaban Kuesioner Variabel Pengetahuan Produk	93

Daftar Gambar

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran46



Daftar Lampiran

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	i
Lampiran 2. Data Jawaban Responden	ix
Lampiran 3. Hasil Olah Data dengan SPSS	xii
Lampiran 4. Curriculum Vitae	xxiii



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan pengaruh pemahaman masyarakat, promosi, variasi produk, dan pengetahuan produk terhadap minat masyarakat dalam mengajukan pembiayaan di Bank Syariah (studi kasus pelaku usaha di Kabupaten Sleman). Penelitian ini menggunakan kuesioner dan wawancara sebagai instrument untuk mengumpulkan data. Sampel dalam penelitian ini diambil dengan metode pengumpulan data yang disebut *non probability sampling* yaitu dengan menggunakan 50 responden. Data yang diperoleh kemudian dianalisis oleh peneliti dengan menggunakan teknik analisis SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) versi 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Promosi dan variabel pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam mengajukan pembiayaan di Bank Syariah, sedangkan variabel pemahaman masyarakat dan variasi produk tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam mengajukan pembiayaan di Bank Syariah.

Kata Kunci : pengaruh pemahaman masyarakat, promosi, variasi produk, pengetahuan produk, minat

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRAC

The aim from this paper to prove the effect of public understanding, promotion, product variation, and product knowledge on people's interest in applying for financing at Islamic Banks (a case study of business actors in Sleman Regency). This study used a questionnaire and interviews as instruments to collect data. The sample in this study was taken by a data collection method called non probability sampling, using 50 respondents. The data obtained were then analyzed by researchers using the SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) analysis technique version 27. The results showed that the promotion variable and product knowledge variables had a positive and significant effect on people's interest in applying for financing at Islamic Bank, while the understanding variable society and product variations do not affect the public's interest in applying for financing in Islamic Bank.

Keywords: *influence of public understanding, promotion, product variation, product knowledge, interest*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Deputi Komisioner Pengawas Perbankan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menginformasikan bahwa situasi Perbankan Syariah di masa pandemi virus *Corona Virus Disease* (Covid-19) mengalami pelambatan, namun kondisinya masih lebih baik jika dibandingkan dengan Perbankan Konvensional¹. Kondisi ini mencerminkan kepercayaan masyarakat akan perbankan syariah di masa pandemi virus *Corona Virus Disease* (Covid-19) ini masih tinggi walaupun posisinya melandai.

Berdasarkan data dari Otoritas Jasa Keuangan pembiayaan pada Perbankan Syariah mengalami pertumbuhan sebesar 11,43% dari Rp. 200,29 T pada bulan Januari tahun 2019 menjadi Rp. 223,18 T pada bulan Januari tahun 2020. Peningkatan pembiayaannya ini lebih unggul daripada pertumbuhan kredit pada lembaga perbankan konvensional yang hanya 5,88% pada periode yang sama. Pertumbuhan DPK (dana pihak ketiga) sebesar 11,45%, dari Rp. 257,05 T menjadi Rp. 286,49 T, pertumbuhan ini juga lebih tinggi daripada DPK perbankan konvensional yang hanya 6,58%².

Jika dibandingkan antara Perbankan Syariah dan industri keuangan secara keseluruhan, pertumbuhan yang terjadi pada Perbankan Syariah per bulan Mei tahun 2020 memiliki posisi yang lebih unggul daripada dengan

¹ <https://finance.detik.com/moneter/d-5105143/ojk-buka-bukaan-kondisi-bank-syariah-di-tengah-pandemi-corona>

² <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah>

Perbankan Konvensional, Hal ini diperkuat oleh PYD (Pertumbuhan Pinjaman Yang Diterima) pada Perbankan Syariah terhitung sejak bulan Mei tahun 2020 sudah mencapai 10.14% YTD. kemudian, pada sisi aset juga mengalami pertumbuhan sebesar 9.35% YTD, kemudian pada DPK (dana pihak ketiga) juga telah mencapai 9.24% YTD. Sedangkan itu pada Perbankan konvensional hingga bulan Mei tahun 2020 kreditnya hanya mengalami pertumbuhan sebesar 3.04%, dan dana pihak ketiga (DPK)nya sebesar 8.87%. Prosentase ini memiliki nilai yang lebih tinggi jika dibandingkan pada tahun-tahun yang lalu, sewaktu pandemi Covid-19 belum terjadi. (ojk.go.id).

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) melaporkan per April 2020, Total aset keuangan syariah (tidak termasuk saham syariah) baru mencapai Rp. 1.496,05 triliun, Kemudian, per bulan Mei tahun 2020 posisi *share asset* syariah pada Perbankan Syariah baru mencapai 6.05%, Sedangkan porsi pangsa pasar keuangan syariah di Indonesia baru mencapai 9,03 dibandingkan total aset keuangan nasional. (ojk.go.id).

Realitanya pertumbuhan pada industri keuangan syariah belum didukung oleh penggunaan produk dan layanan jasa keuangan syariah oleh masyarakat secara luas, hal ini karena pemahaman masyarakat akan lembaga keuangan syariah relatif rendah dan minimnya informasi yang tersedia tentang lembaga keuangan syariah.

Rendahnya inklusi dan literasi keuangan perbankan syariah juga menjadi penyebab krusial rendahnya performa perbankan syariah. Adapun berdasarkan Survey Nasional Literasi Keuangan Otoritas Jasa Keuangan (OJK),

tingkat literasi keuangan syariah baru mencapai 8,9 persen. Sedangkan, tingkat inklusi hanya mencapai 9,1 persen. rendahnya pemahaman masyarakat ini menjadi tantangan besar bagi lembaga keuangan syariah. Pengenalan masyarakat akan keuangan syariah perlu diperluas, sehingga kinerja perekonomian syariah Indonesia dapat tumbuh lebih baik lagi.

Berdasarkan observasi dan pengalaman peneliti dalam kegiatan praktik kerja lapangan (PKL) pada bulan Februari tahun 2020 di bank BRIsyariah, peneliti menemukan bahwa mayoritas pelaku usaha belum mengetahui produk-produk pembiayaan yang disediakan oleh bank syariah, prosedur pengajuannya bagaimana, dan apa saja syarat pengajuannya. Minimnya pengetahuan masyarakat akan produk pembiayaan juga dipengaruhi oleh marketer bank syariah itu sendiri mengingat marketer bank dalam memasarkan produk pembiayaannya masih didominasi dengan metode penjualan personal (*Personal Selling*) dengan target tertentu, sehingga baru sebagian masyarakat yang mengetahui produk pembiayaan yang disediakan oleh Bank Syariah.

Shaleh dan Wahab (2005:262) mengemukakan bahwa minat merupakan suatu hal yang menjurus guna memberi sebuah minat/perhatian dan berperilaku kepada orang lain, kegiatan maupun kondisi objek yang dijadikan minat yang diiringi timbulnya rasa bahagia. Keinginan atau minat bisa muncul ketika adanya suatu hal yang bisa membawa/mempengaruhi individu tersebut. Sedangkan Djali (2008:121) mengemukakan bahwa minat hakikatnya merupakan penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan objek lain di luar diri. pada penelitian ini minat pelaku usaha di Kabupaten Sleman

dikaitkan dengan pemahaman masyarakat, promosi, variasi produk, dan pengetahuan produk perbankan syariah. penulis hendak mengungkap apakah pemahaman masyarakat, promosi, variasi produk, dan pengetahuan produk bisa mempengaruhi minat masyarakat dalam mengajukan pembiayaan di Bank Syariah.

Pemahaman merupakan sebuah kemampuan dalam mendefinisikan sebuah kata maupun kalimat yang sukar dengan bahasa sendiri yang lebih mudah dipahami, bisa juga sebagai sebuah kemampuan dalam mengartikan sebuah teori guna memperkirakan dan mengantisipasi suatu hal yang akan terjadi (S Nasution:1999). Sedangkan menurut Ngalim P (2010) Komprehensi atau pemahaman merupakan kesanggupan dalam memahami sebuah konsep, situasi, maupun faktor lain yang diketahuinya. Dalam hal ini tidak hanya hafal secara pikiran, tetapi juga paham konsep dari masalah atau fakta yang dikemukakan.

Promosi merupakan kegiatan *marketing mix* yang terakhir. Suatu produk yang telah diciptakan kemudian harga telah ditetapkan serta lokasi atau tempat sudah ditentukan maka produk tersebut sudah siap untuk dipromosikan. Karena dengan melalui sarana promosi, masyarakat akan lebih tahu dan paham akan kehadiran yang telah diproses sedemikian rupa. Promosi biasanya terdiri dari manfaat, harga, dimana didapatkan, karakteristik dari produk sampai dengan kelebihan-kelebihan yang dimiliki oleh produk kita dengan tujuan sebagai pembeda terhadap produk yang serupa lainnya (Kasmir, 2008:156).

Kotler & Amstrong (2013) mendeskripsikan variasi produk merupakan bagian terpisah pada pada suatu brand/merek maupun segmen produk yang bisa dikelompokkan sesuai dengan harga, ukuran, tampilan, maupun ciri khas lain yang ada pada sebuah produk. Sementara itu (Tjiptono:2012), mengemukakan bahwa variasi produk sesuai untuk diterapkan jika perusahaan/produsen bertujuan menggunakan keadaptifan sebuah produk untuk media berkompetisi dengan produsen lain, semisal produk umum. sesuai pemaparan beberapa pakar diatas peneliti menarik sebuah kesimpulan jika variasi produk merupakan macam-macam produk yang dibagi sesuai dengan harga, ukuran, tampilan maupun ciri khas lain sebagi pembeda dengan produk lain.

Dalam menentukan keputusan untuk melakukan pengajuan pembiayaan seharusnya calon nasabah baik individu maupun kelompok harus tahu informasi tentang produk-produk pembiayaan yang ada pada Bank Syariah. Sumarwan (2011) menyampaikan bahwa pengetahuan produk merupakan kesatuan berbagai jenis informasi tetntang sebuah produk, yang terdiri dari kepercayaan akan produk, harga, merek, pelengkap, dan terminologi. Pengetahuan akan sebuah produk juga dapat mempengaruhi minat masyarakat, seperti minat dalam mengajukan pembiayaan di bank syariah, karena seseorang /individu yang yang paham akan sebuah produk bisa mengetahui dampak yang akan ditimbulkan dari sebuah produk yang akan digunakannya.

Asrizam (2019) telah melakukan penelitian yang membahas mengenai minat masyarakat, dengan hasil penelitiannya yaitu variabel persepsi dan promosi berpengaruh positif terhadap minat masyarakat dalam mengajukan

pembiayaan KPR di bank syariah, sementara itu variabel pengetahuan produk dan religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam mengajukan pembiayaan KPR di bank syariah. Penelitian lain yang dilakukan oleh Wiwin Yuliana (2017) menunjukkan bahwa yang dapat mempengaruhi tingkat pemahaman masyarakat atas Bank Syariah dan produk beserta prinsipnya adalah faktor ekonomi dan faktor *experience*, karena semakin tinggi faktor tersebut maka semakin paham pula masyarakat terhadap Bank Syariah dan produk beserta prinsipnya. Kemudian penelitian yang telah dilakukan oleh Nilla Wijayasari, Mahfudz (2018) temuan dalam penelitiannya menyatakan bahwasanya variasi produk memiliki efek positif terhadap niat beli diterima. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Niken Nastiti, Ika Farida Ulfah, dan Arif Hartono, (2018) menemukan bahwasanya ada pengaruh antara variabel Religiusitas, Pengetahuan Produk Perbankan, Pengetahuan Perbankan, Pengetahuan Bagi Hasil, dan Pengetahuan Pelayanan Perbankan Terhadap Perensi Menggunakan Jasa Perbankan Syariah.

Dalam penelitian ini yang akan dijadikan subyek penelitian adalah para pelaku usaha/bisnis di kabupaten sleman. Kabupaten Sleman merupakan sebuah kabupaten di Daerah Istimewa Yogyakarta, dengan luas kurang lebih 574,82 km². Dengan jumlah penduduk 1.193.572 jiwa. kabupaten ini memiliki tujuh belas (17) Kecamatan, dengan masyoritas penduduk beragama Islam. Dengan berbagai sektor usaha yang terdaftar sebanyak 52.671 usaha.³ Jenis usahanya

³ <https://dinkopukm.slemankab.go.id/data-statistik/data-ukm/>

terdiri dari berbagai lini usaha, diantaranya kuliner, fashion, pendidikan, otomotif, agrobisnis, Teknologi Informasi, perdagangan, jasa, dan sebagainya.

Dengan banyaknya pelaku usaha di kabupaten Sleman maka taklepas akan kebutuhan modal yang cukup banyak, salah satu sumber modal yang paling diminati oleh masyarakat ialah dari lembaga perbankan. Faktanya untuk dapat memenuhi kebutuhan akan modal pelaku usaha sebaiknya jika para pelaku usaha di Kabupaten Sleman memanfaatkan fasilitas yang disediakan oleh Perbankan Syariah. disamping memiliki produk penyaluran dana (*Financing*) dengan prinsip bagi hasil (*mudharabah dan musyarakah*). Namun amat disayangkan sebagian besar pelaku usaha masih belum tertarik untuk menggunakan jasa Bank Syariah.

Salah satu problematika yang peneliti jumpai adalah yang berkaitan dengan masalah pendanaan / modal usaha yang mana masih banyak pelaku usaha yang masih kekurangan modal untuk mengembangkan usahanya, terutama UKM yang baru dirintis di masa pandemi virus Corona Virus Disease (Covid-19) ini. Walaupun banyak lembaga keuangan namun masih sedikit masyarakat yang berminat untuk mengajukan pembiayaan di Bank Syariah, Dengan berbagai alasan, seperti minimnya promosi produk pembiayaan yang mengakibatkan pengetahuan dan pemahaman masyarakat kurang akan produk pembiayaan yang disediakan oleh Bank Syariah. kemudian Alasan peneliti mengajukan tempat ini yaitu pertama, untuk memberikan jalan keluar yang berkaitan dengan pembiayaan usaha yakni meneliti minat masyarakat dalam mengajukan pembiayaan pada Bank Syari'ah.

Kedua, peneliti berharap dapat memberi wawasan mengenai perbankan syari'ah disertai dengan aneka ragam produknya terutama produk pembiayaannya, mengingat masih banyaknya masyarakat yang belum mengetahui tentang produk pembiayaan yang disediakan oleh Bank Syariah, dan besarnya jumlah pengguna/nasabah perbankan konvensional. Pada penelitian ini peneliti berperan menjadi fasilitator pada problem yang akan dirumuskannya.

berdasarkan berbagai uraian di atas, maka peneliti berminat melakukan penelitian dengan berjudul “ **Pengaruh Pemahaman Masyarakat, Promosi, Variasi Produk, Dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Masyarakat Dalam Mengajukan Pembiayaan Di Bank Syariah (Studi Kasus Pelaku Usaha Di Kabupaten Sleman) ”**

B. Rumusan Masalah

Sesuai dengan pemaparan latar belakang sebelumnya, peneliti merumuskan rumusan masalah secara sederhana sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh pemahaman masyarakat terhadap minat masyarakat mengajukan pembiayaan di bank syariah?
2. Bagaimana pengaruh promosi terhadap minat masyarakat mengajukan pembiayaan di bank syariah?
3. Bagaimana pengaruh variasi produk terhadap minat masyarakat mengajukan pembiayaan di bank syariah?
4. Bagaimana pengaruh pengetahuan produk terhadap minat masyarakat mengajukan pembiayaan di bank syariah?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang peneliti harapkan adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh pemahaman masyarakat terhadap minat masyarakat dalam mengajukan Pembiayaan di bank syariah.
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap minat masyarakat dalam mengajukan Pembiayaan di bank syariah.
3. Untuk mengetahui pengaruh variasi produk terhadap minat masyarakat dalam mengajukan Pembiayaan di bank syariah.
4. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan Produk terhadap minat masyarakat dalam mengajukan Pembiayaan di bank syariah.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang peneliti harapkan dengan adanya penelitian ini diantaranya adalah:

1. Manfaat Teoritis

Peneliti berharap bahwa penelitian ini bisa memberi dukungan bagi peneliti lain yang berkenaan dengan Pengaruh pemahaman masyarakat, promosi, Variasi Produk Pembiayaan, dan pengetahuan produk terhadap minat masyarakat Dalam Mengajukan Pembiayaan Di Bank Syariah serta Pengetahuan dalam Perbankan Syariah guna membuka peluang untuk melakukan penelitian yang lebih mendalam tentang permasalahan yang serupa.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Peneliti/penyusun

Disamping untuk sarana pembelajaran, penelitian ini juga berguna untuk memperdalam wawasan peneliti mengenai minat masyarakat dalam mengajukan pembiayaan di Bank Syariah

b. Bagi praktisi

Peneliti berharap bahwa hasil dari penelitian ini bisa *mensupport* praktisi dalam hal menarik minat masyarakat maupun instansi guna mengadakan kerjasama dengan Bank Syariah, baik didalam produk *funding, landing*, dan jasa lain yang ada pada bank syari'ah.

c. Bagi Almamater

Peneliti berharap bahwa hasil dari peneliti ini bisa turut berkontribusi dalam mendukung penyediaan informasi dan referensi bagi almamater .

d. Bagi akademisi

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa di jadikan rujukan guna menyelesaikan problem serupa pada penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, terutama yang berkaitan dengan *marketing/pemasaran*.

e. Bagi khalayak umum

hasil penelitian ini diharapkan bisa memperbanyak wawasan guna mendukung penyediaan informasi bagi pihak yang menginginkan informasi mengenai Pembiayaan.

E. Sistematika Pembahasan

Bagian sistematika pembahasan berfungsi dalam menjelaskan jalan penelitian dari awal hingga akhir. Adapun Sistematika dalam skripsi ini yaitu:

Bab I Pendahuluan, menjelaskan alasan peneliti dalam menentukan judul, yang didalamnya terdapat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan. Latar belakang meliputi uraian tentang isu utama yang didukung oleh fakta dan data yang terkait, uraian secara ringkas teori utama, dan uraian secara ringkas beberapa hasil penelitian sebelumnya yang relevan. Rumusan masalah membahas tentang apa saja yang menjadi masalah dalam penelitian ini yang kemudian merumuskannya untuk menjadi fokus dari penelitian ini. Pada penelitian ini rumusan masalah disajikan dalam bentuk narasi. Tujuan penelitian berisikan tentang tujuan dari penelitian ini. Tujuan tersebut mengacu pada Rumusan Masalah. Tujuan pada penelitian ini dimaksudkan untuk apa rumusan masalah penelitian diajukan. Manfaat penelitian berisikan tentang manfaat dari penelitian ini. manfaat penelitian disajikan untuk siapa dan apa manfaat yang didapat dari hasil penelitian ini nantinya. Sedangkan sistematika pembahasan menerangkan tentang isi dari bagian-bagian pada penelitian.

Bab II Kerangka Teori, berisi tentang landasan teori, telaah pustaka, dan kerangka pemikiran yang memiliki keterkaitan dengan isi dalam proposal berdasarkan referensi dari buku, jurnal, dan internet. Landasar teori berisi tentang teori yang dijadikan dasar penelitian. Landasan teori pada bagian ini mengacu pada jurnal internasional, jurnal nasional serta beberapa penelitian yang telah dilakukan sebagai bahan rujukan penelitian ini. Telaah pustaka berisikan tentang ringkasan hasil penelitian terdahulu yang sesuai dengan penelitian ini, serta penjelasan ringkas tentang perbedaan penelitian ini dengan

penelitian sebelumnya. Sedangkan Kerangka pemikiran berisi gambar skematis dari hubungan antarvariabel.

Bab III Metode Penelitian, berisi tentang metode penelitian yang digunakan oleh peneliti meliputi jenis penelitian yang digunakan, sumber dan jenis data yang digunakan, populasi dan sampel, dan teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini.

Bab IV Analisis dan Pembahasan, berisi tentang hasil penelitian berupa data dan deskripsinya secara rinci yang didasari dengan konsep teoritis.

Bab V Penutup, berisi tentang kesimpulan yaitu menjawab apa yang ada di rumusan masalah, dan saran bagi pihak-pihak yang terkait dengan penelitian ini.

Bagian akhir, bagian ini memuat Daftar pustaka / referensi yang digunakan oleh peneliti dalam penelitiannya. Pada penelitian ini referensinya didukung oleh jurnal, skripsi, web, artikel ilmiah, dan media lain yang relevan dengan penelitian ini.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk menguji sekaligus mengetahui dampak/pengaruh dari variabel pemahaman masyarakat, promosi, variasi produk, dan pengetahuan produk terhadap minat masyarakat dalam mengajukan pembiayaan di bank syari'ah. Sesuai dari hasil pembahasan dan analisis yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya (bab I – bab IV), peneliti bisa membuat kesimpulan dalam penelitian ini yaitu, sebagai berikut:

1. Tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel pemahaman masyarakat terhadap minat masyarakat dalam mengajukan pembiayaan / financing di bank syari'ah, Dengan nilai signifikansi $\alpha(0.197 > 0.05)$, dan nilai $t_{hitung} X_1 = -1.310$ dan $t_{tabel} 1.677$, sehingga $t_{hitung} < t_{tabel} (-1.310 < 1.677)$. maka hal tersebut menunjukkan bahwa H_1 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pemahaman masyarakat tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam mengajukan pembiayaan di bank syari'ah.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel promosi terhadap minat masyarakat dalam mengajukan pembiayaan di Bank Syariah. dengan nilai signifikansi $\alpha (0.02 < 0.05)$, sedangkan nilai $t_{hitung} X_2 = 3.323$ dan $t_{tabel} 1.677$, sehingga $t_{hitung} > t_{tabel} (3.323 > 1.677)$. maka hal ini menunjukkan H_2 diterima sehingga bisa disimpulkan bahwasanya variabel promosi

berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam mengajukan pembiayaan di bank syari'ah.

3. Tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan diantara variabel variasi produk terhadap minat masyarakat dalam mengajukan pembiayaan di Bank Syariah. Dengan nilai signifikansi α ($0.342 > 0.05$), dan nilai $t_{hitung} X_3 = -0.173$ dan $t_{tabel} 1.677$, sehingga $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($-0.173 < 1.677$). maka hal tersebut menunjukkan bahwa H_3 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel variasi produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam mengajukan pembiayaan di bank syari'ah.
4. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel pengetahuan produk terhadap minat masyarakat dalam mengajukan pembiayaan di Bank Syariah. dengan nilai signifikansi α ($0.018 < 0.05$). sedangkan nilai $t_{hitung} X_4 = 2.455$ dan $t_{tabel} 1.677$, sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2.455 > 1.677$). maka hal ini menunjukkan H_4 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam mengajukan pembiayaan di bank syari'ah.

B. Keterbatasan

Peneliti menyadari bahwa hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti ini masih belum sempurna. Beberapa kekurangan itu diantaranya :

1. Penelitian ini baru sebatas mengetahui tingkat keminatan masyarakat dalam mengajukan pembiayaan di bank syari'ah. Dan belum mencapai pengaplikasian dalam memanfaatkan produk pembiayaan pada bank syari'ah.

2. Sampel yang peneliti gunakan baru dari kalangan pelaku usaha di Kabupaten Sleman saja, jadi belum bisa menggambarkan minat masyarakat secara keseluruhan dalam mengajukan pembiayaan.

C. Saran

Sesuai dengan hasil pembahasan pada bab sebelumnya, peneliti mengemukakan beberapa saran yang kedepannya diharapkan bisa memberikan kontribusi yang lebih baik dan sempurna terkait dengan masalah pembiayaan. Beberapa saran tersebut yaitu:

1. Untuk lembaga Perbankan khususnya bank syari'ah, peneliti harapkan supaya *intens* dalam mengencarkan promosi agar semakin luas masyarakat yang tahu tentang perbankan syari'ah dan produk-produk yang disediakan oleh bank syari'ah sehingga dapat meningkatkan market share dari Perbankan Syariah itu sendiri.
2. Saran untuk penelitian kedepan, ditujukan kepada para peneliti yang akan meneliti tentang objek yang serupa maupun kemiripan variabel agar bisa mendiversifikasi variabel independent, seperti tingkat inklusi masyarakat, lokasi, harga, produk dan lainnya. Selanjutnya guna memperkuat penelitian yang akan dilakukannya sebaiknya menggunakan referensi terbaru sehingga penelitian tersebut bisa lebih *up to date* dan relevan dengan kondisi yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Adiwarman A. Karim (2014). *Riba dan Kaidah-kaidah Ekonomi Syariah (Analisis Fikih dan Ekonomi)*. Rajawali Pers. Jakarta.
- Antonio Syafii. 2001. *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik*. Jakarta : Gema Insani Press.
- Antonio, Muhammad Syafii. Kartajaya Hermawan. (2008). *Syariah Marketing*. Jakarta Selatan: Mizan Media Utama.
- Dendawijaya, Lukman. (2005). *Manajemen Perbankan*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Dendawijaya, Lukman. (2009). *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Djaali. (2007). *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Edy Wibowo dan Untung Hendi Widodo, *Mengapa Memilih Bank Syariah?*, Ghalia Indonesia, Bogor : 2005, hlm. 47-45
- Fandy Tjiptono. 2012. *Strategi Pemasaran, ed. 3*, Yogyakarta, Andi.
- Fombrun, J. Charles dan Cees B.M. Van Riel 2009. *Essentials of Corporate Communication : Implementing Practices for Effective Reputation Management*. Rutledge, 2 Park Square, Milton Park, Abingdon, Oxon
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. (Edisi 7)*. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gitosudarmono, Indriyo. 2000. *Manajemen Pemasaran. Edisi II*, BPFE, Yogyakarta.
- Hartono, J. (2001). *Analisis dan Desain Sistem Informasi: Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktek Aplikasi Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Hermawan Kertajaya, Muhammad. Sakir. Sula. (2006). *Syariah Marketing*. Bandung: Mizan.
- Ikit, 2015. *Akuntansi Penghimpunan Dana Bank Syariah*. Yogyakarta : Deepublish
- Indriantoro, Nur, Bambang Supomo, 2002, *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*, BPFE, Yogyakarta.
- Ismail. (2011). *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

- Kasmir. 2008. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya. Edisi Revisi 2008*. Jakarta: PT. RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Kasmir. (2008). *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana.
- Kotler, Philip. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Amstrong. (*Manajemen Pemasaran*). 2012. Jakarta: Erlangga.
- Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran: pendekatan praktis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ngalim Purwanto. 2010. *Prinsip-Prinsip dan Teknik Evaluasi Pengajaran*, Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Quthb, Sayyid. (2005). *Tafsir Fi Zhilalil Qur'an: Di Bawah Naungan Al Qur'an*. Jakarta: Gema Insani Press
- Sekaran, Uma. (2011). *Metode Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Shaleh, Abdul Rahman dan Muhib Abdul Wahab. 2005. *Psikologi Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Prenada Media.
- Shinta, Agustina. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Malang: UB Press.
- Slameto. (2010). *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Suharyadi. 2009. *Statistik untuk ekonomi dan keuangan modern*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sunyoto, Danang. 2014. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran: konsep, strategi, dan kasus*. Yogyakarta: CAPS.
- S. Nasution. 1999. *Teknologi Pendidikan*, Bandung: CV Jammers.
- Sugiyono, 2012, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, (Bandung: CV. Alfa beta).
- Sunyoto, D. (2013). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika Aditama Anggota IKAPI.
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Tjiptono. 2012. *Strategi Pemasaran. Edisi 3*. Yogyakarta. ANDI.
- Umar, Husein., 2013, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: Rajawali Pers).
- Uma Sekaran, 2006. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.

Widarjono, Agus. 2010. *Analisis Statistika Multivariat Terapan: dengan program SPSS, AMOS, dan SMARTPLS*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

Skripsi

Asrizam. (2019). *Pengaruh Promosi, Pengetahuan Produk, Persepsi, Dan Religiusitas Terhadap Minat Masyarakat Mengajukan Pembiayaan Kpr Di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Desa Pabelan, Mungkid, Magelang)*. Yogyakarta: Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.

Fatiha Mutia Dina. (2017). *Pengaruh Consumer Knowledge, Kredibilitas, Dan Promosi Terhadap Minat Karyawan Kantor Wilayah Kementerian Agama Diy Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah*. Yogyakarta: Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga .

Handa Nurhalizah. (2020). *Pengaruh Promosi, Citra Merek, Pemahaman Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Di Bank Umum Syariah*. Jakarta : Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah .

Riza Sevtarianda. (2020). *Analisis Terhadap Rendahnya Pemahaman Masyarakat Dalam Produk-Produk Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Di Desa Way Urang, Kecamatan Kalianda)*. Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Wibowo, F. W. (2016). *Analisis Pengaruh Marketing Mix Dan Tingkat Bagi Hasil Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Melakukan Pembiayaan Pada Bank Syariah (Study Kasus Bank Syariah Mandiri) PERIODE 2015-2016* . Yogyakarta: Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.

Jurnal

Adhi Prakosa, D. J. (2020). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Ulang E-Wallet Pada Generasi Milenial Di daerah Istimewa*

- Yogyakarta. Bisman (Bisnis dan Manajemen): The Journal Of Business and Management*, 72-85.
- Astri Ayu Purwati, J. J. (2019). *Analisis Pengaruh Iklan, Harga dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian di Toko Rumah Pekanbaru* . *Jurnal Ekonomi KIAT*, 20-28.
- Muhammad Dayyan, Muhammad Riza, Amalya Ridwan. (2017). *ANALISIS PEMAHAMAN MASYARAKAT MENGENAI PERBANKAN SYARIAH TERHADAP MINAT MENABUNG (Studi Kasus di Gampong Jawa)*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa (JIM) Vol 1, No 1*
- Nilla Wijayasari, Mahfudz. (2018). *Pengaruh Brand Image, Kualitas, Persepsi Harga dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Sarung Gajah Duduk Di Kabupaten Pekalongan*. *Diponegoro Journal Of Management*, 1-9.
- Hidayat, Rahmat . Devrina Rresticha. (2019). *Analisis Pengaruh Variasi Produk Dan Labelisasi Halal Terhadap Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang Pada Kosmetik Wardah (Studi Pada Konsumen Kosmetik Wardah Di Kota Batam)*. *Journal of Business Administration, and Administration of Business Terapan, Politeknik Negeri Batam*, 40 – 52.
- Saputra, Fiki Masda. Lindawati. Reni Yuliviona. (2020). *Pengaruh Variasi Produk, Promosi, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Android Merek Oppo Di Kota Padang*. *Universitas Bung Hatta Padang*.
- Sisdianto Ersi, Harrys Pratama Teguh. (2020). *Effect of Understanding Product Services Shariah Banking Interest of Traders in Submitting Loan: Case Study in Pasar Anyar, Serang, Banten*. *Al-Falah : Journal of Islamic Economics*. Islamic State University of Raden Intan Lampung, 96-115.
- Setiawan, F. (2018). *Pengaruh Religiusitas Dan Reputasi Terhadap Minat Muzakki Dalam Membayar Zakat Profesi (Studi Kasus di Kabupaten Ponorogo)*. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 13-21.
- Ulfah, N. N. (2018). *Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Perbankan, Pengetahuan Produk Perbankan, Pengetahuan Pelayanan Perbankan, Dan Pengetahuan Bagi Hasil Terhadap Preferensi Menggunakan Jasa Perbankan Syariah*.

Asset: Jurnal Ilmiah Bidang Manajemen dan Bisnis Vol. 1, No. 1 p-ISSN 2614-5502 / e-ISSN 2614-72462 , 15-25.

Wahyuni, F. U. (2020). *Pengaruh Pengetahuan Masyarakat dan Minat Penerapan Nilai Islam Terhadap Keputusan Menggunakan Tabungan Perbankan Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kota Langsa)* . JIEI Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 6(01), 22-33.

Yuliana Wiwiwn. 2019. *ANALISIS PEMAHAMAN MASYARAKAT TERHADAP BANKSYARIAH MANDIRI (STUDI BANK SYARIAH MANDIRI SUMBAWA)*. JAJFA Journal of Accounting, Finance, and Auditing Vol. 1 No. 1. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Teknologi Sumbawa

Undang-undang

Pasal 3 dan 4 Undang-Undang No. 10 Tahun 1998

Undang-Undang No. 21 Tahun 2008

Website

ojk.go.id

bi.go.id

<https://quran.kemenag.go.id/>

<https://finance.detik.com/moneter/d-5105143/ojk-buka-bukaan-kondisi-bank-syariah-di-tengah-pandemi-corona>

<https://dinkopukm.slemankab.go.id/data-statistik/data-ukm/> diakses pada tanggal 08 September 2020 pukul 09.06 WIB

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN SKRIPSI



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

*Program Studi Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*

Hari/tanggal :

No. Kuesioner :

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Kepada Yth. Para Responden

*Saya Muhamad Rojab Hafidzuddin, mahasiswa Perbankan Syariah semester 7 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk skripsi saya mengenai **“Pengaruh Pemahaman Masyarakat, Promosi, Variasi Produk, Dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Masyarakat Dalam Mengajukan Pembiayaan Di Bank Syariah”** Studi Kasus yang digunakan adalah para Pelaku Usaha Di Kabupaten Sleman. Sehubungan dengan ini saya mengharap bantuan Bapak/Ibu/Saudara/I untuk mengisi kuesioner ini dengan memberikan penilaian secara objektif. Data yang anda isikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan akademis penelitian saya semata. Atas bantuan dan partisipasinya saya ucapkan terima kasih.*

Hormat Saya,

Muhamad Rojab Hafidzuddin

NIM. 17108020072

Petunjuk Pengisian Kuesioner

Berikut ini adalah petunjuk dalam mengisi kuesioner :

- Bacalah semua pertanyaan dengan seksama dan baik.
- Berilah tanda ceklis (\checkmark) atau silang (X) dalam menjawab setiap pertanyaan.
- Dalam menjawab pertanyaan kuesioner ini tidak ada jawaban yang dianggap salah.

A. Profil Responden

1. Nama : _____ *(Opsional)
2. Jenis Kelamin :
 Laki-laki Perempuan
3. Usia :
 17 - 25 tahun 26 - 36 tahun
 37 - 45 tahun > 45 tahun
4. Pendidikan terakhir :
 SD/SMP SMA/SMK/STM
 DI/D2/D3/D4/S1 S2/S3
5. Kecamatan :
 Moyudan Seyegan Tempel Berbah
 Godean Sleman Turi Ngemplak
 Minggir Ngaglik Prambanan Pakem
 Gamping Mlati Kalasan Depok
 Cangkringan
6. Apakah Bapak/ Ibu/ Saudara/ Saudari merupakan nasabah Bank Syariah
 Ya Tidak
7. Jenis Usaha :
 Kuliner Fashion Pendidikan
 Otomotif Agrobisnis Teknologi Informasi
 Perdagangan Jasa Lainnya.....
8. Lama Usaha

() < 1 Tahun

() 1 – 3 Tahun

() 3 – 5 Tahun

() > 5 Tahun



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Untuk pertanyaan 1 – 36 silahkan berikan tanda ceklis pada kotak yang paling sesuai dengan pendapat anda.

Kolom penilaian:

STS : Sangat Tidak Setuju **S** : Setuju
TS : Tidak Setuju **SS** : Sangat Setuju

Pemahaman Masyarakat

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1	Investasi/pembiayaan Bank syariah untuk bisnis yang halal dan baik.				
2	Saya menjadi nasabah bank syariah karena bagi hasil yang menarik dan bebas riba.				
3	Saya tahu bagaimana cara mengajukan pembiayaan di bank syariah.				
4	Proses pengajuan pembiayaan yang cepat dan mudah.				
5	Dalam operasionalnya, bank syariah menggunakan beberapa skema yang bersesuaian dengan syariah.				
6	Bank syariah dengan sistem bagi hasil dirancang untuk terbinanya kebersamaan, menanggung risiko usaha dan berbagi hasil usaha.				

Promosi

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
7	Iklan yang mereka (Bank Syariah) buat sangat menarik.				

8	Iklan bank syariah selalu mengandung makna.				
9	Promosi penjualan yang dilakukan bank syariah tidak menyalahi syariat.				
10	Saya menjadi nasabah bank syariah karena terdapat hadiah yang menarik.				
11	Saya menjadi nasabah bank syariah karena Costumer Servis berinteraksi dengan baik kepada nasabah.				
12	Saya menjadi nasabah bank syariah karena pendekatan personal yang sangat baik dan sopan.				
13	Publisitas bank syariah sangat berkenan di hati masyarakat.				
14	<i>Public relation</i> / Hubungan masyarakat yang dijalin Bank Syariah sangat baik.				

Variasi Produk

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
15	Saya tahu tentang variasi Produk pembiayaan yang ditawarkan oleh bank syariah.				
16	Dengan banyaknya produk pembiayaan yang tersedia membuat bank syariah memiliki nilai lebih dimata para konsumen.				
17	Keragaman produk pembiayaan bank syariah memberikan kenyamanan dalam memilih suatu produk pembiayaan.				

18	Bank Syariah menyediakan produk pembiayaan yang sesuai dengan para pelaku usaha / nasabah.				
----	--	--	--	--	--

Pengetahuan Produk

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
19	Saya memiliki pengetahuan tentang produk-produk yang dikeluarkan oleh bank syariah.				
20	Produk yang dikeluarkan bank syariah dapat mengakomodir kebutuhan masyarakat.				
21	Produk-produk yang dikeluarkan oleh bank syariah sesuai dengan ketentuan syariah.				
22	Bank syariah memudahkan pengajuan pembiayaan bagi para pelaku usaha.				
23	Penerapan imbalan bagi hasil atas kesepakatan Saya dan BankSyariah.				
24	Saya menggunakan bank syariah karena daftar bagi hasilnya yang kompetitif dengan bank konvensional.				
25	Fasilitas yang disediakan bank syariah cukup canggih dan beragam sehingga dapat memenuhi kebutuhan masyarakat.				
26	Kompetensi yang dimiliki karyawan bank syariah membuat Saya yakin menggunakan bank syariah.				
27	Nilai-nilai yang diterapkan di bank syariah sesuai budaya Islam yang menjunjung keadilan komprehensif.				

28	Saya menggunakan bank syariah agar terhindar dari riba, maysir (judi), dan gharar (ketidakjelasan).				
29	Kesepakatan yang telah disetujui bersama antara nasabah dan bank syariah selalu dijaga dan dikelola dengan baik oleh pihak bank.				
30	Bank Syariah merespon keinginan dan kebutuhan nasabah secara efektif untuk meningkatkan kualitas produk.				



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
 YOGYAKARTA

Minat

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
31	Dalam hal pembiayaan saya lebih memilih Bank Syariah karena kredibilitas Bank Syariah.				
32	Dengan banyaknya produk pembiayaan saya selalu memperhatikan kelebihan dan kelemahan suatu produk pembiayaan				
33	Mengajukan pembiayaan di Bank Syariah itu menyenangkan, karena membuat kita tidak khawatir kekurangan modal usaha.				
34	Mengajukan pembiayaan di Bank Syariah merupakan cara yang menyenangkan karena cepat dalam memperoleh modal usaha.				
35	Saya mau menjadikan bank syariah sebagai bank utama dalam menangani masalah pembiayaan.				
36	Saya akan merekomendasikan pelaku usaha yang lain agar mengajukan pembiayaan di Bank Syariah.				

Lampiran 2

DATA JAWABAN RESPONDEN

No	Pernyataan 1	Pernyataan 2	Pernyataan 3	Pernyataan 4	Pernyataan 5	Pernyataan 6	Pernyataan 7	Pernyataan 8	Pernyataan 9	Pernyataan 10	Pernyataan 11	Pernyataan 12	Pernyataan 13	Pernyataan 14	Pernyataan 15	Pernyataan 16	Pernyataan 17	Pernyataan 18
	X1						X2								X3			
	X1 .1	X1 .2	X1 .3	X1 .4	X1 .5	X1 .6	X2 .1	X2 .2	X2 .3	X2 .4	X2 .5	X2 .6	X2 .7	X2 .8	X3 .1	X3 .2	X3 .3	X3 .4
1	3	3	2	2	3	4	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	
2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4
3	4	3	2	2	3	4	4	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	
4	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	4	
5	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	
6	4	3	2	2	3	3	4	4	4	3	4	3	3	2	3	3	3	
7	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	
8	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	2	3	3	2	
9	3	3	2	2	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	
10	4	3	2	2	3	3	4	4	4	2	3	3	3	2	3	3	3	
11	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	
12	4	3	2	3	3	4	4	4	3	2	3	3	3	2	3	3	3	
13	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	
14	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	
15	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	2	3	3	2	3	3	4	
16	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
17	4	3	2	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	4	4	
18	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
19	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	
20	4	3	2	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	
21	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	
23	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	
24	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	
25	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	
26	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
28	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	
29	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	
30	3	2	2	2	3	4	4	4	3	3	2	3	3	2	4	4	4	
31	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	2	3	3	4	

32	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4
33	4	3	3	4	4	4	4	4	4	2	3	3	3	4	2	3	3	3
34	4	3	3	3	4	4	4	4	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3
35	4	2	2	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4
36	4	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	4	3
37	4	3	2	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	3
38	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4
39	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4
40	4	2	2	3	4	4	4	4	4	2	3	3	3	4	3	3	3	3
41	4	3	2	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3
42	4	2	2	3	3	4	3	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3
43	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4
44	4	3	2	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
45	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4
46	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
47	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3
48	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3
50	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3

Pernyataan 19	Pernyataan 20	Pernyataan 21	Pernyataan 22	Pernyataan 23	Pernyataan 24	Pernyataan 25	Pernyataan 26	Pernyataan 27	Pernyataan 28	Pernyataan 29	Pernyataan 30	Pernyataan 31	Pernyataan 32	Pernyataan 33	Pernyataan 34	Pernyataan 35	Pernyataan 36
X4												Y					
X4 .1	X4 .2	X4 .3	X4 .4	X4 .5	X4 .6	X4 .7	X4 .8	X4 .9	X4 .10	X4 .11	X4 .12	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	2	3
4	3	4	3	4	2	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3
2	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	2	3
2	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	2	3
3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
2	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3
4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	2	3
2	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	2	3
2	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3
2	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	2	3
2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	2	3
3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	4	2	2	3	3

2	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	2	3
4	3	3	3	3	3	3	2	3	4	4	4	2	3	3	3	2	3
3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3
3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3
2	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	2	3
3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3
3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3
3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4
3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4
4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	3	4	2	3	3	3
2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
2	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	3
4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3
2	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	2	3
4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	2	3
2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3
2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4
3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3
3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3
4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3

Lampiran 3

Hasil Olah Data dengan SPSS

**Hasil Uji Validitas
Correlations**

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4
X1.1	Pearson Correlation	1	.214	.158	.281*
	Sig. (2-tailed)		.136	.274	.048
	N	50	50	50	50
X1.2	Pearson Correlation	.214	1	.718**	.232
	Sig. (2-tailed)	.136		.000	.105
	N	50	50	50	50
X1.3	Pearson Correlation	.158	.718**	1	.555**
	Sig. (2-tailed)	.274	.000		.000
	N	50	50	50	50
X1.4	Pearson Correlation	.281*	.232	.555**	1
	Sig. (2-tailed)	.048	.105	.000	
	N	50	50	50	50
X1.5	Pearson Correlation	.389**	.285*	.380**	.506**
	Sig. (2-tailed)	.005	.045	.007	.000
	N	50	50	50	50
X1.6	Pearson Correlation	.311*	.173	.328*	.259
	Sig. (2-tailed)	.028	.231	.020	.069
	N	50	50	50	50
Pemahaman Masyarakat	Pearson Correlation	.510**	.687**	.832**	.713**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	50	50	50	50

Correlations

		X1.5	X1.6	Pemahaman Masyarakat
X1.1	Pearson Correlation	.389**	.311*	.510**
	Sig. (2-tailed)	.005	.028	.000
	N	50	50	50
X1.2	Pearson Correlation	.285*	.173	.687**
	Sig. (2-tailed)	.045	.231	.000
	N	50	50	50
X1.3	Pearson Correlation	.380**	.328*	.832**

	Sig. (2-tailed)	.007	.020	.000
	N	50	50	50
X1.4	Pearson Correlation	.506**	.259	.713**
	Sig. (2-tailed)	.000	.069	.000
	N	50	50	50
X1.5	Pearson Correlation	1	.521**	.723**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	50	50	50
X1.6	Pearson Correlation	.521**	1	.585**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	50	50	50
Pemahaman Masyarakat	Pearson Correlation	.723**	.585**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	50	50	50

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5
X2.1	Pearson Correlation	1	.493**	.210	.058	.094
	Sig. (2-tailed)		.000	.143	.690	.517
	N	50	50	50	50	50
X2.2	Pearson Correlation	.493**	1	.359*	.139	.161
	Sig. (2-tailed)	.000		.010	.334	.265
	N	50	50	50	50	50
X2.3	Pearson Correlation	.210	.359*	1	.164	.304*
	Sig. (2-tailed)	.143	.010		.256	.032
	N	50	50	50	50	50
X2.4	Pearson Correlation	.058	.139	.164	1	.596**
	Sig. (2-tailed)	.690	.334	.256		.000
	N	50	50	50	50	50
X2.5	Pearson Correlation	.094	.161	.304*	.596**	1
	Sig. (2-tailed)	.517	.265	.032	.000	
	N	50	50	50	50	50
X2.6	Pearson Correlation	.061	.137	.192	.517**	.711**
	Sig. (2-tailed)	.672	.343	.181	.000	.000
	N	50	50	50	50	50
X2.7	Pearson Correlation	.170	.335*	.290*	.468**	.341*
	Sig. (2-tailed)	.239	.017	.041	.001	.015

	N	50	50	50	50	50
X2.8	Pearson Correlation	.347*	.284*	.245	.191	.070
	Sig. (2-tailed)	.013	.045	.087	.183	.628
	N	50	50	50	50	50
Promosi	Pearson Correlation	.454**	.556**	.561**	.694**	.710**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50

Correlations

		X2.6	X2.7	X2.8	Promosi
X2.1	Pearson Correlation	.061	.170	.347*	.454**
	Sig. (2-tailed)	.672	.239	.013	.001
	N	50	50	50	50
X2.2	Pearson Correlation	.137	.335*	.284*	.556**
	Sig. (2-tailed)	.343	.017	.045	.000
	N	50	50	50	50
X2.3	Pearson Correlation	.192	.290*	.245	.561**
	Sig. (2-tailed)	.181	.041	.087	.000
	N	50	50	50	50
X2.4	Pearson Correlation	.517**	.468**	.191	.694**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.183	.000
	N	50	50	50	50
X2.5	Pearson Correlation	.711**	.341*	.070	.710**
	Sig. (2-tailed)	.000	.015	.628	.000
	N	50	50	50	50
X2.6	Pearson Correlation	1	.447**	.238	.699**
	Sig. (2-tailed)		.001	.096	.000
	N	50	50	50	50
X2.7	Pearson Correlation	.447**	1	.155	.670**
	Sig. (2-tailed)	.001		.283	.000
	N	50	50	50	50
X2.8	Pearson Correlation	.238	.155	1	.493**
	Sig. (2-tailed)	.096	.283		.000
	N	50	50	50	50
Promosi	Pearson Correlation	.699**	.670**	.493**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	

N	50	50	50	50
---	----	----	----	----

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	Variasi Produk
X3.1	Pearson Correlation	1	.341*	.302*	.432**	.755**
	Sig. (2-tailed)		.015	.033	.002	.000
	N	50	50	50	50	50
X3.2	Pearson Correlation	.341*	1	.504**	.201	.685**
	Sig. (2-tailed)	.015		.000	.162	.000
	N	50	50	50	50	50
X3.3	Pearson Correlation	.302*	.504**	1	.448**	.741**
	Sig. (2-tailed)	.033	.000		.001	.000
	N	50	50	50	50	50
X3.4	Pearson Correlation	.432**	.201	.448**	1	.721**
	Sig. (2-tailed)	.002	.162	.001		.000
	N	50	50	50	50	50
Variasi Produk	Pearson Correlation	.755**	.685**	.741**	.721**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	X4.6	X4.7
X4.1	Pearson Correlation	1	.187	.263	.105	.187	.218	.045
	Sig. (2-tailed)		.193	.065	.469	.192	.129	.758
	N	50	50	50	50	50	50	50
X4.2	Pearson Correlation	.187	1	.654**	.342*	.216	.388**	.363**
	Sig. (2-tailed)	.193		.000	.015	.131	.005	.010
	N	50	50	50	50	50	50	50
X4.3	Pearson Correlation	.263	.654**	1	.446**	.333*	.099	.356*
	Sig. (2-tailed)	.065	.000		.001	.018	.495	.011
	N	50	50	50	50	50	50	50
X4.4	Pearson Correlation	.105	.342*	.446**	1	.481**	.377**	.302*
	Sig. (2-tailed)							
	N	50	50	50	50	50	50	50

	Sig. (2-tailed)	.469	.015	.001		.000	.007	.033
	N	50	50	50	50	50	50	50
X4.5	Pearson Correlation	.187	.216	.333*	.481**	1	.511**	.395**
	Sig. (2-tailed)	.192	.131	.018	.000		.000	.004
	N	50	50	50	50	50	50	50
X4.6	Pearson Correlation	.218	.388**	.099	.377**	.511**	1	.383**
	Sig. (2-tailed)	.129	.005	.495	.007	.000		.006
	N	50	50	50	50	50	50	50
X4.7	Pearson Correlation	.045	.363**	.356*	.302*	.395**	.383**	1
	Sig. (2-tailed)	.758	.010	.011	.033	.004	.006	
	N	50	50	50	50	50	50	50
X4.8	Pearson Correlation	-.022	.014	.096	.198	.385**	.187	.329*
	Sig. (2-tailed)	.879	.925	.507	.169	.006	.193	.020
	N	50	50	50	50	50	50	50
X4.9	Pearson Correlation	.101	.172	.356*	.213	.471**	.317*	.417**
	Sig. (2-tailed)	.487	.232	.011	.138	.001	.025	.003
	N	50	50	50	50	50	50	50
X4.10	Pearson Correlation	.168	.142	.214	.298*	.285*	.386**	.309*
	Sig. (2-tailed)	.243	.326	.136	.035	.045	.006	.029
	N	50	50	50	50	50	50	50
X4.11	Pearson Correlation	.351*	.246	.311*	.201	.202	.458**	.400**
	Sig. (2-tailed)	.012	.085	.028	.161	.159	.001	.004
	N	50	50	50	50	50	50	50
X4.12	Pearson Correlation	.054	-.042	.063	.285*	.210	.304*	.286*
	Sig. (2-tailed)	.709	.770	.664	.045	.143	.032	.044
	N	50	50	50	50	50	50	50
Pengetahuan Produk	Pearson Correlation	.429**	.504**	.572**	.588**	.676**	.674**	.636**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50

Correlations

		X4.8	X4.9	X4.10	X4.11	X4.12	Pengetahuan Produk
X4.1	Pearson	-.022	.101	.168	.351*	.054	.429**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.879	.487	.243	.012	.709	.002
	N	50	50	50	50	50	50
X4.2	Pearson	.014	.172	.142	.246	-.042	.504**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.925	.232	.326	.085	.770	.000
	N	50	50	50	50	50	50
X4.3	Pearson	.096	.356*	.214	.311*	.063	.572**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.507	.011	.136	.028	.664	.000
	N	50	50	50	50	50	50
X4.4	Pearson	.198	.213	.298*	.201	.285*	.588**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.169	.138	.035	.161	.045	.000
	N	50	50	50	50	50	50
X4.5	Pearson	.385**	.471**	.285*	.202	.210	.676**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.006	.001	.045	.159	.143	.000
	N	50	50	50	50	50	50
X4.6	Pearson	.187	.317*	.386**	.458**	.304*	.674**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.193	.025	.006	.001	.032	.000
	N	50	50	50	50	50	50
X4.7	Pearson	.329*	.417**	.309*	.400**	.286*	.636**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.020	.003	.029	.004	.044	.000
	N	50	50	50	50	50	50
X4.8	Pearson	1	.479**	.284*	.202	.157	.472**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)		.000	.046	.158	.276	.001
	N	50	50	50	50	50	50
X4.9	Pearson	.479**	1	.400**	.582**	.202	.659**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000		.004	.000	.160	.000

	N	50	50	50	50	50	50
X4.10	Pearson	.284*	.400**	1	.702**	.338*	.628**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.046	.004		.000	.016	.000
	N	50	50	50	50	50	50
X4.11	Pearson	.202	.582**	.702**	1	.521**	.728**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.158	.000	.000		.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50
X4.12	Pearson	.157	.202	.338*	.521**	1	.470**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.276	.160	.016	.000		.001
	N	50	50	50	50	50	50
Pengetahuan Produk	Pearson	.472**	.659**	.628**	.728**	.470**	1
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.001	
	N	50	50	50	50	50	50

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5
Y.1	Pearson Correlation	1	.126	.384**	.267	.056
	Sig. (2-tailed)		.383	.006	.061	.698
	N	50	50	50	50	50
Y.2	Pearson Correlation	.126	1	.085	.088	.012
	Sig. (2-tailed)	.383		.559	.542	.932
	N	50	50	50	50	50
Y.3	Pearson Correlation	.384**	.085	1	.718**	.308*
	Sig. (2-tailed)	.006	.559		.000	.030
	N	50	50	50	50	50
Y.4	Pearson Correlation	.267	.088	.718**	1	.316*
	Sig. (2-tailed)	.061	.542	.000		.025
	N	50	50	50	50	50
Y.5	Pearson Correlation	.056	.012	.308*	.316*	1
	Sig. (2-tailed)	.698	.932	.030	.025	
	N	50	50	50	50	50
Y.6	Pearson Correlation	.118	.134	.372**	.313*	.535**
	Sig. (2-tailed)	.414	.352	.008	.027	.000
	N	50	50	50	50	50

Minat Masyarakat	Pearson Correlation	.524**	.356*	.785**	.748**	.638**
	Sig. (2-tailed)	.000	.011	.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50

Correlations

		Y.6	Minat Masyarakat
Y.1	Pearson Correlation	.118	.524**
	Sig. (2-tailed)	.414	.000
	N	50	50
Y.2	Pearson Correlation	.134	.356*
	Sig. (2-tailed)	.352	.011
	N	50	50
Y.3	Pearson Correlation	.372**	.785**
	Sig. (2-tailed)	.008	.000
	N	50	50
Y.4	Pearson Correlation	.313*	.748**
	Sig. (2-tailed)	.027	.000
	N	50	50
Y.5	Pearson Correlation	.535**	.638**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000
	N	50	50
Y.6	Pearson Correlation	1	.634**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	50	50
Minat Masyarakat	Pearson Correlation	.634**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	50	50

Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.768	6

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.756	8

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.695	4

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.815	12

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.668	6

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.25942118
Most Extreme Differences	Absolute	.077
	Positive	.057
	Negative	-.077
Test Statistic		.077
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d

Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Sig.	Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1			
	(Constant)	.153	
	Pemahaman Masyarakat	.197	.578
			1.731

Promosi	.002	.442	2.261
Variasi Produk	.342	.415	2.411
Pengetahuan Produk	.018	.647	1.546

a. Dependent Variable: Minat Masyarakat

Hasil Uji Autokorelasi

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Value ^a	.01761
Cases < Test Value	25
Cases >= Test Value	25
Total Cases	50
Number of Runs	23
Z	-.857
Asymp. Sig. (2-tailed)	.391

a. Median

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	-.479	.282		-1.699	.096
	Pemahaman Masyarakat	.036	.068	.095	.523	.603
	Promosi	.167	.102	.337	1.629	.110
	Variasi Produk	-.012	.077	-.032	-.152	.880
	Pengetahuan Produk	.009	.086	.018	.104	.918

a. Dependent Variable: Abs_Res

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t
		B	Std. Error	Coefficients Beta	
1	(Constant)	.764	.526		1.454

Pemahaman Masyarakat	-.166	.127	-.200	-1.310
Promosi	.634	.191	.581	3.323
Variasi Produk	-.139	.144	-.173	-.961
Pengetahuan Produk	.393	.160	.355	2.455

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.626 ^a	.392	.338	.271

a. Predictors: (Constant), Pengetahuan Produk, Pemahaman Masyarakat, Promosi, Variasi Produk.

b. Dependent Variable: Minat Masyarakat

Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2.125	4	.531	7.250	.000 ^b
	Residual	3.298	45	.073		
	Total	5.423	49			

a. Dependent Variable: Minat Masyarakat

b. Predictors: (Constant), Pengetahuan Produk, Pemahaman Masyarakat, Promosi, Variasi Produk

Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	.764	.526		1.454
	Pemahaman Masyarakat	-.166	.127	-.200	-1.310
	Promosi	.634	.191	.581	3.323
	Variasi Produk	-.139	.144	-.173	-.961
	Pengetahuan Produk	.393	.160	.355	2.455

Lampiran 4.

CURRICULUM VITAE



A. Biodata Pribadi :

Nama : Muhamad Rojab Hafidzuddin
Tempat, Tanggal Lahir : Magelang, 02 November 1997
Jenis Kelamin : Laki-laki
Alamat : Dusun Pabelan IV, RT 002 / RW 010, Desa
Pabelan, Kecamatan Mungkid, Kabupaten
Magelang, Jawa Tengah
E-mail : rojabhafidzuddin@gmail.com /
17108020072@student.uin-suka.ac.id
No. HP : 08999765670

B. Riwayat Pendidikan :

- ❖ Perbankan Syari'ah
UIN Sunana Kalijaga Yogyakarta (2017 – Sekarang)
- ❖ KMI Pondok Pabelan (2010 – 2017)
- ❖ MA Pondok Pabelan (2013 – 2016)
- ❖ MTs Pondok Pabelan (2010 – 2013)
- ❖ SDN Pabelan 3 (2004 – 2010)