

**PERAN PROMOSI, PENGETAHUAN, DAN LINGKUNGAN
MASYARAKAT TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN PRODUK PERBANKAN
SYARIAH**

(Studi Kasus : Daerah Pariwisata Di Provinsi D.I.Y)



SKRIPSI

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

OLEH:

**NIAIKA PUTRIDEFI ASTUTI
NIM. 18108020025**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA**

YOGYAKARTA

2022

**PERAN PROMOSI, PENGETAHUAN, DAN LINGKUNGAN
MASYARAKAT TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN PRODUK PERBANKAN
SYARIAH**

(Studi Kasus: Daerah Pariwisata Di Provinsi D.I.Y)



**STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

SKRIPSI

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

OLEH:

NIAIKA PUTRIDEFI ASTUTI

NIM. 18108020025

DOSEN PEMBIMBING :

Rifaatul Indana, S.E.I., M.E.

NIP. 19870412 201903 2 006

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2022



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 550821, 512474 Fax. (0274) 586117 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-413/Un.02/DEB/PP.00.9/04/2022

Tugas Akhir dengan judul : PERAN PROMOSI, PENGETAHUAN DAN LINGKUNGAN MASYARAKAT TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN PRODUK PERBANKAN SYARIAH (STUDI KASUS : DAERAH PARIWISATA DI DIY)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : NIAIKA PUTRIDEFI ASTUTI
Nomor Induk Mahasiswa : 18108020025
Telah diujikan pada : Jumat, 04 Maret 2022
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
Rifaatul Indana, S.E.I.,M.E.
SIGNED

Valid ID: 624e546087b3



Penguji I
Alex Fahrur Riza, SE., M.Sc.
SIGNED

Valid ID: 624bc330d694e



Penguji II
Defi Insani Saibil, S.E.I.,M.E.K
SIGNED

Valid ID: 624c36925bedd



Yogyakarta, 04 Maret 2022
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 624e83e1e117c

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudari Niaika Putridefi Astuti

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di- Yogyakarta

Assalamualaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara :

Nama : Niaka Putridefi Astuti

NIM : 18108020025

Judul Skripsi: Peran Promosi, Pengetahuan dan Lingkungan Masyarakat terhadap Minat Menggunakan Produk Perbankan Syariah (Studi Kasus : Daerah Pariwisata di DIY).

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Prodi Perbankan Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqasyahkan. Untuk itu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Yogyakarta, Februari 2022

Pembimbing



Rifaatul Indana, S.E.I., M.E.
NIP. 19870412 201903 2 006

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Niaika Putridefi Astuti
NIM : 18108020025
Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul “Peran Promosi, Pengetahuan dan Lingkungan Masyarakat Terhadap Minat Menggunakan Produk Perbankan Syariah (Studi Kasus: Daerah Pariwisata di DIY)” adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusunan sendiri, bukan duplikasi atau saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *body note* 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.

Yogyakarta, 8 Februari 2022

Penyusun



Niaika Putridefi Astuti

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Niaika Putridefi Astuti

NIM : 18108020025

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*non-exclusive royalty free right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Peran Promosi, Pengetahuan dan Lingkungan Masyarakat Terhadap Minat Menggunakan Produk Perbankan Syariah (Studi Kasus: Daerah Pariwisata di DIY)”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Yogyakarta

Pada tanggal, 8 Februari 2022



(Niaika Putridefi Astuti)

HALAMAN MOTTO

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا

(Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya)

QS. Al Baqarah: 286



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

بِسْمِ هَلَا الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah atas berkat, rahmat, kemudahan, serta kelancaran yang Allah berikan. Karya sederhana ini, penulis persembahkan untuk :

Keluarga Tercinta

Bapak, Ibu, Alm. Kakek serta adik saya yang selalu memberikan semangat dan motivasi dalam setiap keadaan dan permasalahan yang sudah terjadi.

Guru

Seluruh guru yang sudah mencurahkan tenaga dan pikirannya untuk mendidik serta memotivasi saya dalam menempuh pendidikan baik di bangku formal maupun non formal, sehingga saya bisa mencapai titik ini.

Dosen Pembimbing Akademik

Syayyidah Maftuhatul Jannah., M.Sc

Dosen Pembimbing Skripsi

Rifaatul Indana, S.E.I., M.E.

Almamater Tercinta

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Teman-teman

Teman-teman Perbankan Syariah 2018 serta teman-teman dusun Jogonandan Triwidadi Pajangan Bantul

PEDOMAN TRANSLITERASI

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/198:

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'	Ḥ	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	Ṣ	Es (dengan titik di atas)
ض	Dhad	Ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Tha'	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Zha'	Ẓ	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	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
ه	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostref
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) (yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun.

Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* Ditulis Rangkap

متعددة	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
علاة	Ditulis	' <i>iddah</i>

C. Ta' Marbuttah

Semua Ta' marbuttah ditulis dengan h, baik berada pada kata tunggal ataupun berasa ditengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang "al"). ketentuan ini 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>
عِلَّة	Ditulis	' <i>illah</i>

الأولياء كرامة	Ditulis	<i>Karamah al auliya'</i>
----------------	---------	---------------------------

D. Vocal Pendek dan Penerapannya

--- ' ---	Fathah	Ditulis	A
--- , ---	Kasrah	Ditulis	I
--- ° ---	Dammah	Ditulis	U
نعل	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	A
جاهل ية	Ditulis	<i>Jahiliyyah</i>
2. fathah + ya' mati	Ditulis	A
تنسى	Ditulis	<i>Tansa</i>
3. kasrah + ya' mati	Ditulis	I
كريم	Ditulis	<i>Karim</i>
4. dhammah + wawu mati	Ditulis	U
نروض	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>

قُول	Ditulis	<i>Qaul</i>
------	---------	-------------

G. Vocal Pendek yang Beruntun dalam satu kata yang dipisahkan dengan Apostof

أَنْتُمْ	Ditulis	<i>a'antum</i>
أَعَدتْ	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لَنْ شَكَرْتُمْ	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *qamariyah* maka ditulis dengan huruf awal “al”

الْقُرْآن	Ditulis	<i>Al-Quran</i>
الْقِيَاس	Ditulis	<i>Al-Qiyas</i>

2. Bila diikuti huruf *syamsiyah* maka ditulis sesuai dengan huruf pertama *syamsiyah* tersebut

3. ال سَمَاء	Ditulis	<i>As-sama'a</i>
ال شَمْس	Ditulis	<i>Asy-syams</i>

I. Penulisan kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

ذَوِي الْفُرُوض	Ditulis	<i>Zawi al-furud</i>
أَهْلُ السُّنَّةِ	Ditulis	<i>Ahl as-sunnah</i>

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum Warahmatullahiwabarakatuh

Alhamdulillah, Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, nikmat, taufik, hidayah serta inayah-Nya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar sebagai tahap akhir studi di Program Studi Perbankan Syariah dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Tanpa bantuan, bimbingan dan motivasi dari berbagai pihak, skripsi ini tidak dapat selesai dengan baik. Oleh karena itu, ucapan terima kasih disampaikan sebesar-besarnya dan semoga Allah memberikan ridho-Nya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Phil. Al-Makin, S.Ag., MA selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Ibu Ruspita Rani Pertiwi, S.Psi, M.M. selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Ibu Syayyidah Maftahatul Jannah, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing dari proses awal perkuliahan hingga akhir semester.
5. Ibu Rifaatul Indana, S.E.I., M.E. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan arahan sehingga skripsi ini terselesaikan dengan baik.

6. Seluruh dosen Perbankan Syariah S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan banyak ilmu yang bermanfaat.
7. Seluruh pegawai dan Staf Tata Usaha Perbankan Syariah S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
8. Perpustakaan Pusat Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah menyediakan referensi.
9. Orang tua tercinta bapak, ibu, adik dan nenek saya yang selalu mendoakan atas kelancaran skripsi ini, serta Alm. Kakek saya yang selalu memberi saya support sebelum beliau tiada.
10. Teman-teman tercinta Rahayu Dwi Pertiwi, Puspita Anggraeni, Arialistyani Azizatul Ummah, Elvita Ihda Latifah, Arfiani, dan Ruhul Madania yang selalu memberikan dukungan.
11. Teman-teman Perbankan Syariah 2018, teman-teman KKN 105 UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dan teman-teman dusun Jagonandan Triwidadi Pajangan Bantul.

Yogyakarta, Februari 2022

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



Niaika Putridefi Astuti

NIM. 18108020025

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	viii
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
ABSTRAK	xviii
<i>ABSTRACT</i>	xix
BAB I	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Sistematika Penulisan	8
BAB II.....	10
A. Kajian Teori.....	10
B. Penelitian Terdahulu.....	32
C. Pengembangan Hipotesis.....	34
D. Kerangka Pemikiran	37
BAB III.....	38
A. Metode Penelitian.....	38
B. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	38
C. Populasi dan Sampel.....	40
D. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	41
E. Instrument Penelitian.....	43
F. Teknik Analisis Data	44

BAB IV.....	51
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	51
B. Hasil Analisis Data.....	51
C. Pembahasan.....	65
BAB V.....	69
A. Kesimpulan.....	69
B. Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA.....	72
LAMPIRAN.....	77



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
 YOGYAKARTA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pariwisata DIY	4
Tabel 2.1 Perbedaan Bank Konvensional & Bank Syariah	16
Tabel 2.2 Perbedaan Bagi Hasil dan Bunga.....	16
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu	30
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	50
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	51
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	51
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	52
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Pariwisata.....	53
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas	54
Tabel 4.8 Hasil Uji Reabilitas.....	55
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinearitas	58
Tabel 4.10 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	60
Tabel 4. 11 Hasil Uji T	61
Tabel 4.12 Hasil Uji F.....	63
Tabel 4.13 Hasil Uji Determinasi	64

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	36
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Histogram	56
Gambra 4.3 Hasil Uji Normalitas P-Plot	57
Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas	59



ABSTRAK

Bank Syariah merupakan suatu lembaga keuangan yang melakukan kegiatannya berdasarkan prinsip syariah. Saat ini perkembangan perbankan syariah di Indonesia sangat meningkat. Ketatnya persaingan antar lembaga keuangan menjadikan minat menjadi salah satu faktor bertahannya perkembangan tersebut. Promosi merupakan salah satu faktor terpenting dari adanya sebuah produk yang ditawarkan pihak perbankan syariah. Pengetahuan juga menjadi indikator penting dalam menentukan sebuah pilihan. Adapun lingkungan masyarakat merupakan sesuatu yang banyak mempengaruhi berbagai keputusan akibat aktivitas social.

Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi, pengetahuan dan lingkungan masyarakat untuk menggunakan produk-produk yang ada di perbankan syariah. Untuk tujuan penelitian menggunakan 80 sampel masyarakat yang tinggal di sekitar Pariwisata yang ada di DIY, dengan menggunakan teknik purposive sampling.

Berdasarkan hasil penelitian bahwa uji t promosi tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat karena nilai t hitung $< t$ tabel yaitu $-1,152 < 1,1665$ dan masih jarang adanya promosi pada daerah pariwisata. Pada pengetahuan berdasarkan uji t bahwa pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan karena t hitung $> t$ tabel yaitu $5,338 > 1,1665$ dan masyarakat sudah banyak mengetahui tentang produk perbankan syariah. Dan pada lingkungan masyarakat mendapatkan hasil berpengaruh positif dan signifikan karena t hitung $> t$ tabel yaitu $3,072 > 1,1665$ dan lingkungan masyarakat sangat mempengaruhi dalam pengambilan-pengambilan keputusan yang dipengaruhi dari aktivitas social yang ada di lingkungan masyarakat.

Kata kunci : Promosi, Pengetahuan, Lingkungan Masyarakat, Minat.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRACT

Sharia bank is a financial institution that conduct its activities based on sharia principles. Currently, the development of sharia banking in Indonesia is increasing. The tight competition between financial institutions makes interest a factor in the survival of these development. Promotion is one of the most important factors in the existence of a product offered by Islamic banking. Knowledge is also an important indicator in making a choice. The environment is something that influences various decisions due to social activities.

In this study using quantitative methods that aim to find out the effect of promotion, knowledge and the community environment to use products in Islamic banking. For research purposes, 80 samples of people living around Tourism in Yogyakarta were used, using a purposive sampling technique.

Based on the results of the research that the t-test of promotions has no effect and not significant on interest because the t-table value is $-1,152 < 1,1665$ and promotions are still rare in tourism areas. The knowledge based on the t-test shows that knowledge has a positive and significant effect because $t \text{ count} > t\text{-table}$ is $5,338 > 1,1665$ and the public already knows a lot about sharia role product. And in the community environment, the result have a positive and significant effect because $t\text{-count} > t\text{-table}$ is $3,072 > 1,1665$ and the community environment greatly influences decision making which is influenced by social activities in the community.

Keywords : Promotion, Knowledge, Community Environment, Interest.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bank merupakan suatu lembaga yang sudah sangat lazim di dengar oleh masyarakat. Berbagai kegiatan yang berkaitan dengan transaksi keuangan yang tentunya mau tidak mau bersinggungan dengan lembaga keuangan bank. Indonesia sebagai Negara yang berkembang tentunya mempunyai berbagai aspek yang harus diperbaiki setiap tahunnya, salah satunya pada aspek pertumbuhan ekonomi sehingga tidak tertinggal oleh negara-negara yang sudah maju, yang dengan pesat meninggalkan kita. Perbankan merupakan salah satu faktor penyokong pertumbuhan ekonomi di Indonesia, yang mempunyai peran vital dalam pertumbuhan ekonomi ini. Bank merupakan lembaga keuangan yang beroperasi dengan menghimpun dana masyarakat dan setelah itu akan disalurkan kembali kepada masyarakat (Kasmir, 2015).

Kehadiran perbankan syariah yang mempunyai prinsip dasar berdasarkan bagi hasil dalam kegiatan operasionalnya merupakan suatu jawaban atas berbagai kebutuhan masyarakat yang membutuhkan sebuah sistem perbankan alternative yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Menurut Budhi (2005) yang mengemukakan pemikirannya, bahwasannya hal ini disebabkan oleh pengalaman pada tahun 1998 yang terjadi krisis ekonomi, sehingga dapat memberikan bukti nyata bahwa bank yang beroperasi menggunakan prinsip syariah dapat berdiri di tengah gejolak nilai tukar dan juga tingkat suku bunga yang sangat tinggi. Hal ini terjadi karena karakteristik kegiatan yang dilaksanakan oleh perbankan syariah mengganti sistem bunga (riba) dengan sistem bagi hasil (*profit and loss sharing*), serta perbankan syariah melarang kegiatan atau transaksi

yang bersifat spekulasi (gharar) dan tidak didasarkan pada kegiatan yang nyata. Oleh karena itu, Anshori (2009) berpendapat bahwa dikembangkannya perbankan syariah diharapkan dapat menunjang ketahanan sistem perbankan nasional di masa akan datang atau masa depan.

Penyempurnaan konsep mengenai perbankan syariah terus menerus dilakukan. Kondisi perbankan semakin dewasa ini menunjukkan bahwa tingkat persaingan yang dapat dilihat dengan semakin banyaknya lembaga keuangan non bank dan bank yang beroperasi di bidang yang sama. Melihat kondisi yang seperti ini, mendorong pihak perusahaan khususnya perbankan untuk memberikan kualitas pelayanan yang terbaik. Namun, setelah diperhatikan hal itu bukanlah satu-satunya yang diperlukan oleh konsumen. Kegiatan pemasaran juga mempengaruhi salah satu kegiatan pokok perusahaan dalam usahanya untuk mempertahankan eksistensinya untuk tumbuh berkembang dalam memperoleh laba. Berhasil tidaknya dalam pencapaian tujuan bisnis perbankan tergantung keahlian dalam bidang pemasaran, keuangan dan bidang lainnya yang dikelola secara efektif dan efisien.

Perkembangan perbankan syariah yang terjadi saat ini dapat menjelaskan bahwa minat masyarakat untuk memakai produk dan jasa pada perbankan syariah semakin meningkat. Minat digambarkan dalam kondisi dimana seseorang sebelum melakukan tindakan, yang dapat dijadikan sebagai landasan untuk memprediksi tindakan atau perilaku tersebut. Minat dapat diasumsikan sebagai minat beli yaitu tindakan yang muncul sebagai respon terhadap suatu objek tertentu yang menggambarkan konsumen untuk melakukan pembelian (Kotler, 2007 : 15). Perbankan syariah Indonesia sangat perlu untuk terus menerus menarik minat masyarakat dan mempertahankannya. Oleh

karena itu, diperlukan berbagai strategi yang jitu seperti dalam pembuatan produk yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat, pemetaan sasaran serta promosi yang tepat untuk menarik minat masyarakat. Perilaku konsumen dapat dipengaruhi oleh empat faktor diantaranya lain : faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis (Kotler et al., 2020). Faktor itulah yang harus diperhatikan oleh pihak-pihak perbankan syariah agar dapat merangkul suatu minat masyarakat lebih luas lagi dalam penggunaan perbankan syariah.

Konsumen berhak menilai tentang semua keandalan produk yang ditawarkan, lokasi tempat perusahaan tersebut berada, bagaimana cara promosinya, bagaimana proses dan bukti fisik yang dilihatnya pada saat ia dihadapkan pada beberapa keadaan penawaran untuk mengonsumsi suatu produk (tabungan atau simpanan maupun pembiayaan). Pada kondisi yang demikian, maka kita dapat melihat bagaimana sikap konsumen apabila diperhadapkan pada banyak pilihan, dimana kesemuanya itu menuntut pengambilan keputusan (*decision making*) untuk mengonsumsi produk tersebut atau tidak. Tentu saja sikap konsumen ini dipengaruhi oleh banyak faktor dengan pertimbangan-pertimbangan yang sangat rasional. Sejauh ini masalah sikap dapat dihubungkan dengan faktor-faktor psikologis dan demografis, perusahaan atau organisasi manapun yang berkepentingan akan dapat meningkatkan efisiensi untuk meraih prospek yang terbaik.

Penelitian kali ini berbeda dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, apabila ditinjau dari aspek lokasi penelitian, peneliti mengambil lokasi masyarakat di daerah sekitar daerah pariwisata yang ada di Provinsi D.I. Yogyakarta. Pemilihan lokasi pada sekitar daerah pariwisata di DIY dikarenakan di DIY mempunyai banyak destinasi

pariwisata yang beragam dan tentunya banyak masyarakat yang mempunyai berbagai usaha yang berada pada sekitar pariwisata tersebut. Hal ini dibuktikan dari data Bappeda Jumlah Pariwisata yang ada di DIY (www.bappeda.jogjaprovo.go.id).

Tabel 1.1
Data Pariwisata DIY

SUB ELEMEN	TAHUN			
	2018	2019	2020	2-021
Jumlah Objek Wisata				
Jumlah Objek Wisata Alam	17	32	32	32
Jumlah Objek Wisata Buatan	15	42	42	42
Jumlah Objek Wisata Sejarah	17	17	17	17
Jumlah Desa Wisata				
Jumlah Desa Wisata Maju	25	48	60	60
Jumlah Desa Wisata Berkembang	57	39	33	33
Jumlah Desa Wisata Tumbuh/Embrio	50	48	48	48
Jumlah Pokdarwis di DIY				
Jumlah Pokdarwis di Kabupaten Gunung Kidul	41	42	42	42
Jumlah Pokdarwis di Kabupaten Kulon Progo	20	20	20	20
Jumlah Pokdarwis di Kabupaten Sleman	15	15	15	15
Jumlah Pokdarwis di Kabupaten Bantul	39	40	40	40
Jumlah Pokdarwis di Kota Yogyakarta	14	14	14	14

Grand Theory dari penelitian ini ialah mengenai manajemen pemasaran, Menurut Kotler Dalam Abubakar, pemasaran pada umumnya dipandang sebagai tugas untuk menciptakan, memperkenalkan dan menyerahkan barang dan jasa kepada konsumen perusahaan. Menurut Kotler dan Keller manajemen pemasaran adalah sebuah ilmu yang mempelajari tentang cara pemilihan dan memperoleh target pasar, mempertahankan dan mengembangkan pelanggan dengan menciptakan, menyampaikan dan

mengkomunikasikan keunggulan suatu nilai kepada pelanggan. Umumnya pada daerah pariwisata sangat memerlukan berbagai lembaga keuangan dalam menjalankan dan mengembangkan usaha-usahanya, sehingga manajemen pemasaran perbankan diperlukan pada daerah sekitar pariwisata.

Ditinjau dari aspek respondennya yaitu dengan kriteria masyarakat yang tinggal pada sekitar sektor pariwisata DIY. Dari aspek variabel peneliti menggunakan variabel promosi, pengetahuan dan lingkungan masyarakat sebagai variabel independen serta minat menggunakan produk di bank syariah sebagai variabel dependen. Alasan peneliti memakai variabel dan lokasi objek tersebut ialah karena masih sedikit penelitian yang mengkaji minat masyarakat pada daerah sekitar pariwisata di D.I. Yogyakarta, sedangkan pariwisata di D.I. Yogyakarta terhitung begitu banyak dan peneliti fokus pada pariwisata yang sedang *trending topic*. Perbankan syariah dengan sistem bagi hasil, menghindari kegiatan transaksi keuangan yang spekulatif, memomorsatukan kebersamaan dan kekeluargaan, serta menonjolkan keadilan merupakan alternatif dari sebuah sistem yang saling menguntungkan bagi masyarakat maupun pihak bank syariah sendiri. Dengan menyediakan produk dan layanan jasa perbankan yang beragam dengan skema yang bervariasi, perbankan syariah menjadi alternatif dari sebuah sistem perbankan yang kredibel serta dapat dinikmati oleh semua kalangan masyarakat tanpa terkecuali.

Berdasarkan uraian permasalahan di atas, penulis ingin mengetahui seberapa tinggi minat masyarakat dalam menggunakan produk perbankan syariah pada daerah pariwisata di Provinsi D.I Yogyakarta. Maka penulis akan meneliti seberapa besar pengaruh minat masyarakat pada produk perbankan syariah yang berjudul : **“PERAN PROMOSI, PENGETAHUAN DAN LINGKUNGAN MASYARAKAT**

**TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN PRODUK PERBANKAN SYARIAH
(Studi Kasus: Daerah Pariwisata Di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta)”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini dapat dirangkum sebagai berikut :

1. Bagaimana promosi berpengaruh terhadap minat menggunakan produk perbankan syariah, di masyarakat sekitar daerah pariwisata di Provinsi D.I. Yogyakarta ?
2. Bagaimana pengetahuan berpengaruh terhadap minat menggunakan produk perbankan syariah, di masyarakat sekitar daerah Pariwisata di Provinsi D.I. Yogyakarta ?
3. Bagaimana lingkungan berpengaruh terhadap minat menggunakan produk perbankan syariah, di masyarakat sekitar daerah Pariwisata di Provinsi D.I. Yogyakarta ?

C. Tujuan Penelitian

Apabila ditinjau dari rumusan masalah di atas, maka dapat dibuat kesimpulan bahwa tujuan dilakukannya penelitian ini adalah :

1. Untuk menjelaskan bagaimana pengaruh promosi terhadap minat menggunakan produk perbankan syariah, di masyarakat sekitar daerah Pariwisata di Provinsi D.I. Yogyakarta.
2. Untuk menjelaskan bagaimana pengaruh pengetahuan terhadap minat menggunakan produk perbankan syariah, di masyarakat sekitar daerah Pariwisata di Provinsi D.I. Yogyakarta.

3. Untuk menjelaskan bagaimana pengaruh lingkungan terhadap minat menggunakan produk perbankan syariah, di masyarakat sekitar daerah Pariwisata di Provinsi D.I. Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

Dengan penelitian yang dilakukan terkait minat masyarakat menggunakan produk pada perbankan syariah, maka hal ini diharapkan dapat memberikan berbagai manfaat diantaranya sebagai berikut :

1. Bagi Akademisi

Penelitian ini dapat digunakan apabila sewaktu-waktu pembelajaran mengenai minat menggunakan produk pada perbankan syariah. Penulis mempunyai harapan bahwasannya penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan pada penelitian-penelitian selanjutnya di masa yang akan datang.

2. Bagi Praktisi

Penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan dan dijadikan sebagai pertimbangan pada perbankan syariah dalam melakukan pengambilan keputusan pada tingkat manajemen. Sebagai dasar untuk memperbaiki baik dari segi segmentasi pemasarannya, ataupun dari segi menyediakan produk pada perbankan syariah yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

3. Bagi penelitian selanjutnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai acuan ataupun suatu masukan sebagai dasar pengembangan penelitian selanjutnya, sehingga ke depannya dapat diperoleh penelitian yang lebih akurat dan lengkap.

E. Sistematika Penulisan

Pada penulisan penelitian ini, penulis akan berusaha membuat sistematika penulisan dengan membaginya menjadi lima bab pembahasan yang saling terkait dari bab satu sampai dengan bab lima yang saling terhubung menjelaskan, antara lain sebagai berikut :

BAB I Pendahuluan

Pada bab ini diuraikan mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat dari penelitian ini, serta sistematika penulisan. Pembahasan ini diletakkan pada bab pendahuluan dikarenakan pembahasan ini berkaitan dengan argumentasi dari penulis dalam mengangkat judul berdasarkan permasalahan-permasalahan yang terjadi di lapangan.

BAB II Landasan Teori

Pada bab ini berisi mengenai telaah pustaka yang merupakan hasil dari penelitian sebelumnya yang menjadi permasalahan yang akan diungkap pada penelitian kali ini. Kemudian dilanjutkan dengan kerangka teoritis yang membahas konsep yang akan dipakai penulis dalam melakukan penelitian, konsep dirasa penting dan tentunya terkait dengan penelitian yang dilakukan dan digunakan sebagai acuan penulis dalam menganalisis serta kemudian mengambil keputusan. Kerangka penelitian ini nantinya akan diuji dan disajikan dalam bentuk persamaan berupa gambar. Dalam pengembangan hipotesis akan membahas mengenai penyusunan hipotesis yang akan digunakan dalam penelitian ini.

BAB III Metodologi Penelitian

Pada bab ini membahas terkait prosedur yang akan dipakai penulis dalam rangka menjawab berbagai hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini. Metode yang digunakan pada penelitian ini ialah metode kuantitatif dengan metode survei, juga membahas sumber data, populasi serta sampel yang akan digunakan. Penelitian ini menggunakan teknik sampling yaitu *purposive sampling*. Kemudian dalam melakukan analisis data penulis menggunakan bantuan aplikasi SPSS.

BAB IV Pembahasan

Dalam bab ini berisikan pembahasan mengenai gambaran objek secara umum dan pembahasan dari hasil analisa penulis dari pengolahan data yang telah dilakukan, baik itu pembahasan secara deskriptif maupun pembahasan terkait hasil dari pengujian hipotesis yang diajukan pada penelitian ini yang didasarkan dengan teori yang ada serta pada penelitian-penelitian sebelumnya.

BAB V Penutup

Pada bab ini membahas mengenai kesimpulan dari pembahasan yang telah dilakukan peneliti. Kemudian yang dilanjutkan dengan saran-saran kepada praktisi perbankan syariah serta pihak lainnya yang mempunyai kepentingan dalam penelitian ini.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Hasil penelitian pengujian olah data melalui SPSS dapat diketahui bahwa peran promosi terhadap minat menggunakan produk bank syariah mendapatkan hasil tidak berpengaruh secara tidak signifikan hal ini diduga karena masih jarang adanya promosi secara langsung maupun melalui media masa yang kurang pada daerah sekitar pariwisata tersebut. Oleh karena itu pihak bank harus meningkatkan promosi ke daerah-daerah sekitar pariwisata yang jauh dari perkotaan baik promosi secara langsung maupun melalui media masa.

Peran pengetahuan terhadap minat menggunakan produk bank syariah mendapatkan hasil berpengaruh secara signifikan hal ini mempengaruhi masyarakat dalam menggunakan produk bank syariah. Sehingga perlu adanya sosialisasi lebih lanjut tentang produk perbankan syariah, agar wawasan pengetahuan masyarakat di sekitar sektor pariwisata di DIY meningkat dan menambah daya tarik atau minat dalam menggunakan berbagai produk bank syariah.

Peran lingkungan masyarakat terhadap minat menggunakan produk bank syariah mendapatkan hasil berpengaruh secara signifikan hal ini mempengaruhi masyarakat dalam menggunakan produk bank syariah karena secara tidak langsung lingkungan masyarakat yang saling mempengaruhi masyarakat lain untuk menggunakan produk bank syariah, dan informasi bank syariah biasanya di dapatkan dari mulut ke mulut pada lingkungan masyarakat.

B. Saran

Hasil penelitian dan penulisan pembahasan pada penelitian ini, peneliti menyadari masih terdapat banyak kekurangan di dalamnya. Untuk itu, peneliti memberikan saran agar mendapat gambaran sebagai bahan pertimbangan dan penyempurna penelitian selanjutnya yang terkait dengan penelitian yang serupa. Maka penulis menyarankan beberapa hal sebagai berikut :

1. Bagi Perbankan

Hasil penelitian diketahui bahwa peran promosi tidak berpengaruh tidak signifikan karena masih kurangnya promosi ke daerah-daerah yang bias dibidang jauh dari perkotaan oleh karena itu bank harus meningkatkan promosi yang menyeluruh ke bagian daerah yang jauh dari perkotaan. Hal ini dilakukan agar tingkat minat masyarakat dalam menggunakan produk perbankan syariah juga meningkat.

2. Bagi akademisi

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu tambahan referensi mengenai minat menggunakan produk perbankan syariah bagi peneliti dan peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti dengan topic sejenis yaitu peran promosi, pengetahuan dan lingkungan masyarakat terhadap minat menggunakan produk perbankan syariah.
- b. Bagi peneliti selanjutnya, hendaknya untuk memperluas penelitian sehingga diperoleh informasi yang lebih lengkap tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan produk bank syariah. Penambahan variabel baru perlu dilakukan untuk penelitian yang akan datang agar menghasilkan gambaran penelitian yang lebih luas tentang masalah penelitian yang sedang diteliti.

- c. Peneliti selanjutnya diharapkan mengembangkan penelitian ini sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya seperti menambahkan teori terbaru, metode dan alat uji berbeda dengan objek penelitian yang lain. Diharapkan pada peneliti yang akan datang jumlah sampel yang digunakan lebih banyak, maka hasil analisis penelitian yang didapatkan juga lebih akurat.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdallah, M., & Lubis, I. (2015). Analisis Minat Menabung Pada Bank Syariah di kalangan Siswa SMA di Kota Medan (Studi Kasus: Siswa Madrasah Aliyah Negeri). *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 3(6), 14859
- Abu Ahmadi. (2003). *Psikologi Umum*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Anshori, A.G. (2003). *Pebankan Syariah di Indonesia*. Gadjah Mada University. Press.
- Ardhiyanti, Erma. (2016). Analisis Pengetahuan, Kualitas Layanan dan Promosi Terhadap Minat Menabung Mahasiswa FEBI IAIN Salatiga Pada Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi IAIN Salatiga*.
- Astari, Yuli. (2020). Pengaruh Pengetahuan, Promosi dan Karakteristik Marketing Syariah Terhadap Minat Masyarakat Menabung di BRI Syariah KCP Nronggo Kediri. *Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. Skripsi*.
- Basu Swastha dan Irawan. (1997). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty Offset.
- Basu Swastha dan Irawan. (2005). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty Yogyakarta.
- Cummins, Julian. (1991). *Promosi Penjualan*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- D.B. Lukas & Britt S.H. (2003). *Advertising Psychology and Reasearch*. McGraw Hill.
- Djakfar, Inayatullah. (2021). Peran Bank Syariah Dalam Mengembangkan Wisata Halal. *Jurnal Keuangan & Perbankan Syariah Vol 9 No 1*
- Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa konsep dasar untuk penulisan skripsi & analisis data dengan SPSS*. Deepublish.
- Faisal. (2018). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Ekonomi dan Perbankan Islam (EPI) Universitas Muhammadiyah Yogyakarta untuk Menjadi Nasabah di Perbankan Syariah. *Skripsi*.
- Firmansyah, M. Anang. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta : Depulish.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multi Variate dengan Program SPSS*. Universitas Diponegoro.

- Hasibuan, Faisal. (2020). Pengaruh Pengetahuan Masyarakat & Minat Penerapan nilai Islam Terhadap Keputusan menggunakan Tabungan Perbankan Syariah (Studi Kasus : Masyarakat Kota Langsa). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, ISSN : 2477-6157
- Hurriyati, Ratih. (2005). *Pemasaran & Loyalitas Konsumen*. Bandung : CV Alfabeta.
- Jaiz, Muhammad. (2014). *Dasar-dasar Periklanan*. Yogyakarta. Graha Ilmu.
- Jaya, I. M. L. M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif: Teori, Penerapan dan Riset Nyata*. Anak Hebat Indonesia.
- Jeni Susyanti., Nur'aini Ika Ramadhan., M. Khoirul ABS. (2019). Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan dan Lingkungan Sosial terhadap Minat Menabung Mahasiswa Di Bank Syariah Kota Malang (Studi Kasus Pada Mahasiswa Banyuwangi Di Kota Malang). *E-Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang*.
- Karim, A.A. (2007). *Ekonomi Mikro Islam (3rd ed)*. PT Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. (2005). *Pemasaran Bank*. Jakarta. Prenada Media.
- Kasmir. (2011). *Manajemen Perbankan*. PT Raja Grafindo.
- Madura, J. (2007). *Pengantar Bisnis Edisi Keempat Jilid 2*. Jakarta: PT Salemba Empat.
- Maghfiroh, S. (2018). Pengaruh Religiusitas, Pendapatan dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Pada Santri Pesantren Mahasiswi Darush Shalihah, Universitas Negeri Yogyakarta.
- Maulidi, R. (2018). Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Lingkungan Sosial Terhadap minat Menabung Menggunakan Bank Syariah (Studi Kasus Siswa SMA Negeri 1 Ambarawa). *Skripsi: IAIN Salatiga*, hal 31-32.
- Mayor JAF Polah. (1991). *Ilmu Sosial Dasar*. Surabaya : PT Bina Ilmu.
- M . Ngalim Purwanto. (1998). *Ilmu Pendidikan Teoritis Praktis*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Monalisa Tamara, Riana. (2016). Peranan Lingkungan Sosial terhadap Pembentukam Sikap Peduli Lingkungan Peserta Didik di SMA Negeri Kabupaten Cianjur. *Jurnal Pendidikan Geografi. Vol.16 No.1*.
- Mulyaningtyas, I.F., Soesatyo,Y. & Sakti, N.C. (2020). Pengaruh Pengetahuan tentang bank syariah dan Literasi Keuangan terhadap minat menabung siswa di bank syariah. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*.

- Mustika, Fitria., Muhammad Sahudra, Tengku. (2018). Peranan Lingkungan Sosial Terhadap Pembentukan Karakter Peduli Lingkungan Mahasiswa Pendidikan Geografi di Universitas Samudra Langsa. *Jurnal Pendidikan Ilmu-ilmu sosial*, 10 (2) (2018) : 235-244.
- Nugroho, E. (2018). *Prinsip-Prinsip Menyusun Kuisisioner*. Universitas Brawijaya. Press.
- Notoatmodjo, S. (2010). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Pabbajah, M., Widyanti, R. N., & Widyatmoko, W. F. (2019). The Factors Of Service, Religiosity And Knowledge In The Decission Of Customers To Save Fund In Sharia Banks In Yogyakarta City. *International Journal of Business, Humanties, Education and Social Sciences (IJBHES)*, 1(2), 13-26.
- Permadi, G. (2019). Pengaruh Tingkat Religiusitas dan Persepsi Terhadap minat menabung di bank syariah (studi kasus pada santri di Ponpes Al-Munawwir Krapyak Yogyakarta). *Univrstias Alma Ata Yogyakarta. Skripsi*.
- Philip Kotler & Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 1*. Jakarta : Gelora Aksara Pratama.
- Putra, E. W., Kumadji., & Yulianto, E. (2016). Pengaruh Diskon Terhadap Minat Beli Srta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen yang membeli produk diskon di Matahari Departement Store Pasar Besar Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 3(8), 184-193.
- Rahman, Abdul. (2004). *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*. Jakarta : Prenada Media.
- Rusyidi Abubakar. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Bandung : Alfabeta.
- Rosyid, Maskur. (2016). Pengetahuan Perbankan Syariah dan Pengaruhnya terhadap Minat Menabung Santri dan Guru. *Jurnal Islaminomic Vol 7 No 2, Agustus 2016*.
- Saladin, Djaslim. (1991). *Unsur-unsur Inti Pemasaran & Manajemen Pemasaran*. Bandung : Mandar Maju.
- Samsudin, Ahmad. (2019). Analisis Minat Masyarakat Terhadap Produk Perbankan Syariah di Kabupaten Tangerang. *Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. Skripsi*.
- Sidharta, Raden Bagus Faizal Iwany. (2017). Optimalisasi Peran Perbankan Syariah Dalam Mendukung Wisata Halal. *Jurnal Distribusi Vol 5 No 2*.
- Soemitro. (2009). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Kencana.

- Sopiah & Etta Mamang Sangadji. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*. Yogyakarta : CV Andi Offset.
- Stroz. (1987). *Lingkungan Sosial*. Universitas Gajah Mada, 31, 54-76.
- Sufi Fauzia, D.R., Pangestuti, E., & Bafadhal, A. S. (2019). Pengaruh religiusitas, sertifikasi halal, bahan produk terhadap minat beli dan keputusan pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 66(1), 37-46.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sutanto, H & Umam K. (2013). *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Pustaka Setia.
- Suwarman, Ujang. (2011). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Tanzeh, A. (2009). *Pengantar Metode Penelitian*. Teras.
- Ulya, Z. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Promosi Terhadap Minat UMKM Mengambil Pembiayaan Perbankan Syariah Di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 9(3), 352-366.
- Umardani Hasibuan, Faisal., Wahyuni, Rahma. (2020). Pengaruh Pengetahuan Masyarakat dan Minat penerapan Nilai Islam terhadap keputusan Tabungan Perbankan Syariah (Studi Kasus: Masyarakat Kota Langsa). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6 (01), 2020., 22-23.
- Wahyuni, Ni Made Dhita Kusuma. (2019). Faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah Menabung di Lembaga Perkreditan desa Kawasan Pemukiman dan Pariwisata. *Jurnal Yudharta Vol 11 No 2 Hal : 227-240*.
- Wibisono, D. (2003). *Riset bisnis panduan bagi praktisi dan akademisi*. Gramedia. Pustaka Utama.
- Wilardjo, Setia Budhi. (2005). Pengertian, Peranan dan Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia. Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Semarang. *Jurnal Vallue Added Vol 2 No 1, September 2004 - Maret 2005*.
- Wirdianingsih. (2005). *Bank Asuransi Islam di Indonesia*. Kencana.
- Zain, Abdurrahman. (2017). Pengaruh Pengetahuan Santri Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Modern Ummul Quro Al-Islami). *Universitas Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. Skripsi*.

Zuriatul Casvi, Fifi. (2019). Pengaruh Pengetahuan, Lingkungan Sosial dan Lokasi bank Syariah Terhadap Minat Menabung Santri di Bank Syariah. *Univertas Islam Negeri Walisongo Semarang. Skripsi.*

