

**PERAN PENGETAHUAN PRODUK, PROMOSI, LITERASI KEUANGAN,
DAN LOKASI TERHADAP MINAT PELAKU UMKM MELAKUKAN
PEMBIAYAAN DI BPRS SUKOWATI SRAGEN CABANG BOYOLALI**

(Studi Kasus Pada Pelaku UMKM di Kecamatan Boyolali)



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

Disusun oleh:

**Elvita Ihda Latifah
18108020030**

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

2022

**PERAN PENGETAHUAN PRODUK, PROMOSI, LITERASI KEUANGAN,
DAN LOKASI TERHADAP MINAT PELAKU UMKM MELAKUKAN
PEMBIAYAAN DI BPRS SUKOWATI SRAGEN CABANG BOYOLALI**

(Studi Kasus Pada Pelaku UMKM di Kecamatan Boyolali)



UII
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
SARJANA SASTRA SATU DALAM EKONOMI ISLAM**

Disusun oleh:

Elvita Ihda Latifah

18108020030

Dosen Pembimbing Skripsi:

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

19760616 200501 2 002

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

2022



PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-420/Un.02/DEB/PP.00.9/04/2022

Tugas Akhir dengan judul : PERAN PENGETAHUAN PRODUK, PROMOSI, LITERASI KEUANGAN, DAN LOKASI TERHADAP MINAT PELAKU UMKM MELAKUKAN PEMBIAYAAN DI BPRS SUKOWATI SRAGEN CABANG BOYOLALI (STUDI KASUS PADA PELAKU UMKM DI KECAMATAN BOYOLALI)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ELVITA IHDA LATIFAH
Nomor Induk Mahasiswa : 18108020030
Telah diujikan pada : Jumat, 25 Maret 2022
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

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

Valid ID: 624f96bba6c



Penguji I

Joko Setyono, SE., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 624c5b6e1796e



Penguji II

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

Valid ID: 624404f49922



Yogyakarta, 25 Maret 2022
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 6248501809003

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudari Elvita Ihda Latifah

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 : Elvita Ihda Latifah

NIM : 18108020030

Judul Skripsi : Peran Pengetahuan Produk, Promosi, Literasi Keuangan, dan Lokasi terhadap Minat Pelaku UMKM Melakukan Pembiayaan di BPRS Sukowati Sragen Cabang Boyolali (Studi Kasus Pada Pelaku UMKM di Kecamatan Boyolali)

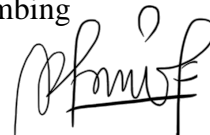
Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Prodi Perbankan Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana.

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

Wassalamualaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 14 Maret 2022

Pembimbing



Ruspita Rani Pertiwi. S.Psi.,M.M
NIP.19760616 200501 2 002

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Elvita Ihda Latifah
NIM : 18108020030
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul “Peran Pengetahuan Produk, Promosi, Literasi Keuangan, dan Lokasi terhadap Minat Pelaku UMKM Melakukan Pembiayaan di BPRS Sukowati Sragen Cabang Boyolali (Studi Kasus Pada Pelaku UMKM di Kecamatan Boyolali)” adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang peneliti ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka penyusun siap mempertanggungjawabkan sesuai hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 14 Maret 2022

Yang menyatakan,

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



Elvita Ihda Latifah
NIM.18108020030

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Elvita Ihda Latifah
NIM : 18108020030
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

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

“Peran Pengetahuan Produk, Promosi, Literasi Keuangan, dan Lokasi terhadap Minat Pelaku UMKM Melakukan Pembiayaan di BPRS Sukowati Sragen Cabang Boyolali (Studi Kasus Pada Pelaku UMKM di Kecamatan Boyolali)”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Ekklusif 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, 14 Maret 2022



Elvita Ihda Latifah

HALAMAN MOTTO

“Pada setiap langkah yang kita lakukan, ada Allah yang bersamai”

-Elvita Ihda Latifah-



HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Dengan rasa syukur kepada Allah SWT atas berkat, rahmat, dan hidayah-Nya.

Tugas akhir ini, penulis persembahkan untuk:

Keluarga Tercinta

Kedua orang tua dan adik saya yang telah memberikan doa, semangat, dan motivasi dalam setiap keadaan.

Pendidik

Seluruh pendidik yang telah mencurahkan tenaga dan pikirannya untuk memotivasi saya dalam menempuh pendidikan sehingga saya bisa mencapai titik ini.

Dosen Pembimbing Akademik

Syayyidah Maftuhatul Jannah., M.Sc

Dosem Pembimbing Skripsi

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

Almamater Tercinta

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Teman-teman

Teman-teman Perbankan Syariah 2018 dan KKN 105 UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

PEDOMAN TRANSLITER 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/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 diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha'	H	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha'	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Dzal	Ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es

ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Shad	Ṣh	Es (dengan titik di bawah)
ض	Dhad	Ḍh	De (dengan titik di bawah)
ط	Tha'	Ṭh	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Zha'	Ẓh	Zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	‘	Koma terbalik diatas

غ	Gain	Gh	Ge
ف	Fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	W
هـ	Ha'	H	H
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* Ditulis Rangkap

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

C. Ta' Marbuttah

Semua ta' marbuttah ditulis dengan h, baik berada pada akhir 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>
كرامة الأولياء	Ditulis	<i>Karamah al auliya'</i>

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

اَ	Fathah	Ditulis	A
اِ	Kasrah	Ditulis	I
اُ	Dammah	Ditulis	U
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	A
جاهليّة	Ditulis	<i>Jahiliyyah</i>
2. Fathah + ya' mati	Ditulis	A
تَنسَى	Ditulis	<i>Tansa</i>
3. Kasrah + ya' mati	Ditulis	I
كَرِيم	Ditulis	<i>Karim</i>
4. Dhammah + wawu mati	Ditulis	U
فُرُوض	Ditulis	<i>Furud</i>

F. Vokal Rangkap

1. Fathah + ya' mati	Ditulis	<i>Ai</i>
بَيْنَكُمْ	Ditulis	<i>Bainakum</i>
2. Fathah + wawu Mati	Ditulis	<i>Au</i>
قَوْل	Ditulis	<i>Qaul</i>

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata yang

Dipisahkan dengan Apostof

أَنْتُمْ	Ditulis	<i>a'antum</i>
أَعْدَت	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”

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'a</i>
الشمس	Ditulis	<i>Asy-syams</i>

I. Penulisan Kata-Kata dalam Rangkaian Kalimat

ذوي الفروض	Ditulis	<i>Zawi al-furud</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>Ahl as-sunnah</i>

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahiwabarakatuh

Alhamdulillah Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, nikmat, dan hidayah serta inayah-Nya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar sebagai tahap akhir studi di Program Studi Perbankan Syariah dan Fakultas Ekonomi Bisnis dan 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 Syayidah Maftahatul Jannah, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing dari proses awal perkuliahan hingga akhir semester.
5. Ibu Ruspita Rani Pertiwi, S.Psi, M.M. 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, dan adik saya yang selalu mendoakan atas kelancaran skripsi ini.
10. Teman-teman tercinta Anwar Faris, Kiki Nur Aisyah, Rianilda Filiandini, Niaika Putridefi Astuti, Arfiani, dan Ruhul Madania yang selalu memberikan dukungan serta motivasi.
11. Teman-teman Perbankan Syariah 2018 dan teman-teman KKN 105 UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Yogyakarta, 14 Maret 2022



Elvita Ihda Latifah
NIM. 18108020030

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
PEDOMAN TRANSLITER ARAB LATIN	vii
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
ABSTRAK.....	xviii
<i>ABSTRACT</i>	xix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
D. Sistematika Penulisan.....	9
BAB II	12
LANDASAN TEORI.....	12
A. Kajian Teori	24
B. Penelitian Terdahulu	31
C. Pengembangan Hipotesis	35
D. Kerangka Pemikiran.....	36
BAB III	36
METODE PENELITIAN.....	36
A. Jenis Penelitian.....	36
B. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	36
C. Populasi dan Sampel	38

D. Definisi Operasional Variabel Penelitian	39
E. Teknik Analisis Data	42
BAB IV	47
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	47
A. Hasil Penelitian	47
1.1 Data Responden	47
1.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	50
1.3 Uji Asumsi Klasik	52
1.4 Uji Regresi Linier Berganda	59
1.5 Uji Hipotesis	61
B. Pembahasan Hasil Analisis Data	64
BAB V	71
PENUTUP	71
A. Kesimpulan	71
B. Saran	73
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN	79

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	6
Tabel 2. 1	28
Tabel 4. 1	47
Tabel 4. 2	48
Tabel 4. 3	48
Tabel 4. 4	49
Tabel 4. 5	49
Tabel 4. 6	51
Tabel 4. 7	52
Tabel 4. 8	53
Tabel 4. 9	56
Tabel 4. 10	57
Tabel 4. 11	59
Tabel 4. 12	61
Tabel 4. 13	62
Tabel 4. 14	64



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1.....	35
Gambar 4. 1.....	54
Gambar 4. 2.....	55
Gambar 4. 3.....	58



ABSTRAK

Perkembangan UMKM semakin banyak setiap tahun, akan tetapi ada beberapa permasalahan yang dihadapi. Selain dari keterbatasan SDM dan teknologi, bagian paling penting dalam menghambat pertumbuhan UMKM disebabkan modal yang sedikit dan minimnya akses pembiayaan. Oleh karena itu, kehadiran BPRS harus memberikan kontribusi dalam upaya peningkatan pertumbuhan sektor riil khususnya di sektor UMKM. Penelitian ini menggunakan Metode kuantitatif dengan teknik accidental sampling. Penelitian ini menggunakan 100 responden sebagai sampel dari pelaku UMKM di Kecamatan Boyolali. Hasil Penelitian ini Menunjukkan uji t pengetahuan produk berpengaruh sebesar $t_{hitung} 3,114 > 1,98525$. Promosi menunjukkan hasil berpengaruh sebesar $t_{hitung} 2,991 > 1,98525$. Literasi keuangan tidak berpengaruh karena $t_{hitung} 0,854 < 1,98525$. Hasil lokasi tidak berpengaruh dengan nilai t hitung sebesar $t_{hitung} 1,176 < 1,98525$.

Kata kunci : Pengetahuan Produk, Promosi, Literasi Keuangan, Lokasi, Minat.

ABSTRACT

The development of MSMEs is increasing every year, but there are several problems faced. Apart from the limitations of human resources and technology, the most important part in inhibiting the growth of MSMEs is due to the lack of capital and lack of access to financing. Therefore, the presence of a BPRS must contribute to efforts to increase growth in the real sector, especially in the MSME sector. This research uses quantitative method with accidental sampling technique. This study used 100 respondents as a sample of MSME actors in Boyolali District. The results of this study indicate that the t-test of product knowledge has an effect of $t_{hitung} 3.114 > 1.98525$. Promotion shows the effect of $t_{hitung} 2.991 > 1.98525$. Financial literacy has no effect because $t_{hitung} 0.854 < 1.98525$. The location results have no effect on the t count value of $t_{hitung} 1.176 < 1.98525$.

Keywords: Product Knowledge, Promotion, Financial Literacy, Location, Interest.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era globalisasi, perbankan syariah dapat berkembang cukup baik di Indonesia. Bank Syariah muncul berdasarkan wacana tentang ekonomi syariah yang berharap seluruh aktivitas perbankan dijalankan berdasarkan prinsip-prinsip Islam sehingga terbebas dari riba. Di Indonesia Bank Syariah secara umum terdiri dari dua bank yaitu Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. berdasarkan data OJK Secara kelembagaan Bank Umum Syariah terbagi menjadi dua yaitu berbentuk bank syariah penuh dan Unit Usaha Syariah dari bank umum konvensional. Seluruh kegiatan usaha pada ketiga jenis perbankan syariah tersebut didasari pada prinsip syariah. Perkembangan bank syariah di Indonesia setiap tahun semakin meningkat, sejak dasar hukum operasionalnya ditetapkan yaitu Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan, Undang-Undang Nomor 9 Tahun 2004 tentang Bank Indonesia, dan Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Bank Umum Syariah (Jaswadi, 2018).

Dalam menjalankan aktivitasnya, bank syariah menawarkan imbalan atas dasar prinsip bagi hasil serta jual beli. Berbagai produk dan layanan yang ditawarkan oleh bank syariah serta kemajuan-kemajuan teknologi yang digunakan, seharusnya dapat menarik minat masyarakat khususnya pelaku UMKM untuk bertransaksi di bank syariah. Perkembangan UMKM semakin banyak setiap tahun, akan tetapi ada beberapa permasalahan yang dihadapi.

Selain dari keterbatasan SDM dan teknologi, bagian paling penting dalam menghambat pertumbuhan UMKM disebabkan modal yang sedikit dan minimnya akses pembiayaan. Tanpa modal usaha yang cukup, perusahaan dapat kehilangan peluang untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas produknya. Bank syariah memiliki produk keuangan unggulan dengan sistem bagi hasil yang dikembangkan dari produk keuangan mudharabah dan musyarakah (Ulya, 2020). Oleh karena itu, kehadiran bank syariah harus memberikan kontribusi dalam upaya peningkatan pertumbuhan sektor riil khususnya di sektor UMKM.

Berdasarkan visi perbankan syariah yaitu terwujudnya perbankan syariah yang kompetitif, efisien, dan prinsip kehati-hatian mampu mendukung sektor riil serta tolong menolong untuk mencapai kemaslahatan umat. Sehingga berdasarkan visi tersebut, perbankan syariah memiliki peran yang penting untuk mengatasi masalah yang dihadapi UMKM terkait dengan kebutuhan modal (Rosidi et al., 2021). Peneliti tertarik mengambil objek ini karena banyak masyarakat yang menekuni sektor UMKM. Selain itu tujuan pelaku UMKM melakukan pembiayaan bukan untuk tujuan konsumtif melainkan untuk tujuan usaha. Apalagi UKM telah terbukti memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian negara. Menurut data Kementerian Koperasi dan UKM tahun 2018 kontribusi UKM terhadap perekonomian nasional (PDB) sebesar 61,1%.

Menurut Hakim minat timbul karena ketertarikan seseorang terhadap barang atau jasa. Selain itu minat merupakan suatu dorongan untuk

melakukan kegiatan tertentu, minat memiliki peran yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan nasabah melakukan pembiayaan (Hakim, 2021). Menurut Andriani dan Halmawati terdapat empat faktor yang dapat mempengaruhi minat pelanggan yaitu pertama faktor bauran pemasaran salah satu faktor bauran pemasaran untuk menarik minat nasabah yakni tingkat bagi hasil. Kedua faktor sosial, yaitu minat nasabah dipengaruhi oleh perilaku, konsumsi, kebiasaan, dan gaya hidup. Ketiga faktor pribadi, yaitu kepercayaan pada orang lain dalam bertransaksi, bahwa pihak tersebut akan memenuhi kewajibannya dengan baik. Keempat faktor budaya, yaitu kepercayaan, pemikiran, simbol, dan nilai-nilai dalam suatu masyarakat (Andriani & Halmawati, 2019).

Sebelum menghendaki untuk bertransaksi di bank, sebaiknya dipertimbangkan dahulu apa manfaat serta tujuan bertransaksi di bank tersebut. Selanjutnya, individu tersebut akan mulai mencari informasi mengenai bank yang tepat dan cocok serta produk apa yang sesuai dengan kebutuhannya, baru kemudian individu akan memutuskan untuk melakukan pembiayaan di bank mana. Oleh karena itu, dapat diambil kesimpulan bahwa pengetahuan nasabah mengenai produk-produk perbankan syariah dapat mempengaruhi nasabah dalam memilih bank.

Dalam dunia perbankan, agar produk yang ditawarkan bank syariah diminati oleh masyarakat umum di industri perbankan, bank syariah perlu mengetahui strategi yang tepat untuk menaikkan minat nasabah agar bertransaksi di bank syariah. Oleh karena itu, penulis mempertimbangkan

faktor promosi sebagai salah satu variabel yang digunakan dalam penelitian. Promosi merupakan kegiatan yang digunakan oleh suatu perusahaan untuk menawarkan produk dan jasa kepada calon nasabah, bertujuan untuk menarik minat nasabah menggunakan produk tersebut.

Selain itu, terdapat faktor literasi keuangan yang dapat mempengaruhi minat melakukan pembiayaan di perbankan syariah. Literasi keuangan adalah pengetahuan keuangan individu yaitu bagaimana mengelola keuangan agar terhindar dari masalah keuangan di kemudian hari. Dalam penelitian (Kurniawan & Septiana, 2020) disimpulkan bahwa literasi keuangan mempunyai pengaruh yang positif serta signifikan terhadap minat menabung pelaku UMKM di bank syariah. Maka, kesimpulannya jika kemampuan literasi keuangan seseorang semakin baik dan bagus, akan menjadikan semakin bagus juga pengelolaan keuangannya.

Dalam mendirikan sebuah perusahaan lokasi merupakan hal yang perlu diperhatikan, dengan lokasi bank yang strategis maka akan memudahkan individu untuk bertransaksi di bank tersebut. Menurut Indrajaya lokasi strategis di pusat kota dengan akses mudah dan mudah dijangkau serta mudah dicari. Pemilihan lokasi pada perbankan juga sangat penting untuk mempengaruhi minat calon nasabah melakukan pembiayaan di bank syariah. Dalam penelitian (Azmi & Riyaldi, 2019) diketahui bahwa lokasi signifikan memengaruhi minat Usaha Mikro dan UKM mengajukan pinjaman bank syariah.

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) berdiri berdasarkan Undang-undang No 7 tahun 1992 tentang peraturan perbankan. BPRS melakukan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah, kemudian tanggal 12 Mei 1999 diatur surat keputusan Direktur BI No.32/36/KEP/DIR/1999 tentang Bank Perkreditan Rakyat berdasarkan prinsip syariah. Perkembangan BPRS setiap tahunnya mengalami peningkatan, pada Senin 5 April 2021 Kompartemen BPRS ABISINDO menyelenggarakan musyawarah nasional secara offline dan online yang berpusat di menara HIK Tangerang. Pada musyawarah tersebut dapat dilihat bahwa pertumbuhan BPRS telah membuat kemajuan positif hingga akhir 2020 dalam hal aset, pembiayaan, dan pengumpulan dana masyarakat. Diketahui, pertumbuhan aset BPRS hingga saat ini mencapai 8,67% total aset tumbuh menjadi Rp 14,95 triliun, sedangkan pembiayaan dan dana pihak ketiga meningkat 7,42% menjadi Rp 10,68 triliun dan 12,45 persen menjadi Rp 9,81 triliun.

BPRS Sukowati Sragen merupakan BPR di Boyolali yang beroperasi dengan prinsip syariah. Kegiatan utama BPRS Sukowati Sragen Cabang Boyolali yaitu menghimpun dan menyalurkan dana dari masyarakat, ada berbagai pilihan produk tabungan dan pembiayaan yang bisa dipilih antara lain pembiayaan murabahah, mudharabah, ijarah, multijasa, istishna, salam, dan rahn. BPRS Sukowati Cabang Boyolali berlokasi di Jl. Pandanaran No.231, Kecamatan Boyolali, Kabupaten Boyolali, Jawa Tengah. Pemilihan BPRS tersebut dilakukan secara sengaja dengan pertimbangan bahwa lokasi yang strategis dan berlokasi di area sentra UMKM. Berdasarkan data pada

BPRS Sukowati, BPRS ini juga telah mendapatkan penghargaan dalam acara puncak Top BUMD Award pada tahun 2019 sebagai pemenang penghargaan Top Improvement dan tahun 2020 sebagai pemenang Top BUMD.

Tabel 1. 1

Data Pelaku UMKM di Kabupaten Boyolali

1	Mikro	127.001
2	Kecil	9.361
3	Menengah	50
4	Data Belum Lengkap	5.105

Dari tabel dapat dilihat bahwa jumlah pelaku UMKM di Kabupaten Boyolali berdasarkan data dinas koperasi usaha kecil dan menengah Provinsi Jawa Tengah paling banyak adalah pelaku usaha mikro dan sekitar 5.105 pelaku UMKM belum melengkapi datanya. Berdasarkan data Elektronik Sistem UMKM Dinas Koperasi dan Tenaga Kerja Kabupaten Boyolali, jumlah UMKM yang ada di Kecamatan Boyolali berjumlah 4.618 jenis usaha mulai dari pedagang, konveksi, dan jasa. Dari data tersebut, apabila sebagian besar pelaku UMKM melakukan pembiayaan di BPRS Sukowati Cabang Boyolali maka akan dapat meningkatkan perkembangan BPRS menjadi lebih pesat. Dengan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, peneliti berminat untuk meneliti topik terkait **“Peran Pengetahuan Produk, Promosi, Literasi Keuangan, dan Lokasi terhadap Minat Pelaku UMKM Melakukan Pembiayaan di BPRS Sukowati Sragen Cabang Boyolali”**.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang perlu diteliti berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, yaitu:

- a. Bagaimana pengaruh pengetahuan produk terhadap minat pelaku UMKM melakukan pembiayaan di BPRS Sukowati Cabang Boyolali?
- b. Bagaimana pengaruh promosi terhadap minat pelaku UMKM melakukan pembiayaan di BPRS Sukowati Cabang Boyolali?
- c. Bagaimana pengaruh literasi keuangan terhadap minat pelaku UMKM melakukan pembiayaan di BPRS Sukowati Cabang Boyolali?
- d. Bagaimana pengaruh lokasi bank terhadap minat pelaku UMKM melakukan pembiayaan di BPRS Sukowati Cabang Boyolali?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk menjelaskan pengaruh pengetahuan produk terhadap minat pelaku UMKM melakukan pembiayaan di BPRS Sukowati Cabang Boyolali.
- b. Untuk menjelaskan pengaruh promosi terhadap minat pelaku UMKM melakukan pembiayaan di BPRS Sukowati Cabang Boyolali.
- c. Untuk menjelaskan pengaruh literasi keuangan terhadap minat pelaku UMKM melakukan pembiayaan di BPRS Sukowati Cabang Boyolali.

- d. Untuk menjelaskan pengaruh lokasi bank terhadap minat pelaku UMKM melakukan pembiayaan di BPRS Sukowati Cabang Boyolali.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Secara praktis

Kajian ini diharapkan dapat bermanfaat baik secara teoritis maupun terapan dalam pengembangan khazanah ekonomi, terutama tentang peran pengetahuan produk, promosi, literasi keuangan, dan lokasi pada minat pelaku Usaha Mikro dan UKM melakukan pembiayaan di BPRS.

b. Secara teoritis

1. Bagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

Manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai data pembanding untuk penelitian selanjutnya dengan menambah referensi, serta diharapkan bisa menjadi tolak ukur untuk penelitian selanjutnya.

2. Bagi Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS)

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai latar belakang bagi BPRS Sukowati Sragen untuk mengembangkan cara

pemasaran agar pelaku UMKM lebih tertarik dan mengerti produk-produk yang ditawarkan.

3. Bagi peneliti lanjut

Kajian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat terkait peran pengetahuan produk, promosi, literasi keuangan, dan peran lokasi dalam menarik minat pelaku UMKM untuk pembiayaan. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi terkait peran pengetahuan produk, promosi, literasi keuangan, dan lokasi dalam menarik minat pelaku UMKM untuk melakukan pembiayaan.

D. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini bertujuan agar pemikiran penulis mudah dipahami dan dideskripsikan dari awal hingga akhir, dan sistem penulisan ini terdiri dari lima bab berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab pertama terdapat gambaran umum dan menjelaskan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan kerangka penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab kedua membahas studi teoritis, studi sebelumnya, pengembangan hipotesis, dan konsep pemikiran. Dalam kajian teori menjelaskan bagaimana teori dari variabel-variabel yang digunakan yaitu pengetahuan produk, promosi, literasi keuangan, dan lokasi.

Kemudian pada pengembangan hipotesis menjelaskan tentang jawaban sementara tentang peran pengetahuan produk, promosi, literasi keuangan, dan lokasi terhadap minat pelaku UMKM pada BPRS Sukowati Sragen. Selanjutnya pada kerangka pemikiran bertujuan untuk menjelaskan konsep berfikir pada penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab tiga terdiri dari metode penelitian yang akan digunakan untuk menyelesaikan penelitian mencakup jenis penelitian, sumber dan metode pengumpulan data, sampel dan populasi, definisi operasional variabel, serta metode analisis data. Penelitian ini sifatnya kuantitatif dan pengambilan datanya berasal dari data primer. Selain itu, populasi yang digunakan yaitu pelaku UMKM di Kecamatan Boyolali.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab empat membahas tinjauan umum penelitian dalam bentuk informasi dan dikelola berdasarkan teknik analisis data. Kemudian juga menyajikan hasil analisis data penelitian mengenai peran pengetahuan produk, promosi, literasi keuangan, dan lokasi terhadap minat pelaku UMKM pada pembiayaan di BPRS Sukowati Cabang Boyolali.

BAB V PENUTUP

Bab kelima membahas kesimpulan yaitu menjelaskan secara singkat temuan penelitian serta memberikan saran terhadap penelitian selanjutnya.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Pada penelitian ini mempunyai tujuan agar mengetahui pengaruh pengetahuan produk, promosi, literasi keuangan, serta promosi pada minat pelaku UMKM pada Kecamatan Boyolali melakukan pembiayaan di BPRS Sukowati Cabang Boyolali. Pada hasil penelitian dan juga pembahasan BAB sebelumnya, dapat diambil kesimpulannya sebagai berikut :

1. Berdasarkan analisis parsial (uji t) diketahui bahwa variabel pengetahuan produk memengaruhi pada minat pelaku UMKM Kecamatan Boyolali melakukan pembiayaan pada BPRS Sukowati Cabang Boyolali. Berikut dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} 3,114 > 1,98525$ serta signifikansi 0,002 lebih rendah 0,05. Dengan variabel pengetahuan produk mempunyai nilai *Unstandardized Coefficients* ialah 0,328 maksudnya adalah ketika variabel pengetahuan produk ditingkatkan satu, maka minat pelaku UMKM melakukan pembiayaan akan meningkat sebesar 32,8%.
2. Berdasarkan analisis parsial (uji t) variabel promosi memengaruhi pada minat pelaku UMKM di Kecamatan Boyolali melakukan pembiayaan pada BPRS Sukowati Cabang Boyolali. Berikut dibuktikan nilai $t_{hitung} 2,991 > 1,98525$ dan signifikansi 0,004 < 0,05. Dengan variabel promosi memiliki nilai *Unstandardized Coefficients* ialah 0,267

maksudnya adalah ketika variabel promosi ditingkatkan satu, maka minat pelaku UMKM melakukan pembiayaan akan meningkat sebesar 26,7%.

3. Berdasarkan analisis parsial (uji t) diketahui yaitu variabel literasi keuangan tidak mempunyai pengaruh pada minat pelaku UMKM Kecamatan Boyolali melakukan pembiayaan pada BPRS Sukowati Cabang Boyolali. Berikut buktinya yaitu nilai $t_{hitung} 0,854 < 1,98525$ dan signifikansi $0,395 > 0,05$. Dengan variabel literasi keuangan mempunyai nilai *Unstandardized Coefficients* ialah 0,048 maksudnya adalah ketika variabel literasi keuangan ditingkatkan satu satuan maka minat pelaku UMKM melakukan pembiayaan akan meningkat sebesar 4,8%.
4. Berdasarkan analisis parsial (uji t) diketahui lokasi tidak memengaruhi minat pelaku Usaha Mikro dan UKM di Kecamatan Boyolali dalam pembiayaan pada BPRS Sukowati Cabang Boyolali. Berikut buktinya yaitu nilai $t_{hitung} 1,176 < 1,98525$ dan signifikansi $0,243 > 0,05$. Variabel lokasi memiliki nilai *Unstandardized Coefficients* ialah 0,084 maksudnya adalah ketika variabel lokasi ditingkatkan satu, maka minat pelaku UMKM melakukan pembiayaan akan meningkat sebesar 8,4%.
5. Berdasarkan analisis simultan (uji F) bahwa variabel pengetahuan produk, promosi, literasi keuangan, dan lokasi secara bersama-sama dapat mempengaruhi minat pelaku UMKM di Kecamatan Boyolali melakukan pembiayaan pada BPRS Sukowati Sragen Cabang Boyolali.

Kesimpulan tersebut karena diketahui nilai f hitung sebesar 29,026 memiliki tingkat probabilitas $0,000 < 0,05$.

B. Saran

Saran dari penulis untuk menindaklanjuti hasil penelitian ini yaitu:

1. Bagi BPRS

Hasil kajian ini bisa diketahui yaitu literasi keuangan dan lokasi tidak memengaruhi minat pelaku Usaha Mikro dan UKM melakukan pembiayaan pada BPRS Sukowati. Berdasarkan hal tersebut, untuk meningkatkan literasi keuangan BPRS dapat memberikan informasi kepada pelaku UMKM di Kecamatan Boyolali misalnya melakukan penyuluhan tentang pentingnya mengelola keuangan dengan baik. Selain itu, lokasi BPRS yang berada di antara pertokoan sedikit menyulitkan nasabah untuk mengetahui lokasi BPRS. Sehingga dalam pemasangan papan nama sebaiknya berada di tepi jalan dan tulisan yang besar agar terlihat dengan jelas.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

- a. Melihat terdapat banyak kekurangan pada kajian ini, sehingga sekiranya bisa melakukan penelitian yang lebih mendalam mengenai peran pengetahuan produk, promosi, literasi keuangan, dan lokasi pada minat pelaku UMKM melakukan pembiayaan di BPRS Sukowati Cabang Boyolali. Selain itu, bisa dengan meningkatkan jumlah partisipan agar memperoleh hasil yang lebih maksimal.

- b. Lebih detail dalam pengumpulan data dan memperbanyak responden agar data yang diperoleh lebih tepat serta akurat, karena jumlah pelaku UMKM akan mengalami peningkatan dan dalam pengambilan keputusan pasti berbeda-beda.



DAFTAR PUSTAKA

- Alfianika, N. (2018). *Buku ajar metode penelitian pengajaran bahasa Indonesia*. Deepublish.
- Anang, M. (2018). *Perilaku konsumen (sikap dan pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Andriani, G. F., & Halmawati, H. (2019). Pengaruh Bagi Hasil, Kelompok Acuan, Kepercayaan Dan Budaya Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 1(3), 1322–1336.
- Anshori, M., & Iswati, S. (2009). *Buku ajar metodologi penelitian kuantitatif*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Arifin, A., & Khotimah, H. (2014). *Pengaruh Produk, Pelayanan, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Bank Syariah di Surakarta*.
- Azmi, N., & Riyaldi, M. H. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pengusaha Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Mengajukan Pembiayaan Di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam*, 1(1).
- Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa konsep dasar untuk penulisan skripsi & analisis data dengan SPSS*. Deepublish.
- Fatmah, F., & Virdiany, F. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Promosi Terhadap Preferensi Anggota Dalam Pengajuan Pembiayaan Mudharabah Di Kjkms Bmt-Mmu Cabang Sidogiri Pasuruan. *El-Qist: Journal of Islamic Economics and Business (JIEB)*, 4(1), 735–762.
- Hakim, I. A. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pengusaha Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Mengajukan Pembiayaan di Bank Syariah Kota Malang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9(2).
- Haniah, N. (2014). *Uji normalitas dengan metode liliefors*. Online.
- Herdjiono, I., & Damanik, L. A. (2016). Pengaruh financial attitude, financial knowledge, parental income terhadap financial management behavior. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, 9(3).
- Herleni, S., & Tasman, A. (2019). Pengaruh Financial Knowledge dan Internal Locus Of Control Terhadap Personal Financial Management Behaviour Pelaku Umkm Kota Bukittinggi. *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha*, 1(1), 172–270.
- Herlina, V. (2019). *Panduan praktis mengolah data kuesioner menggunakan*

SPSS. Elex Media Komputindo.

- Indrajaya, R. (2008). *Jangan Takut Mulai Bisnis*. Niaga Swadaya.
- Irvanto, O., & Sujana, S. (2020). Pengaruh Desain Produk, Pengetahuan Produk, Dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Produk Eiger. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(2), 105–126.
- Jalil, A., & Hamzah, S. A. (2020). Pengaruh Bagi Hasil Dan Kebutuhan Modal Terhadap Minat Umkm Mengajukan Pembiayaan Pada Lembaga Keuangan Syariah Di Kota Palu. *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 2(2), 178–198.
- Jaswadi, K. (2018). *Pengaruh keyakinan, promosi dan lokasi terhadap minat masyarakat muslim menabung di BPRS Gala Mitra Abadi Grobogan*. UIN Walisongo.
- Jaya, I. M. L. M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif: Teori, Penerapan, dan Riset Nyata*. Anak Hebat Indonesia.
- Kasmir, S. E. (2018). *Pemasaran Bang*. Prenada Media.
- Khairani, F., & Alfarisi, M. F. (2019). Analisis pengaruh financial attitude, financial knowledge, pendidikan orang tua dan parental income terhadap financial management behavior pada mahasiswa s1 universitas andalas padang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 4(1), 172–183.
- Khan, A. A. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Masyarakat Dalam Pengajuan Kredit Di Bank Jatim Cabang Utama Surabaya. *IDEI: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 1(1), 49–59.
- Khosasi, A. (2018). *Pengaruh literasi keuangan syariah dan pemasaran terhadap pengambilan keputusan nasabah melaukan pembiayaan mikro Di Bank Syariah Bukopin Sidoarjo*. UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Kurniawan, M., & Septiana, E. (2020). Pengaruh Financial Knowledge, Persepsi, Religiusitas Dan Disposable Income Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Pelaku Umkm Di Kecamatanterbanggi Besar Lampung Tengah). *Al-Mashrof: Islamic Banking and Finance*, 1(1), 55–67.
- Kusuma, A. T., & Hidayatulloh, A. (2020). Factors That Encourage Small And Medium Micro Enterprises To Loan In Sharia Banking. *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(02), 206–216.
- Lianto, R., & Megawati Elizabeth, S. (2017). *Analisis Pengaruh Financial Attitude, Financial Knowledge, Income Terhadap Financial Behavior di Kalangan Ibu Rumah Tangga Palembang (Studi Kasus Kecamatan Ilir Timur I)*.
- Limilia, P., & Prihandini, P. (2018). Perbedaan Motif Penggunaan Internet Antar

- Gender Sebagai Bentuk Baru Kesenjangan Digital. *Medium: Jurnal Ilmiah Fakultas Ilmu Komunikasi*, 6(2), 1–14.
- Maimunah, M., Sunarya, L., & Larasati, N. (2012). Media Company Profile Sebagai Sarana Penunjang Informasi dan Promosi. *Creative Communication and Innovative Technology Journal*, 5(3), 281–301.
- Nugroho, E. (2018). *Prinsip-prinsip Menyusun Kuesioner*. Universitas Brawijaya Press.
- Pabbajah, M., Widyanti, R. N., & Widyatmoko, W. F. (2019). The Factors Of Service, Religiosity And Knowledge In The Decision Of Customers To Save Funds In Sharia Banks In Yogyakarta City. *International Journal of Business, Humanities, Education and Social Sciences (IJBHES)*, 1(2), 13–26.
- Panuju, R. (2019). *Komunikasi Pemasaran: Pemasaran sebagai Gejala Komunikasi Komunikasi sebagai Strategi Pemasaran*. Prenada Media.
- Pasaribu, R. F. A., Sianipar, I. L., Siagian, Y. F., & Sartika, V. (2019). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Soyjoy PT. Amerta Indah Otsuka Kota Medan. *Jurnal Manajemen*, 5(1), 45–52.
- Pradesyah, R. (2020). Pengaruh Promosi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Melakukan Transaksi Di Bank Syariah (Studi Kasus Di Desa Rahuning). *AL-Sharf: Jurnal Ekonomi Islam*, 1(2).
- Putra, E. W., Kumadji, S., & Yulianto, E. (2016). Pengaruh Diskon Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Study pada konsumen yang membeli produk diskon di Matahari Department Store Pasar Besar Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 38(2), 184–193.
- Rangkuti, F. (n.d.). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rosidi, A., Prastyo, H., & Zusrony, E. (2021). Peranan perbankan syariah dalam pemberdayaan umkm sebagai upaya peningkatan kualitas hidup masyarakat Kota Salatiga. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 1068–1075.
- Rosyid, M., & Saidiah, H. (2016). Pengetahuan Perbankan Syariah dan Pengaruhnya terhadap Minat Menabung Santri Dan Guru. *Islaminomics: Journal of Islamic Economics, Business and Finance*, 7(2).
- RY, N. N., & Rupilu, W. (2020). *Manajemen UMKM Bagi Wanita*. Pustaka Abadi.
- Saputra, A. (2020). *CAMI: Aplikasi Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Berbasis Web*. Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia.
- Sari, R. C. (2021). *Akuntansi Keperilakuan: Teori dan Implikasi*. Penerbit Andi.

- Sofhian, S., & Hudodo, N. S. (2019). Pengaruh Penerapan Standar Pelayanan Terhadap Minat Pembiayaan Produk BSM Implan di Bank Syariah Mandiri Cabang Gorontalo. *Al-Buhuts*, 15(1), 68–88.
- 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.
- Suharyat, Y. (2009). Hubungan antara sikap, minat dan perilaku manusia. *Jurnal Region*, 1(3), 1–19.
- Surajiyo, S. E., Nasruddin, S. E., & Herman Paleni, S. H. I. (2020). *Penelitian Sumber Daya Manusia, Pengertian, Teori Dan Aplikasi (Menggunakan Ibm Spss 22 For Windows)*. Deepublish.
- Susanti, N., Cania, S., & Rosya, N. (2020). Strategi Peningkatan Kepatuhan Wajib Pajak kendaraan Bermotor di kantor Samsat Painan. *Jurnal Ecogen*, 3(2), 344–353.
- 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.
- Wawan, A., & Dewi, M. (2010). Teori dan pengukuran pengetahuan, sikap dan perilaku manusia. *Yogyakarta: Nuha Medika*, 12.
- Wibisono, D. (2003). *Riset bisnis panduan bagi praktisi & akademisi*. Gramedia Pustaka Utama.
- Widowati, A. S., & Mustikawati, R. R. I. (2018). Pengaruh pengetahuan produk tabungan, reputasi bank, dan persepsi nasabah mengenai suku bunga simpanan terhadap keputusan menabung nasabah. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 7(2), 141–156.
- Yushita, A. N. (2017). Pentingnya literasi keuangan bagi pengelolaan keuangan pribadi. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 6(1), 11–26.