

**PENGARUH PERSEPSI DAN PROMOSI TERHADAP MINAT
MASYARAKAT DESA TAMBANGAN TONGA MENJADI
NASABAH BANK SUMUT SYARIAH**



**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
MANDAILING NATAL
TAHUN 2023**

**PENGARUH PERSEPSI DAN PROMOSI TERHADAP MINAT
MASYARAKAT DESA TAMBANGAN TONGA MENJADI
NASABAH BANK SUMUT SYARIAH**



SKRIPSI

OLEH:

**THOIBAH
NIM: 19150022**

Pembimbing I

Tentoyo Suharto, M.H

NIP:198605122019081001

Pembimbing II

Azizatur Rahmah, M.E

NIP:199106082019032018

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
MANDAILING NATAL**

2023

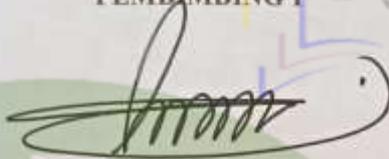
PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing penulis skripsi atas nama saudari Thoibah, NIM: 19150022 dengan judul skripsi "Pengaruh Presepsi dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat Desa Tambangan Tonga Menjadi Nasabah Bank SUMUT Syariah" Memandang bahwa skripsi yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah dan telah disetujui untuk di ajukan sidang munaqasyah.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Panyabungan, 21 Agustus 2023

PEMBIMBING I



Tentivo Suharto, M.H
NIP. 198605122019081001

PEMBIMBING II



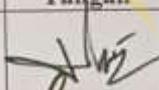
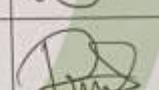
Azizatur Rahmah, M.E
NIP. 199106082019032018

STAIN MADINA

LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Skripsi atas nama Thoibah NIM: 19150022, judul: "Pengaruh Persepsi dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat Desa Tambangan Tonga Menjadi Nasabah Bank Sumut Syariah " telah diuji dalam Ujian Munaqasyah Program Studi Perbankan Syariah STAIN Mandailing Natal yang dilaksanakan tanggal 23 Agustus 2023.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat digunakan seperlunya.

| NO | Nama/NIP Penguji | Jabatan dalam TIM | Tanda Tangan | Tanggal Persetujuan |
|----|---|-------------------|---|---------------------|
| 1 | Arwin, M.A NIP. 198512162019031007 | Penguji I |  | 31/08-2023 |
| 2 | Tentiyo Suharto, M.H NIP. 198605122019081001 | Penguji II |  | 31/08-2023 |
| 3 | Ali Topan, M.E NIP. 198312252019031006 | Penguji III |  | 31/08-2023 |
| 4 | Rukiah, M.Si NIP. 198006222007102004 | Penguji IV |  | 31/08-2023 |

Mandailing Natal, 12 Oktober 2023

Mengetahui,

Ketua STAIN Mandailing Natal


Prof. Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag

NIP. 197203432003121002

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Thoibah

Nim : 19150022

Tempat/Tgl.Lahir : Tambangan Tonga, 09 Juli 1999

Pekerjaan : Mahasiswa

Alamat : Tambangan Tonga, Kec. Tambangan

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul **"Pengaruh Persepsi Dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat Desa Tambangan Tonga Menjadi Nasabah Bank SUMUT Syariah "** adalah benar karya asli saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya.

Apabila terjadi kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sesungguhnya.

Panyabungan, 21 Agustus 2023

Yang membuat pernyataan



Thoibah

Nim. 19150022

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Puji dan syukur kepada Allah SWT berkat rahmat dan karunianya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat dan salam kepada nabi besar Muhammad Saw yang tak lupa kita harapkan syafaatnya diyaumul akhir kelak.

Skripsi ini berjudul **“PENGARUH PERSEPSI DAN PROMOSI TERHADAP MINAT MASYARAKAT DESA TAMBANGAN TONGA MENJADI NASABAH BANK SUMUT SYARIAH”**. Sebagai persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada jurusan Perbankan Syariah di STAIN Mandailing Natal.

Dalam penulisan skripsi ini penulis mengalami banyak sekali hambatan begitu juga dengan rintangan yang disebabkan oleh minimnya ilmu pengetahuan dan juga faktor lainnya. Akan tetapi berkat taufik dan hidayahnya serta bantuan dan dukungan dari berbagai pihak akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan juga meski dalam bentuk yang sangat sederhana sekali. Untuk itu penulis mengucapkan banyak sekali terimakasih kepada:

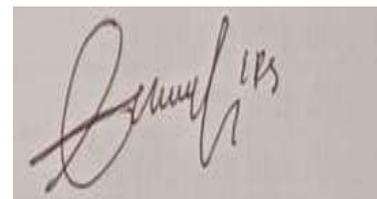
1. Bapak Prof. Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag, selaku Ketua Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal.
2. Bapak Arwin, M.A, Selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal.
3. Ibu Siti Kholijah, M.E, Selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal.
4. Bapak Tentiyo Suharto, M.H, selaku pembimbing I, dan Ibu Azizatur Rahmah, M.E, selaku pembimbing II, yang telah memberi banyak arahan beserta bimbingan dalam penulisan skripsi ini.
5. Bapak Samsul Bahri Nst, selaku kepala Desa Tambangan Tonga, serta seluruh staff yang telah membantu dalam penelitian untuk penyelesaian skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu dosen serta civitas akademik Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal.

7. Rekan-rekan mahasiswa khususnya jurusan Perbankan Syariah yang tidak tertuliskan satu persatu.
8. Teristimewa kepada ayah (alm. Ali Rahmad) dan ibu (Asyiah) dan kedua kakak tercinta (Robiah & almh. Afriani) dan ketiga abang tercinta (Ahmad Suheri, Amirulloh & Ahmad Pausan) yang selalu mendoakan, memberi motivasi serta pengorbanan baik dari segi moril dan materi kepada penulis sehingga penulis sampai dititik ini, dan dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan tugas akhir perkuliahan dan syarat untuk mencapai gelar Sarjana.
9. Terimakasih kepada sahabat saya Sabrina Rahmawati, yang telah kebersamai serta memberikan dukungan dari awal perkuliahan hingga sekarang, tak lupa juga kepada abg seperjuangan saya Amarullah, Wahyudi Riski dan Wahyu Perdana yang banyak sekali membantu dan memberikan motivasi dalam penulisan skripsi ini.
10. Terimakasih kepada semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu-persatu atas dukungan dan arahannya dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan baik dari segi penulisan serta pembahasan didalam skripsi ini, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk meningkatkan dan menyempurnakan penulisan skripsi kedepannya, penulis juga berharap semoga penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

Panyabungan, Oktober 2023

Penulis



THOIBAH

NIM: 19150022

**PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN KEPUTUSAN BERSAMA
MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
REPUBLIK INDONESIA**

Nomor: 158 Tahun 1987

Nomor: 0543b//U/1987

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

| Huruf Arab | Nama | Huruf Latin | Nama |
|------------|------|--------------------|----------------------------|
| أ | Alif | Tidak dilambangkan | Tidak dilambangkan |
| ب | Ba | B | Be |
| ت | Ta | T | Te |
| ث | Ša | š | es (dengan titik di atas) |
| ج | Jim | J | Je |
| ح | Ĥa | ĥ | ha (dengan titik dibawah) |
| خ | Kha | Kh | ka dan ha |
| د | Dal | D | De |
| ذ | Žal | 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 | Šad | š | es (dengan titik dibawah) |
| ض | Đad | đ | de (dengan titik dibawah) |
| ط | Ṭa | ṭ | te (dengan titik dibawah) |
| ظ | Ža | ž | zet (dengan titik dibawah) |
| ع | `ain | ` | koma terbalik (di atas) |
| غ | Gain | G | Ge |
| 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 | Wau | W | We |
| هـ | Ha | H | Ha |
| ء | Hamzah | ‘ | Apostrof |
| ي | Ya | Y | Ye |

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

| Huruf Arab | Nama | Huruf Latin | Nama |
|------------|--------|-------------|------|
| ◻ | Fathah | A | A |
| ◻ | Kasrah | I | I |
| ◻ | Dammah | U | U |

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

| Huruf Arab | Nama | Huruf Latin | Nama |
|------------|---------------|-------------|---------|
| ي... | Fathahdan ya | Ai | a dan u |
| و... | Fathahdan wau | Au | a dan u |

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سئِلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

c. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

| Huruf Arab | Nama | Huruf Latin | Nama |
|------------|-------------------------|-------------|---------------------|
| آ...ى... | Fathah dan alif atau ya | Ā | a dan garis di atas |
| ى... | Kasrah dan ya | Ī | i dan garis di atas |
| و... | Dammah dan wau | Ū | u dan garis di atas |

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

d. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1). Ta' marbutahhidup

Ta' marbutahhidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

2). Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

3). Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnatulmunawwarah
- طَلْحَةُ talhah

e. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- الْبِرُّ al-birr

f. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1). Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “l” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2). Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu

g. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara

hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khuẓu
- سَيِّئٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

h. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā

i. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

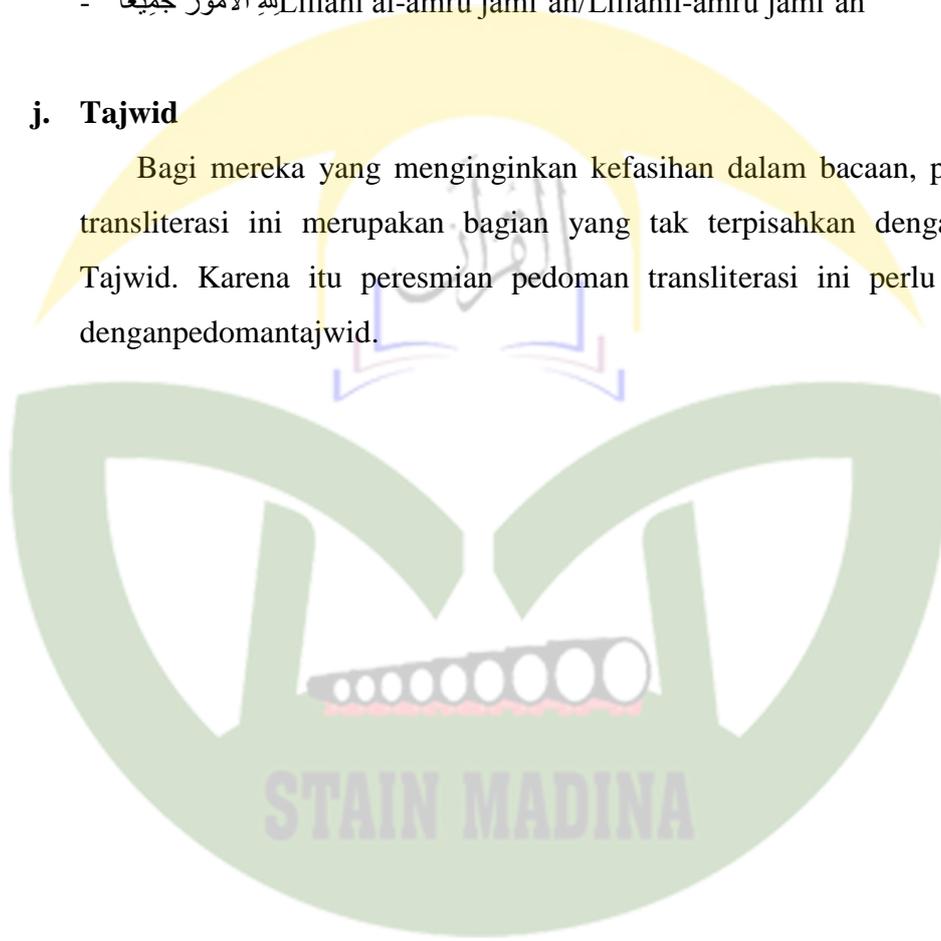
Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- اللهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلّٰهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا Lillāhi al-amru jamā`an/Lillāhil-amru jamā`an

j. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.



DAFTAR ISI

| | |
|---|-----|
| KATA PENGANTAR | i |
| PEDOMAN LITERASI ARAB LATIN KEPUTUSAN BERSAMA MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN REPUBLIK INDONESIA | iii |
| DAFTAR ISI | ix |
| MOTTO | xiv |
| ABSTRAK | xv |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| A. Latar Belakang..... | 1 |
| B. Identifikasi Masalah..... | 5 |
| C. Batasan Masalah | 5 |
| D. Rumusan Masalah..... | 6 |
| E. Tujuan Penelitian | 6 |
| F. Manfaat Penelitian | 6 |
| BAB II KAJIAN TEORI | |
| A. Landasan Teori | 8 |
| 1. Perbankan Syariah | 8 |
| a. Pengertian Perbankan Syariah..... | 8 |
| b. Tujuan Perbankan Syariah | 12 |
| c. Prinsip-Prinsip Perbankan Syariah..... | 12 |
| d. Karakteristik Bank Syariah | 14 |
| e. Produk-Produk Bank Syariah..... | 15 |
| 2. Persepsi | 21 |
| a. Persepsi Terhadap Orang Lain | 22 |
| b. Persepsi Dalam Islam | 24 |
| 3. Promosi. | 27 |
| a. Pengertian Promosi | 27 |
| b. Tujuan Promosi | 29 |
| c. Indikator Promosi..... | 29 |

| | |
|---|----|
| 4. Minat | 31 |
| a. Pengertian Minat..... | 31 |
| b. Karakteristik Minat..... | 32 |
| c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat..... | 33 |
| d. Aspek Minat..... | 34 |
| 5. Masyarakat..... | 35 |
| a. Pengertian Masyarakat..... | 35 |
| b. Fungsi Masyarakat..... | 37 |
| c. Unsur dan Ciri-Ciri Masyarakat..... | 38 |
| B. Penelitian Yang Relevan..... | 39 |
| C. Kerangka Berpikir..... | 42 |
| D. Hipotesis Penelitian..... | 43 |
| BAB III METODE PENELITIAN | |
| A. Jenis Penelitian | 45 |
| B. Waktu dan Tempat Penelitian..... | 45 |
| C. Metode Analisis Data..... | 45 |
| D. Sumber Data | 49 |
| E. Populasi dan Sampel..... | 50 |
| 1. Populasi..... | 50 |
| 2. Sampel..... | 51 |
| F. Operasional Variabel Penelitian..... | 52 |
| G. Defenisi Operasional Variabel | 52 |
| H. Teknik Pengumpulan Data..... | 56 |
| BAB IV PEMBAHASAN | |
| A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian | 58 |
| 1. Sejarah Singkat Desa Tambangan Tonga | 58 |
| 2. Letak Geografis Desa Tambangan Tonga..... | 60 |
| 3. Sejarah Singkat Desa Tambangan Tonga | 60 |
| 4. Letak Geografis Bank SUMUT Capem Syariah Panyabungan | 62 |
| B. Karakteristik Responden | 63 |
| C. Analisis Hasil Penelitian | 68 |

| | |
|---|----|
| 1. Uji Instrumen Penelitian | 68 |
| a. Uji Validasi..... | 68 |
| b. Uji Reliabilitas..... | 69 |
| 2. Uji Asumsi Klasik..... | 70 |
| a. Uji Normalitas..... | 70 |
| b. Uji Heteroskedastisitas..... | 72 |
| c. Uji Multikolinieritas..... | 74 |
| 3. Analisis Regresi Linier Berganda | 75 |
| 4. Uji Hipotesis | 76 |
| a. Koefisiensi Determinasi..... | 76 |
| b. Uji Parsial..... | 77 |
| c. Uji Simultan..... | 78 |
| d. Pembahasan Hasil Penelitian | 79 |

BAB V PENUTUP

| | |
|----------------------------|-----------|
| A. Kesimpulan | 81 |
| B. Saran | 81 |

DAFTAR PUSTAKA

Lampiran

STAIN MADINA

DAFTAR TABEL

| | |
|-------------------|---|
| Tabel 3.1 | Defenisi Operasional Variabel |
| Tabel 4.1 | Responden Berdasarkan Jenis Kelamin |
| Tabel 4.2 | Responden Berdasarkan Usaha |
| Tabel 4.3 | Responden Berdasarkan Profesi |
| Tabel 4.4 | Deskripsi Jawaban Sementara |
| Tabel 4.5 | Hasil uji Validasi |
| Tabel 4.6 | Hasil Uji Reliabilitas |
| Tabel 4.7 | Hasil Uji Normalitas |
| Tabel 4.8 | Uji Gleser |
| Tabel 4.9 | Uji Multikolinieritas |
| Tabel 4.10 | Hasil Regresi Linier Berganda |
| Tabel 4.11 | Hasil Uji Koefisien Determinasi |
| Tabel 4.12 | Hasil Uji t |
| Tabel 4.13 | Hasil Uji f |

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas

Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....



MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang itu melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(Q.S Al- Baqarah:286)

“Selalu ada harga dalam sebuah proses, nikmati saja lelah-lelah itu lebarkan lagi rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadikan dirimu serupa dengan yang kau impikan, mungkin tidak akan selalu berjalan lancar, tapi gelombang-gelombang itu yang nanti bisa kau ceritakan.

(Boy Candra)

“Memulai dengan penuh keyakinan, menjalankan dengan penuh keikhlasan, menyelesaikan dengan penuh kebahagiaan”

“Jangan pergi mengikuti kemana jalan akan berujung, buat jalanmu sendiri dan tinggalkanlah jejak, jangan ubah dirimu hanya agar mereka menyukaimu, hebatkan dirimu agar mau tidak mau mereka harus menerimamu”

(Thoibah)

STAIN MADINA

ABSTRAK

Penelitian oleh Thoibah, NIM: 19150022 dengan judul “Pengaruh Persepsi Dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat Desa Tambangan Tonga Menjadi Nasabah Bank SUMUT Syariah” studi kasus pada PT.Bank SUMUT Capem Syariah Panyabungan.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan sampel 99 orang dengan teknik pengambilan sampel adalah *simple random sampling*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan untuk menguji pengaruh persepsi dan promosi terhadap minat masyarakat desa tambangan tonga menjadi nasabah Bank SUMUT Syariah panyabungan. Penelitian ini dilakukan di Desa Tambangan Tonga. Penelitian ini dilaksanakan dari tanggal 03 juni sampai 03 juli 2023. Penelitian ini menggunakan variabel independen yaitu persepsi dan promosi sedangkan variabel dependennya adalah minat masyarakat.

Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Sampel penelitian ini adalah masyarakat Desa Tambangan Tonga. Sampel dilakukan dengan *simple random sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner langsung ke masyarakat Desa Tambangan Tonga sebanyak 99 responden. Metode statistik dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda, dengan pengujian hipotesis uji statistik uji t (parsial), uji f (simultan), dan uji koefisien determinasi (R^2) dengan bantuan SPSS versi 25.

Hasil penelitian analisis data menggunakan uji t diperoleh hasil variabel persepsi memiliki nilai signifikansi sebesar $0,010 < 0,05$. Jika dilihat dari nilai t hitung koefisien persepsi memiliki $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($1,986 > 1,984$). Variabel promosi memiliki nilai signifikansi sebesar $0,017 < 0,05$. Jika dilihat dari nilai t hitung koefisien promosi memiliki $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($1,999 > 1,984$). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen yaitu persepsi dan promosi berpengaruh positif terhadap minat masyarakat menjadi Nasabah bank SUMUT Syariah Panyabungan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: Persepsi berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat Desa Tambangan Tonga menjadi nasabah Bank SUMUT Capem Syariah Panyabungan, Promosi berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat Desa Tambangan Tonga menjadi nasabah Bank SUMUT Capem Syariah Panyabungan. *Relationship Quality* berpengaruh secara simultan terhadap minat masyarakat. Dan pada table R Square menunjukkan bahwa persepsi dan promosi berpengaruh sebesar 55,7% terhadap Minat Masyarakat. Sedangkan 44,3% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Kata kunci : *persepsi, promosi, minat masyarakat*

ABSTRACT

Research by Thoibah, NIM: 19150022 with the title "The Influence of Perception and Promotion on the Interest of the Tongan Tambangan Village Community to Become Customers of Bank SUMUT Syariah" case study at PT Bank SUMUT Capem Syariah Panyabungan.

This research is quantitative research using multiple linear regression analysis. The data collection technique used a questionnaire with a sample of 99 people with the sampling technique being simple random sampling.

This research aims to find out and to test the influence of perception and promotion on the interest of the people of Mining Tonga village to become customers of Bank SUMUT Syariah Panyabungan. This research was conducted in Tambangan Tonga Village. This research was conducted from 03 June to 03 July 2023. This research used independent variables, namely perception and promotion, while the dependent variable was public interest.

This research method uses quantitative methods. The sample for this research was the people of Tambangan Tonga Village. The sample was carried out using simple random sampling. Data collection was carried out by distributing questionnaires directly to the people of Tambangan Tonga Village, totaling 99 respondents. The statistical method in this research uses multiple linear regression analysis, with hypothesis testing statistical tests t test (partial), f test (simultaneous), and coefficient of determination test (R^2) with the help of SPSS version 25.

The results of research data analysis using the t test showed that the perception variable had a significance value of $0.010 < 0.05$. If we look at the calculated t value, the perception coefficient has t calculated $> t$ table ($1.986 > 1.984$). The promotion variable has a significance value of $0.017 < 0.05$. If we look at the calculated t value, the promotion coefficient has t calculated $> t$ table ($1.999 > 1.984$). So it can be concluded that the independent variables, namely perception and promotion, have a positive effect on people's interest in becoming customers of the North Sumatra Syariah Panyabungan bank.

The results of this research show that: Perception has a significant influence on the interest of the people of Tambangan Tonga Village to become customers of Bank SUMUT Capem Syariah Panyabungan, Promotion has a significant influence on the interest of the Village community Tongan Mining is a customer of Bank SUMUT Capem Syariah Panyabungan. Relationship Quality simultaneously influences people's interest. And the R Square yabel shows that perception and promotion have an effect of 55.7% on public interest. .while 44.3% was influenced by other variables outside this research.

Keywords: *perception, promotion, public interest.*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bank Syariah merupakan bank atau lembaga keuangan yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan dana dalam bentuk pembiayaan berdasarkan prinsip syariah. Bank Syariah memiliki beberapa perbedaan dengan Bank Konvensional. Adanya perbedaan tersebut memberikan persepsi pada masyarakat mengenai Bank Syariah. Timbulnya persepsi tersebut dapat mempengaruhi minat masyarakat untuk menjadi nasabah Bank Syariah (Skripsi Gusvi Amanda Ruslan: 2020).

Adanya masyarakat yang belum menggunakan produk dari bank syariah dikarenakan masih ada masyarakat yang memiliki persepsi yang kurang baik mengenai bank syariah. Selain persepsi yang kurang baik, kurangnya pengetahuan dan pemahaman masyarakat mengenai bank syariah juga menjadi alasan kurangnya minat menabung masyarakat di bank syariah. Masyarakat juga masih banyak yang belum mengetahui bahwa bank syariah tidak hanya diperuntukkan untuk umat muslim saja, tetapi non-muslim juga bisa menggunakan jasa bank syariah (Skripsi Eka Amelia:2021).

Bank Syariah hadir dalam rangka mengatasi kebutuhan masyarakat, khususnya masyarakat muslim. Namun, pada kenyataannya masyarakat mayoritas muslim belum mampu menunjukkan persepsi yang baik terhadap Bank Syariah. Permasalahan yang muncul antara lain adalah rendahnya pengetahuan masyarakat terhadap perbankan syariah terutama yang disebabkan dominasi perbankan konvensional. Maka perlu diadakan sosialisasi dalam rangka peningkatan pemahaman masyarakat terhadap perbankan syariah (Skripsi Dwi Ana Ratna Utami: 2017).

Pengertian Promosi menurut Kotler dan Armstrong dalam Tajudin & Mulazid (2017) "*Promotion means activities that communicate the merits of the product and persuade target costumers to buy it*" artinya promosi

merupakan kegiatan yang mengkomunikasikan manfaat dari sebuah produk dan membujuk target konsumen untuk membeli produk tersebut.

Promosi merupakan komponen yang dipakai untuk memberitahukan dan mempengaruhi pasar bagi produk perusahaan, sehingga pasar dapat mengetahui tentang produk yang diproduksi oleh perusahaan (Al Arif: 2012).

Promosi adalah kegiatan penjualan dan pemasaran dalam rangka menginformasikan dan mendorong permintaan terhadap produk, jasa, dan ide dari perusahaan dengan cara mempengaruhi konsumen agar mau membeli produk dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan (Rangkuti: 2010).

Setelah melihat definisi-definisi tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa promosi merupakan aktivitas pemasaran untuk menginformasikan, mempengaruhi, membujuk dan meningkatkan pasar sasaran dari perusahaan, produk maupun jasanya agar konsumen bersedia menerima dan menggunakan produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

Menurut Baharudin, minat adalah kecenderungan dan keghairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu. Sedangkan menurut (Slameto), minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu diluar diri. Semakin kuat hubungan tersebut, semakin kuat minat. Dari pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa minat merupakan ketertarikan atau keinginan terhadap sesuatu. Seperti halnya minat menabung, Menabung sangat dianjurkan di dalam agama Islam.

Perkembangan perbankan syariah ditandai dengan peningkatan jumlah nasabah. Masyarakat lebih memilih bank syariah karena transaksi yang menggunakan prinsip dan aturan syariah menggunakan Piagam Perbankan Syariah itu sendiri dan diawasi oleh Majelis Ulama Indonesia dan Pemerintah serta OJK (Otoritas Jasa Keuangan). Bank syariah tidak mengenal sistem bunga dalam pelaksanaannya, sebagaimana diatur dalam hukum Islam, keberadaan sistem bunga bank tidak diperbolehkan karena akan digolongkan sebagai riba yang dilarang. Di sisi lain, bank syariah menggunakan sistem bagi hasil yang transparan (Amelta: 2020).

Istilah Bank Islam atau Bank Syariah merupakan fenomena baru dalam dunia ekonomi modern, kemunculannya seiring dengan upaya gencar yang dilakukan oleh para pakar Islam dalam mendukung ekonomi Islam yang diyakini akan mampu mengganti dan memperbaiki sistem ekonomi konvensional yang berbasis pada bunga. Sistem Bank Syariah menerapkan system bebas bunga (*interest free*) dalam operasionalnya, dan karena itu rumusan yang paling lazim untuk mendefinisikan Bank Syariah adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam dengan mengacu kepada Al Qur'an dan Hadist sebagai landasan dasar hukum dan operasional (Karmen P dan M.S Antonio, 1992).

Perkembangan perbankan syariah telah memberi pengaruh luas terhadap upaya perbaikan ekonomi umat dan kesadaran baru untuk mengadopsi dan ekspansi lembaga keuangan Islam. Krisis perbankan yang terjadi sejak tahun 1997 telah membuktikan bahwa bank yang beroperasi dengan prinsip syariah dapat bertahan ditengah gejolak nilai tukar dan tingkat suku bunga yang tinggi. Kesadaran ini didukung oleh karakteristik kegiatan usaha bank syariah yang melarang bunga konvensional, dan pemberlakuan nisbah bagi hasil sebagai pengganti serta melarang transaksi keuangan yang bersifat spekulatif (*al Gharar*) dan tanpa didasarkan pada kegiatan usaha yang riil (Karem, 2003).

Indonesia adalah sebuah negara dengan penduduk Muslim terbesar di dunia. Dari sisi ini patut menjadi potensi asset yang kuat jika dibarengi dengan kualitas sumber daya insani yang memadai. Sayang sekali potensi kependudukan yang begitu besar ternyata tidak secara otomatis memuluskan pelaksanaan sosialisasi perbankan syariah. Mayoritas masyarakat muslim masih buta tentang Bank Syariah termasuk juga para akademisi, professional, dan bahkan ulama (Sholahuddin, 2001).

Begitu juga fenomena – fenomena yang terjadi di Desa Tambangan Tonga, Kecamatan Tambangan Kabupaten Mandailing Natal ini memiliki keterbatasan pemahaman mengenai kegiatan operasional bank syariah sehingga menjadi kendala dalam pengembangan bank syariah di kawasan

tersebut. Masyarakat Desa Tambangan Tonga pada umumnya memiliki pengalaman yang luas dibidang perbankan yang berbasis konvensional dan sedikit atau belum memahami produk, mekanisme, sistem, dan bank syariah.

Masyarakat juga banyak yang masih bertanya – tanya apakah banksyariah dijamin oleh pemerintah atau tidak, karena mereka beranggapan yang namanya bank syariah tidak dijamin oleh pemerintah. Selain itu juga, unit bank syariah masih terlalu sedikit jika dibandingkan dengan bank konvensional sehingga masih banyak masyarakat yang belum begitu mengetahui atau paham mengenai produk, jasa yang ditawarkan, mekanisme, sistem, dan bank syariah.

Berdasarkan respon calon nasabah ataupun nasabah yang ada di masyarakat desa Tambangan Tonga menunjukkan bahwa bank syariah belum melakukan sosialisasi dan promosi secara maksimal kepada masyarakat atau nasabahnya, sehingga masih banyak masyarakat atau nasabah yang belum memahami benar dengan produk, jasa yang ditawarkan, mekanisme, sistem dan bank syariah. Kelemahan – kelemahan ini dapat mempengaruhi masyarakat atau nasabah dalam mengambil keputusan untuk menjadi nasabah di Bank – Bank Syariah khususnya di Desa Tambangan Tonga ini. Berdasarkan fenomena di atas, maka Bank – Bank Syariah khususnya yang berada di kawasan Tambangan Tonga ini dituntut untuk menjalankan peran dan fungsi strategis mensosialisasikan perbankan syariah dan keuangan syariah kepada masyarakat atau nasabah dengan maksimal.

Oleh karena itu, Bank Syariah perlu melakukan promosi kepada masyarakat dengan maksimal agar masyarakat dapat memahami dengan baik produk atau jasa yang ditawarkannya sehingga akhirnya masyarakat tersebut mengambil keputusan untuk menabung di Bank – Bank Syariah.

Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Dalam persaingan yang begitu ketat, perusahaan tidak hanya dapat mengandalkan peningkatan mutu dan pengembangan produk jasa semata, walaupun berkualitas suatu produk, bila konsumen belum pernah

mengetahuinya dan tidak yakin kalau produk itu akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya.

Promosi dapat memberikan peluang yang besar terhadap kepentingan kedua belah pihak yaitu produsen (Bank Syariah) dan konsumen (nasabah). Bank berkepentingan terhadap produk yang ditawarkannya dapat diketahui oleh konsumen melalui promosi yang dilakukannya sedangkan para konsumen atau nasabah dapat mengetahui jenis produk yang sesuai dengan kebutuhannya melalui promosi yang dilakukan bank. Sehingga dapat terlihat jelas pentingnya peranan promosi dalam mempengaruhi keputusan yang akan dibuat oleh para nasabah untuk memilih Bank Syariah.

Berdasarkan latar belakang diatas penulis tertarik untuk mengetahui dan memahami lebih lanjut serta melakukan penelitian terhadap masalah tersebut dengan judul *“Pengaruh persepsi dan promosi terhadap minat masyarakat Desa Tambangan Tonga menjadi nasabah Bank SUMUT Syariah”*.

B. Identifikasi Masalah

1. Kurangnya tingkat persepsi tentang Bank SUMUT Syariah terhadap masyarakat Desa Tambangan Tonga menjadi nasabah Bank SUMUT Syariah.
2. Kurangnya tingkat promosi tentang Bank SUMUT Syariah terhadap masyarakat Desa Tambangan Tonga menjadi nasabah Bank SUMUT Syariah.
3. Kurangnya tingkat persepsi dan promosi terhadap minat masyarakat Desa Tambangan Tonga menjadi nasabah Bank SUMUT Syariah.

C. Batasan Masalah

Karena adanya keterbatasan waktu, dana, tenaga, dan teori-teori maka dalam proposal ini peneliti akan memberikan batasan-batasan. Peneliti memberikan batasan masalah pada peneliti ini sebagai berikut:

1. Ruang lingkup penelitian ini hanya akan membahas mengenai persepsi, promosi terhadap minat masyarakat desa tambangan tonga menjadi nasabah Bank SUMUT Syariah.
2. Sampel pada penelitian ini adalah masyarakat Desa Tambangan Tonga.

D. Rumusan Masalah

- a. Apakah ada pengaruh persepsi terhadap minat masyarakat Desa Tambangan Tonga menjadi nasabah Bank SUMUT Syariah?
- b. Apakah ada pengaruh promosi terhadap minat masyarakat Desa Tambangan Tonga menjadi nasabah Bank SUMUT Syariah?
- c. Adakah pengaruh persepsi dan promosi terhadap minat masyarakat Desa Tambangan Tonga menjadi nasabah Bank SUMUT Syariah?

E. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi terhadap minat masyarakat desa tambangan tonga menjadi nasabah PT. Bank SUMUT Capem Syariah Panyabungan.
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap minat masyarakat desa tambangan tonga menjadi nasabah PT. Bank SUMUT Capem Syariah Panyabungan.
3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi dan promosi terhadap minat masyarakat desa tambangan tonga menjadi nasabah PT. Bank SUMUT Capem Syariah Panyabungan

F. Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian diatas penelitian ini bermanfaat secara teoritis maupun secara praktis.

1. Manfaat Teoritis

Manfaat secara teoritis dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang pengaruh persepsi dan promosi terhadap masyarakat Desa Tambangan Tonga menjadi nasabah Bank Syariah.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Masyarakat

Diharapkan dapat menjadi pengetahuan, khususnya bagi masyarakat Desa Tambangan Tonga dan masyarakat lain di kabupaten Mandailing Natal yang berlatar belakang mampu.

b. Bagi Lembaga

Diharapkan dapat memberikan respon yang positif terhadap pemanfaatan dana bank syariah yang tidak hanya terfokus pada bidang ekonomi namun penting juga pemanfaatannya dalam bidang pendidikan khususnya bagi masyarakat yang berlatar belakang mampu.

