

**PENGARUH PROMOSI, PENGETAHUAN, DAN LOKASI
TERHADAP MINAT UMKM PENGOLAHAN KULIT
MENGUNAKAN PEMBIAYAAN BSI KUR
DI BSI KCP MAGETAN
SKRIPSI**



Oleh :

Widia Indahsari

NIM 402190281

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

2023

**PENGARUH PROMOSI, PENGETAHUAN, DAN LOKASI
TERHADAP MINAT UMKM PENGOLAHAN KULIT
MENGUNAKAN PEMBIAYAAN BSI KUR
DI BSI KCP MAGETAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Program Strata Satu (S-1)



Oleh :

Widia Indahsari

NIM 402190281

Pembimbing:

Maulida Nurhidayati, M.Si

NIP 198910222018012001

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
2023**

ABSTRAK

Indahsari, Widia. Pengaruh Promosi, Pengetahuan, Dan Lokasi Terhadap Minat UMKM Pengolahan Kulit Menggunakan Pembiayaan BSI KUR Di BSI KCP Magetan. *Skripsi*. 2023. Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing: Maulida Nurhidayati, M.Si.

Kata Kunci: Minat, Promosi, Pengetahuan, Lokasi

Bank Syariah Indonesia merupakan salah satu lembaga keuangan syariah yang ada di Indonesia. Salah satu produk pembiayaannya yaitu BSI KUR yang merupakan fasilitas pembiayaan yang diperuntukan bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah untuk memenuhi kebutuhan modal usaha. Pada BSI KCP Magetan UMKM pengolahan kulit merupakan sasaran promosi dari produk pembiayaan BSI KUR. Minat UMKM pengolahan kulit cenderung rendah hal ini dipengaruhi oleh promosi, pengetahuan, dan lokasi. Padahal pihak bank sudah melakukan promosi dengan baik serta UMKM pengolahan kulit memiliki pengetahuan mengenai produk BSI KUR dan kantor bank berada di lokasi yang strategis di pusat kota dengan akses yang mudah.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh promosi, pengetahuan, dan lokasi terhadap minat UMKM pengolahan kulit menggunakan pembiayaan BSI KUR di Bank Syariah Indonesia KCP Magetan. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan populasi UMKM pengolahan kulit sebanyak 49 responden. Sehingga populasi ini sekaligus dijadikan sampel penelitian dengan teknik *sampling total*. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuesioner. Data yang diperoleh kemudian diolah menggunakan *software* SPSS versi 23. Analisis ini meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji linier sederhana, uji t, uji F, dan uji koefisien determinasi (R^2).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat UMKM pengolahan kulit. Pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat UMKM pengolahan kulit. Serta lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat UMKM pengolahan kulit. Hasil uji F variabel promosi, pengetahuan, dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap minat UMKM pengolahan kulit menggunakan pembiayaan BSI KUR di BSI KCP Magetan. Berdasarkan hasil penelitian pihak bank perlu mempertahankan dan meningkatkan kegiatan promosi agar para pelaku UMKM memiliki pengetahuan lebih dalam mengenai pembiayaan BSI KUR sehingga dapat menimbulkan minat menggunakan pembiayaan BSI KUR di BSI KCP Magetan. Lokasi kantor bank berada di tempat yang strategis dan memiliki akses yang mudah sehingga mempermudah dalam pencarian lokasi kantor bank.



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan dibawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama :

NO	NAMA	NIM	JURUSAN	JUDUL
1	Widia Indahsari	402190281	Perbankan Syariah	Pengaruh Promosi, Pengetahuan, Dan Lokasi Terhadap Minat UMKM Pengolahan Kulit Menggunakan Pembiayaan BSI KUR Di BSI KCP Magetan

Telah selesai melaksanakan bimbingan, dan selanjutnya distujui untuk diujikan pada ujian skripsi.

Mengetahui,

Ketua Jurusan Perbankan Syariah


Muhammad Amri, M.S.Ak
NIP 198907102018011001

Ponorogo, 27 Maret 2023

Mengetahui,



Maulida Nurhidayati, M.Si

NIP 198910222018012001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
NASKAH SKRIPSI BERIKUT INI:

Judul : Pengaruh Promosi, Pengetahuan, Dan Lokasi Terhadap Minat
UMKM Pengolahan Kulit Menggunakan Pembiayaan BSI
KUR Di BSI KCP Magetan
Nama : Widia Indahsari
NIM : 402190281
Jurusan : Perbankan Syariah

Telah diujikan dalam sidang *Ujian Skripsi* oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi Syariah.

DEWAN PENGUJI:

Ketua Sidang
Ridho Rokamah, M.Si.
NIP. 197412111999032002

:

()

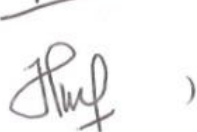
Penguji I
Muhtadin Amri, M.S.AK.
NIP. 198907102018011001

:

()

Penguji II
Maulida Nurhidayati, M.Si
NIP. 198910222018012001

:

()

Ponorogo, 2 Mei 2023

Mengesahkan,
Dekan FEBI IAIN Ponorogo



Dr. H. Enghu Hadi Aminuddin, M. Ag.
NIP. 197207142000031005

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

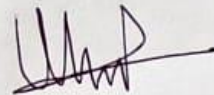
Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Widia Indahsari
NIM : 402190281
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah
Judul Skripsi/Tesis : Pengaruh Promosi, Pengetahuan Dan Lokasi Terhadap Minat UMKM Pengolahan Kulit Menggunakan Pembiayaan BSI KUR Di BSI KCP Magetan

Menyatakan bahwa naskah skripsi telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di etheses.iainponorogo.ac.id. Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 10 Mei 2023
Penulis



Widia Indahsari

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Widia Indahsari

NIM : 402190281

Jurusan : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

“PENGARUH PROMOSI, PENGETAHUAN, DAN LOKASI TERHADAP
MINAT UMKM PENGOLAHAN KULIT MENGGUNAKAN PEMBIAYAAN
BSI KUR DI BSI KCP MAGETAN”

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian
tertentu yang dirujuk sumbernya.

Ponorogo, 27 Maret 2022

Pembuat Pernyataan



Widia Indahsari

NIM 402190281

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI.....	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	iii
MOTTO	Error! Bookmark not defined.
PERSEMBAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	Error! Bookmark not defined.
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	11

E. Sistematika Pembahasan	12
BAB II LANDASAN TEORI	14
A. Deskripsi Teori.....	14
B. Kajian Pustaka.....	26
C. Kerangka Pemikiran.....	35
D. Hipotesis.....	36
BAB III METODE PENELITIAN	42
A. Rencana Penelitian	42
B. Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional	43
C. Lokasi Dan Periode Penelitian	45
D. Populasi Dan Sampel	45
E. Jenis Dan Sumber Data	48
F. Metode Pengumpulan Data	49
G. Instrumen Penelitian.....	49
H. Validitas Dan Reliabilitas Instrumen	51
I. Teknik Pengolahan Dan Analisis Data	52
BAB IV PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA.....	58
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	58
B. Hasil Pengujian Instrumen (Validitas dan Reliabilitas).....	63
C. Hasil Pengujian Deskripsi	66

D. Hasil Pengujian Hipotesis	74
E. Pembahasan.....	88
1. Pengaruh promosi terhadap minat UMKM pengolahan kulit menggunakan pembiayaan BSI KUR di BSI KCP Magetan.....	88
2. Pengaruh pengetahuan terhadap minat UMKM pengolahan kulit menggunakan pembiayaan BSI KUR di BSI KCP Magetan	90
3. Pengaruh lokasi terhadap minat UMKM pengolahan kulit menggunakan pembiayaan BSI KUR di BSI KCP Magetan.....	92
4. Pengaruh promosi, pengetahuan, dan lokasi terhadap minat UMKM pengolahan kulit menggunakan pembiayaan BSI KUR di BSI KCP Magetan	94
BAB V PENUTUP	97
A. Kesimpulan	97
1. Pengaruh promosi terhadap minat UMKM pengolahan kulit menggunakan pembiayaan BSI KUR di BSI KCP Magetan.....	97
2. Pengaruh pengetahuan terhadap minat UMKM pengolahan kulit menggunakan pembiayaan BSI KUR di BSI KCP Magetan	97
3. Pengaruh lokasi terhadap minat UMKM pengolahan kulit menggunakan pembiayaan BSI KUR di BSI KCP Magetan.....	98
4. Pengaruh promosi, pengetahuan, dan lokasi terhadap minat UMKM pengolahan kulit menggunakan pembiayaan BSI KUR di BSI KCP Magetan	98
B. Saran.....	99

DAFTAR PUSTKA..... 100

LAMPIRAN.....Error! Bookmark not defined.

RIWAYAT HIDUP Error! Bookmark not defined.



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Studi Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 3. 1 Definisi Operasional	44
Tabel 3. 2 Data Populasi UMKM Pengolahan Kulit Kecamatan Magetan.....	46
Tabel 3. 3 Pengukuran Skala <i>Likert</i>	50
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi	64
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Variabel Pengetahuan	64
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi.....	65
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Minat	65
Tabel 4. 5 Hasil Uji Reliabilitas.....	66
Tabel 4. 6 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	67
Tabel 4. 7 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	67
Tabel 4. 8 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	68
Tabel 4. 9 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	69
Tabel 4. 10 Klasifikasi Responden Berdasarkan Lama Usaha	69
Tabel 4. 11 Skor Kuesioner Variabel Promosi.....	70
Tabel 4. 12 Skor Kuesioner Variabel Pengetahuan	71
Tabel 4. 13 Skor Kuesioner Variabel Lokasi	72
Tabel 4. 14 Skor Kuesioner Variabel Minat	73
Tabel 4. 15 Hasil Uji Normalitas	74
Tabel 4. 16 Hasil Uji Heteroskedastisitas	75

Tabel 4. 17 Hasil Uji Multikolinieritas	75
Tabel 4. 18 Hasil Uji Autokorelasi	76
Tabel 4. 19 Hasil Uji Pengaruh Promosi Terhadap Minat	76
Tabel 4. 20 <i>Model Summary</i> X_1 Terhadap Y	78
Tabel 4. 21 Hasil Uji Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat	79
Tabel 4. 22 <i>Model Summary</i> X_2 Terhadap Y	81
Tabel 4. 23 Hasil Uji Pengaruh Lokasi Terhadap Minat	81
Tabel 4. 24 <i>Model Summary</i> X_3 Terhadap Y	83
Tabel 4. 25 Hasil Regresi Linier Sederhana X_1 , X_2 , dan X_3 Terhadap Y	84
Tabel 4. 26 Hasil Uji F	86
Tabel 4. 27 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	86
Tabel 4. 28 Variabel Paling Dominan.....	87



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	36
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi BSI KCP Magetan 1.....	60
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi BSI KCP Magetan 2.....	61



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank Syariah merupakan bank yang melakukan kegiatan operasional jasa berdasarkan syariah maupun hukum islam sesuai peraturan dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia misalnya keadilan serta keseimbangan (*'adl wa tawazun*), kemaslahatan (*maslahah*), *universalisme* (alamiyah), tidak adanya unsur *gharar*, *maysir*, *riba*, zalim dan serta lainnya yang haram.¹ Lembaga keuangan syariah yang hadir di Indonesia adalah Bank Syariah Indonesia yang bergerak di bidang perbankan syariah. Bank Syariah Indonesia ditetapkan tanggal 1 Februari 2021. Adanya penggabungan ini diharapkan dapat menyatukan keunggulan dari ketiga bank syariah (Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah) sehingga dapat menghadirkan layanan lebih lengkap, jangkauan lebih luas, dan mempunyai kapasitas permodalan yang lebih baik. Dalam proses operasionalnya Bank Syariah Indonesia membidik semua segmen masyarakat Indonesia dimana penduduknya mayoritas muslim dan akan menjadi peluang tersendiri bagi pihak bank.²

Bank Syariah Indonesia KCP Magetan merupakan kantor BSI yang terletak di Kota Magetan. Dalam operasionalnya kantor BSI KCP Magetan

¹ Anandrianto dan M. Anang Firmansyah, *Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori Dan Praktek)* (CV. Penerbit Qiara Media, 2019), 78.

² Bank Syariah Indonesia, dalam <https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami>, (diakses pada tanggal 28 September 2022, jam 22.15).

menawarkan produk yang bervariasi dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat Indonesia. Produk yang ditawarkan berupa tabungan, giro, deposito, emas, haji, KPR, pembiayaan dan masih banyak lagi. Target marketing atau sasaran pihak bank terdiri dari semua kalangan masyarakat dari anak-anak hingga orang tua, dari pengusaha besar hingga UMKM. BSI KUR menjadi salah satu produk pembiayaan yang ditawarkan oleh pihak bank. Pembiayaan KUR BSI merupakan inisiatif pemerintah untuk mendukung Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia dengan plafond s.d Rp. 500 Juta.³

Dengan adanya produk pembiayaan ini bisa mendapat tambahan modal dengan mengajukan pinjaman untuk mengembangkan usaha. Pembiayaan KUR Mikro ini merupakan salah satu pembiayaan yang ditujukan untuk meningkatkan pendapatan pelaku UMKM dan mengatasi masalah permodalan karena modal merupakan pokok permasalahan dalam suatu usaha. Modal tersebut bisa digunakan untuk mengembangkan usaha dan dengan berkembangnya usaha bisa meningkatkan pendapatan yang diperoleh. Pinjaman KUR ditawarkan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi nasional, meningkatkan dan memperluas akses kewirausahaan terhadap pembiayaan perbankan di sektor usaha produktif, serta meningkatkan daya saing UMKM.⁴

³ Bank Syariah Indonesia, dalam <https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/produk/bsi-kur>, (diakses pada tanggal 28 September 2022, jam 23.50).

⁴ Feby Evelyn, "Analisis Pengaruh Promosi, Lokasi, Pelayanan Dan Suku Bunga Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Pada Bank BRI Cabang Kebumen," *Jurnal Inovasi Penelitian*, Volume 3, Nomor 3, (2022): 5684.

Upayah yang dilakukan pihak BSI KCP Magetan guna mendukung pertumbuhan ekonomi serta daya saing UMKM yaitu dengan pemberian pinjaman KUR kepada UMKM. Salah satu UMKM yang menjadi tujuan program BSI KUR adalah UMKM pengolahan kulit karena termasuk produk unggulan Magetan.⁵ Sektor UMKM pengolahan kulit di Kecamatan Magetan dibagi menjadi dua yaitu penyamakan kulit dan pengrajin kulit. Penyamakan kulit menggunakan bahan baku kulit mentah (kulit sapi, domba, dan kambing) hasil dari proses penyamaan seperti kulit box, kulit jok, kulit bax domba dan lain-lain. Pengrajin kulit yang menghasilkan produk seperti tas, sepatu, sandal, ikat pinggang, jaket, dan topi.⁶ Pada penelitian ini peneliti mengambil objek penelitian UMKM pengolahan kulit di Kecamatan Magetan. Dikarenakan kulit merupakan produk unggulan yang ada di Magetan dan menjadi tujuan dari program pemberian pinjaman BSI KUR yang dilakukan pihak Bank Syariah Indonesia KCP Magetan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Ernawati selaku staf *marketing* di BSI KCP Magetan MT Haryono 2 diketahui bahwa promosi yang dilakukan pihak bank sudah sesuai dengan SOP perusahaan dan dilakukan secara terus-menerus kepada UMKM yang ada di Magetan khususnya di sektor usaha kulit. Karena sektor usaha kulit merupakan salah satu tujuan dari program pemberian pinjaman BSI KUR yang dilakukan oleh BSI Magetan. Seluruh usaha yang dilakukan pihak bank untuk

⁵ Ernawati, *Wawancara*, 2 Desember 2022.

⁶ Potensi Unggulan Kabupaten Magetan, dalam <https://kpdkaltim.wordpress.com/2015/01/24/potensi-unggulan-kabupaten-magetan/>, (diakses pada tanggal 12 Februari 2023, jam 10.12).

mempromosikan produk pembiayaan BSI KUR pada UMKM pengolahan kulit ini belum sepenuhnya memberikan hasil yang memuaskan. Karena jika dilihat dari jumlah nasabah yang berminat pada pembiayaan KUR Mikro masih terbilang cukup rendah. Perkembangan pembiayaan BSI KUR ini setiap tahunnya mengalami peningkatan. Namun peningkatan yang terjadi tidak terlampau jauh dari target perusahaan setiap tahunnya.⁷

Minat adalah kecenderungan untuk memperhatikan dan bertindak terhadap hal, orang, atau peristiwa yang menarik bagi seseorang, sering disertai dengan sensasi yang menyenangkan.⁸ Definisi minat ialah hubungan yang ada pada diri sendiri dengan sesuatu baik yang ada diluar diri maupun di lingkungan. Semakin kuat atau dekat hubungannya maka semakin besar pula minat yang dimiliki.⁹ Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller minat dipengaruhi oleh pengetahuan, promosi, persepsi, gaya hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi serta konsep diri.¹⁰ Serta menurut Muhammad faktor yang mempengaruhi minat yaitu pelayanan, bagi hasil, keyakinan ataupun religiusitas serta lokasi.¹¹

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller faktor yang mempengaruhi minat ialah promosi.¹² Promosi merupakan proses sosial

⁷ Ernawati, Wawancara 2 Desember 2022.

⁸ Abdul Rahman Shaleh dan Muhibb Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam* (Jakarta: Prenada Media, 2004), 263.

⁹ Asnawati Matondang, "Pengaruh Antara Minat dan Motivasi Dengan Prestasi Belajar," *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, Volume 2, Nomor 2 (2018): 25.

¹⁰ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management* (Jakarta: Erlangga, 2014), 265.

¹¹ Muhammad, *Manajemen Bank Syariah* (Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, 2011), 173.

¹² Kotler dan Lane Keller, *Marketing Management*, 265.

yang menciptakan dan menyediakan apa yang dibutuhkan dan diinginkan pelanggan untuk memaksimalkan kepuasan.¹³ Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Rendi Agung diketahui bahwa beliau pernah menerima promosi berupa pemberian brosur dan kunjungan ke tempat usahanya oleh pegawai bank BSI Magetan serta penjelasan mengenai produk pembiayaan BSI KUR. Namun kegiatan tersebut tidak mengakibatkan Bapak Rendi Agung menjadi berminat terhadap produk pembiayaan BSI KUR.¹⁴ Hasil wawancara lainnya dengan Bapak Supar diketahui bahwa beliau pernah menerima promosi dari staff BSI Magetan mengenai pembiayaan BSI KUR di tempat usahanya. Namun kegiatan tersebut tidak mengakibatkan Bapak Supar menjadi berminat terhadap produk pembiayaan BSI KUR.¹⁵ Hal ini menunjukkan adanya perbedaan antara teori dan fakta di lapangan sehingga variabel promosi dipilih untuk diteliti.

Penelitian sebelumnya mengungkapkan variasi hasil pada variabel promosi. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Andy Prasetya Budy Nugroho yang berjudul *Pengaruh Promosi, Pelayanan Dan Trust Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Super Mikro PT BRI Unit Polehan (Studi Kasus Pada UMKM Wilayah Polehan)*, menunjukkan bahwa variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap

¹³ M Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2012), 6.

¹⁴ Rendi Agung, *Wawancara*, 11 Februari 2023.

¹⁵ Supar, *Wawancara*, 13 Februari 2023.

keputusan nasabah mengambil produk KUR.¹⁶ Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sitti Aisyah dan Yohansyah Adiputra Riyadi yang berjudul Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kelurahan Siranindi Di Bank Muamalat Indonesia Palu Sulawesi Tengah, menunjukkan bahwa variabel promosi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat menabung masyarakat.¹⁷

Faktor yang mempengaruhi minat selain promosi adalah pengetahuan.¹⁸ Pengetahuan adalah apa saja yang manusia ketahui mengenai suatu objek tertentu.¹⁹ Berdasarkan hasil wawancara dengan Mas Pringga diketahui bahwa beliau memiliki pengetahuan mengenai Bank Syariah Indonesia yang ada di Kota Magetan berlokasi di jalan MT Haryono dan mengetahui produk dari BSI seperti tabungan, KPR, dan pembiayaan BSI KUR. Namun hal tersebut tidak mengakibatkan Mas Pringga menjadi berminat terhadap produk pembiayaan BSI KUR.²⁰ Hasil wawancara lainnya dengan Bapak Totok diketahui bahwa beliau memiliki pengetahuan tentang Bank Syariah Indonesia khususnya yang ada di Kota Magetan dan mengetahui produk-produk dari BSI seperti tabungan, haji, dan pembiayaan. Namun hal tersebut tidak mengakibatkan Bapak Totok

¹⁶ Andy Prasetya Budy Nugroho, "Pengaruh Promosi, Pelayanan Dan Trust Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Super Mikro PT BRI Unit Polehan (Studi Kasus Pada UMKM Wilayah Polehan)" *Skripsi*, (Universitas Islam Malang, 2022).

¹⁷ Sitti Aisyah dan Yohansyah Adiputra Riyadi, "Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kelurahan Siranindi Di Bank Muamalat Indonesia Palu Sulawesi Tengah," *Jurnal Of Islamic Economic and Business*, Volume 02, Nomor 01, (2020).

¹⁸ Kotler dan Lane Keller, *Marketing Management*, 265.

¹⁹ Fredekirus, *Pengantar Filsafat Ilmu dan Logika* (Jakarta: Selemba Humanika, 2013), 31.

²⁰ Pringga Adam, *Wawancara*, 11 Februari 2023.

menjadi berminat terhadap produk pembiayaan KUR Mikro BSI.²¹ Hal ini menunjukkan adanya perbedaan antara teori dan fakta di lapangan sehingga variabel pengetahuan dipilih untuk diteliti.

Penelitian sebelumnya mengungkapkan variasi hasil pada variabel variabel pengetahuan. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Khalisa Azmi yang berjudul Pengaruh Presepsi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menggunakan Produk Pembiayaan KUR Mikro Di Bank Syariah Indonesia Pada UMKM Kota Barabai, menunjukkan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk pembiayaan KUR.²² Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Abdul Malik, Ahmad Syahrizal, dan Anisah yang berjudul Pengaruh Promosi, Pengetahuan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia KCP Singkut Pasa Masyarakat Desa Palewan Jaya, menunjukkan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat menabung.²³

Selain promosi dan pengetahuan faktor lainya yang dapat mempengaruhi minat adalah lokasi.²⁴ Lokasi bank adalah tempat dimana diperjual belikannya produk cabang bank dan pusat pengendalian

²¹ Totok, *Wawancara*, 13 Februari 2023.

²² Khalisa Azmi, "Pengaruh Persepsi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menggunakan Produk Pembiayaan KUR Mikro Di Bank Syariah Indonesia Pada UMKM Kota Barabai" (Skripsi, Universitas Islam Negeri Antasari, 2022).

²³ Abdul Malik, Ahmad Syahrizal, dan Anisah, "Pengaruh Promosi, Pengetahuan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia Kcp Singkut Pada Masyarakat Desa Pelawan Jaya," *Jurnal Margin*, Volume 1, Nomor 1, (2021).

²⁴ Muhammad, *Manajemen Bank Syariah* (Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, 2011), 173.

perbankan.²⁵ Salah satu kebijakan yang paling krusial adalah memilih tempat untuk mencari cabang bank. Nasabah akan merasa mudah ketika bank berada di lokasi yang strategis.²⁶ Jika kantor bank tidak strategis, maka masyarakat akan memikirkan lagi dalam memutuskan pilihan bank. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Winarti diketahui bahwa beliau tau dimana lokasi kantor BSI Magetan tepatnya di jalan MT Haryono di tengah perkotaan dan mudah ditemukan. Namun hal tersebut tidak mengakibatkan Ibu Winarti menjadi berminat terhadap produk pembiayaan BSI KUR.²⁷ Wawancara lainya dilakukan dengan Bapak Puryadi diketahui bahwa beliau tau dimana lokasi kantor BSI Magetan yang berada di jalan MT Haryono Kota Magetan memiliki 2 kantor cabang. Untuk cabang 1 tempatnya lumayan besar dan cabang 2 sedikit lebih kecil serta tempat parkirnya cukup luas.²⁸ Namun hal tersebut tidak mengakibatkan Bapak Puryadi menjadi berminat terhadap produk pembiayaan BSI KUR. Terdapat perbedaan antara teori dan fakta di lapangan sehingga variabel lokasi dipilih untuk diteliti.

Penelitian sebelumnya mengungkapkan variasi hasil pada variabel variabel lokasi. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Feby Evelyn yang berjudul Analisis Pengaruh Promosi, Lokasi, Pelayanan Dan Suku Bunga Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Pada Bank BRI Cabang Kebumen, menunjukan bahwa variabel

²⁵ Kasmir, *Pemasaran Bank Edisi Revisi* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2004), 145.

²⁶ Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaan Bank* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), 126.

²⁷ Winarti, Wawancara, 13 Februari 2023.

²⁸ Puryadi, Wawancara, 13 Februari 2023.

lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan KUR.²⁹ Penelitian lain yang dilakukan oleh Roos Nana Sucihati, Suprianto, dan Dedi Mustiadi dengan judul Analisis Pengaruh Promosi, Lokasi, Pelayanan Dan Suku Bunga Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) (Studi Pada Nasabah BRI Desa Jaya Makmur Kecamatan Langbaka), menunjukan bahwa variabel lokasi berpengaruh negatif terhadap keputusan pengambilan pembiayaan KUR.³⁰

Dari hasil pemaparan mengenai teori, wawancara, dan penelitian terdahulu tentang pengaruh variabel promosi, pengetahuan, dan lokasi terhadap minat UMKM pengolahan kulit dapat diketahui bahwa tingkat promosi yang tinggi, pengetahuan yang tinggi dan lokasi kantor bank yang strategis tidak mengakibatkan UMKM pengolahan kulit Kecamatan Magetan memiliki minat untuk menggunakan pembiayaan BSI KUR Bank Syariah Indonesia KCP Magetan. Hal ini tidak sesuai dengan teori milik Philip Kotler dan Kevin Lane Keller bahwa faktor yang mempengaruhi minat adalah promosi dan pengetahuan. Dan teori milik Muhammad bahwa faktor yang mempengaruhi minat adalah lokasi. Pemilihan ketiga variabel tersebut dikarenakan menurut hasil riset dan wawancara diketahui bahwa

²⁹ Feby Evelyn, "Analisis Pengaruh Promosi, Lokasi, Pelayanan Dan Suku Bunga Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Pada Bank BRI Cabang Kebumen", *Jurnal Inovasi Penelitian*, Volume 3 Nomor 3, 2022.

³⁰ Roos Nana Sucihati dan Ddk, "Analisis Pengaruh Promosi, Lokasi, Pelayanan Dan Suku Bunga Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) (Studi Pada Nasabah Bank BRI Desa Jaya Makmur Kecamatan Labangka)," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Volume 8, Nomor 3, (2020).

promosi, pengetahuan, dan lokasi bermasalah dilapangan, karena kegiatan promosi sudah dilakukan dengan baik, pelaku UMKM memiliki pengetahuan mengenai produk BSI KUR, dan lokasi kantor bank yang strategis. Namun hal tersebut tidak mengakibatkan munculnya minat UMKM pengolahan kulit dalam menggunakan produk pembiayaan BSI KUR di BSI KCP Magetan.

Berdasarkan hasil uraian latar belakang dan perbedaan hasil penelitian terdahulu maka penulis tertarik untuk meneliti lebih dalam mengenai **“Pengaruh Promosi, Pengetahuan Dan Lokasi Terhadap Minat UMKM Pengolahan Kulit Menggunakan Pembiayaan BSI KUR di BSI KCP Magetan”** dengan tujuan agar hasil penelitian dapat menjadi bahan evaluasi bagi pihak yang membutuhkan dan khususnya Bank Syariah Indonesia.

B. Rumusan Masalah

Perumusan masalah penelitian yang didasarkan pada latar belakang sebelumnya adalah:

1. Apakah promosi berpengaruh terhadap minat UMKM pengolahan kulit menggunakan pembiayaan BSI KUR di BSI KCP Magetan?
2. Apakah pengetahuan berpengaruh terhadap minat UMKM pengolahan kulit menggunakan pembiayaan BSI KUR di BSI KCP Magetan?
3. Apakah lokasi berpengaruh terhadap minat UMKM pengolahan kulit menggunakan pembiayaan BSI KUR di BSI KCP Magetan?

4. Apakah promosi, pengetahuan, dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap minat UMKM pengolahan kulit menggunakan pembiayaan BSI KUR di BSI KCP Magetan?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang didasarkan pada rumusan masalah sebelumnya adalah:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh promosi terhadap minat UMKM pengolahan kulit menggunakan pembiayaan BSI KUR di BSI KCP Magetan.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh pengetahuan terhadap minat UMKM pengolahan kulit menggunakan pembiayaan BSI KUR di BSI KCP Magetan.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh lokasi terhadap minat UMKM pengolahan kulit menggunakan pembiayaan BSI KUR di BSI KCP Magetan.
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh promosi, pengetahuan, dan lokasi secara simultan terhadap minat UMKM pengolahan kulit menggunakan pembiayaan BSI KUR di BSI KCP Magetan.

D. Manfaat Penelitian

Dari penulisan penelitian diharapkan bisa bermanfaat bagi berbagai pihak yang terkait diantaranya yaitu :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian diharapkan berguna untuk dijadikan referensi tambahan bagi peneliti selanjutnya dan dapat menambah literatur kepustakaan di bidang penelitian kuantitatif.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan penelitian ini akan menjadi sumber perbandingan bagi peneliti lainya. Dan memberikan informasi bagi pihak yang berkepentingan tentang isu-isu yang dibahas dalam penelitian ini.

b. Bagi Bank Syariah

Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi Bank Syariah Indonesia Magetan dalam hal mempromosikan produk agar dapat meningkatkan minat masyarakat.

E. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah pemahaman mengenai penulisan penelitian ini maka penulis menyusun sistematika penelitian yang berisi informasi tentang materi yang dibahas di setiap babnya, yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menyajikan tentang gambaran awal mengenai penelitian, yang menjadi pendorong kenapa penelitian ini dilakukan. Pada bab ini dijelaskan tentang judul, latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menyajikan tentang landasan teori variabel minat, promosi, pengetahuan dan lokasi, studi penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian, kerangka berpikir, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menyajikan analisis data yang digunakan pada penelitian diantaranya rancangan penelitian, variabel penelitian dan definisi operasional, lokasi penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, instrumen penelitian, validitas dan reliabilitas instrumen, dan teknik pengelolaan dan analisis data.

BAB IV PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA

Bab ini menyajikan uraian data yang diperoleh di lapangan, diantaranya gambaran umum objek penelitian, hasil pengujian instrument, hasil pengujian deskriptif, hasil uji hipotesis, dan pembahasan rumusan masalah.

BAB V PENUTUP

Bab ini menyajikan tentang kesimpulan dari pembahasan masalah penelitian yang telah diuraikan sebelumnya dan berisi saran yang penulis ungkapkan sebagai tindak lanjut adanya penelitian ini.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. Minat

a. Pengertian Minat

Minat merupakan suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktifitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang.¹ Minat pada dasarnya yaitu suatu hubungan yang ada pada diri sendiri dengan sesuatu yang ada di luar diri atau di lingkungan. Semakin kuat atau dekat hubungannya maka semakin besar pula minat yang dimiliki.² Minat seseorang akan muncul apabila kita memiliki sebuah pilihan atau sebuah pandangan terhadap suatu hal yang dapat dilihat oleh panca indera maupun muncul pada pikiran setiap manusia.³ Dari pengertian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa minat merupakan kecenderungan seseorang dengan rasa senang atau tertarik pada suatu objek tertentu disertai dengan pemusatan perhatian kepada objek tersebut sehingga mengakibatkan seseorang memiliki pandangan pada hal tersebut secara kuat dan ingin terlibat secara langsung pada objek tersebut.

¹ Rahman Shaleh dan Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*, 263.

² Matondang, "Pengaruh Antara Minat dan Motivasi Dengan Prestasi Belajar," 25.

³ Mislah Hayati Nasution dan Sutisna, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Internet Banking," *Jurnal Perbankan Syariah*, Volume 1, Nomor 1, (2015): 64.

b. Fungsi Minat

Fungsi minat dibagi menjadi tiga penjelasan, diantaranya yaitu:⁴

- 1) Mendorong manusia untuk berbuat atau sebagai penggerak.
- 2) Menentukan arah perbuatan.
- 3) Menyeleksi perbuatan dengan menentukan perbuatan apa yang serasi guna mencapai tujuan.

c. Indikator Minat

Minat dapat didefinisikan melalui indikator-indikator dibawah ini :⁵

- 1) Minat transaksional merupakan kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
- 2) Minat referensial merupakan kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.
- 3) Minat preferensial yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki pilihan utama pada produk tersebut.
- 4) Minat eksploratif merupakan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminati untuk mendukung sifat positif produk tersebut.

d. Faktor Yang Mempengaruhi Minat

⁴ Sadirman, *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar* (Jakarta: Rajawali Press, 2001), 84.

⁵ Agusty Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006), 129.

Minat dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya yaitu:⁶

1) Pengetahuan

Pengetahuan adalah suatu perubahan dalam perilaku individu yang berasal dari pengalaman.

2) Promosi

Promosi adalah aktivitas mengkonsumsi keunggulan produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membelinya.

3) Persepsi

Persepsi adalah suatu proses menafsirkan stimulus-stimulus yang diperoleh indera manusia.

4) Gaya hidup

Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang terungkap pada aktivitas minat dan opininya.

5) Pekerjaan

Pekerjaan adalah suatu rangkaian aktivitas, waktu, dan tenaga yang dihabiskan, serta imbalan yang diperoleh.

6) Keadaan ekonomi

Keadaan ekonomi adalah kedudukan yang rasional dan menetapkan seseorang pada posisi tertentu dalam masyarakat.

7) Konsep diri

⁶ Kotler dan Lane Keller, *Marketing Management*, 265.

Konsep diri adalah keyakinan, pandangan atau penilaian seseorang, perasaan, dan pemikiran individu terhadap dirinya yang meliputi kemampuan, karakter, maupun sikap yang dimiliki individu.

Sedangkan menurut Muhammad faktor yang dapat mempengaruhi minat yaitu:⁷

1) Pelayanan

Pelayanan adalah kegiatan yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain yang pada dasarnya tidak terwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

2) Bagi hasil

Bagi hasil adalah menetapkan imbalan yang akan diberikan masyarakat sehubungan dengan pemanfaatan dana masyarakat yang dipercayakan.

3) Keyakinan atau religiusitas

Keyakinan adalah penilaian seseorang dengan orang lain yang akan melakukan transaksi tertentu sesuai dengan harapan dalam sebuah lingkungan yang penuh dengan ketidakpastian.

4) Lokasi

⁷ Muhammad, *Manajemen Bank Syariah* (Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, 2011), 173.

Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya.

2. Promosi

a. Pengertian Promosi

Promosi adalah suatu kegiatan *marketing mix* setelah produk, harga dan juga tempat dan ini yang biasanya sering diidentikkan sebagai aktivitas pemasaran dalam arti sempit. Kegiatan promosi ini merupakan kegiatan yang penting. Untuk kegiatan promosi ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan produk dan juga jasa yang dimilikinya baik dengan cara langsung maupun secara tidak langsung. Manfaat dilakukannya promosi dapat meningkatkan citra bank di mata para nasabah dan membuat nasabah mengingat akan suatu produk bank sehingga ikut mempengaruhi minat nasabah.⁸

Tujuan dari promosi yang dilakukan oleh pihak perusahaan diantaranya yaitu:⁹

- 1) Memperkenalkan dan menjual jasa-jasa dan produk yang dihasilkan.
- 2) Agar bank dapat menghadapi persaingan dalam pasar yang semakin kompetitif dan kompleks.

⁸ Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, 169.

⁹ Ibid., 171.

- 3) Menjual *goodwill* *image* dan ide yang baik tentang perusahaan.

b. Indikator Promosi

Indikator promosi dibagi menjadi empat diantaranya adalah sebagai berikut :¹⁰

- 1) Periklanan

Periklanan merupakan bentuk promosi yang digunakan mencakup media massa, broadcast, internet, televisi, dan bentuk lainnya.

- 2) Promosi penjualan

Promosi penjualan merupakan bentuk promosi yang digunakan mencakup diskon, kupon, pajangan, demonstrasi, kontes dan undian.

- 3) Penjualan pribadi

Penjualan pribadi merupakan bentuk promosi yang digunakan mencakup presentasi, pameran dagang dan program insentif.

- 4) Hubungan masyarakat dan publisitas

Hubungan masyarakat dan publisitas merupakan bentuk promosi yang digunakan mencakup siaran pers, sponsor, acara khusus dan *web*.

c. Hubungan Promosi Dengan Minat

¹⁰ I Nyoman Wara Wangsa dan Ddk, *Promosi Penjualan Untuk Membangun Electronic Word Of Mouth Dan Mendorong Pengambilan Keputusan Pembelian* (Penerbit Lakeisha, 2022), 15.

Promosi adalah suatu tindakan untuk menginformasikan atau mengingatkan pelanggan mengenai suatu produk atau merek tertentu.¹¹ Faktor yang mampu mempengaruhi minat adalah pengetahuan, promosi, persepsi, gaya hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, dan konsep diri.¹² Promosi merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi adanya minat. Sehingga semakin tinggi promosi yang dilakukan oleh pihak bank, maka akan meningkatkan minat dan akhirnya akan meningkatkan jumlah nasabah di bank.

3. Pengetahuan

a. Pengertian Pengetahuan

Pengetahuan adalah segala sesuatu yang manusia tahu atau ketahui tentang suatu objek tertentu. Objek pengetahuan itu tentu sangat luas sesuai dengan daya tangkap indra manusia.¹³ Pengetahuan selalu terdiri dari unsur yang mengetahui dan diketahui serta kesadaran mengenai hal yang diinginkan. Oleh karena itu pengetahuan selalu menuntut adanya subjek yang mempunyai kesadaran untuk mengetahui sesuatu objek yang merupakan sesuatu yang dihadapinya sebagai hal yang ingin diketahui. Sehingga pengetahuan dapat dikatakan sebagai hasil tahu manusia terhadap sesuatu atas segala perbuatan manusia untuk memahami suatu objek yang dihadapi atau hasil usaha untuk memahami suatu objek

¹¹ Madura, *Pengantar Bisnis* (Jakarta: Selemba Empat, 2007), 272.

¹² Kotler dan Lane Keller, *Marketing Management*, 265.

¹³ Fredekirus, *Pengantar Filsafat Ilmu dan Logika*, 31.

tertentu.¹⁴ Pengetahuan memiliki enam tingkatan dalam domain kognitif yaitu:¹⁵

1) Tahu (*know*)

Mengingat suatu materi yang telah dipelajari sebelumnya, termasuk kedalam pengetahuan tingkat ini adalah mengingat kembali (*recall*) terhadap bahan yang dipelajari atau rangsangan yang terpelajari merupakan tingkat pengetahuan yang paling rendah. Kata kerja untuk mengukur bahwa orang tahu tentang apa yang dipelajari antara lain : menyebutkan, mengidentifikasi, mengatakan dan sebagainya.

2) Memahami (*comprehension*)

Suatu kemampuan menjelaskan dan menyebutkan secara benar tentang objek yang diketahui dan dapat menginterpretasikan materi tersebut secara benar.

3) Aplikasi (*application*)

Kemampuan untuk menggunakan materi yang telah dipelajari pada situasi atau kondisi sebenarnya.

4) Analisis (*analysis*)

Kemampuan untuk menjabarkan suatu materi atau suatu objek dalam komponen. Tetapi masih dalam suatu atau struktur organisasi tersebut dan masih ada kaitannya satu sama lain.

¹⁴ Surajiyo, *Filsafat Ilmu dan Perkembangan Indonesia* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013), 26.

¹⁵ Notoatmodjo, *Metodologi Penelitian Kesehatan* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), 128.

5) Sintesis (*synthesis*)

Kemampuan untuk melakukan atau menghubungkan bagian-bagian didalam suatu bentuk keseluruhan yang baru. Dengan kata lain sintesis adalah suatu kemampuan untuk menyusun formulasi baru dari formulasi-formulasi yang ada.

6) Evaluasi

Hal yang berkaitan dengan kemampuan untuk melakukan penilaian terhadap suatu atau objek.

1. Indikator Pengetahuan

Pengetahuan memiliki tiga indikator didalamnya diantaranya adalah sebagai berikut :¹⁶

1) Pengetahuan Produk

Pengetahuan produk merupakan kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk. Pengetahuan produk meliputi kesadaran tentang merek produk, kategori produk, terminologi produk, atribut atau ciri produk, dan kepercayaan mengenai kategori produk secara umum dan maupun merek yang spesifik.

2) Pengetahuan Pembelian

Pengetahuan ini merupakan berbagai macam potongan informasi yang dimiliki konsumen yang berhubungan erat dengan cara memperoleh produk tersebut. Keputusan nasabah

¹⁶ Ibid., 130–132.

mengenai tempat pembelian produk akan sangat ditentukan oleh pengetahuannya.

3) Pengetahuan Pemakaian

Mencakup informasi yang tersedia dalam ingatan mengenai suatu produk dapat digunakan dan yang diperlukan untuk menggunakan produk tersebut. Agar produk bisa memberikan manfaat yang maksimal dan keputusan yang tinggi kepada nasabah, maka nasabah harus bisa menggunakan atau memanfaatkan produk tersebut dengan benar.

3. Hubungan Pengetahuan Dengan Minat

Pengetahuan adalah sejumlah pengalaman dengan berbagai macam informasi tentang produk atau jasa tertentu yang dimiliki.¹⁷ Faktor yang mampu mempengaruhi minat adalah pengetahuan, promosi, persepsi, gaya hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, dan konsep diri.¹⁸ Pengetahuan merupakan salah satu faktor yang mampu mempengaruhi adanya minat. Semakin tinggi pengetahuan yang dimiliki masyarakat maka semakin tinggi juga kemungkinan untuk menggunakan produk bank syariah.¹⁹

4. Lokasi

a. Pengertian Lokasi

¹⁷ Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen* (Bandung: Alfabeta, 2015), 85.

¹⁸ Kotler dan Lane Keller, *Marketing Management*, 265.

¹⁹ Ujang Sumarman, *Perilaku Konsumen* (Bandung: Ghalia Indonesia, 2011), 147.

Lokasi bank adalah tempat dimana diperjual belikannya produk cabang bank dan pusat pengendalian perbankan.²⁰ Lokasi adalah tempat dimana suatu jenis usaha akan dilaksanakan. Penentuan lokasi cabang bank merupakan salah satu kebijakan yang sangat penting. Bank yang terletak dalam lokasi yang strategis sangat memudahkan nasabah dalam berurusan dengan bank. Sedangkan dalam pemasaran bank, lokasi adalah jejaring (net working) dimana produk dan jasa bank disediakan dan dapat dimanfaatkan oleh nasabah.²¹ Faktor yang mempengaruhi masyarakat individu untuk memilih Bank Syariah adalah informasi, dan penilaian, humanisme dan dinamis, ukuran dan pelayanan, kebutuhan, lokasi keyakinan dan sikap, materialisme, keluarga, peran dan status, kepraktisan dalam menyimpan kekayaan, promosi dan agama.²²

Dalam praktiknya ada beberapa macam lokasi kantor bank, diantaranya :²³

1) Kantor pusat

Kantor dimana semua kegiatan perencanaan sampai kepada pengawasan terdapat di kantor ini.

2) Kantor wilayah

²⁰ Kasmir, *Pemasaran Bank Edisi Revisi*, 145.

²¹ Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaan Bank*, 126.

²² Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, 241.

²³ Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, 132–33.

Kantor yang membawahi beberapa cabang untuk beberapa wilayah.

3) Kantor cabang penuh atau utama

Kantor cabang yang memberikan jasa bank paling lengkap.

4) Kantor cabang pembantu

Kantor cabang yang berada di bawah kantor cabang penuh dan kegiatan jasa bank yang dilayani hanya sebagian dari kegiatan cabang penuh.

5) Kantor kas

Kantor bank yang paling kecil yang kegiatannya hanya teller saja.

b. Indikator Lokasi

Indikator lokasi dibagi menjadi empat diantaranya adalah sebagai berikut :²⁴

1) Akses

Akses yaitu lokasi yang mudah dijangkau sarana transportasi umum.

2) Visibilitas

Visibilitas yaitu lokasi dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan.

3) Tempat parkir yang luas dan aman.

4) Ekspansi

²⁴ Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Service, Quality and Satisfaction* (Yogyakarta: ANDI, 2005), 92.

Ekspansi yaitu tersedia tempat yang luas untuk memperluas usaha di kemudian hari.

5) Lingkungan

Lingkungan yaitu daerah sekitar mendukung jasa yang ditawarkan.

c. Hubungan Lokasi Dengan Minat

Lokasi adalah tempat dimana suatu jenis usaha akan dilaksanakan.²⁵ Faktor yang mempengaruhi minat adalah pelayanan, bagi hasil, keyakinan atau religiusitas dan lokasi.²⁶ Lokasi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat untuk memilih menggunakan bank syariah. Semakin strategis lokasi kantor bank syariah maka akan semakin banyak nasabah untuk memilih bank syariah dan sebaliknya.²⁷

B. Kajian Pustaka

Penelitian yang dilakukan ini tidak terlepas dari hasil penelitian terdahulu yang pernah dilakukan sebagai perbandingan dan kajian. Adapun topik penelitian yang mencakup mengenai promosi, pengetahuan, dan lokasi terhadap minat. Berikut topik penelitian yang terkait dengan tema yang penulis teliti.

²⁵ Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaan Bank*, 126.

²⁶ Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, 273.

²⁷ Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaan Bank*, 129.

Tabel 2. 1
Studi Penelitian Terdahulu

No	Nama/ Tahun	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1.	Tri Bayu Ramadan dan Husna Ni'matul Ulya/ 2023	Minat Nasabah Pasar Banaran Terhadap Produk Tabungan Haji Di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Sukowati Sragen	Keduanya sama-sama menggunakan menggunakan variabel minat.	Dalam penelitian menggunakan produk tabungan haji. Menggunakan metode kualitatif	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kurang dalam mensosialisasikan tentang produk tabungan haji sehingga sedikit nasabah yang berminat. ²⁸
2.	Andy Prasetya Budy Nugroho/ 2022	Pengaruh Promosi, Pelayanan Dan <i>Trust</i> Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Super Mikro PT BRI Unit Polehan (Studi Kasus Pada UMKM Wilayah Polehan)	Keduanya sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif dengan variabel yang sama yaitu promosi. Menggunakan produk pembiayaan KUR.	Dalam penelitian ini menggunakan variabel pelayanan dan <i>trust</i> . Penelitian ini dilakukan di PT BRI Unit polehan, sedangkan penulis melakukan penelitian pada UMKM pengolahan kulit di	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel promosi, pelayanan, dan <i>trust</i> secara bersama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah mengambil kredit. ²⁹

²⁸ Tri Bayu Ramadan dan Husna Ni'matul Ulya, "Minat Nasabah Pasar Banaran Terhadap Produk Tabungan Haji Di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Sukowati Sragen," *An-Nisbah Jurnal Perbankan Syariah*, Volume 4, Nomor 1, (2023).

²⁹ Andy Prasetya Budy Nugroho, "Pengaruh Promosi, Pelayanan Dan *Trust* Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Super Mikro PT BRI Unit Polehan (Studi Kasus Pada UMKM Wilayah Polehan)", *Skripsi* (Malang: Universitas Islam Malang, 2022).

No	Nama/ Tahun	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
				Kecamatan Magetan.	
3.	Feby Evelyna/ 2022	Analisis Pengaruh Promosi, Lokasi, Pelayanan Dan Suku Bunga Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Pada Bank BRI Cabang Kebumen	Keduanya sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif dengan variabel yang sama yaitu promosi. Menggunakan produk pembiayaan KUR.	Dalam penelitian ini menggunakan variabel lokasi, pelayanan, dan suku bunga. Penelitian ini dilakukan di bank BRI Cabang Kebumen, sedangkan penulis melakukan penelitian pada UMKM pengolahan kulit di Kecamatan Magetan.	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel promosi, lokasi, pelayanan, dan suku bunga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan. ³⁰
4.	Khalisa Azmi/ 2022	Pengaruh Persepsi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menggunakan Produk Pembiayaan KUR Mikro Di Bank Syariah Indonesia Pada UMKM Kota Barabai	Keduanya sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif dengan variabel yang sama yaitu promosi. Menggunakan produk pembiayaan KUR.	Dalam penelitian ini menggunakan variabel persepsi di kota Barabai, sedangkan penulis melakukan penelitian pada UMKM pengolahan kulit di	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi dan pengetahuan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan

³⁰ Feby Evelyn, "Analisis Pengaruh Promosi, Lokasi, Pelayanan Dan Suku Bunga Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Pada Bank BRI Cabang Kebume", *Jurnal Inovasi Penelitian*, Volume 3 Nomor 3, 2022.

No	Nama/ Tahun	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
				Kecamatan Magetan.	terhadap minat. ³¹
5.	Siti Walida Mustamin dan Jasri/ 2022	Analisis Pengaruh <i>Quality service</i> dan Promosi terhadap Tingkat Minat Nasabah dalam Menggunakan Jasa Bank Syariah	Keduanya sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif dengan variabel yang sama yaitu promosi.	Dalam penelitian ini mengguna- kan variabel <i>quality service</i> . Dalam penelitian ini meneliti minat nasabah dalam mengguna- kan jasa bank syariah. Sedangkan penulis melakukan penelitian pada UMKM pengolahan kulit di Kecamatan Magetan.	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel <i>quality service</i> dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap nasabah dalam menggunak- an jasa bank syariah. ³²
6.	Bella Aldama Widyan dan Maulida Nurhidaya ti/ 2022	Pengaruh Display Produk, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Swalayan Surya Mandiri Siwalan Mlarak Ponorogo	Keduanya sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif dengan variabel yang sama yaitu lokasi.	Dalam penelitian ini mengguna- kan variabel display produk dan kualitas pelayanan. Penelitian ini meneliti Swalayan Surya	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel display produk dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan. Variabel

³¹ Khalisa Azmi, "Pengaruh Persepsi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menggunakan Produk Pembiayaan KUR Mikro Di Bank Syariah Indonesia Pada UMKM Kota Barabai", *Skrripsi* (Banjarmasin: Universitas Islam Negeri Antasari) 2022.

³² Siti Walida Mustamin dan Jasri, "Analisis Pengaruh *Quality service* dan Promosi terhadap Tingkat Minat Nasabah dalam Menggunakan Jasa Bank Syariah," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Volume 8, Nomor 2, (2022).

No	Nama/ Tahun	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
				Mandiri Siwalan Mlarak Ponorogo. Sedangkan penulis melakukan penelitian pada UMKM pengolahan kulit di Kecamatan Magetan.	kualitas pelayanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan swalayan Surya Mandiri Siwalan Mlarak Ponorogo. ³³
7.	Atikah Widhiana Putri, Trimulato, dan Ismawati/ 2022	Pengaruh Pengetahuan, Lokasi, Dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Bank Syariah Indonesia	Keduanya sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif dengan variabel yang sama yaitu promosi, pengetahuan, dan lokasi. Menggunakan Bank Syariah Indonesia.	Penelitian ini meneliti minat Masyarakat Menggunakan Bank Syariah Indonesia. Sedangkan penulis melakukan penelitian pada UMKM pengolahan kulit di Kecamatan Magetan..	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel promosi dan pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan. Variabel lokasi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan Bank Syariah Indonesia. ³⁴
8.	Wahyuddin/	Pengaruh Pengetahuan,	Keduanya sama-sama	Dalam penelitian	Hasil dari penelitian

³³ Bella Aldama Widyan dan Maulida Nurhidayati, "Pengaruh Display Produk, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Swalayan Surya Mandiri Siwalan Mlarak Ponorogo," *Journal of Economics and Business Research*, Volume 2, Nomor 2, (2022).

³⁴ Atikah Widhiana Putri, Trimulato, dan Ismawati, "Pengaruh Pengetahuan, Lokasi, Dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Bank Syariah Indonesia," *Journal of Islamic Banking and Finance*, Volume 2, Nomor 2, (2022).

No	Nama/ Tahun	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
	2021	Lokasi, Promosi Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah	menggunakan pendekatan kuantitatif dengan variabel yang sama yaitu promosi dan pengetahuan. Menggunakan Bank Syariah	ini menggunakan variabel lokasi di bank syariah, sedangkan penulis melakukan penelitian pada UMKM pengolahan kulit di Kecamatan Magetan.	ini menunjukkan bahwa variabel pengetahuan , lokasi, dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan masyarakat. ³⁵
9.	Nurul Hisan/ 2021	Pengaruh Pengetahuan Produk, Religiusitas Dan Norma Subjektif Terhadap Keputusan Masyarakat Menggunakan Produk Bank Syariah Indonesia (BSI) (Di Masyarakat Kecamatan Batukliang Utara Lombok Tengah)	Keduanya sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif dengan variabel yang sama yaitu pengetahuan. Menggunakan Bank Syariah Indonesia.	Dalam penelitian ini menggunakan variabel religiusitas dan norma subjektif. Penelitian dilakukan kepada Masyarakat Kecamatan Batukliang Utara Lombok Tengah, sedangkan penulis melakukan penelitian pada UMKM pengolahan kulit di	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pengetahuan , religiusitas dan norma subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat. ³⁶

³⁵ Wahyuddin, "Pengaruh Pengetahuan, Lokasi, Promosi Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah" (Skripsi, IAIN Palopo, 2021).

³⁶ Nurul Nisan, "Pengaruh Pengetahuan Produk, Religiusitas Dan Norma Subjektif Terhadap Keputusan Masyarakat Menggunakan Produk Bank Syariah Indonesia (BSI) (Di Masyarakat Kecamatan Batukliang Utara Lombok Tengah" (Skripsi, UIN Mataram, 2021).

No	Nama/ Tahun	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
				Kecamatan Magetan.	
10.	Anisa/ 2021	Pengaruh Promosi, Pengetahuan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia KCP Singkut Pada Masyarakat Desa Pelawan Jaya	Keduanya sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif dengan variabel yang sama yaitu promosi dan pengetahuan. Menggunakan Bank Syariah Indonesia	Dalam penelitian ini menggunakan variabel kepercayaan. Penelitian ini dilakukan di BSI KCP Singkut, sedangkan penulis melakukan penelitian pada UMKM pengolahan kulit di Kecamatan Magetan.	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel promosi, pengetahuan dan kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat menabung masyarakat. ³⁷
11.	Syaeful Bakhri, Fitrohtul Laeli, dan Moh. Maburi Faozi/ 2021	Pengaruh Pengetahuan Dan Promosi Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Pada Santri Pondok Pesantren Ar-Ridwan	Keduanya sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif dengan variabel yang sama yaitu promosi dan pengetahuan.	Penelitian ini dilakukan di Di Bank Syariah Pada Santri Pondok Pesantren Ar-Ridwan. Sedangkan penulis melakukan penelitian pada UMKM pengolahan kulit di Kecamatan Magetan..	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel promosi dan pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat santri pondok pesantren Ar-Ridwan menabung

³⁷ Anisa, "Pengaruh Promosi, Pengetahuan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia KCP Singkut Pada Masyarakat Desa Pelawan Jaya" (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin, 2021).

No	Nama/ Tahun	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
					di Bank Syariah. ³⁸
12.	Abdul Malik, Ahmad Syahrizal, dan Anisah/ 2021	Pengaruh Promosi, Pengetahuan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia Kcp Singkut Pada Masyarakat Desa Pelawan Jaya	Keduanya sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif dengan variabel yang sama yaitu promosi dan pengetahuan. Menggunakan Bank Syariah Indonesia.	Dalam penelitian ini menggunakan variabel kepercayaan. Penelitian ini dilakukan pada Masyarakat Desa Pelawan Jaya. sedangkan penulis melakukan penelitian pada UMKM pengolahan kulit di Kecamatan Magetan..	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel promosi dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan. Variabel promosi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Singkut. ³⁹
13.	Riyan Pradesya/ 2020	Pengaruh Promosi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Melakukan Transaksi Di Bank Syariah (Studi Kasus Di Desa Rahuning)	Keduanya sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif dengan variabel yang sama yaitu promosi dan pengetahuan.	Dalam penelitian ini dilakukan di Bank Syariah (Studi Kasus Di Desa Rahuning). Sedangkan penulis melakukan penelitian pada	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel promosi dan pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat

³⁸ Syaeful Bakhri, Fitrohtul Laeli, dan Moh. Mabruri Faozi, "Pengaruh Pengetahuan Dan Promosi Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Pada Santri Pondok Pesantren Ar-Ridwan," *Jurnal Pengkajian Penelitian Ekonomi dan Hukum Islam*, Volume 6, Nomor 2, (2021).

³⁹ Abdul Malik, Ahmad Syahrizal, dan Anisah, "Pengaruh Promosi, Pengetahuan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia Kcp Singkut Pada Masyarakat Desa Pelawan Jaya", *Jurnal Margin*, Volume 1 Nomor 1, 2021.

No	Nama/ Tahun	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
				UMKM pengolahan kulit di Kecamatan Magetan..	melakukan transaksi di bank syariah. ⁴⁰
14.	Roos Nana Sucihati, Suprianto, dan Dedi Mustiadi/ 2020	Analisis Pengaruh Promosi, Lokasi, Pelayanan Dan Suku Bunga Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) (Studi Pada Nasabah Bank BRI Desa Jaya Makmur Kecamatan Labangka)	Keduanya sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif dengan variabel yang sama yaitu promosi. Menggunakan produk pembiayaan KUR.	Dalam penelitian ini menggunakan variabel lokasi, pelayanan, dan suku bunga. Penelitian ini dilakukan di BRI Desa Jaya Makmur Kecamatan Labangka, sedangkan penulis melakukan penelitian pada UMKM pengolahan kulit di Kecamatan Magetan..	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel promosi dan lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan pengambilan pembiayaan KUR dan pelayanan dan suku bunga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan KUR. ⁴¹
15.	Sitti Aisya dan Yohansyah Adiputra Riyadi/ 2020	Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kelurahan Siranindi Di	Keduanya sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif dengan variabel yang sama yaitu promosi.	Dalam penelitian ini menggunakan variabel kualitas pelayanan. Penelitian ini	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel promosi berpengaruh negatif dan

⁴⁰ Riyan Pradesyah, "Pengaruh Promosi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Melakukan Transaksi Di Bank Syariah (Studi Kasus Di Desa Rahuning)," *Jurnal Ekonomi Islam*, Volume 1, Nomor 1, (2020).

⁴¹ Roos Nana Sucihati dan Dkk, "Analisis Pengaruh Promosi, Lokasi, Pelayanan Dan Suku Bunga Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) (Studi Pada Nasabah Bank BRI Desa Jaya Makmur Kecamatan Labangka)", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Volume 8 Nomor 3, 2020.

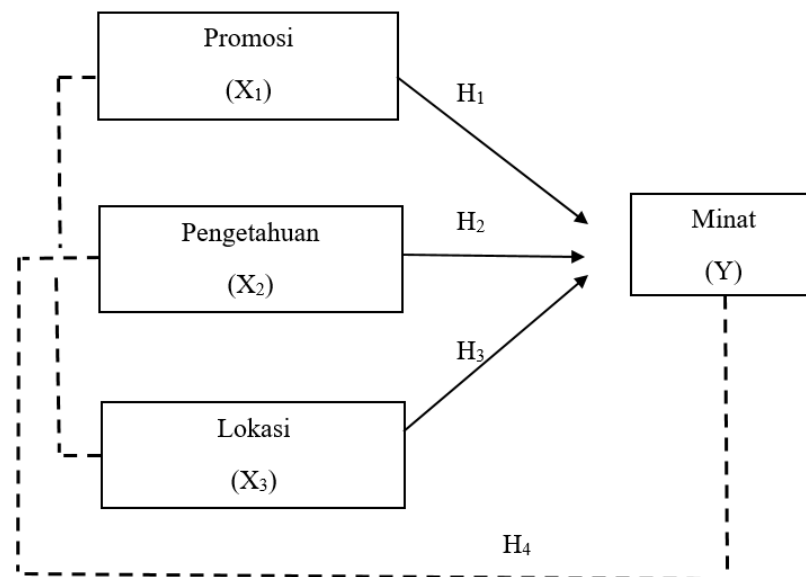
No	Nama/ Tahun	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
		Bank Muamalat Indonesia Palu Sulawesi Tengah		dilakukan kepada Masyarakat Kelurahan Siranindi Di Bank Muamalat Indonesia Palu Sulawesi Tengah, sedangkan penulis melakukan penelitian pada UMKM pengolahan kulit di Kecamatan Magetan.	tidak signifikan dan variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat. ⁴²

C. Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.⁴³ Berdasarkan hasil pemaparan rumusan masalah, tujuan penelitian dan landasan teori, maka kerangka berfikir dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

⁴² Sitti Aisya dan Yohansyah Adiputra Riyadi, “Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kelurahan Siranindi Di Bank Muamalat Indonesia Palu Sulawesi Tengah”, *Journal Of Islamic Economic and Business*, Volume 02 Nomor 01, 2020.

⁴³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2019), 95.



Gambar 2. 1
Kerangka Berpikir

Keterangan :

X : Variabel promosi, pengetahuan, dan lokasi

Y : Variabel minat

—————→ : Pengaruh variabel *independen* terhadap variabel *dependen*

-----→ : Pengaruh variabel *independen* terhadap variabel *dependen* secara simultan

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Sehingga hipotesis dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap perumusan masalah penelitian, belum

jawaban yang empirik.⁴⁴ Dari hasil uraian di atas dapat disimpulkan hipotesis dari penelitian ini yaitu:

1. Pengaruh promosi terhadap minat UMKM pengolahan Kulit menggunakan pembiayaan BSI KUR di BSI KCP Magetan.

Promosi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi adanya minat.⁴⁵ Semakin baik promosi yang ditawarkan maka semakin banyak nasabah yang akan mengambil pembiayaan BSI KUR. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Andy Prasetya Budy Nugroho dengan judul *Pengaruh Promosi, Pelayanan Dan Trust Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Super Mikro PT BRI Unit Polehan (Studi Kasus Pada UMKM Wilayah Polehan)*, menunjukkan bahwa variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah mengambil produk KUR.⁴⁶ Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sitti Aisyah dan Yohansyah Adiputra Riyadi dengan judul *Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kelurahan Siranindi Di Bank Muamalat Indonesia Palu Sulawesi Tengah*, menunjukkan bahwa variabel promosi berpengaruh

⁴⁴ Ibid., 99.

⁴⁵ Kotler dan Lane Keller, *Marketing Management*, 265.

⁴⁶ Prasetya Budy Nugroho, "Pengaruh Promosi, Pelayanan Dan Trust Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Super Mikro PT BRI Unit Polehan (Studi Kasus Pada UMKM Wilayah Polehan)."

negatif dan tidak signifikan terhadap minat menabung masyarakat.⁴⁷

Hipotesis untuk variabel promosi yaitu:

H_{a1} : Promosi berpengaruh terhadap minat UMKM pengolahan Kulit menggunakan pembiayaan BSI KUR di BSI KCP Magetan.

H₀₁ : Promosi tidak berpengaruh terhadap minat UMKM pengolahan Kulit menggunakan pembiayaan BSI KUR di BSI KCP Magetan.

2. Pengaruh pengetahuan terhadap minat UMKM pengolahan Kulit menggunakan pembiayaan BSI KUR di BSI KCP Magetan.

Pengetahuan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi adanya minat.⁴⁸ Semakin tinggi pengetahuan yang dimiliki masyarakat maka semakin tinggi juga kemungkinan untuk menggunakan produk bank syariah.⁴⁹ Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Khalisa Azmi dengan judul Pengaruh Persepsi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menggunakan Produk Pembiayaan KUR Mikro Di Bank Syariah Indonesia Pada UMKM Kota Barabai, menunjukkan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk pembiayaan KUR.⁵⁰

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Abdul Malik, Ahmad

⁴⁷ Aisya dan Adiputra Riyadi, "Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kelurahan Siranindi Di Bank Muamalat Indonesia Palu Sulawesi Tengah."

⁴⁸ Kotler dan Lane Keller, *Marketing Management*, 265.

⁴⁹ Sumarman, *Perilaku Konsumen*, 174.

⁵⁰ Azmi, "Pengaruh Persepsi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menggunakan Produk Pembiayaan KUR Mikro Di Bank Syariah Indonesia Pada UMKM Kota Barabai."

Syahrizal, dan Anisah dengan judul Pengaruh Promosi, Pengetahuan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia KCP Singkut Pada Masyarakat Desa Pelawan Jaya, menunjukkan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat menabung.⁵¹ Hipotesis untuk variabel pengetahuan yaitu:

H_{a2} : Pengetahuan berpengaruh terhadap minat UMKM pengolahan Kulit menggunakan pembiayaan BSI KUR di BSI KCP Magetan.

H₀₂ : Pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat UMKM pengolahan Kulit menggunakan pembiayaan BSI KUR di BSI KCP Magetan.

3. Pengaruh lokasi terhadap minat UMKM pengolahan Kulit menggunakan pembiayaan BSI KUR di BSI KCP Magetan.

Lokasi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi adanya minat.⁵² Semakin strategis lokasi kantor bank syariah maka akan semakin banyak nasabah untuk memilih bank syariah dan sebaliknya.⁵³ Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Feby Evelyn dengan judul Analisis Pengaruh Promosi, Lokasi, Pelayanan Dan Suku Bunga Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Pada Bank BRI Cabang

⁵¹ Malik dan Syahrizal, "Pengaruh Promosi, Pengetahuan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia Kcp Singkut Pada Masyarakat Desa Pelawan Jaya."

⁵² Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank*, 126.

⁵³ Ibid., 129.

Kebumen, menunjukkan bahwa variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan KUR.⁵⁴

Penelitian lain yang dilakukan oleh Roos Nana Sucihati, Suprianto, dan Dedi Mustiadi dengan judul Analisis Pengaruh Promosi, Lokasi, Pelayanan Dan Suku Bunga Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) (Studi Pada Nasabah Bank BRI Desa Jaya Makmur Kecamatan Labangka), menunjukkan bahwa variabel lokasi berpengaruh negatif terhadap keputusan pengambilan pembiayaan KUR.⁵⁵ Hipotesis untuk variabel pengetahuan yaitu:

H_{a3} : Lokasi berpengaruh terhadap minat UMKM pengolahan Kulit menggunakan pembiayaan BSI KUR di BSI KCP Magetan.

H₀₃ : Lokasi tidak berpengaruh terhadap minat UMKM pengolahan Kulit menggunakan pembiayaan BSI KUR di BSI KCP Magetan.

4. Pengaruh promosi, pengetahuan, dan lokasi terhadap minat UMKM pengolahan Kulit menggunakan pembiayaan BSI KUR di BSI KCP Magetan.

⁵⁴ Evelyn, “Analisis Pengaruh Promosi, Lokasi, Pelayanan Dan Suku Bunga Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Pada Bank BRI Cabang Kebumen.”

⁵⁵ Nana Sucihati, “Analisis Pengaruh Promosi, Lokasi, Pelayanan Dan Suku Bunga Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) (Studi Pada Nasabah Bank BRI Desa Jaya Makmur Kecamatan Labangka).”

Promosi, pengetahuan, dan lokasi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi adanya minat. Semakin baik promosi yang ditawarkan maka semakin banyak nasabah yang akan mengambil pembiayaan KUR. Promosi yang dilakukan pihak bank akan berdampak baik pada pengetahuan masyarakat. Sehingga semakin tinggi pengetahuan yang dimiliki masyarakat maka semakin tinggi juga kemungkinan untuk menggunakan produk bank syariah.⁵⁶ Keberadaan lokasi kantor bank juga berpengaruh terhadap minat menggunakan pembiayaan sehingga semakin strategis lokasi kantor bank syariah maka akan semakin banyak nasabah untuk memilih bank syariah dan sebaliknya.⁵⁷ Hipotesis untuk variabel promosi, pengetahuan, dan lokasi yaitu:

- H_{a4} : Promosi, pengetahuan, dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap minat UMKM pengolahan Kulit menggunakan pembiayaan BSI KUR di BSI KCP Magetan.
- H_{04} : Promosi, pengetahuan, dan lokasi tidak berpengaruh terhadap minat UMKM pengolahan Kulit menggunakan pembiayaan BSI KUR di BSI KCP Magetan.

⁵⁶ Sumarman, *Perilaku Konsumen*, 147.

⁵⁷ Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaan Bank*, 129.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rencana Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan jenis Kuantitatif yang berupa data angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Definisi penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menguji teori dengan berupa angka-angka atau besaran tertentu yang bersifat pasti sehingga data tersebut memungkinkan untuk dianalisis menggunakan pendekatan statistik.¹ Penelitian kuantitatif dapat dipahami sebagai teknik penelitian berbasis *positivisme* yang meneliti populasi atau sampel tertentu, mengumpulkan data menggunakan alat penelitian, menganalisis data statistik, dan bertujuan untuk mengevaluasi hipotesis yang dinyatakan sebelumnya. Populasi atau sampel *representatif* tertentu yang digunakan untuk penelitian. Untuk mengetahui didukung atau tidaknya hipotesis yang dirumuskan, maka data diteliti secara kuantitatif dengan menggunakan statistik deskriptif.

Data dianalisis secara kuantitatif menggunakan statistik deskriptif sehingga dapat disimpulkan hipotesis yang dirumuskan terbukti atau tidak.² Dalam rancangan penelitian ini, peneliti menggunakan empat variabel yaitu variabel promosi, pengetahuan dan lokasi terhadap variabel minat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh promosi, pengetahuan dan lokasi terhadap minat UMKM pengolahan Kulit

¹ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2017), 43.

² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, 16–17.

Kecamatan Magetan menggunakan pembiayaan BSI KUR di BSI KCP Magetan. Populasi dan sampel nantinya adalah pelaku UMKM pengolahan kulit di Kecamatan Magetan. Selanjutnya akan dilakukan pembuatan serta penyebaran kuesioner dan hasilnya akan dilakukan pengelolaan dan analisis data.

B. Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional

1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah sifat atau nilai yang dapat bervariasi pada orang, benda, atau kegiatan yang dilihat oleh peneliti untuk diteliti dalam rangka membuat kesimpulan.³ Dalam penelitian ilmiah terdapat dua variabel yaitu variabel bebas (*independent variable*) (X) dan variabel terikat (*dependent variable*) (Y):

- a. Variabel bebas (*independent variable*) (X) adalah variabel yang menjadi sebab timbulnya variabel dependen.⁴ Pada penelitian ini terdapat dua variabel independen yaitu promosi (X₁), pengetahuan (X₂) dan lokasi (X₃).
- b. Variabel terikat (*dependent variable*) (Y) adalah variabel yang menjadi akibat dari munculnya variabel bebas.⁵ Pada penelitian ini terdapat satu variabel (Y) yaitu minat.

³ Ibid., 68.

⁴ Ibid., 69.

⁵ Ibid.

2. Definisi Penelitian

Definisi operasional dilandaskan pada sifat hal yang didefinisikan yang dapat diobservasi.⁶ Berikut adalah tabel definisi operasional pada penelitian ini:

Tabel 3. 1
Definisi Operasional

No.	Variabel	Indikator	No. Butir	Sumber
1.	Minat (Y)	Minat transaksional	1,2	Agusty Ferdianand (2006)
		Minat referensial	3,4	
		Minat preferensial	5,6	
		Minat eksploratif	7,8	
2.	Promosi (X ₁)	Periklanan	1,2	I Nyoman Wara Wangsa , dkk (2022)
		Promosi penjualan	3,4	
		Penjualan pribadi	5,6	
		Publisitas	7,8	
3.	Pengetahuan (X ₂)	Pengetahuan produk	1,2	Donni Juni Priansa (2017)
		Pengetahuan Pembelian	3,4	
		Pengetahuan Pemakaian	5,6	
4.	Lokasi (X ₃)	Akses	1,2	Fandy Tjiptono and Gregorius Chandra (2005)
		Visibilitas	3,4	
		Tempat parkir yang luas	5,6	
		Ekspansi	7,8	
		Lingkungan	9,10	

⁶ Qomariyatus Sholihah, *Pengantar Metodologi Penelitian* (Malang: UB Press, 2020).

C. Lokasi Dan Periode Penelitian

Lokasi yang dipilih dalam penelitian ini bertempat di Kecamatan Magetan pada UMKM pengolahan kulit. Alasan pemilihan lokasi ini karena Kecamatan Magetan merupakan tempat berdirinya kantor Bank Syariah Indonesia KCP Magetan. Terdapat dua kantor cabang BSI di wilayah Magetan keduanya sama-sama mempunyai produk pembiayaan BSI KUR sehingga peneliti melakukan penelitian pada kedua kantor cabang tersebut. Menurut salah satu staff BSI KCP Magetan MT Haryono 2 jumlah UMKM pengolahan kulit yang melakukan pembiayaan BSI KUR tidak mengalami peningkatan yang signifikan meskipun sudah dilakukan promosi, pemberian informasi dan lokasi kantor bank yang strategi dan mudah dijangkau.

D. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan seluruh komponen yang akan digunakan sebagai area generalisasi. Elemen populasi adalah seluruh subjek yang akan diukur, atau unit yang sedang dipelajari.⁷ Dalam penelitian ini populasi pelaku UMKM pengolahan kulit berlokasi di Kecamatan Magetan. Data yang diambil untuk populasi ada 49 UMKM pengolahan kulit.⁸

⁷ *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, 59.

⁸ Dinas Koperasi Dan Usaha Mikro Kabupaten Magetan, dalam <https://dinkopum.magetan.go.id/data-usaha-mikro/> (diakses pada tanggal 10 Februari 2023 pukul 09.30).

Tabel 3. 2

Data Populasi UMKM Pengolahan Kulit Kecamatan Magetan

No	Nama Usaha	Lokasi
1	Serehan Kulit Marmun	Ringin Agung
2	Penyamak Kulit Suwasis	Sumberjo
3	Penyamak Kulit Hariyanto	Semberjo
4	Penyamak Kulit Wadirun	Ds Ringin Agung
5	Penyamak Kulit Syaifudin	LIK Magetan
6	Penyamakan Kulit Tugiyanto	Ds Ringin Agung
7	Penyamak Kulit Wahyu	Jawar
8	Penyamak Kulit Puryadi	LIK Ringin Agung Magetan
9	Pengusaha Kulit Sarni	Ds Ringin Agung
10	Penyamak Kulit Maksum	LIK Ringin Agung Magetan
11	Penyamak Kulit Atin	LIK Ringin Agung Magetan
12	Penyamak Kulit Sutrisno	Tulung Magetan
13	Penyamakan Kulit Hardo W	Komplek LIK Ringin Agung
14	Penyamakan Kulit Agus Mutholip	Komplek LIK Ringin Agung
15	Penyamakan Kulit Sujadi Abdul R	Komplek LIK Ringin Agung
16	Penyamak kulit sarmin	Komplek LIK Ringin Agung
17	Penyamak kulit paiman	LIK Ringin Agung
18	Penyamak kulit bambang w	LIK Ringin Agung
19	Penyamak kulit soeyoto	Komplek LIK Ringin Agung
20	Penyamak kulit harjono	Komplek LIK Ringin Agung
21	Penyamak kulit sunoto	Komplek LIK Ringin Agung
22	Penyamak kulit herri siswaji	Komplek LIK Ringin Agung
23	Penyamakan kulit sunoto	LIK Ringin Agung

No	Nama Usaha	Lokasi
24	Penyamakan kulit betta P	Komplek LIK Ringin Agung
25	Penyamakan kulit ari kriswanto	Komplek LIK Ringin Agung
26	Pedagang kulit ashar kusuma	Tulung
27	Kerajinan kulit parno	Dsn Dasun
28	Kerajinan kulit sukarni	Dsn Sumberejo
29	Kerajinan kulit sumartono	Candirejo
30	Kerajinan kulit sudarno	Candirejo
31	Industri kerajinan kulit bambang	Jl Sawo
32	Industri kerajinan kulit donika	Jl MonginSidi
33	Penyamak kulit totok haryanto	LIK Magetan
34	Usaha kulit imam safiudin	Baron
35	Pengrajin kulit sukarno	Baron
36	Pengrajin kulit supar	Jl. Kelud Rt. 03 Rw. 02
37	Pengrajin kulit totok	Jl. Kelud Rt. 03 Rw. 02
38	Penyamak kulit ansori	Jl. Iman Bonjol
39	Penyamak kulit arif	Jl. Iman Bonjol
40	Penyamak kulit haryono	Jl. Iman Bonjol
41	Pengrajin kulit haryono	Jl. Kelud Rt. 03 Rw. 02
42	Pengrajin kulit budyono	Jl. Kelud Rt. 03 Rw. 02
43	Usaha pengrajin kulit sumardi	Jl. Samudra
44	Pengrajin kulit AJS	Jl. JA Suprpto 34
45	Industri sandal kulit luluk	Jl. Inspol Ismiadi
46	Industri sandal dari kulit luluk	Jl. Inspol Ismiadi 18

No	Nama Usaha	Lokasi
47	Pengrajin kulit diran	Jl. Kalimantan
48	Kerajinan kulit siswo Widodo	Jl. Jawa
49	Industri kulit windarti	Jl. Kalimantan

Sumber: Dinas Koperasi Dan Usaha Mikro Kabupaten Magetan

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Menggunakan teknik pengambilan *sampling total* dimana semua peserta dijadikan sampel. Penelitian yang dilakukan pada populasi dibawah 100 sebaiknya dilakukan dengan sensus, sehingga seluruh anggota populasi dijadikan sampel semua sebagai subjek pemberi informasi.⁹ Pada penelitian ini populasi UMKM pengolahan kulit Kecamatan Magetan sebanyak 49 responden. Angka tersebut dibawah 100 sehingga pemilihan teknik sensus atau *sampling total* ini sudah sesuai.

E. Jenis Dan Sumber Data

Penelitian menggunakan jenis data primer yang merupakan informasi atau data yang diperoleh dari pertanyaan tertulis dengan kuesioner atau menggunakan metode wawancara.¹⁰ Sumber data pada penelitian ini adalah para UMKM pengolahan kulit di Kecamatan Magetan.

⁹ Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D, 131–34.

¹⁰ Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), 16.

F. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan terjun langsung kelapangan agar mendapatkan data yang konkrit. Pendekatan pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuesioner, yang melibatkan pendistribusian daftar pertanyaan atau data tertulis kepada responden dan meminta untuk menanggapi. Kuesioner adalah pendekatan yang berguna untuk mengumpulkan data apabila peneliti paham tentang faktor yang akan diukur dan tahu apa yang diinginkan dari responden.¹¹ Metode yang digunakan adalah kuesioner, guna mengetahui pengaruh promosi, pengetahuan dan lokasi terhadap minat UMKM pengolahan kulit Kecamatan Magetan dalam menggunakan produk pembiayaan BSI KUR BSI KCP Magetan.

G. Instrumen Penelitian

Alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam dan sosial yang diamati dikenal sebagai instrumen penelitian.¹² Kuesioner adalah pendekatan yang berguna untuk mengumpulkan data apabila peneliti paham tentang faktor yang akan diukur dan tahu apa yang diinginkan dari responden.¹³ Penelitian ini memberikan pertanyaan yang telah disiapkan dan kemudian akan dijawab responden.

Skala *likert* merupakan skala dalam penelitian ini, skala tersebut merupakan skala yang digunakan mengukur sikap, pendapat dan persepsi

¹¹ Ibid., 199.

¹² Ibid., 157.

¹³ Ibid., 199.

seseorang atau sekelompok orang tentang suatu gejala atau fenomena sosial. Dengan menggunakan skala *likert*, variabel yang diukur digambarkan sebagai dimensi, yang selanjutnya dipisahkan menjadi sub variabel dan akhirnya menjadi indikator yang dapat diukur. Indikator yang diukur berfungsi sebagai dasar untuk mengembangkan item alat yang berbentuk pertanyaan atau pernyataan yang harus ditanggapi. Setiap tanggapan terhubung dengan frasa verbal atau afirmasi sikap. Jawaban setiap item instrumen yang mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif.¹⁴ Skala pengukuran instrumen pada skala *likert* akan dijelaskan pada tabel dibawah ini:

Tabel 3. 3

Pengukuran Skala *Likert*

Jawaban	Keterangan	Bobot
SS	Sangat Setuju	4
S	Setuju	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Untuk mencerminkan perbedaan pandangan responden dapat menggunakan skala empat, pilihan tanggapan pada skala empat memberikan variabel respon yang lebih baik atau lebih lengkap. Selain itu juga tidak ada ruang untuk tanggapan netral, responden harus memutuskan

¹⁴ Elvera dan Yesita Astarina, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: ANDI, 2021), 90–91.

pernyataan mereka tentang fenomena sosial yang diajukan atau diekspresikan dalam instrumen.¹⁵

H. Validitas Dan Reliabilitas Instrumen

1. Validitas

Validitas dilakukan untuk memeriksa apakah kuesioner yang diberikan dapat memeriksa fakta atau informasi yang diperlukan.¹⁶ Pada validitas ini menyangkut pada akurasi instrumen dimana untuk mengetahui apakah kuesioner yang disusun itu valid atau tidak, maka dari itu perlu adanya uji dengan uji korelasi pada setiap pertanyaan dengan skor total pada kuesioner tersebut. Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,361) maka pernyataan tersebut valid dan apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ (0,361) maka pernyataan tersebut tidak valid.¹⁷ Teknik analisis yang dipakai pada penelitian ini yaitu menggunakan SPSS untuk menguji penelitian.

2. Reliabilitas instrument

Uji reliabilitas merupakan uji untuk mengetahui bagaimana konsistensi data yang telah dikumpulkan. Untuk *output* yang perlu diperhatikan dalam uji ini adalah Tabel *Reliability Statistic* dan nilai *Cronbach's Alpha* akan dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,6$.¹⁸

¹⁵ Eko Putri Widodo, *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian* (Lampung: Pustaka Belajar, 2016), 106.

¹⁶ Ratna Wijayanti Daniar Paramita, *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian* (Lumajang: Widyagama Press, 2021), 73.

¹⁷ Astarina, *Metodologi Penelitian*, 134.

¹⁸ Ibid., 135.

I. Teknik Pengolahan Dan Analisis Data

Pengolahan data dengan analisis data saling berkaitan. Analisis data merupakan sebuah kegiatan setelah data yang didapat dari responden atau sumber data yang terkumpul.¹⁹ Pengelolaan data analisis yang digunakan pada penelitian ini berasal dari hasil kuisioner yang telah dibagikan pada responden yang kemudian diolah dan analisis menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) dengan teknik sebagai berikut:

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menentukan apakah nilai dari regresi berdistribusi secara normal. Model regresi yang biasanya mendistribusikan nilai residu adalah model yang baik. Beberapa metode uji normalitas yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik normal P-P *Plot of Regression* atau dengan uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov*.²⁰

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah keadaan yang mana dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variasi dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan lain.²¹ Model regresi selain harus berdistribusi normal dan tidak mengandung multikolinieritas harus memenuhi syarat tidak adanya heteroskedastisitas. Uji ini berusaha

¹⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, 207.

²⁰ Romie Priyastama, *The Book Of SPSS Pengolahan & Analisis Data* (Yogyakarta: Aku Anak Hebat Indonesia, 2020), 117.

²¹ Ibid., 122.

untuk mengetahui apakah ada ketidaksetaraan dalam varian antara pengamatan residual yang berbeda.²²

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah ditemukan variabel independen dalam regresi memiliki hubungan yang lengkap atau hampir lengkap sesuai. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas (korelasi 1 atau mendekati). Selain itu dapat dilihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) atau dengan membandingkan nilai koefisien determinasi individual dengan nilai determinasi secara serentak.²³ Untuk melihat ada atau tidaknya multikolinieritas adalah dengan melihat VIF dan *tolerance* yaitu: apabila $VIF < 10$ dan *tolerance* $> 0,1$, maka dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas.²⁴

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah pengujian model regresi yang digunakan untuk mengetahui korelasi antara kesalahan palsu periode tertentu dengan kesalahan periode sebelumnya. Bukti bahwa autokorelasi dilakukan yaitu dengan menggunakan uji statistik Durbin-Watson.²⁵

²² Tony Wijaya, *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS* (Yogyakarta: Universitas Atma Jaya, 2009), 119.

²³ Ibid., 129.

²⁴ Ce Gunawan, *Mahir Menguasai SPSS Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian* (Deepublish Publisher, 2020), 123.

²⁵ Echo Perdana K, *Olah Data Skripsi Dengan SPSS 22* (Bangka Beliting: LAB KOM Manajemen FE UBB, 2016).

2. Regresi linier sederhana

Analisis regresi linier sederhana adalah regresi yang menggunakan satu variabel bebas sebagai penaksir perubahan variabel tergantung. dengan kata lain, analisis regresi sederhana adalah proses evaluasi terhadap hubungan antara variabel X dan variabel Y. hubungan yang paling sederhana antara variabel X dan variabel Y adalah berupa garis lurus, atau hubungan linier sederhana.²⁶ Persamaan regresi linier sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta X + e$$

Keterangan :

Y = variabel *dependen*

α = constanta

β = koefisien regresi variabel *independen*

e = *error*

3. Regresi linier berganda

Analisis regresi linier berganda sebenarnya sama dengan linier sederhana, hanya terdapat variabel bebas lebih dari satu. Untuk variabel linier berganda adalah:²⁷

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Minat

²⁶ Setyo Tri Wahyudi, *Statistik Ekonomi Konsep, Teori dan Penerapan* (Malang: UB Press, 2017), 162.

²⁷ Ibid., 61.

a = Konstanta

b_1 = Koefisien regresi promosi (X_1)

b_2 = Koefisien regresi pengetahuan (X_2)

b_3 = Koefisien regresi lokasi (X_3)

X_1 = Variabel Promosi

X_2 = Variabel Pengetahuan

X_3 = Variabel Lokasi

e = Residual / *error*

4. Uji statistik

a. Uji t (uji secara individu)

Hipotesis dari pengaruh promosi terhadap minat UMKM pengolahan kulit menggunakan pembiayaan BSI KUR, yaitu:

H_{a1} : Promosi berpengaruh terhadap minat UMKM pengolahan kulit menggunakan pembiayaan BSI KUR di BSI KCP Magetan.

H_{01} : Promosi tidak berpengaruh terhadap minat UMKM pengolahan kulit menggunakan pembiayaan BSI KUR di BSI KCP Magetan.

Hipotesis dari pengaruh pengetahuan terhadap minat UMKM pengolahan kulit menggunakan pembiayaan BSI KUR, yaitu:

H_{a2} : Pengetahuan berpengaruh terhadap minat UMKM pengolahan kulit menggunakan pembiayaan BSI KUR di BSI KCP Magetan.

H₀₂ : Pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat UMKM pengolahan kulit menggunakan pembiayaan BSI KUR di BSI KCP Magetan.

Hipotesis dari pengaruh lokasi terhadap minat UMKM pengolahan kulit menggunakan pembiayaan BSI KUR, yaitu:

H_{a3} : Lokasi berpengaruh terhadap minat UMKM pengolahan kulit menggunakan pembiayaan BSI KUR di BSI KCP Magetan.

H₀₃ : Lokasi tidak berpengaruh terhadap minat UMKM pengolahan kulit menggunakan pembiayaan BSI KUR di BSI KCP Magetan.

Uji Hipotesis (uji t) digunakan untuk mengetahui apakah pengaruh masing-masing variabel X terhadap variabel Y bermakna atau tidak. Pada uji ini apabila $\text{sig} < 0,05$ maka variabel X memberikan pengaruh bermakna terhadap variabel Y.²⁸

b. Uji F (uji secara kelompok)

²⁸ Slamet Riyanto dan Aglis Adhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2020), 142.

Hipotesis dari pengaruh promosi, pengetahuan dan lokasi terhadap minat UMKM pengolahan kulit menggunakan pembiayaan BSI KUR, yaitu:

H_{a4} : Promosi, pengetahuan, dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap minat UMKM pengolahan kulit menggunakan pembiayaan BSI KUR di BSI KCP Magetan.

H_{04} : Promosi, pengetahuan, dan lokasi tidak berpengaruh terhadap minat UMKM pengolahan kulit menggunakan pembiayaan BSI KUR di BSI KCP Magetan.

Uji F yang bertujuan untuk mengetahui sebuah tafsiran parameter secara bersama-sama yang mempunyai arti berapa besar pengaruh dari variabel *independen* (X) terhadap variabel *dependen* (Y) secara bersama-sama. Pada uji ini apabila $\text{sig} < 0,05$ maka variabel Y memberikan pengaruh terhadap variabel X.²⁹

c. Uji R (koefisien determinasi)

Koefisien determinasi adalah koefisien yang menunjukkan seberapa besar variabel independen dan seberapa besar variabel dependen yang dapat dilihat dari nilai *R Square* (koefisien determinasi).³⁰

²⁹ Riyanto dan Adhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*.

³⁰ Ibid., 141.

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah singkat Bank Syariah Indonesia Magetan

Industri perbankan di Indonesia mencatat sejarah baru dengan hadirnya PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) yang resmi lahir pada tanggal 1 Februari 2021 atau bertepatan pada tanggal 19 Jumadil Akhir 1442 yang diresmikan langsung oleh Presiden Joko Widodo yang dilaksanakan di istana merdeka. Bank Syariah Indonesia merupakan Bank hasil merger antara PT Bank BRI Syariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri dan juga PT Bank BNI Syariah. OJK (Otoritas Jasa Keuangan) secara resmi mengeluarkan izin merger pada tiga usaha Bank Syariah tersebut pada tanggal 27 Januari 2021 melalui surat Nomor SR-3/PB.1/2021. Yang selanjutnya pada tanggal 1 Februari, Bapak Presiden Joko Widodo meresmikan adanya BSI (Bank Syariah Indonesia). Penggabungan ini memberikan layanan lebih lengkap, jangkauan luas, serta kapasitas permodalan yang baik. Dan didukung sinergi dengan perusahaan serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN. Bank Syariah Indonesia diimbau agar bersaing dalam skala global. Penggabungan ketiga bank ini merupakan upaya yang dilakukan untuk menempa satu bank yang menjadi kebanggaan bangsa dan bertindak sebagai kekuatan baru untuk pertumbuhan ekonomi dalam skala yang lebih besar. Keberadaan Bank Syariah di Indonesia juga mewakili wajah

modern, internasional, dan bermanfaat bagi perbankan syariah di Indonesia dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (*Rahmatan Lil 'Aalamiin*).¹

Sebelum Bank Syariah digabung menjadi Bank Syariah Indonesia, dulunya tempat BSI KCP Magetan MT Haryono 1 adalah Bank Syariah Mandiri (BSM), dan BSI KCP Magetan MT Haryono 2 ini adalah Bank Rakyat Indonesia Syariah (BRIS), letak kedua kantor bank berada di jalan yang sama yaitu jalan MT Haryono Kecamatan Magetan. Lokasi yang berdekatan ini dikarenakan masa sewa belum habis dan apabila masa sewa sudah habis kemungkinan besar akan menjadi satu kantor bank, hal ini tergantung pada manajemen perusahaan.²

2. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia³

a. Visi

Top 10 Global *Islamic Bank*

b. Misi

- 1) Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia.
- 2) Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham.

¹ Bank Syariah Indonesia, dalam https://ir.bankbsi.co.id/corporate_history.html , (diakses pada tanggal 25 Februari 2023, jam 08.18).

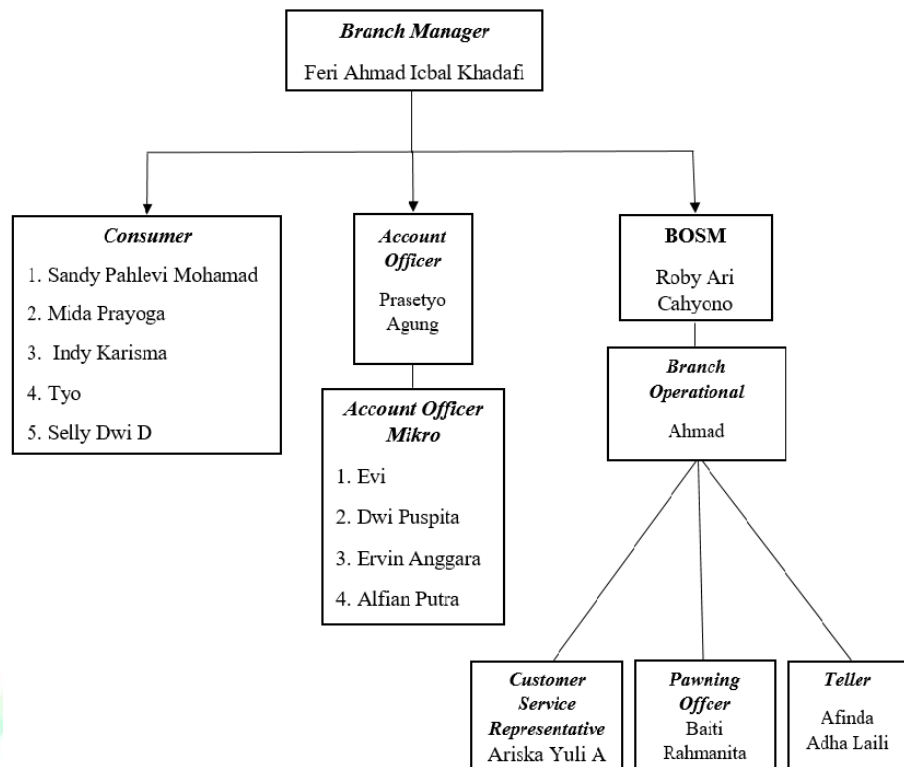
² Ernawati, *Wawancara*, 2 Desember 2022.

³ Bank Syariah Indonesia, dalam https://ir.bankbsi.co.id/vision_mission.html , (diakses pada tanggal 25 Februari 2023, jam 09.34).

- 3) Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia.

3. Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia

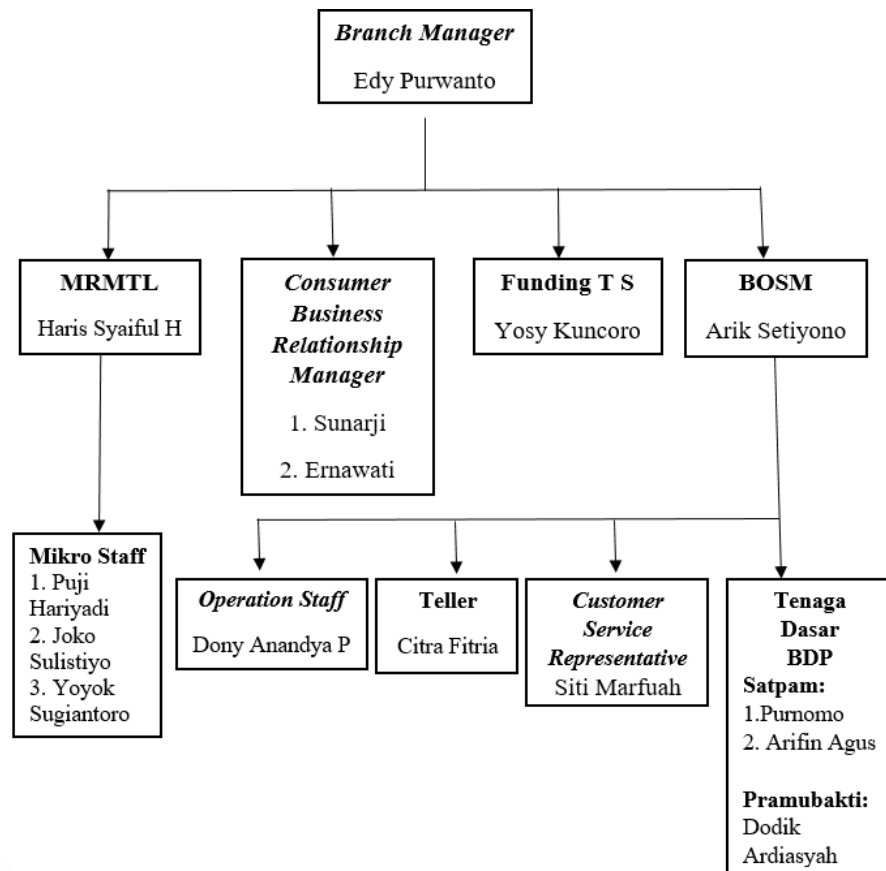
a. Struktur Organisasi BSI KCP Magetan 1



Gambar 4. 1

Struktur Organisasi BSI KCP Magetan 1

b. Struktur Organisasi BSI KCP Magetan 2



Gambar 4. 2

Struktur Organisasi BSI KCP Magetan 2

4. *Job Description*

Adapun penjabaran tugas dan wewenang pada setiap jabatan di Bank Syariah Indonesia KCP Magetan adalah sebagai berikut:⁴

a. Teller

bertugas untuk memeriksa kelengkapan untuk kegiatan teller seperti mesin hitung uang, lampu UV, dan juga kalkulator, menerima setoran nasabah, menerima penarikan rekening nasabah, melakukan

⁴ Ernawati, Wawancara, 2 Desember 2022.

pemindahan antar rekening bank, melakukan transfer melalui menu teller, melakukan pembayaran dan juga tugas teller yaitu memeriksa keaslian uang yang diterima.

b. *Customer Service (CS)*

Tugas customer service adalah melayani nasabah dan juga melayani tutup rekening nasabah, melayani pendaftaran mobile banking, melayani sistem pengaktifan ATM, melayani segala bentuk complain nasabah, dan cross selling (penjualan produk) akan tetapi penjualan produk sesuai dengan job description customer service.

c. *Micro Staff*

Dimana untuk job description micro staff yaitu mencari nasabah pembiayaan KUR maupun reguler dengan target minimal Rp. 300.000.000 per bulan, dan juga melakukan kunjungan setelah pencairan dana fungsinya yaitu untuk memastikan dana nasabah yang digunakan itu sesuai dengan akad pembiayaan yang ada, melakukan monitoring terhadap pembiayaan terkait masalah setoran atau juga penagihan angsuran apabila sudah jatuh pada tempo yang telah disepakati.

d. *MRLTM (Marketing Relationship Team Leader)*

Untuk tugas tim *Marketing Relationship Team Leader (MRLTM)* adalah mengkoordinir stafnya untuk mencari nasabah pembiayaan KUR maupun reguler, mencari target bisnis dan melakukan

pencairan, bertanggung jawab atas kegiatan semua anggota tim mikro yang ada di kantor KCP Magetan.

e. CMRM (*Consumer Banking Retail Manager*)

Dimana dalam dunia perbankan syariah tugas CBRM (*Consumer Banking Retail Manager*) yaitu memasarkan produk-produk yang ada pada Bank Syariah selain produk pembiayaan KUR seperti griya, dana pensiun, pra pensiun, atau juga sesuai dengan beban target dan juga tanggung jawab atas pembiayaan tersebut.

B. Hasil Pengujian Instrumen (Validitas dan Reliabilitas)

Pengujian validitas dan reliabilitas di uji menggunakan *software* SPSS versi 23. Berikut adalah hasil dari uji validitas dan reliabilitas yang dilakukan kepada 49 responden pada UMKM pengolahan kulit Kecamatan Magetan.

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sampai sejauh mana suatu kuesioner yang diajukan dapat menggali data atau informasi yang diperlukan.⁵ Uji validitas dikatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,275) maka pernyataan tersebut valid.⁶ Dalam penghitungan ini penulis memakai 49 responden. Berikut hasil uji validitas:

⁵ Wijayanti Daniar Paramita, *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*, 73.

⁶ Astarina, *Metodologi Penelitian*, 134.

Tabel 4. 1
Hasil Uji Validitas Variabel Promosi

Pernyataan	r_{hitung}	Pernyataan	r_{hitung}
X _{1.1}	0,775	X _{1.5}	0,652
X _{1.2}	0,722	X _{1.6}	0,739
X _{1.3}	0,697	X _{1.7}	0,672
X _{1.4}	0,714	X _{1.8}	0,621

Sumber: data primer diolah, dengan SPSS 23

Berdasarkan Tabel 4.1 terdapat 8 item pernyataan mengenai variabel promosi. Semua item menunjukkan $R_{hitung} > R_{tabel}$ (0,275) maka semua pernyataan dinyatakan valid.

Tabel 4. 2
Hasil Uji Validitas Variabel Pengetahuan

Pernyataan	r_{hitung}	Pernyataan	r_{hitung}
X _{2.1}	0,742	X _{2.4}	0,638
X _{2.2}	0,749	X _{2.5}	0,595
X _{2.3}	0,553	X _{2.6}	0,726

Sumber: data primer diolah, dengan SPSS 23

Berdasarkan Tabel 4.2 terdapat 6 item pernyataan mengenai variabel pengetahuan. Semua item menunjukkan $R_{hitung} > R_{tabel}$ (0,275) maka semua pernyataan dinyatakan valid.

Berdasarkan Tabel 4.3 terdapat 10 item pernyataan mengenai variabel lokasi. Semua item menunjukkan $R_{hitung} > R_{tabel}$ (0,275) maka semua pernyataan dinyatakan valid.

Tabel 4. 3
Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi

Pernyataan	r_{hitung}	Pernyataan	r_{hitung}
X _{3.1}	0,616	X _{3.6}	0,407
X _{3.2}	0,515	X _{3.7}	0,474
X _{3.3}	0,692	X _{3.8}	0,608
X _{3.4}	0,619	X _{3.9}	0,608
X _{3.5}	0,449	X _{3.10}	0,678

Sumber: data primer diolah, dengan SPSS 23

Tabel 4. 4
Hasil Uji Validitas Variabel Minat

Pernyataan	r_{hitung}	Pernyataan	r_{hitung}
Y ₁	0,769	Y ₅	0,650
Y ₂	0,743	Y ₆	0,657
Y ₃	0,806	X ₇	0,772
Y ₄	0,697	X ₈	0,760

Sumber: data primer diolah, dengan SPSS 23

Berdasarkan Tabel 4.4 terdapat 8 item pernyataan mengenai variabel minat. Semua item menunjukkan $R_{hitung} > R_{tabel}$ (0,275) maka semua pernyataan dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menggunakan uji statistik *Cronbach's Alpha* dimana suatu variabel dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,6$. Berikut adalah hasil uji reliabilitas yang telah dilakukan:

Tabel 4. 5
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's alpha</i>	Variabel	<i>Cronbach's alpha</i>
Promosi	0,861	Lokasi	0,770
Pengetahuan	0,755	Minat	0,876

Sumber: data primer diolah, dengan SPSS 23

Uji reliabilitas pada Tabel 4.5 menunjukkan bahwa variabel yang telah di uji reliabel memiliki nilai 0,861 variabel promosi, 0,755 variabel pengetahuan, 0,770 variabel lokasi dan 0,876 variabel minat. Hasil pengujian dinyatakan reliabel karena nilai *cronbach's alpha* $> 0,6$.

C. Hasil Pengujian Deskripsi

1. Hasil Pengujian Deskripsi Responden

Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada pelaku UMKM pengolahan kulit yang ada di Kecamatan Magetan. Karakteristik responden dalam penelitian ini dibagi menjadi lima yaitu jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, dan lama usaha.

a. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Responden dikelompokkan menjadi dua kelompok yaitu laki-laki dan perempuan. Untuk mengetahui proporsi jenis kelamin dengan jelas maka dapat dilihat pada Tabel 4.6. Berdasarkan Tabel 4.6 dapat diketahui bahwa sebanyak 43 responden dengan persentase 87,8% berjenis kelamin laki-laki dan sisanya 6 responden dengan persentase 12,2% berjenis kelamin perempuan. Jadi jenis

kelamin pelaku UMKM pengolahan kulit di Kecamatan Magetan yang paling dominan adalah laki-laki.

Tabel 4. 6
Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid Laki-laki	0,43	87,8	87,8	87,8
Perempuan	0,6	12,2	12,2	100,0
Total	0,49	100,0	100,0	

Sumber: data primer diolah, dengan SPSS 23

b. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4. 7
Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia

	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid 20-30 tahun	0,7	14,3	14,3	14,3
31-40 tahun	0,18	36,7	36,7	51,0
41-50 tahun	0,16	32,7	32,7	83,7
51-60 tahun	0,8	16,3	16,3	100,0
Total	0,49	100,0	100,0	

Sumber: data primer diolah, dengan SPSS 23

Responden dikelompokkan menjadi empat kategori yaitu 20-30 tahun, 31-40 tahun, 41-50 tahun, 51-60 tahun. Berdasarkan Tabel 4.7 dapat diketahui bahwa responden yang berusia 20-30 tahun sebanyak 7 dengan persentase 14,3%, 31-40 sebanyak 18 responden dengan persentase 36,7%, 41-50 sebanyak 16 responden dengan

persentase 32,7%, 51-60 sebanyak 8 responden dengan persentase 16,3%. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa mayoritas responden berusia 31-40. Jadi usia pelaku UMKM pengolahan kulit di Kecamatan Magetan yang paling dominan adalah 31-40 tahun.

c. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tabel 4. 8

Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	SMP	0,9	18,4	18,4	18,4
	SMA	0,40	81,6	81,6	100,0
	Total	0,49	100,0	100,0	

Sumber: data primer diolah, dengan SPSS 23

Berdasarkan Tabel 4.8 dapat diketahui bahwa responden yang berpendidikan terakhir SMP sebanyak 9 responden dengan persentase 18,4% dan SMA sebanyak 40 responden dengan persentase 81,6. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa mayoritas responden memiliki pendidikan terakhir SMA. Jadi pendidikan terakhir pelaku UMKM pengolahan kulit di Kecamatan Magetan yang paling dominan adalah SMA.

d. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan Tabel 4.8 dapat diketahui bahwa responden dengan pekerjaan penyamakan kulit sebanyak 29 responden dengan persentase 59,2%, dan pengrajin kulit sebanyak 20 responden dengan persentase 40,8%. Jadi pekerjaan pelaku UMKM

pengolahan kulit di Kecamatan Magetan yang paling dominan adalah penyamakan kulit.

Tabel 4. 9
Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan

	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid Penyamakan Kulit	0,29	59,2	59,2	59,2
Pengrajin Kulit	0,20	40,8	40,8	100,0
Total	0,49	100,0	100,0	

Sumber: data primer diolah, dengan SPSS 23

e. Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Usaha

Tabel 4. 10
Klasifikasi Responden Berdasarkan Lama Usaha

	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid 1-10 tahun	0,46	93,9	93,9	93,9
11-20 tahun	0,3	6,1	6,1	100,0
Total	0,49	100,0	100,0	

Sumber: data primer diolah, dengan SPSS 23

Berdasarkan data Tabel 4.10 dapat diketahui bahwa responden dengan lama usaha 1-10 tahun sebanyak 46 responden dengan persentase 93,9% dan 11-20 tahun sebanyak 3 responden dengan persentase 6,1% responden. Jadi lama usaha pelaku UMKM pengolahan kulit di Kecamatan Magetan yang paling dominan adalah 1-10 tahun.

2. Hasil Pengujian Deskripsi Data Penelitian

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari promosi (X_1), pengetahuan (X_2) dan lokasi (X_3) sebagai variabel bebas. Dan variabel minat (Y) sebagai variabel terikat. Pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini dan telah dibagikan kepada responden diperoleh hasil sebagai berikut:

a. Hasil skor kuesioner variabel promosi (X_1)

Tabel 4. 11

Skor Kuesioner Variabel Promosi (X_1)

No.Item	STS (1)		TS (2)		S (3)		SS (4)	
	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
X1.1	0	0,0	7	14,3	20	40,8	22	44,9
X1.2	0	0,0	3	6,1	19	38,8	27	55,1
X1.3	0	0,0	5	10,2	22	44,9	22	44,9
X1.4	0	0,0	5	10,2	22	44,9	22	44,9
X1.5	0	0,0	3	6,1	23	46,9	22	44,9
X1.6	1	2,0	1	2,0	21	42,9	25	51,0
X1.7	0	0,0	3	6,1	24	49,0	22	44,9
X1.8	0	0,0	1	2,0	25	51,0	23	46,9

Berdasarkan data pada Tabel 4.11 hasil uji skor kuesioner responden pada variabel promosi (X_1) diketahui bahwa pernyataan yang paling dominan direspon oleh pelaku UMKM pengolahan kulit di Kecamatan Magetan terdapat pada item pernyataan nomor 2 dengan jumlah yang menyatakan “Sangat Setuju” sebanyak 22 responden dengan persentase 55,1%, “Setuju” sebanyak 19 responden dengan persentase

38,8%, “Tidak Setuju” sebanyak 3 responden dengan persentase 6,1%.

b. Hasil skor kuesioner variabel pengetahuan (X_2)

Tabel 4. 12

Skor Kuesioner Variabel Pengetahuan (X_2)

No.Item	STS (1)		TS (2)		S (3)		SS (4)	
	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
X2.1	1	2,0	5	10,2	20	40,8	23	46,9
X2.2	0	0,0	4	8,2	21	42,9	24	49,0
X2.3	0	0,0	3	6,1	29	59,2	17	34,7
X2.4	0	0,0	5	10,2	28	57,1	16	32,7
X2.5	0	0,0	1	2,0	27	55,1	21	42,9
X2.6	0	0,0	7	14,3	21	42,9	21	42,9

Berdasarkan data pada Tabel 4.12 hasil uji skor kuesioner responden pada variabel pengetahuan (X_2) diketahui bahwa pernyataan yang paling dominan direspon oleh pelaku UMKM pengolahan kulit di Kecamatan Magetan terdapat pada item pernyataan nomor 3 dengan jumlah yang menyatakan “Sangat Setuju” sebanyak 17 responden dengan persentase 34,7%, “Setuju” sebanyak 29 responden dengan persentase 59,2%, “Tidak Setuju” sebanyak 3 responden dengan persentase 6,1%.

c. Hasil skor kuesioner variabel lokasi (X_3)

Berdasarkan data pada Tabel 4.13 hasil uji skor kuesioner responden pada variabel lokasi (X_3) diketahui bahwa

pernyataan yang paling dominan direspon oleh pelaku UMKM pengolahan kulit di Kecamatan Magetan terdapat pada item pernyataan nomor 6 dengan jumlah yang menyatakan “Sangat Setuju” sebanyak 13 responden dengan persentase 26,5%, “Setuju” sebanyak 34 responden dengan persentase 69,4%, “Tidak Setuju” sebanyak 2 responden dengan persentase 4,1%.

Tabel 4. 13

Skor Kuesioner Variabel Lokasi (X₃)

No.Item	STS (1)		TS (2)		S (3)		SS (4)	
	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
X3.1	0	0,0	5	10,2	21	42,9	23	46,9
X3.2	0	0,0	1	2,0	23	46,9	25	51,0
X3.3	0	0,0	2	4,1	22	44,9	25	51,0
X3.4	0	0,0	2	4,1	28	57,1	19	38,8
X3.5	0	0,0	1	2,0	33	67,3	15	30,6
X3.6	0	0,0	2	4,1	34	69,4	13	26,5
X3.7	0	0,0	3	6,1	32	65,3	14	28,6
X3.8	0	0,0	2	4,1	29	59,2	18	36,7
X3.9	0	0,0	2	4,1	28	57,1	19	38,8
X3.10	0	0,0	5	10,2	26	53,1	18	36,7

d. Hasil skor kuesioner variabel minat (Y)

Berdasarkan data pada Tabel 4.14 hasil uji skor kuesioner responden pada variabel promosi (Y) diketahui bahwa pernyataan yang paling dominan direspon oleh pelaku UMKM pengolahan kulit di Kecamatan Magetan terdapat pada item pernyataan nomor 5 dengan jumlah yang menyatakan

“Sangat Setuju” sebanyak 18 responden dengan persentase 36,7%, “Setuju” sebanyak 28 responden dengan persentase 57,1%, “Tidak Setuju” sebanyak 3 responden dengan persentase 6,1%.

Tabel 4. 14

Skor Kuesioner Variabel Minat (Y)

No.Item	STS (1)		TS (2)		S (3)		SS (4)	
	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
Y1	7	14,3	17	30,6	27	55,1	-	-
Y2	0	0,0	4	8,2	25	51,0	20	40,8
Y3	1	2,0	3	6,1	18	36,7	27	55,1
Y4	0	0,0	5	10,2	24	49,0	20	40,8
Y5	0	0,0	3	6,1	28	57,1	18	36,7
Y6	0	0,0	3	6,1	25	51,0	21	42,9
Y7	0	0,0	3	6,1	21	42,9	25	51,0
Y8	0	0,0	1	2,0	22	44,9	26	53,1

D. Hasil Pengujian Hipotesis

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel 4. 15

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		<i>Unstandardized Residual</i>
<i>N</i>		0,49
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	0,000
	<i>Std.</i>	
	<i>Deviation</i>	2,106
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	0,063
	<i>Positive</i>	0,053
	<i>Negative</i>	-0,063
<i>Test Statistic</i>		0,063
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		0,200 ^{c,d}

Sumber: data primer diolah, dengan SPSS 23

Berdasarkan hasil uji normalitas pada Tabel 4.15 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar $0,200 > 0,05$. Jadi dapat disimpulkan bawah pengujian normalitas berdistribusi normal atau terpenuhi.

b. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada Tabel 4.16 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi variabel promosi 0,429, pengetahuan 0,088 dan lokasi 0,328 lebih dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi kasus heteroskedastisitas.

Tabel 4. 16
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	0,825	1,909		0,432	0,668
Promosi	0,068	0,085	0,199	0,798	0,429
Pengetahuan	-0,213	0,122	-0,417	-1,747	0,088
Lokasi	0,096	0,097	0,245	0,988	0,328

Sumber: data primer diolah, dengan SPSS 23

c. Uji Multikolinieritas

Tabel 4. 17
Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Promosi	0,334	2,995
Pengetahuan	0,363	2,758
Lokasi	0,335	2,981

Sumber: data primer diolah, dengan SPSS 23

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas pada Tabel 4.17 dapat diketahui nilai VIF promosi 2,995, pengetahuan 2,758, dan lokasi 2,981. Karena nilai VIF <10 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi kasus multikolinieritas.

d. Uji Autokorelasi

Tabel 4. 18

Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0,827 ^a	0,685	0,664	2,175	1,824

Sumber: data primer diolah, dengan SPSS 23

Berdasarkan hasil uji Autokorelasi pada tabel 4.18 dapat diketahui bahwa nilai *Durbin Watson* sebesar 1, 824 dan nilai dU 1,413. Karena nilai $dU < DW < 4 - dU$ atau $1,413 < 1,824 < 2, 587$ maka dapat disimpulkan tidak terjadi kasus autokorelasi.

2. Analisis Regresi Linier Sederhana

a. Hasil Uji Pengaruh Promosi Terhadap Minat

1) Model Regresi

Tabel 4. 19

Hasil Uji Pengaruh Promosi terhadap Minat

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7,240	2,627		2,756	0,008
Promosi	0,735	0,096	0,744	7,640	0,000

Sumber: data primer diolah, dengan SPSS 23

Berdasarkan pada Tabel 4.19 dapat diketahui bahwa model regresi persamaan sebagai berikut:

$$Y = 7,240 + 0,735X_1 + \epsilon$$

Keterangan :

a) Konstanta (b_0)

Nilai konstanta (b_0) sebesar 7,240 menunjukkan bahwa apabila variabel *independen* promosi nol atau tidak ada maka rata-rata minat sebesar 7,240 satuan.

b) Konstanta (b_1) untuk variabel promosi

Besarnya nilai koefisien regresi (b_1) sebesar 0,735 dapat diartikan bahwa variabel promosi mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel minat. Artinya, ketika promosi meningkat maka minat akan mengalami peningkatan. Lebih jauh, jika promosi ditingkatkan 1 satuan maka minat akan mengalami kenaikan sebesar 0,735 satuan.

c) Uji t

Uji ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel *independen* X_1 terhadap Y . Hipotesis yang digunakan untuk uji t ini adalah :

H_{a1} : Promosi berpengaruh terhadap minat UMKM pengolahan kulit menggunakan pembiayaan BSI KUR di Bank Syariah Indonesia KCP Magetan.

H_{01} : Promosi tidak berpengaruh terhadap minat UMKM pengolahan kulit menggunakan

pembiayaan BSI KUR di Bank Syariah Indonesia KCP Magetan.

Berdasarkan Tabel 4.19 diketahui nilai signifikansi uji t sebesar $0,000 < 0,05$ ($\alpha=5\%$) sehingga H_{a1} diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara promosi terhadap minat UMKM pengolahan kulit menggunakan pembiayaan BSI KUR di Bank Syariah Indonesia KCP Magetan.

2) Koefisien Determinasi

Tabel 4. 20

Model Summary X_1 terhadap Y

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,744 ^a	0,554	0,544	2,531

Sumber: data primer diolah, dengan SPSS 23

Berdasarkan Tabel 4.20 dapat diketahui bahwa nilai $R = 0,744$ menunjukkan bahwa adanya hubungan positif antara promosi terhadap minat. Nilai $R\ square = 0,554$ menunjukkan bahwa promosi memiliki pengaruh terhadap minat sebesar 55,4% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

b. Hasil Uji Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat

1) Model Regresi

Tabel 4. 21

Hasil Uji Pengaruh Pengetahuan terhadap Minat

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6,384	3,042		2,098	0,041
Pengetahuan	1,040	0,151	0,708	6,872	0,000

Sumber: data primer diolah, dengan SPSS 23

Berdasarkan pada Tabel 4.21 dapat diketahui bahwa model regresi persamaan sebagai berikut:

$$Y = 6,384 + 1,040X_2 + \epsilon$$

Keterangan :

a) Konstanta (b_0)

Nilai konstanta (b_0) sebesar 6,384 menunjukkan bahwa apabila variabel *independen* pengetahuan nol atau tidak ada maka rata-rata minat sebesar 6,384 satuan.

b) Konstanta (b_1) untuk variabel pengetahuan

Besarnya nilai koefisien regresi (b_2) sebesar 1,040 dapat diartikan bahwa variabel pengetahuan mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel minat. Artinya, ketika pengetahuan meningkat maka minat akan mengalami peningkatan. Lebih jauh, jika pengetahuan ditingkatkan 1

satuan maka minat akan mengalami kenaikan sebesar 1,040 satuan.

c) Uji t

Uji ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel *independen* X_2 terhadap Y . Hipotesis yang digunakan untuk uji t ini adalah :

H_{a2} : Pengetahuan berpengaruh terhadap minat UMKM pengolahan Kulit menggunakan pembiayaan BSI KUR di Bank Syariah Indonesia KCP Magetan.

H_{02} : Pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat UMKM pengolahan Kulit menggunakan pembiayaan BSI KUR di Bank Syariah Indonesia KCP Magetan.

Berdasarkan Tabel 4.21 diketahui nilai signifikansi uji t sebesar $0,000 < 0,05$ ($\alpha=5\%$) sehingga H_{a2} diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara pengetahuan terhadap minat UMKM pengolahan kulit menggunakan pembiayaan BSI KUR di Bank Syariah Indonesia KCP Magetan

2) Koefisien determinasi

Tabel 4. 22

Model Summary X₂ terhadap Y

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,708 ^a	0,501	0,491	2,677

Sumber: data primer diolah, dengan SPSS 23

Berdasarkan Tabel 4.22 dapat diketahui bahwa nilai R = 0,708 menunjukkan bahwa adanya hubungan positif antara pengetahuan terhadap minat. Nilai R square = 0,501 yang menunjukkan bahwa pengetahuan memiliki pengaruh terhadap minat sebesar 50,1% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

c. Hasil Uji Pengaruh Lokasi Terhadap Minat

1) Model Regresi

Tabel 4. 23

Hasil Uji Pengaruh Lokasi terhadap Minat

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-2,986	3,336		-0,895	0,375
Lokasi	0,903	0,100	0,798	9,069	0,000

Sumber: data primer diolah, dengan SPSS 23

Berdasarkan pada Tabel 4.23 dapat diketahui bahwa model regresi persamaan sebagai berikut:

$$Y = -2,986 + 0,903X_3 + \varepsilon$$

Keterangan :

a) Konstanta (b_0)

Nilai konstanta (b_0) sebesar -2,986 menunjukkan bahwa apabila variabel *independen* lokasi nol atau tidak ada maka rata-rata minat sebesar -2,986 satuan.

b) Konstanta (b_3) untuk variabel lokasi

Besarnya nilai koefisien regresi (b_3) sebesar 0,903 dapat diartikan bahwa variabel lokasi mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel minat. Artinya, ketika lokasi meningkat maka minat akan mengalami peningkatan. Lebih jauh, jika lokasi ditingkatkan 1 satuan maka minat akan mengalami kenaikan sebesar 0,903 satuan.

c) Uji t

Uji ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel *independen* X_3 terhadap Y . Hipotesis yang digunakan untuk uji t ini adalah :

H_{a3} : Lokasi berpengaruh terhadap minat UMKM pengolahan kulit menggunakan pembiayaan BSI KUR di Bank Syariah Indonesia KCP Magetan.

H_{03} : Lokasi tidak berpengaruh terhadap minat UMKM pengolahan kulit menggunakan pembiayaan BSI KUR di Bank Syariah Indonesia KCP Magetan.

Berdasarkan Tabel 4.23 diketahui nilai signifikansi uji t sebesar $0,000 < 0,05$ ($\alpha=5\%$) sehingga H_{a3} diterima. Jadi

dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara lokasi terhadap minat UMKM pengolahan kulit menggunakan pembiayaan BSI KUR di Bank Syariah Indonesia KCP Magetan.

2) Koefisien determinasi

Tabel 4. 24

Model Summary X₃ terhadap Y

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,798 ^a	0,636	0,629	2,286

Berdasarkan Tabel 4.24 dapat diketahui bahwa nilai R = 0,798 menunjukkan bahwa adanya hubungan positif antara lokasi dan minat. Nilai R square = 0,636 yang menunjukkan bahwa pengetahuan memiliki pengaruh terhadap minat sebesar 63,6% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

a. Model Regresi

Tabel 4. 25
Hasil Regresi Linier Berganda X_1 , X_2 , dan X_3 terhadap Y

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-2,498	3,204		-0,780	0,440
Promosi	0,249	0,143	0,252	1,743	0,088
Pengetahuan	0,221	0,204	0,150	1,080	0,286
Lokasi	0,554	0,164	0,490	3,388	0,001

Sumber: data primer diolah, dengan SPSS 23

a) Konstanta (b_1) untuk variabel promosi

Besarnya nilai koefisien regresi (b_1) sebesar 0,249 dapat diartikan bahwa variabel promosi mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel minat. Artinya, ketika promosi meningkat maka minat akan mengalami peningkatan. Lebih jauh, jika promosi ditingkatkan 1 satuan maka minat akan mengalami kenaikan sebesar 0,249 satuan dengan asumsi variabel lain tetap.

b) Konstanta (b_2) untuk variabel pengetahuan

Besarnya nilai koefisien regresi (b_2) sebesar 0,221 dapat diartikan bahwa variabel pengetahuan mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel minat. Artinya, ketika pengetahuan meningkat maka minat akan mengalami

peningkatan. Lebih jauh, jika pengetahuan ditingkatkan 1 satuan maka minat akan mengalami kenaikan sebesar 0,221 satuan dengan asumsi variabel lain tetap.

c) Konstanta (b_3) untuk variabel lokasi

Besarnya nilai koefisien regresi (b_3) sebesar 0,554 dapat diartikan bahwa variabel lokasi mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel minat. Artinya, ketika lokasi meningkat maka minat akan mengalami peningkatan. Lebih jauh, jika lokasi ditingkatkan 1 satuan maka minat akan mengalami kenaikan sebesar 0,554 satuan dengan asumsi variabel lain tetap.

b. Uji F

Uji ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel *independen* X_1 , X_2 , dan X_3 terhadap Y secara bersama-sama atau simultan. Hipotesis yang digunakan sebagai berikut:

H_{a4} : Promosi, pengetahuan, dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap minat UMKM pengolahan kulit menggunakan pembiayaan BSI KUR di Bank Syariah Indonesia KCP Magetan.

H_{04} : Promosi, pengetahuan, dan lokasi tidak berpengaruh terhadap minat UMKM pengolahan kulit menggunakan pembiayaan BSI KUR di Bank Syariah Indonesia KCP Magetan.

Tabel 4. 26

Hasil Uji F

Model	<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
1 <i>Regression</i>	462,382	3	154,127	32,580	0,000 ^b
<i>Residual</i>	212,884	45	4,731		
<i>Total</i>	675,265	48			

Sumber: data primer diolah, dengan SPSS 23

Berdasarkan Tabel 4.26 diketahui bahwa nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Karena nilai sig lebih kecil dari 0,05 maka H_{a4} diterima dan dapat disimpulkan bahwa promosi, pengetahuan, dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap minat pelaku UMKM pengolahan kulit menggunakan pembiayaan BSI KUR di Bank Syariah Indonesia.

c. Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Tabel 4. 27

Hasil Koefisien Determinasi (Uji R^2)**Model Summary^b**

Model	R	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>	<i>Durbin-Watson</i>
1	0,827 ^a	0,685	0,664	2,175	1,824

Sumber: data primer diolah, dengan SPSS 23

Berdasarkan Tabel 4.27 diketahui bahwa nilai R 0,827 yang menunjukkan bahwa promosi, pengetahuan, dan lokasi secara bersama-sama memiliki hubungan yang cukup kuat dengan minat. Untuk nilai $R\ Square = 0,685$ atau 68,5%. Hal ini menunjukkan

bahwa kemampuan variabel independen yang terdiri dari promosi, pengetahuan, dan lokasi hanya mampu menjelaskan atau mempengaruhi variabel dependen minat sebesar 68,5% sisanya 32,5% dipengaruhi oleh faktor lain diluar model.

4. Variabel Paling Dominan

Untuk menghitung besarnya kontribusi masing-masing variabel dapat dilihat pada Tabel 4.28

Tabel 4. 28
Variabel Paling Dominan

Variabel	Beta	Koefisien korelasi	R Square
Promosi (X ₁)	0,249	0,744	0,685
Pengetahuan (X ₂)	0,221	0,708	
Lokasi (X ₃)	0,554	0,798	

Sumber: data primer diolah, dengan SPSS 23

Menghitung sumbangan efektif masing-masing variabel

$$\text{a. Sumbangan (X}_1\text{)} = \text{Bata X}_1 \cdot \text{Koefisien Korelasi X}_1 \cdot 100\%$$

$$= 0,249 \cdot 0,744 \cdot 100\%$$

$$= 18,6 \%$$

$$\text{b. Sumbangan (X}_2\text{)} = \text{Bata X}_2 \cdot \text{Koefisien Korelasi X}_2 \cdot 100\%$$

$$= 0,221 + 0,708 \cdot 100\%$$

$$= 15,6\%$$

$$\begin{aligned} \text{c. Sumbangan (X}_3\text{)} &= \text{Bata X}_3 \cdot \text{Koefisien Korelasi X}_3 \\ &\cdot 100\% \end{aligned}$$

$$= 0,554 \cdot 0,798 \cdot 100\%$$

$$= 44,2\%$$

$$\begin{aligned} \text{d. Sumbangan (X}_1\text{ + X}_2\text{ + X}_3\text{)} &= \text{Sumbangan X}_1 + \text{Sumbangan X}_2 + \\ &\text{Sumbangan X}_3 \end{aligned}$$

$$= 18,6\% + 15,6\% + 44,2\%$$

$$= 78,4\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan diketahui bahwa variabel promosi sebesar 18,6%, pengetahuan 15,6%, dan lokasi 44,2%, dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel yang paling dominan adalah lokasi dengan besaran kontribusi terhadap variabel minat sebesar 44,2%.

E. Pembahasan

1. Pengaruh promosi terhadap minat UMKM pengolahan kulit menggunakan pembiayaan BSI KUR di BSI KCP Magetan

Hubungan antara variabel promosi dengan variabel minat yaitu promosi merupakan salah satu faktor yang mampu mempengaruhi variabel minat. Ketika suatu bank dapat memberikan promosi dengan baik mengenai produk dari bank tersebut, maka semakin tinggi pula keinginan untuk menggunakan produk yang dipromosikan sehingga dapat menimbulkan minat.⁷

⁷ Kotler dan Lane Keller, *Marketing Management*, 265.

Pengujian hipotesis yang dilakukan dengan SPSS 23 dapat disimpulkan bahwa variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap minat UMKM pengolahan kulit Kecamatan Magetan dalam menggunakan pembiayaan BSI KUR, dilakukan dengan uji t yang dapat dilihat pada Tabel 4.19. Berdasarkan hasil uji t nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan H_{a1} diterima, berarti promosi berpengaruh signifikan terhadap minat UMKM pengolahan kulit menggunakan pembiayaan BSI KUR di Bank Syariah Indonesia KCP Magetan. Besarnya nilai koefisien regresi (b_1) sebesar 0,735 dapat diartikan bahwa variabel promosi mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel minat, jika promosi ditingkatkan 1 satuan maka minat akan mengalami kenaikan sebesar 0,735 satuan. Hasil Uji skor kuesioner variabel promosi (X_1) diketahui bahwa pernyataan yang paling dominan direspon oleh pelaku UMKM pengolahan kulit di Kecamatan Magetan terdapat pada item pernyataan nomor 2 dengan jumlah yang menyatakan “Sangat Setuju” sebanyak 22 responden dengan persentase 55,1%, “Setuju” sebanyak 19 responden dengan persentase 38,8%, “ Tidak Setuju” sebanyak 3 responden dengan persentase 6,1%.

Hal ini menunjukkan bahwa minat UMKM pengolahan kulit dalam menggunakan pembiayaan BSI KUR di Bank Syariah Indonesia KCP Magetan dipengaruhi oleh variabel promosi. Hal ini sesuai dengan teori Philip Kotler dan Kevin Lane Keller yang menyebutkan bahwa

promosi merupakan faktor yang mempengaruhi minat.⁸ Didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan Andy Prasetya Budy Nugroho⁹ dan Wahyuddin¹⁰ yang menunjukkan bahwa variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah.

Sehingga diharapkan pihak BSI KCP Magetan mampu mempertahankan dan meningkatkan kegiatan promosi dengan melakukan promosi secara menyeluruh ke sektor UMKM yang ada di Magetan agar dapat meningkatkan minat menggunakan pembiayaan BSI KUR secara signifikan.

2. Pengaruh pengetahuan terhadap minat UMKM pengolahan kulit menggunakan pembiayaan BSI KUR di BSI KCP Magetan

Hubungan antara variabel pengetahuan dengan variabel minat yaitu pengetahuan merupakan salah satu faktor yang mampu mempengaruhi minat.¹¹ Apabila seseorang memiliki pengetahuan yang tinggi terhadap suatu hal, maka dapat menimbulkan suatu keinginan yang dapat mengakibatkan munculnya minat penggunaan.¹²

Pengujian hipotesis yang dilakukan dengan SPSS 23 dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat UMKM pengolahan kulit Kecamatan Magetan dalam

⁸ Ibid.

⁹ Prasetya Budy Nugroho, "Pengaruh Promosi, Pelayanan Dan *Trust* Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Super Mikro PT BRI Unit Polehan (Studi Kasus Pada UMKM Wilayah Polehan.)"

¹⁰ Wahyuddin, "Pengaruh Pengetahuan, Lokasi, Promosi Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah."

¹¹ Kotler dan Lane Keller, *Marketing Management*, 265.

¹² Sumarman, *Perilaku Konsumen*, 147.

menggunakan pembiayaan BSI KUR, dilakukan dengan uji t yang dapat dilihat pada Tabel 4.21. Berdasarkan hasil uji t nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan H_{a2} diterima, berarti pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat UMKM pengolahan kulit menggunakan pembiayaan BSI KUR di Bank Syariah Indonesia KCP Magetan. Besarnya nilai koefisien regresi (b_2) sebesar 1,040 dapat diartikan bahwa variabel pengetahuan mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel minat, jika pengetahuan ditingkatkan 1 satuan maka minat akan mengalami kenaikan sebesar 1,040 satuan. Hasil Uji skor kuesioner variabel pengetahuan (X_2) diketahui bahwa pernyataan yang paling dominan direspon oleh pelaku UMKM pengolahan kulit di Kecamatan Magetan terdapat pada item pernyataan nomor 3 dengan jumlah yang menyatakan “Sangat Setuju” sebanyak 17 responden dengan persentase 34,7%, “Setuju” sebanyak 29 responden dengan persentase 59,2%, “ Tidak Setuju” sebanyak 3 responden dengan persentase 6,1%.

Hal ini menunjukan bahwa minat UMKM pengolahan kulit dalam menggunakan pembiayaan BSI KUR di Bank Syariah Indonesia KCP Magetan dipengaruhi oleh variabel pengetahuan. Hal ini sesuai dengan teori Philip Kotler dan Kevin Lane Keller yang menyebutkan bahwa pengetahuan merupakan faktor yang mempengaruhi minat.¹³

¹³ Kotler dan Lane Keller, *Marketing Management*, 265.

Didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan Khalisa Azmi¹⁴ dan Nurul Hisan¹⁵ yang menunjukkan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk pembiayaan KUR.

Sehingga diharapkan pihak BSI KCP Magetan dalam kegiatan promosinya lebih terperinci dalam menjelaskan suatu produk, agar masyarakat dapat memahami informasi yang didapat sehingga terjalin hubungan yang baik dan menambah pengetahuan mereka mengenai produk pembiayaan BSI KUR.

3. Pengaruh lokasi terhadap minat UMKM pengolahan kulit menggunakan pembiayaan BSI KUR di BSI KCP Magetan

Hubungan antara variabel lokasi dengan variabel minat yaitu variabel lokasi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi variabel minat.¹⁶ Apabila lokasi kantor bank syariah berada di tempat yang strategis dan mudah dijangkau maka hal tersebut akan mempermudah calon nasabah yang akan melakukan kegiatan transaksi sehingga bisa menimbulkan minat.¹⁷

Pengujian hipotesis yang dilakukan dengan SPSS 23 dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap

¹⁴ Azmi, "Pengaruh Persepsi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menggunakan Produk Pembiayaan KUR Mikro Di Bank Syariah Indonesia Pada UMKM Kota Barabai."

¹⁵ Nisan, "Pengaruh Pengetahuan Produk, Religiusitas Dan Norma Subjektif Terhadap Keputusan Masyarakat Menggunakan Produk Bank Syariah Indonesia (BSI) (Di Masyarakat Kecamatan Batukliang Utara Lombok Tengah."

¹⁶ Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, 273.

¹⁷ Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaan Bank*, 129.

minat UMKM pengolahan kulit Kecamatan Magetan dalam menggunakan pembiayaan BSI KUR, dilakukan dengan uji t yang dapat dilihat pada Tabel 4.23. Berdasarkan hasil uji t nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan H_{a1} diterima, berarti lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat UMKM pengolahan kulit menggunakan pembiayaan BSI KUR di Bank Syariah Indonesia KCP Magetan. Besarnya nilai koefisien regresi (b_3) sebesar 0,903 dapat diartikan bahwa variabel lokasi mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel minat, jika lokasi ditingkatkan 1 satuan maka minat akan mengalami kenaikan sebesar 0,903 satuan. Hasil Uji skor kuesioner variabel lokasi (X_3) diketahui bahwa pernyataan yang paling dominan direspon oleh pelaku UMKM pengolahan kulit di Kecamatan Magetan terdapat pada item pernyataan nomor 6 dengan jumlah yang menyatakan “Sangat Setuju” sebanyak 13 responden dengan persentase 26,5%, “Setuju” sebanyak 34 responden dengan persentase 69,4%, “Tidak Setuju” sebanyak 2 responden dengan persentase 4,1%.

Hal ini menunjukkan bahwa minat UMKM pengolahan kulit dalam menggunakan pembiayaan BSI KUR di Bank Syariah Indonesia KCP Magetan dipengaruhi oleh variabel lokasi. Hal ini sesuai dengan teori Muhammad yang menyebutkan bahwa lokasi merupakan faktor yang mempengaruhi minat.¹⁸ Didukung oleh penelitian terdahulu yang

¹⁸ Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, 273.

dilakukan Feby Evelyn dan Wahyuddin¹⁹ yang menunjukkan bahwa variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap variabel minat.²⁰

Lokasi kantor BSI KCP Magetan saat ini berada di tempat yang strategis dan mudah untuk di akses, tetapi agar orang lebih memilih perbankan syariah dari sisi lokasi mungkin pihak bank bisa memperhatikan lokasi halaman depan kantor yang terbilang cukup kecil agar memudahkan dalam memarkir kendaraan.

4. Pengaruh promosi, pengetahuan, dan lokasi terhadap minat UMKM pengolahan kulit menggunakan pembiayaan BSI KUR di BSI KCP Magetan

Berdasarkan uji hipotesis secara simultan menyatakan bahwa variabel promosi (X_1), pengetahuan (X_2), dan lokasi (X_3) berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap minat (Y) UMKM pengolahan kulit menggunakan pembiayaan BSI KUR di Bank Syariah Indonesia KCP Magetan dengan uji F yang dapat dilihat pada Tabel 4.26. Berdasarkan hasil uji F diperoleh hasil dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Karena nilai sig lebih kecil dari 0,05 maka H_{a4} diterima dan H_{04} ditolak, dapat disimpulkan bahwa promosi, pengetahuan, dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap minat UMKM pengolahan kulit Kecamatan Magetan menggunakan pembiayaan BSI KUR di Bank

¹⁹ Wahyuddin, "Pengaruh Pengetahuan, Lokasi, Promosi Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah."

²⁰ Evelyn, "Analisis Pengaruh Promosi, Lokasi, Pelayanan Dan Suku Bunga Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Pada Bank BRI Cabang Kebumen."

Syariah Indonesia KCP Magetan. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa nilai R^2 sebesar 0,685 atau 68,5% dilihat pada Tabel 4.27. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen yang terdiri dari promosi, pengetahuan, dan lokasi hanya mampu menjelaskan atau mempengaruhi variabel dependen minat sebesar 68,5% sisanya 32,5% dipengaruhi oleh faktor lain diluar model.

Besarnya kontribusi variabel promosi sebesar 18,6%, pengetahuan 15,6%, dan lokasi 44,2%, dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel yang paling dominan adalah lokasi dengan besaran konstibusi terhadap variabel minta sebesar 44,2%.

Hal ini sesuai dengan teori Philip Kotler dan Kevin Lane Keller yang menyebutkan bahwa promosi dan pengetahuan merupakan faktor yang mempengaruhi minat.²¹ Serta teori Muhammad yang menyebutkan bahwa lokasi merupakan faktor yang mempengaruhi minat.²²

Sehingga diharapkan pihak BSI KCP Magetan mampu mempertahankan dan meningkatkan kegiatan promosi agar mampu menambah pengetahuan guna meningkatkan minat menggunakan produk pembiayaan BSI KUR. Lokasi kantor berada di tempat yang strategis dan mudah untuk di akses, tetapi agar orang lebih memilih perbankan syariah dari sisi lokasi mungkin pihak bank bisa

²¹ Kotler dan Lane Keller, *Marketing Management*, 265.

²² Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, 273.

memperhatikan lokasi halaman depan kantor yang terbilang cukup kecil agar memudahkan dalam memarkir kendaraan.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi, pengetahuan, dan lokasi terhadap minat UMKM pengolahan kulit Kecamatan Magetan dalam menggunakan pembiayaan BSI KUR di Bank Syariah Indonesia KCP Magetan. Penelitian menggunakan 49 sampel. Berdasarkan data yang telah dikumpulkan dan diuji menggunakan *software* SPSS 23 maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pengaruh promosi terhadap minat UMKM pengolahan kulit menggunakan pembiayaan BSI KUR di BSI KCP Magetan

Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat UMKM pengolahan kulit Kecamatan Magetan dalam menggunakan pembiayaan BSI KUR di BSI KCP Magetan. Besarnya nilai koefisien regresi (b_1) sebesar 0,735 dapat diartikan bahwa variabel promosi mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel minat, jika promosi ditingkatkan 1 satuan maka minat akan mengalami kenaikan sebesar 0,735 satuan.

2. Pengaruh pengetahuan terhadap minat UMKM pengolahan kulit menggunakan pembiayaan BSI KUR di BSI KCP Magetan

Pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat UMKM pengolahan kulit Kecamatan Magetan dalam menggunakan pembiayaan BSI KUR di BSI KCP Magetan. Besarnya nilai koefisien

regresi (b_2) sebesar 1,040 dapat diartikan bahwa variabel pengetahuan mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel minat, jika pengetahuan ditingkatkan 1 satuan maka minat akan mengalami kenaikan sebesar 1,040 satuan.

3. Pengaruh lokasi terhadap minat UMKM pengolahan kulit menggunakan pembiayaan BSI KUR di BSI KCP Magetan

Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat UMKM pengolahan kulit Kecamatan Magetan dalam menggunakan pembiayaan BSI KUR di BSI KCP Magetan. Besarnya nilai koefisien regresi (b_3) sebesar 0,903 dapat diartikan bahwa variabel lokasi mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel minat, jika lokasi ditingkatkan 1 satuan maka minat akan mengalami kenaikan sebesar 0,903 satuan.

4. Pengaruh promosi, pengetahuan, dan lokasi terhadap minat UMKM pengolahan kulit menggunakan pembiayaan BSI KUR di BSI KCP Magetan

Pengujian F atau simultan variabel promosi, pengetahuan, dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat UMKM pengolahan kulit Kecamatan Magetan dalam menggunakan pembiayaan BSI KUR di BSI KCP Magetan. Besarnya nilai koefisien nilai R 0,827 yang menunjukkan bahwa promosi, pengetahuan, dan lokasi secara bersama-sama memiliki hubungan yang cukup kuat dengan minat. Untuk nilai $R\text{ Square} = 0,685$ atau 68,5% hal ini menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen

yang terdiri dari promosi, pengetahuan, dan lokasi hanya mampu menjelaskan atau mempengaruhi variabel dependen minat sebesar 68,5% sisanya 32,5% dipengaruhi oleh faktor lain diluar model.

B. Saran

1. Diharapkan pihak BSI KCP Magetan mampu mempertahankan dan meningkatkan kegiatan promosi dengan melakukan promosi secara menyeluruh ke sektor UMKM yang ada di Magetan agar dapat meningkatkan minat menggunakan pembiayaan BSI KUR secara signifikan
2. Diharapkan pihak BSI KCP Magetan dalam melakukan kegiatan promosi lebih terperinci dalam menjelaskan suatu produk, agar masyarakat dapat memahami informasi yang didapat sehingga terjalin hubungan yang baik dan menambah pengetahuan mereka mengenai produk pembiayaan BSI KUR.
3. Lokasi kantor BSI KCP Magetan saat ini berada di tempat yang strategis dan mudah untuk di akses, tetapi agar orang lebih memilih perbankan syariah dari sisi lokasi mungkin pihak bank bisa memperhatikan lokasi halaman depan kantor yang cenderung sempit dan memperbanyak lokasi mesin ATM.
4. Bagi peneliti selanjutnya disarankan dapat memperluas jangkauan dan memperbanyak sampel agar hasil analisis penelitian lebih akurat. Diharapkan hasil penelitian dapat dijadikan masukan dan pengembangan untuk peneliti selanjutnya.

DAFTAR PUSTKA

- Adam, Pringga. Wawancara, 11 Februari 2023.
- Agung, Rendi. Wawancara, 11 Februari 2023.
- Aisya, Sitti, dan Yohansyah Adiputra Riyadi. “Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kelurahan Siranindi Di Bank Muamalat Indonesia Palu Sulawesi Tengah,” *Jurnal Of Islamic Economic and Business*, Volume 02, Nomor 01, (2020).
- Aldama Widyan, Bella, dan Maulida Nurhidayati. “Pengaruh Display Produk, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Swalayan Surya Mandiri Siwalan Mlarak Ponorogo,” *Journal of Economics and Business Research*, Volume 2, Nomor 2, (2022).
- Anandrianto, dan M. Anang Firmansyah. *Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori Dan Praktek)*. CV. Penerbit Qiara Media, 2019.
- Anisa. “Pengaruh Promosi, Pengetahuan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia KCP Singkut Pada Masyarakat Desa Pelawan Jaya.” Skripsi, Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin, 2021.
- Azmi, Khalisa. “Pengaruh Persepsi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menggunakan Produk Pembiayaan KUR Mikro Di Bank Syariah Indonesia Pada UMKM Kota Barabai.” Skripsi, Universitas Islam Negeri Antasari, 2022.
- Bakhri, Syaeful, Fitrohtul Laeli, dan Moh. Maburi Faozi. “Pengaruh Pengetahuan Dan Promosi Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Pada Santri Pondok Pesantren Ar-Ridwan,” *Jurnal Pengkajian Penelitian Ekonomi dan Hukum Islam*, Volume 6, Nomor 2, (2021).
- Bayu Ramadan, Tri, dan Husna Ni’matul Ulya. “Minat Nasabah Pasar Banaran Terhadap Produk Tabungan Haji Di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Sukowati Sragen,” *An-Nisbah Jurnal Perbankan Syariah*, Volume 4, Nomor 1, (2023).

- Bayu, Tri Ramadan dan Husna Ni'matul Ulya, "Minat Nasabah Pasar Banaran Terhadap Produk Tabungan Haji Di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Sukowati Sragen," *An-Nisbah Jurnal Perbankan Syariah*, Volume 4, Nomor 1, (2023).
- Elvera, dan Yesita Astarina. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: ANDI, 2021.
- Ernawati. Wawancara, 2 Desember 2022.
- Evelyna, Feby. "Analisis Pengaruh Promosi, Lokasi, Pelayanan Dan Suku Bunga Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Pada Bank BRI Cabang Kebumen," *Jurnal Inovasi Penelitian*, Volume 3, Nomor 3, (2022).
- Ferdinand, Agusty. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006.
- Fredekirus. *Pengantar Filsafat Ilmu dan Logika*. Jakarta: Selemba Humanika, 2013.
- Gunawan, Ce. *Mahir Menguasai SPSS Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian*. Deepublish Publisher, 2020.
- Hayati Nasution, Mislal, dan Sutisna. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Internet Banking," *Jurnal Perbankan Syariah*, Volume 1, Nomor 1, (2015).
- Hurriyati, Ratih. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Imam Wahjono, Sentot. *Manajemen Pemasaan Bank*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.
- Kasmir. *Pemasaran Bank Edisi Revisi*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2004.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. *Marketing Management*. Jakarta: Erlangga, 2014.
- Madura. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Selemba Empat, 2007.
- Malik, Abdul, Ahmad Syahrizal, dan Anisah. "Pengaruh Promosi, Pengetahuan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia Kcp Singkut Pada Masyarakat Desa Pelawan Jaya," *Jurnal Margin*, Volume 1, Nomor 1, (2021).

- Martono, Nanang. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2017.
- Matondang, Asnawati. "Pengaruh Antara Minat dan Motivasi Dengan Prestasi Belajar," *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, Volume 2, Nomor 2 (2018).
- Muhammad. *Manajemen Bank Syariah*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, 2011.
- Nana Sucihati, Roos, dan Ddk. "Analisis Pengaruh Promosi, Lokasi, Pelayanan Dan Suku Bunga Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) (Studi Pada Nasabah Bank BRI Desa Jaya Makmur Kecamatan Labangka)," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Volume 8, Nomor 3, (2020).
- Nisan, Nurul. "Pengaruh Pengetahuan Produk, Religiusitas Dan Norma Subjektif Terhadap Keputusan Masyarakat Menggunakan Produk Bank Syariah Indonesia (BSI) (Di Masyarakat Kecamatan Batukliang Utara Lombok Tengah." Skripsi, UIN Mataram, 2021.
- Notoatmodjo. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta, 2010.
- Perdana K, Echo. *Olah Data Skripsi Dengan SPSS 22*. Bangka Beliting: LAB KOM Manajemen FE UBB, 2016.
- Pradesyah, Riyan. "Pengaruh Promosi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Melakukan Transaksi Di Bank Syariah (Studi Kasus Di Desa Rahuning)," *Jurnal Ekonomi Islam*, Volume 1, Nomor 1 , (2020).
- Prasetya Budy Nugroho, Andy. "Pengaruh Promosi, Pelayanan Dan Trust Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Super Mikro PT BRI Unit Polehan (Studi Kasus Pada UMKM Wilayah Polehan)." Skripsi, Universitas Islam Malang, 2022.
- Priyastama, Romie. *The Book Of SPSS Pengolahan & Analisis Data*. Yogyakarta: Aku Anak Hebat Indonesia, 2020.
- Puryadi. Wawancara, 13 Februari 2023.
- Putri Widodo, Eko. *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Lampung: Pustaka Belajar, 2016.

- Rahman Shaleh, Abdul, dan Muhibb Abdul Wahab. *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Prenada Media, 2004.
- Rianto Al Arif, M Nur. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Penerbit Alfabeta, 2012.
- Riyanto, Slamet, dan Aglis Adhita Hatmawan. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2020.
- Sadirman. *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar*. Jakarta: Rajawali Press, 2001.
- Sarwono, Jonathan. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006.
- Sholihah, Qomariyatus. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Malang: UB Press, 2020.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2019.
- Sumarman, Ujang. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Ghalia Indonesia, 2011.
- Supar. Wawancara, 13 Februari 2023.
- Surajiyo. *Filsafat Ilmu dan Perkembangan Indonesia*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013.
- Tjiptono, Fandy, dan Gregorius Chandra. *Service, Quality and Statisfaction*. Yogyakarta: ANDI, 2005.
- Totok. Wawancara, 13 Februari 2023.
- Tri Wahyudi, Setyo. *Statistik Ekonomi Konsep, Teori dan Penerapan*. Malang: UB Press, 2017.
- Wahyuddin. "Pengaruh Pengetahuan, Lokasi, Promosi Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah." Skripsi, IAIN Palopo, 2021.
- Walida Mustamin, Siti, dan Jasri. "Analisis Pengaruh Quality service dan Promosi terhadap Tingkat Minat Nasabah dalam Menggunakan Jasa Bank Syariah," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Volume 8, Nomor 2, (2022).
- Wara Wangsa, I Nyoman, dan Ddk. *Promosi Penjualan Untuk Membangun Electronic Word Of Mouth Dan Mendorong Pengambilan Keputusan Pembelian*. Penerbit Lakeisha, 2022.

Widhiana Putri, Atikah, Trimulato, dan Ismawati. “Pengaruh Pengetahuan, Lokasi, Dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Bank Syariah Indonesia,” *Journal of Islamic Banking and Finance*, Volume 2, Nomor 2, (2022).

Wijaya, Tony. *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS*. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya, 2009.

Wijayanti Daniar Paramita, Ratna. *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Lumajang: Widyagama Press, 2021.

Winarti. Wawancara, 13 Februari 2023.



