

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Tempat Penelitian

1. Sejarah Berdirinya Madrasah Aliyah Darunnajah

Cikal bakal berdirinya Madrasah Aliyah Darunnajah adalah perguruan Islam Darunnajah (PID) yang berdiri pada tanggal 27 Juli 1963 di desa Ngemplak Kidul, kecamatan Margoyoso, Kabupaten Pati yang terdiri dari jenjang Madrasah Ibtida'iyah, Madrasah Diniyah, dan Madrasah Tsanawiyah. Adapun Ustadz yang mengajar diantaranya ialah Ustadz Hadiq Ma'shum selaku kepala Madrasah, Ustadz K. Ali Murtadlo selaku wakil kepala Madrasah, Ustadz Muhammad Munir selaku sekretaris Madrasah, Ustadz Sudarno Diono selaku pembantu umum serta dibantu oleh para santri senior Pesantren Darul Huda yang mayoritas berasal dari desa Karang Sari, Kecamatan Cluwak, Kabupaten Pati. pada waktu itu PID belum memiliki gedung sendiri, dan pelaksanaan belajar mengajar dilakukan di rumah-rumah warga sekitar pesantren Darul Huda, antara lain ialah: di rumah Bapak H. Syukur Markam (Mbah Jono), di rumah Bapak K. Badri Sini, dan di rumah Bapak So Seger Usi. (www.darunnajah.sch.id)

Pada tanggal 27 Juli 1964 Mbah Jono (H. Syukur Markam) menyerahkan tanah wakaf seluas 400 m², yang berada disebelah selatan rumah beliau tepatnya di jalan Pati – Tayu km 18, untuk

dijadikan gedung Madrasah. Dengan swadaya masyarakat, Alhamdulillah berdirilah gedung Madrasah yang berdiri dari tiga ruang kelas yang digunakan untuk menampung para siswa-siswi kelas satu sampai dengan kelas tiga Tsanawiyah, sedangkan siswa-siswi Ibtidaiyah dan Diniyah masih bertempat di rumah-rumah tersebut di atas. Pendidikan berjalan dan berkembang hingga tahun 1972 PID menambah jenjang untuk tingkat Aliyah, yang selanjutnya bernama Madrasah Aliyah Darunnajah, yang untuk tahun pertama dapat menampung dari lulusan Tsanawiyah Darunnajah sebanyak 27 siswa-siswi ditambah siswa-siswi baru dari luar Tsanawiyah Darunnajah.

Dari fenomena tersebut di atas, pengurus PID terdorong untuk menambah ruang kelas sebanyak tiga local guna mengantisipasi bertambahnya siswa maupun siswi di tingkat Aliyah. Pada tahun 1975, Madrasah Aliyah Darunnajah dapat meluluskan Mutakhorijin-Mutakhorijat pertama kali sebanyak 37 sebanyak 37 siswa-siswi. Dan pada tahun yang sama PID menambah bangunan ruang kelas baru sehingga untuk semua jenjang berjumlah 10 lokal. Karena semakin banyaknya jumlah siswa-siswi, maka sejak tahun 1976 para siswa di masukkan dua sift, yakni untuk Madrasah Ibtida'iyah dan Madrasah Diniyah masuk pagi, sedangkan untuk Madrasah Tsanawiyah dan Madrasah Aliyah masuk sore. Hal ini mendorong pengurus untuk berusaha membeli sebidang tanah. Dan Alhamdulillah, pada tahun 1986, pengurus berhasil membeli sebidang tanah 1000 m² yang

terletak disebelah utara lapangan desa Ngemplak Kidul, dan selanjutnya dibangunlah gedung untuk tingkat Tsanawiyah dan Aliyah. Adapun pembiayaannya mereka dapatkan dari saldo *bisyaroh* para guru. Akhirnya dari tahun ke tahun pendidikan di Madrasah Aliyah Darunnajah khususnya dapat berjalan dengan lancar dan berkembang dengan baik. Sejak tanggal 1 Maret 1988, dengan nomor surat Wk/5.d/174/pgm/MA/1988, yang dikeluarkan oleh kepala kantor wilayah Departemen Agama Provinsi Jawa Tengah, Madrasah Aliyah Darunnajah secara resmi dapat menempuh ujian negara untuk program IPS (Ilmu Pengetahuan Sosial), yang sebelumnya mengikuti kurikulum pondok pesantren. Selanjutnya atas permintaan *Stake Holder*, pada tahun 1995, Madrasah Darunnajah menambah program pilihan, yakni Madrasah Aliyah Keagamaan (MAK). Untuk saat ini Madrasah Aliyah Darunnajah memiliki tiga program pilihan, yakni IPS, IPA, dan Keagamaan.

2. Visi Dan Misi Madrasah Aliyah Darunnajah

Visi dari Madrasah Aliyah Darunnajah Ngemplak Kidul, Margoyoso, Pati adalah : “unggul dalam pendidikan untuk mencetak kader ulama yang berperan aktif dalam sosial kemasyarakatan dan keorganisasian serta berdaya dan mandiri berlandaskan IMTAQ dan berwawasan IPTEK. (www.darunnajah.sch.id)

Indikator-Indikator Visi:

- a. Terwujudnya lembaga pendidikan berkualitas sebagai wahana pembelajaran khususnya dasar-dasar ilmu agama secara efektif.
- b. Peserta didik dan lulusan dapat berperan aktif dalam kegiatan sosial kemasyarakatan.
- c. Peserta didik dapat aktif dalam berorganisasi baik di dalam maupun di luar Madrasah.
- d. Terwujudnya *trend positif* dalam prestasi akademik maupun non akademik secara periodik.
- e. Menurunnya angka pengangguran lulusan secara periodik.
- f. Terwujudnya warga Madrasah yang Sholeh dan Akrom.
- g. Warga Madrasah mengedepankan sikap ilmiah dan update dengan perkembangan sains dan teknologi.

Misi:

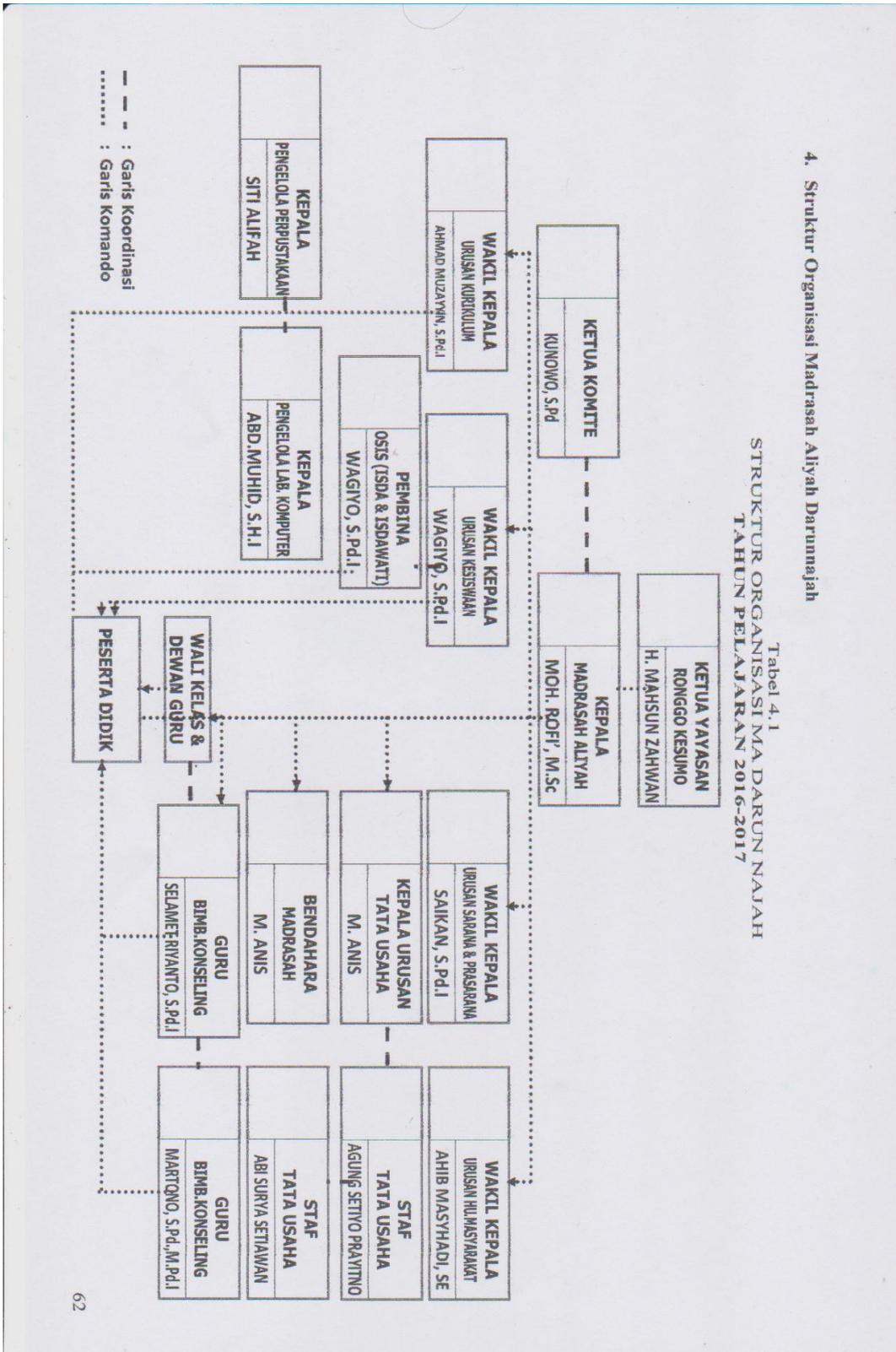
- a. Menyelenggarakan pendidikan berkualitas yang berpusat pada peserta didik sebagai wahana pembelajaran khususnya dasar-dasar ilmu agama secara efektif.
- b. Mewujudkan organisasi intra sekolah yang progresif dan dinamis, dan dapat berinteraksi dengan berbagai lapisan masyarakat.
- c. Mewujudkan organisasi intra sekolah yang dapat bersinergi dengan satuan-satuan organisasi pelajar dari luar.
- d. Menyelenggarakan pendidikan yang dapat meningkatkan prestasi akademik maupun non akademik secara periodik.

- e. Menurunkan angka pengangguran lulusan secara periodik melalui kegiatan *live skill*.
- f. Menyelenggarakan pendidikan yang mengedepankan akhlakul karimah dan berlandaskan iman dan taqwa.
- g. Mengembangkan sikap kritis dan ilmiah yang sejalan dengan perkembangan sains dan teknologi.

3. Lokasi Madrasah Aliyah Darunnajah

Madrasah Aliyah Darunnajah beralamat di Jl. Pasar Buah Desa Ngemplak Kidul Kecamatan Margoyoso Kabupaten Pati Provinsi Jawa Tengah. Madrasah Aliyah Darunnajah berada di suatu desa yang bisa dikatakan ramai, dikarenakan lokasinya dekat dengan pasar tradisional dan pasar buah. Selain itu desa Ngemplak juga merupakan desa sentral industri tepung tapioka.

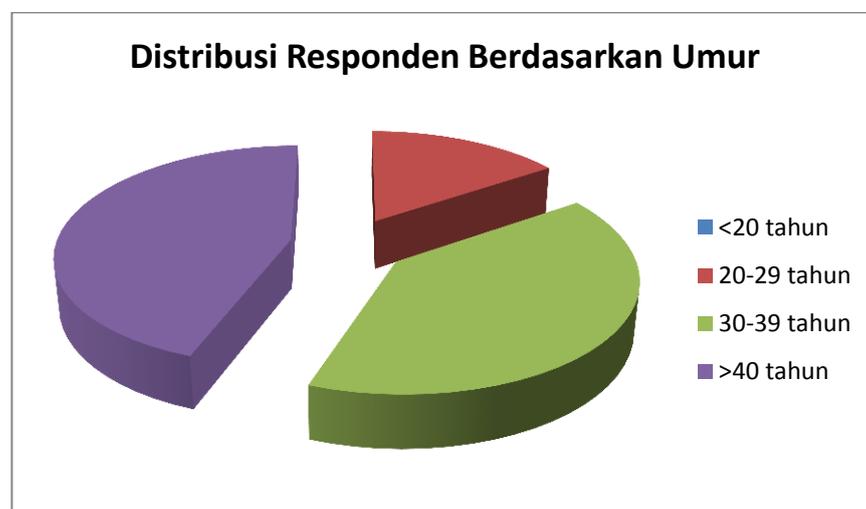
4. Struktur Organisasi Madrasah Aliyah Darunnajah



B. Analisis Profil Responden

Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode penyebaran kuesioner pada semua guru Madrasah Aliyah Darunnajah kecamatan Margoyoso kabupaten Pati. Di mana kuesioner yang disebarakan berjumlah 45 kuesioner. Kuesioner disebarakan langsung oleh peneliti kepada responden, kemudian kuisioner yang sudah terisi dengan lengkap oleh responden akan diambil kembali oleh peneliti sebagai hasil dari penelitian. Berikut ini akan disajikan karakteristik data responden yang diklasifikasikan menurut umur, jenis kelamin, pendidikan terakhir dan pengetahuan guru mengenai minat menabung di bank syariah.

1. Umur Responden



Gambar 4.2
Distribusi Responden Berdasarkan Umur

Tabel 4.1
Distribusi Responden Berdasarkan Umur

No	Umur Responden	Jumlah	Presentase
1	<20 tahun	0	0%

No	Umur Responden	Jumlah	Presentase
2	20 – 29 tahun	7	16%
3	30 – 39 tahun	18	40%
4	>40 tahun	20	44%
JUMLAH		45	100%

Sumber data : data primer yang diolah

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.2, menunjukkan bahwa dari 45 responden yang berusia <20 tahun berjumlah 0, dengan presentase sebesar 0% (tidak ada yang berusia di bawah 20 tahun). Responden yang berusia 20 – 29 tahun berjumlah 7, dengan presentase 16 %. Responden yang berusia 30 – 39 tahun berjumlah 18, dengan presentase 44%. Dan responden yang yang berusian >40 tahun berjumlah 20 dengan presentase 44%.

2. Jenis Kelamin

Adapun data presentase mengenai jenis kelamin guru Madrasah Aliyah Darunnajah adalah sebagai berikut:



Gambar 4.3
Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.2

Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

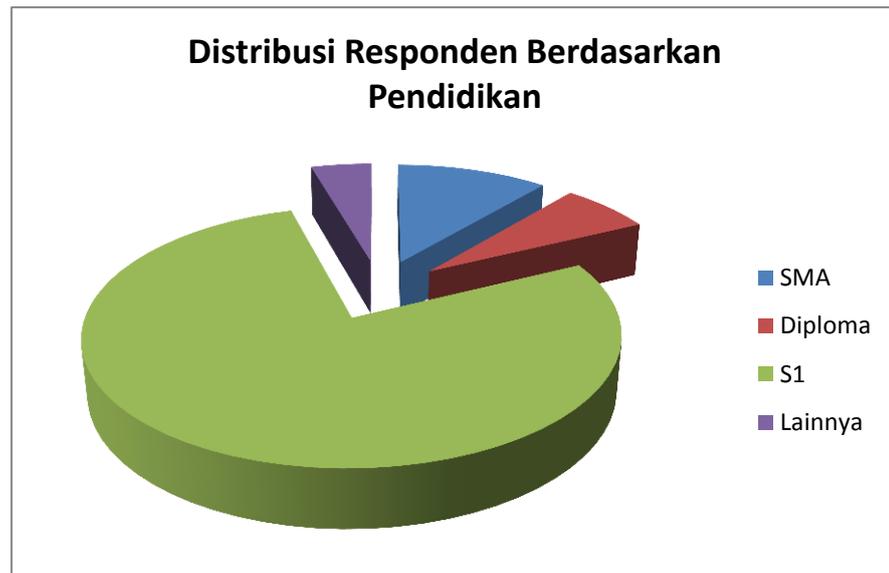
No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1	Laki-Laki	33	73%
2	Perempuan	12	27%
JUMLAH		45	100%

Sumber: data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui tentang jenis kelamin guru Madrasah Aliyah Darunnajah yang dijadikan sebagai responden, pada tabel di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden berjenis kelamin laki-laki, yaitu sebanyak 33 orang atau dalam presentase 73%, sedangkan sisanya sebanyak 12 orang atau dalam presentase 27% merupakan responden perempuan. Keterangan di atas menunjukkan bahwa sebagian besar guru madrasah Aliyah Darunnajah yang diambil sebagai responden dalam penelitian ini adalah laki-laki.

3. Pendidikan Terakhir

Pendidikan terakhir yang dimaksud adalah pendidikan terakhir yang dijalani oleh responden. Semakin tinggi tingkat pendidikan responden diperkirakan semakin tinggi tingkat pengetahuannya mengenai bank syariah. Berikut merupakan tabel mengenai pendidikan terakhir guru Madrasah Aliyah Darunnajah



gambar 4.4

Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan

Tabel 4.3

Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan

No	Pendidikan terakhir	Jumlah	Presentase
1	SMA	5	11%
2	Diploma/D3	3	7%
3	S1	35	78%
4	Lainnya	2	4%
JUMLAH		45	100%

Sumber: data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.4 menunjukkan bahwa sebagian besar responden guru Madrasah Aliyah Darunnajah berpendidikan S1 yaitu sebanyak 35 orang atau dengan presentase 78%, kemudian yang pendidikan terakhir SMA 5 orang tau dengan presentase 11%, pendidikan terakhir diploma atau D3 sebanyak 3 orang atau dengan presentase 7%, dan lainnya ada 2 orang atau dengan presentase 4%.

4. Faktor Yang Mempengaruhi Minat Guru Untuk Menabung di Bank Syariah

Sebelum melakukan penelitian peneliti melakukan observasi kepada Guru Madrasah Aliyah Darunnajah. Kemudian penyebaran kuisioner pada Guru Madrasah Aliyah Darunnajah mulai pada tanggal 2 bulan April sampai tanggal 8 bulan April 2017 menggambarkan bahwa variabel yang dapat memberikan kontribusi terhadap minat guru untuk menabung di bank syariah di antaranya adalah variabel lokasi, variabel manajemen pemasaran, dan variabel pengetahuan. Sedangkan untuk variabel fasilitas tidak memberikan kontribusi terhadap minat guru untuk menabung di bank syariah.

5. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian

Pada bagian ini peneliti akan menjelaskan tentang hasil penelitian yang di peroleh dari kuisioner berupa jawaban dari guru Madrasah Aliyah Darunnajah terhadap variabel-variabel penelitian. Yang meliputi variabel independen (variabel lokasi, variabel manajemen pemasaran, variabel pengetahuan, dan variabel fasilitas), dan variabel dependen yakni minat guru untuk menabung di bank syariah.

Dalam kuisioner peneliti memberikan pertanyaan-pertanyaan yang sudah disediakan jawaban dengan kategori: SS (Sangat Setuju), S (Setuju), N (Netral), TS (Tidak Setuju), dan STS (Sangat Tidak Setuju). Alternatif tersebut bertujuan untuk mempermudah responden

dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan pada kuisioner. Item pertanyaan ini merupakan tanggapan atau sikap responden terhadap hal-hal yang ada dalam item pertanyaan berdasarkan apa yang mereka rasakan atau apa yang mereka alami serta yang dapat mendorong mereka untuk menabung di bank syariah.

a. Tanggapan Responden Terhadap Lokasi Bank Syariah

Variabel lokasi ini diwakili enam item pertanyaan, yaitu tanggapan responden mengenai lokasi bank syariah yang letaknya tidak strategis dan strategis, lokasi bank syariah yang dekat dari pusat perbelanjaan, lokasi bank syariah yang dekat dengan tempat tinggal responden, lokasi bank syariah yang tidak jauh dari aktivitas responden, dan lokasi bank syariah yang mudah di jangkau oleh responden. Adapun pendapat responden terhadap item-item pertanyaan pada variabel lokasi akan di jelaskan pada tabel 4.5 berikut:

Tabel 4.4
Tanggapan Responden Tentang Lokasi Bank Syariah

NO	PERTANYAAN	JAWABAN				
		SS (%)	S (%)	N (%)	TS (%)	STS (%)
1.	Saya tidak memilih bank syariah karena letaknya tidak strategis	40%	47%	13%	0%	0%
2.	Saya memilih bank syariah karena letaknya strategis	51%	47%	2%	0%	0%
3.	Saya memilih bank syariah karena dekat dari pusat perbelanjaan	47%	38%	15%	0%	0%
4.	Saya memilih bank syariah karena letak kantornya dekat dari tempat tinggal saya	42%	49%	9%	0%	0%
5.	Bank syariah tidak jauh dari tempat aktivitas keseharian saya	38%	47%	15%	0%	0%

NO	PERTANYAAN	JAWABAN				
		SS (%)	S (%)	N (%)	TS (%)	STS (%)
6.	Bank syariah mudah dijangkau dari tempat tinggal saya	47%	49%	4%	0%	0%

Sumber : data primer yang di olah

Berdasarkan tabel 4.5 terlihat 40% responden menyatakan sangat setuju bahwa lokasi bank syariah tidak strategis, 47% responden menyatakan setuju bahwa lokasi bank syariah strategis, dan sisanya sebanyak 13% responden menjawab netral. Penilaian responden mengenai letak bank syariah yang strategis 51% responden menyatakan sangat setuju, 47% responden menyatakan setuju, dan sisanya 2% responden menyatakan netral mengenai lokasi bank syariah yang strategis. Penilaian responden mengenai lokasi bank syariah berada di dekat pusat perbelanjaan sehingga memudahkan pihak bank syariah untuk membuka jaringan nasabah, 47% responden yang menyatakan sangat setuju, 38% responden yang menyatakan setuju, dan 15% responden yang menyatakan netral mengenai lokasi bank syariah dekat dengan pusat perbelanjaan. Penilaian responden mengenai letak bank syariah yang dekat dengan tempat tinggal nasabah, 42% responden menyatakan sangat setuju, 49% responden menyatakan setuju, dan 9% responden menyatakan netral terhadap pertanyaan “saya memilih bank syariah karena letak kantornya dekat dari tempat tinggal saya”. Penilaian responden mengenai letak bank syariah tidak jauh dari aktivitas keseharian nasabah, 38% responden menyatakan sangat setuju, 47% responden menyatakan setuju, dan

15% responden menyatakan netral. Penilaian responden terhadap letak bank syariah mudah di jangkau, 47% responden menyatakan sangat setuju, 49% responden menyatakan setuju, dan 4% responden menyatakan netral mengenai lokasi bank syariah yang mudah di jangkau.

b. Tanggapan Responden Terhadap Manajemen Pemasaran Bank Syariah

Variabel manajemen pemasaran ini di wakili oleh delapan item pertanyaan, yaitu: memberikan keyakinan bahwa produk bank syariah bermanfaat, para sales dalam promosi harus turun langsung ke lapangan, para sales harus mempunyai pengalaman yang banyak dalam mempromosikan bank syariah, menyajikan iklan berulang-ulang dalam media cetak maupun media elektronik, menyampaikan informasi produk secara langsung, dalam mempromosikan produk marketing harus berkompeten, menyebarkan brosure *door to door*, menjelaskan sampel produk. Untuk mengetahui respon responden mengenai per item pertanyaan tersebut dapat dilihat pada tabel 4.6 sebagai berikut:

Tabel 4.5
Tanggapan Responden Mengenai Manajemen Pemasaran Bank Syariah

No	PERTANYAAN	JAWABAN				
		SS (%)	S (%)	N (%)	TS (%)	STS (%)
1.	Memberikan keyakinan kepada nasabah bahwa produk bank syariah yang ditawarkan bermanfaat	40%	49%	11%	0%	0%
2.	Para sales promosi harus turun di lapangan dalam menyebarkan promosi bank syariah	35%	60%	2%	2%	0%

No	PERTANYAAN	JAWABAN				
		SS (%)	S (%)	N (%)	TS (%)	STS (%)
3.	Dalam memperkenalkan bank syariah para sales harus mempunyai pengalaman yang banyak	54%	42%	2%	2%	0%
4.	Menyajikan iklan secara berulang-ulang pada beberapa media cetak dan elektronik	27%	62%	7%	4%	0%
5.	Menyampaikan informasi tentang produk secara langsung kepada calon nasabah	18%	78%	2%	2%	0%
6.	Marketing dalam mempromosikan produk bank syariah harus memiliki kompetensi dalam penciptaan konfrotasi produk yang ditawarkan	40%	51%	9%	0%	0%
7.	Menyebarkan brosur door to door agar calon nasabah mengetahui jenis produk bank syariah yang ditawarkan	31%	60%	7%	2%	0%
8.	Menjelaskan sample produk untuk menyakinkan calon nasabah	22%	72%	4%	2%	0%

Sumber: data primer yang di olah

Dari ke delapan item pertanyaan pada tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa penilaian responden mengenai memberikan keyakinan kepada nasabah bahwa produk bank syariah bermanfaat, 40% responden sangat setuju, 49% responden setuju, dan 11% responden memberi jawaban netral. Penilaian responden terhadap para sales dalam promosi harus turun langsung ke lapangan, 36% responden menyatakan sangat setuju, 60% responden menyatakan setuju, 25

responden menyatakan netral, dan 2% responden menyatakan tidak setuju. Penilaian responden terhadap item pertanyaan menyajikan iklan berulang-ulang dalam media cetak maupun media elektronik, 27% responden menyatakan sangat setuju, 62% responden menyatakan setuju, 7% responden menyatakan netral, dan sisanya 4% responden menyatakan tidak setuju. Penilaian responden mengenai menyampaikan informasi produk secara langsung, 18% responden menyatakan sangat setuju, 78% responden menyatakan setuju, 2% responden menyatakan netral, dan 2% responden menyatakan tidak setuju terhadap manajemen pemasaran yang menyampaikan informasi secara langsung tentang produk bank syariah kepada calon . penilaian responden mengenai para sales mempromosikan produk marketing harus yang berkompeten, 40% responden menyatakan sangat setuju, 51% responden menyatakan setuju, dan 9% responden menyatakan netral. Penilaian responden mengenai menyebarkan brosur *door to door*, 31% responden menyatakan sangat setuju, 60% responden menyatakan setuju, 7% responden menyatakan netral, dan sisanya 25% responden menyatakan tidak setuju. Dan yang terakhir penilaian responden mengenai menjelaskan sampel produk untuk menyakinkan calon nasabah, 22% responden menyatakan sangat setuju, 72% responden menyatakan setuju, 4% responden menyatakan netral, dan 25% responden menyatakan tidak setuju.

c. Tanggapan Responden Terhadap Pengetahuan Tentang Bank Syariah

Dalam penelitian ini, variabel pengetahuan di wakili lima item pertanyaan, yaitu mengetahui bahwa bank syariah tidak menggunakan riba, mengetahui bahwa bank syariah menggunakan bagi hasil, mengetahui tentang produk-produk bank syariah, dan mengetahui bhawa di dalam Islam uang tidak diperjual belikan. Untuk sikap atau tanggapan responden mengenai pengetahuan dapat di lihat pada tabel 4.7 berikut ini:

Tabel 4.6
Tanggapan responden berkaitan dengan pengetahuan tentang bank syariah

NO	PERTANYAAN	JAWABAN				
		SS (%)	S (%)	N (%)	TS (%)	STS (%)
1.	Saya mengutahui bahwa bank syariah tidak menggunakan riba	56%	42%	2%	0%	0%
2.	Saya mengetahui bahwa bank syariah menggunakan bagi hasil	40%	58%	2%	0%	0%
3.	Saya mengetahui tentang produk-produk bank syariah (tabungan, deposito, giro, dll)	47%	46%	7%	0%	0%
4.	Saya mengetahui bahwa bank syariah tidak menggunakan unsur gharar	36%	62%	2%	0%	0%
5.	Saya mengetahui bahwa di dalam Islam uang tidak diperjual belikan	51%	45%	4%	0%	0%

Sumber: data primer yang di olah

Dari tabel 4.7 terlihat terdapat 56% responden sangat setuju, 42% responden setuju, dan 2% responden netral bahwa bank syariah tidak menggunakan riba. Sebanyak 40% responden sangat setuju, 58% responden memberikan jawaban setuju, dan 2% responden memberikan jawaban netral bahwa bank syariah menggunakan bagi

hasil. Sebanyak 47% responden menyatakan sangat setuju, 46% responden menyatakan setuju, dan 2% responden menyatakan netral mengenai pengetahuan tentang produk-produk bank syariah. 36% responden menyatakan sangat setuju, 62% responden menyatakan setuju, dan 2% responden menyatakan netral tentang pengetahuan mengenai bank syariah tidak menggunakan unsur gharar. Sebanyak 51% responden memberikan jawaban sangat setuju, 62% responden memberikan jawaban setuju, dan 2% responden memberikan jawaban netral mengenai pengetahuan bahwa di dalam Islam uang tidak diperjual belikan.

d. Tanggapan Responden Terhadap Fasilitas Bank Syariah

Variabel fasilitas disini di wakili empat item pertanyaan, diantaranya adalah memilih bank syariah karena ATM nya tersebar dimana-mana, memilih bank syariah karena ruangnya full AC, memilih bank syariah karena memiliki tempat parkir yang luas, dan memilih bank syariah karena tempat duduk dan tempat antriannya yang nyaman. Untuk mengetahui tanggapan responden dalam variabel fasilitas dapat dijelaskan pada tabel 4.8 sebagai berikut:

Tabel 4.7
Tanggapan Responden Tentang Fasilitas Bank Syariah

NO	PERTANYAAN	JAWABAN				
		SS (%)	S (%)	N (%)	TS (%)	STS (%)
1.	Saya memilih bank syariah karena ATM nya tersebar dimana-mana	49%	44%	7%	0%	0%
2.	Saya memilih bank syariah karena ruangnya full AC	36%	51%	13%	0%	0%

NO	PERTANYAAN	JAWABAN				
		SS (%)	S (%)	N (%)	TS (%)	STS (%)
3.	Saya memilih bank syariah karena memiliki tempat paker yang luas	45%	42%	13%	0%	0%
4.	Saya memilih bank syariah karena tempat duduk dan tempat antriannya yang nyaman	40%	45%	13%	2%	0%

Sumber: data primer yang di olah

Tanggapan responden berkaitan dengan item-item pertanyaan pada variabel fasilitas mempunyai presentase 49% responden menyatakan sangat setuju, 44% responden menyatakan setuju, dan 7% responden menyatakan netral. Memilih bank syariah karena ruangannya full AC memperoleh besaran presentase sebesar 36% responden memberi jawaban sangat setuju, 51% responden memberikan jawaban setuju, dan 13% responden memberikan jawaban netral. Untuk pertanyaan bahwa bank syariah mempunyai parkir yang luas memperoleh presentase sebesar 45% responden menyatakan sangat setuju, 42% responden menyatakan setuju, dan 13% responden menyatakan netral. Dan yang terakhir presentase responden mengenai tempat duduk dan tempat antrian di bank syariah yang nyaman mendapatkan 40% responden menjawab sangat setuju, 45% responden menjawab setuju, 13% responden menjawab netral, dan 2% responden menjawab tidak setuju.

- e. Tanggapan Responden Terhadap Minat Guru Madrasah Aliyah Darunnajah Untuk Menabung Di Bank Syariah

Variabel minat guru untuk menabung di bank syariah merupakan variabel dependen. Dalam variabel ini terdapat delapan item pertanyaan indikator minat guru Madrasah Aliyah Darunnajah untuk menabung di bank syariah, yang meliputi: memiliki keinginan yang kuat untuk menabung di bank syariah, ingin berinvestasi di bank syariah, bertransaksi hanya menggunakan bank syariah, memilih bank syariah karena memenuhi atau sesuai dengan kebutuhan nasabah, bank syariah menerapkan prinsip kejujuran dan transparan, bank syariah menggunakan bagi hasil, produk-produk bank syariah sesuai dengan hukum Islam, ingin membuat rekening di bank syariah. Untuk tanggapan atau sikap responden terhadap item-item pertanyaan dalam variabel minat dapat dilihat pada tabel 4.9 sebagai berikut:

Tabel 4.8
Tanggapan Responden Tentang Minat Guru Madrasah Aliyah Darunnajah Untuk Menabung Di Bank Syariah

NO	PERTANYAAN	JAWABAN				
		SS (%)	S (%)	N (%)	TS (%)	STS (%)
1.	Saya memiliki keinginan yang kuat untuk menjadi nasabah bank syariah	36%	49%	15%	0%	0%
2.	Saya ingin berinvestasi (menabung, deposito, dll) di bank syariah karena sesuai dengan syariat yang menguntungkan di dunia dan di akhirat	36%	55%	7%	2%	0%
3.	Saya hanya menggunakan bank syariah dalam transaksi di perbankan	49%	47%	2%	2%	0%
4.	Saya memilih bank syariah karena memenuhi atau sesuai dengan kebutuhan saya	25%	64%	9%	2%	0%

NO	PERTANYAAN	JAWABAN				
		SS (%)	S (%)	N (%)	TS (%)	STS (%)
5.	Saya memilih bank syariah karena prinsip kejujuran dan transparan	19%	73%	4%	2%	2%
6.	saya ingin menjadi nasabah bank syariah karena menggunakan prinsip bagi hasil	40%	51%	9%	0%	0%
7.	Saya menyakini produk yang digunakan oleh bank syariah sudah sesuai dengan hukum syariah yang ditetapkan oleh ijma' ulama Indonesia	31%	60%	7%	2%	0%
8.	Jika di waktu yang akan datang saya akan membuat rekening baru, maka saya akan menggunakan bank syariah sebagai alternatif	20%	69%	9%	2%	0%

Sumber: data primer yang di olah

Dari tabel 4.9 dapat disimpulkan bahwa penilaian responden terhadap keinginan yang kuat untuk menjadi nasabah bank syariah sebanyak 36% responden memberikan jawaban sangat setuju, 49% responden setuju, dan 15% responden memberikan jawaban netral. penilaian responden terhadap keinginan untuk berinvestasi di bank syariah sebanyak 36% responden memberikan jawaban sangat setuju, 55% responden setuju, 7% responden memberikan jawaban netral, dan 2% responden memberikan jawaban tidak setuju. penilaian responden terhadap hanya menggunakan bank syariah ketika bertransaksi sebanyak 49% responden memberikan jawaban sangat setuju, 47% responden setuju, 2% responden memberikan jawaban netral, dan sisanya 2% responden memberikan jawaban tidak setuju. penilaian

responden terhadap memilih bank syariah karena sesuai dengan kebutuhan nasabah sebanyak 25% responden memberikan jawaban sangat setuju, 64% responden setuju, 9% responden memberikan jawaban netral, dan 2% responden memberikan jawaban tidak setuju.

penilaian responden terhadap memilih bank syariah karena prinsip jujur dan transparan sebanyak 19% responden memberikan jawaban sangat setuju, 73% responden setuju, 4% responden memberikan jawaban netral, 2% responden memberikan jawaban tidak setuju, dan 2% responden memberikan jawaban sangat tidak setuju.

penilaian responden terhadap bagi hasil di dalam bank syariah sebanyak 40% responden memberikan jawaban sangat setuju, 51% responden setuju, dan 9% responden memberikan jawaban netral.

penilaian responden terhadap keyakinan bahwa produk bank syariah sesuai dengan hukum Islam sebanyak 31% responden memberikan jawaban sangat setuju, 60% responden setuju, 7% responden memberikan jawaban netral, dan 2% responden memberikan jawaban tidak setuju.

Dan yang terakhir penilaian responden terhadap keinginan membuat rekening baru di bank syariah sebanyak 20% responden memberikan jawaban sangat setuju, 69% responden setuju, 9% responden memberikan jawaban netral, dan 2% responden memberikan jawaban tidak setuju.

C. Uji Kualitas Data

1. Uji Reabilitas

Uji reabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk (Ghazali,2011:47). Uji reabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *Cronbach's Alpha*. Untuk mengetahui apakah instrumen yang dibuat reabel atau tidak dapat dilihat dari nilai r *Cronbach's Alpha*. Apabila nilai r *Cronbach's Alpha* > 0,70, maka instrumen tersebut dinyatakan reliabel. Begitupun sebaliknya apabila r *Cronbach's Alpha* < 0,70 maka instrumen tersebut dinyatakan tidak reliabel (Ghazali. 2011:48).

Berikut merupakan analisis reliabilitas intrumen menggunakan bantuan *software* SPSS versi 20.

Tabel 4.9
Hasil Uji Reabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Lokasi	0,871	Reliabel
Manajemen Pemasaran	0,845	Reliabel
Pengetahuan	0,782	Reliabel
Fasilitas	0,712	Reliabel
Minat	0,826	Reliabel

Sumber: hasil olah data

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa semua variabel penelitian dapat dikatakan reliabel karena memiliki *Cronbach's Alpha* > 0,70. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen tersebut dipercaya dan layak digunakan sebagai alat pengumpul data.

2. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisioner. Suatu kuisioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan di ukur oleh kuisioner tersebut (Ghazali, 2011:52). Uji validitas yang digunakan pada penelitian ini menggunakan metode *Corrected Item- Total Correlation*.

Untuk mengetahui butir item yang valid atau tidaknya, dapat dilakukan dengan cara membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} . Apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item instrumen tersebut dapat dinyatakan valid, begitupun sebaliknya apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item instrumen tersebut dinyatakan tidak valid. Dalam penelitian ini menggunakan sample 45 responden dengan 31 butir pertanyaan, maka dapat diketahui bahwa r tabel dalam penelitian ini adalah senilai 0,304. Uji validitas instrumen ini menggunakan bantuan *software* versi 20. Berdasarkan pengolahan data, dapat diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	<i>Corrected Item Total Correlation</i>	Keterangan
Lokasi	L1	0,701	Valid
	L2	0,614	Valid
	L3	0,691	Valid
	L4	0,778	Valid
	L5	0,673	Valid
	L6	0,585	Valid
Manajemen Pemasaran	MP1	0,333	Valid
	MP2	0,643	Valid
	MP3	0,680	Valid

Variabel	Item Pertanyaan	<i>Corrected Item Total Correlation</i>	Keterangan
	MP4	0,678	Valid
	MP5	0,683	Valid
	MP6	0,464	Valid
	MP7	0,581	Valid
	MP8	0,590	Valid
Pengetahuan	P1	0,348	Valid
	P2	0,531	Valid
	P3	0,536	Valid
	P4	0,754	Valid
	P5	0,653	Valid
Fasilitas	F1	0,505	Valid
	F2	0,444	Valid
	F3	0,617	Valid
	F4	0,445	Valid
Minat	M1	0,434	Valid
	M2	0,568	Valid
	M3	0,571	Valid
	M4	0,612	Valid
	M5	0,665	Valid
	M6	0,422	Valid
	M7	0,612	Valid
	M8	0,508	Valid

Sumber: hasil olah data

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa semua variabel penelitian setiap butir pertanyaan dapat dikatakan valid karena *Corrected Item- Total Correlation* > 0,304.

D. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tabel 4.11

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		45
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.58383082
	Absolute	.152
Most Extreme Differences	Positive	.082
	Negative	-.152
Kolmogorov-Smirnov Z		1.023
Asymp. Sig. (2-tailed)		.246

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: data primer yang di olah

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghazali, 2011:160). Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa besarnya nilai *Kolmogorov-SmirnovZ* sebesar 1.023. dan nilai *Asymp.Sig* sebesar 0,246 sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersebut normal karena $> 0,05$.

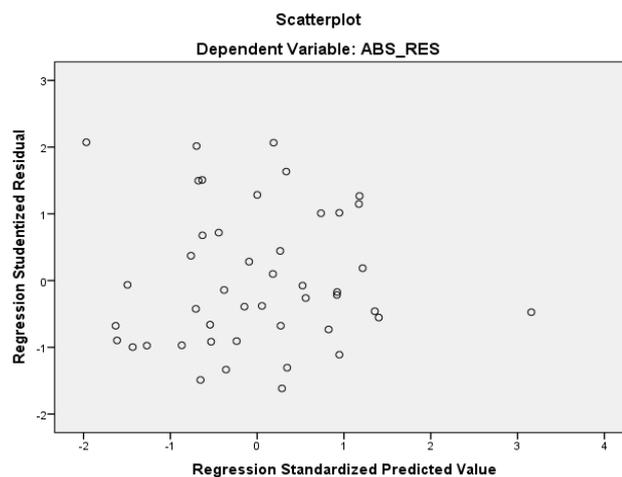
2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah ada kesamaan antar variabel residual dari pengamatan yang satu ke pengamatan yang lain (Gujarati,2003:40). Jika residual mempunyai

varian yang sama maka disebut homoskedastisitas. Heteroskedastisitas adalah situasi dimana varian tidak konstan (Yuliadi,2015:34). Dalam persamaan regresi sebaiknya tidak terjadi homoskedastisitas.

Aturan yang digunakan dalam pengambilan keputusan adalah:

- a. Jika penyebaran data *scatter plot* teratur dan membentuk pola tertentu (naik turun, mengelompok menjadi satu) maka terkena heteroskedastisitas.
- b. Jika penyebaran data pada *scatter plot* tidak teratur dan tidak membentuk pola tertentu (naik turun, mengelompok menjadi satu) maka tidak terkena heteroskedastisitas (Ghazali, 2011:139).



Sumber: data primer yang diolah

Gambar 4.5

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Dari gambar di atas terlihat titik-titik yang menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut normal atau tidak terkena heteroskedastisitas.

3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas ini digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas, yang bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Apabila terdapat korelasi dinamakan multikolinearitas. Adapun untuk mendeteksi suatu data terdapat tidaknya multikolinearitas didasarkan pada nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan nilai *tolerance*. Dengan kriteria pengambilan keputusan mempunyai nilai *tolerance* ≥ 0.10 dan nilai VIF ≤ 10 .

Tabel 4.12
Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistic	
	Tolerance	VIF
(constant)		
Lokasi	.678	1.474
Manajemen Pemasaran	.630	1.587
Pengetahuan	.763	1.311
Fasilitas	.948	1.054

Sumber: data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.14, nilai *tolerance* menunjukkan tidak ada variabel bebas yang memiliki nilai *tolerance* ≥ 0.10 . Dan nilai VIF

juga menunjukkan hal yang sama yakni tidak ada variabel bebas yang memiliki nilai $VIF \leq 10$. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi.

E. Analisis Regresi Berganda

Dengan regresi berganda dapat diketahui terdapat tidaknya pengaruh antara lokasi, manajemen pemasaran, pengetahuan, dan fasilitas terhadap minat guru untuk menabung di bank syariah (studi kasus pada guru Madrasah Aliyah Darunnajah Kecamatan Margoyoso Kabupaten Pati).

Tabel 4.13
Hasil Analisis Regresi Berganda

Model	Coefficients ^a				t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Beta		
	B	Std. Error				
(Constant)	-1.645	1.453			-1.132	.264
Lokasi	.087	.037	.075		2.381	.022
Manajemen Pemasaran	.887	.032	.914		28.050	.000
Pengetahuan	.115	.051	.067		2.250	.030
Fasilitas	.021	.047	.012		.439	.663

a. Dependent Variable: Minat Menabung

Sumber: data primer yang diolah

Persamaan regresi berganda yang didapatkan dari hasil perhitungan adalah sebagai berikut:

$$Y = -1.645 + 0.087X_1 + 0.887X_2 + 0.115X_3 + 0.021X_4 + e$$

Dimana:

Y = minat

X_1 = variabel Lokasi

X_2 = variabel Manajemen Pemasaran

X_3 = variabel Pengetahuan

X_4 = variabel Fasilitas

Dari persamaan regresi dapat diartikan dan diambil kesimpulan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta sebesar -1.645 menyatakan bahwa jika variabel independen nilainya 0 (nol), maka keputusan minat guru untuk menabung di bank syariah nilainya adalah sebesar -1.645.
- b. Koefisien regresi X_1 (Variabel Lokasi) sebesar 2.381 dari semua faktor yang diteliti. Dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi berpengaruh positif terhadap minat guru untuk menabung di bank syariah. hal ini menyatakan apabila semakin strategis lokasi suatu bank syariah maka akan memudahkan nasabah untuk bertransaksi dan membangkitkan minat nasabah untuk menabung di bank syariah.
- c. Koefisien regresi X_2 (variabel manajemen pemasaran) sebesar 28.050, manajemen pemasaran merupakan faktor yang paling berpengaruh terhadap minat guru untuk menabung di bank syariah. koefisien tersebut bernilai positif yang artinya terjadi hubungan yang positif

antara variabel manajemen pemasaran terhadap variabel minat. Semakin baik manajemen pemasaran yang dilakukan oleh bank syariah, maka akan semakin menarik minat nasabah (guru) untuk menabung di bank syariah.

- d. Koefisien regresi X_3 (variabel pengetahuan) sebesar 2.250 menyatakan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh positif terhadap minat guru untuk menabung di bank syariah. semakin banyak pengetahuan nasabah (guru) mengenai bank syariah maka akan semakin banyak nasabah (guru) yang bertransaksi di bank syariah.
- e. Koefisien regresi X_4 (variabel fasilitas) sebesar 0.439 menyatakan bahwa variabel fasilitas tidak berpengaruh secara positif terhadap minat guru untuk menabung di bank syariah

F. Pengujian Hipotesis

Pembuktian koefisien regresi dimaksudkan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel independen (X) yaitu lokasi, manajemen pemasaran, pengetahuan, dan fasilitas. Baik secara bersama-sama (uji F) maupun secara individual (uji t) terhadap variabel dependen (Y), yakni minat guru untuk menabung di bank syariah. dengan demikian, maka akan dapat diketahui bersama apakah variabel-variabel independen tersebut benar-benar berpengaruh terhadap variabel dependen pada penelitian ini.

1. Uji t

Uji t adalah suatu sarana pengujian untuk mengetahui apakah variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen.

Untuk melakukan uji t, hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

H_0 : variabel lokasi, manajemen pemasaran, pengetahuan, dan fasilitas secara sendiri-sendiri tidak berpengaruh terhadap variabel minat guru untuk menabung di bank syariah.

H_1 : variabel lokasi, manajemen pemasaran, pengetahuan, dan fasilitas secara sendiri-sendiri berpengaruh terhadap variabel minat guru untuk menabung di bank syariah.

Apabila t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti ada pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen. Berikut hasil olah data yang dapat diperoleh di lapangan.

Tabel 4.14
Hasil Uji t

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-1.645	1.453		-1.132	.264		
Lokasi	.087	.037	.075	2.381	.022	.678	1.474
Manajemen Pemasaran	.887	.032	.914	28.050	.000	.630	1.587
Pengetahuan	.115	.051	.067	2.250	.030	.763	1.311
Fasilitas	.021	.047	.012	.439	.663	.948	1.054

a. Dependent Variable: Minat Menabung

Sumber: data primer yang diolah

a. Variabel Lokasi

Dari hasil perhitungan didapatkan nilai t_{hitung} sebesar 2.381 dengan nilai sig $0.022 < 0.05$ sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 2.021. hal ini menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya terdapat pengaruh positif secara individu variabel lokasi dengan minat guru untuk menabung di bank syariah.

b. Variabel Manajemen Pemasaran

Dari hasil perhitungan yang sudah dilakukan oleh peneliti didapatkan nilai t_{hitung} sebesar 28.050 dengan nilai sig $0.000 < 0.05$, sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 2.021. hal ini menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya terdapat pengaruh positif secara individu variabel manajemen pemasaran terhadap minat guru untuk menabung di bank syariah.

c. Variabel Pengetahuan

Dari hasil perhitungan yang sudah dilakukan oleh peneliti didapatkan nilai t_{hitung} sebesar 2.250 dengan nilai sig $0.030 < 0.05$. Sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 2.021. hal ini menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya terdapat pengaruh positif secara individu variabel pengetahuan terhadap minat guru untuk menabung di bank syariah.

d. Fasilitas

Dari hasil perhitungan yang sudah dilakukan oleh peneliti didapatkan nilai t_{hitung} sebesar 0.439 dengan nilai sig $0.663 > 0.05$. Sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 2.021. hal ini menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} lebih kecil dari pada t_{tabel} . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_1 ditolak. Artinya tidak ada pengaruh positif secara individu variabel fasilitas terhadap minat guru untuk menabung di bank syariah.

2. Uji F

Uji F adalah suatu sarana pengujian untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama (*simultan*) berpengaruh terhadap variabel dependen.

Adapun hipotesisnya adalah sebagai berikut:

H_0 : variabel independen lokasi, manajemen pemasaran, pengetahuan dan fasilitas secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel minat guru untuk menabung di bank syariah.

H_1 : variabel independen lokasi, manajemen pemasaran, pengetahuan dan fasilitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel minat guru untuk menabung di bank syariah.

Apabila F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti secara bersama-sama variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.

Tabel 4.15
Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	545.980	4	136.495	364.041	.000 ^b
Residual	14.998	40	.375		
Total	560.978	44			

a. Dependent Variable: Minat Menabung

b. Predictors: (Constant), Fasilitas, Pengetahuan, Lokasi, Manajemen Pemasaran

Sumber: data primer yang diolah

Dari tabel diatas dapat di ketahui bahwa nilai F_{hitung} 364.041 dengan tingkat signifikansi 0,000. Sedangkan nilai F_{tabel} sebesar 2.61. hal ini menunjukkan bahwa F_{hitung} lebih besar dari pada F_{tabel} , selain itu nilai *Alpha* atau nilai signifikannya sebesar $0.000 < 0.05$. sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Disini dapat diartikan terdapat pengaruh secara bersama-sama variabel lokasi, variabel manajemen pemasaran, variabel pengetahuan, dan variabel fasilitas terhadap minat guru untuk menabung di bank syariah.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel

dependen. Nilai koefisien determinasi yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel dependen sangat terbatas (Ghazali, 2011:97)

Tabel 4.16
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.987 ^a	.973	.971	.612

a. Predictors: (Constant), Fasilitas, Pengetahuan, Lokasi, Manajemen Pemasaran

Sumber : data primer yang diolah

Dari tabel 4.18 dapat diketahui bahwa besar koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) atau kemampuan faktor independen lokasi (X_1), manajemen pemasaran (X_2), pengetahuan (X_3), dan fasilitas (X_4) dalam menjelaskan atau memprediksi variabel minat guru untuk menabung di bank syariah sebesar 0.971 atau 97,3%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel-variabel independen sudah cukup memberikan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi dependennya. Dan sisanya ($100\% - 97.3\% = 2.7\%$) diprediksikan oleh faktor lain diluar dari ke empat faktor dan model lain di luar model tersebut.

G. Pembahasan

Hasil analisis regresi pada penelitian ini menghasilkan urutan besarnya pengaruh variabel-variabel independen yang berbeda. Hal ini terlihat dari sisi besarnya koefisien regresi mulai dari yang terbesar sampai

yang terkecil berturut-turut adalah variabel manajemen pemasaran (88.5), variabel pengetahuan (11.5), variabel lokasi (8.7), dan variabel fasilitas (2.1). semua variabel independen kecuali variabel fasilitas berpengaruh positif terhadap minat guru untuk menabung di bank syariah. adapun variabel lokasi tidak berpengaruh positif terhadap minat guru untuk menabung di bank syariah karena lebih kecil dari nilai *alpha* (0.05).

Sedangkan dari uji F pengaruh secara bersama-sama (secara *simultan*) masing-masing variabel independen berpengaruh positif terhadap minat guru untuk menabung di bank syariah. adapun besaran pengaruhnya sebesar 97.1%.

Dari ke empat variabel yang dominan berpengaruh adalah variabel manajemen pemasaran. Hal ini menunjukkan bahwa diantara ke empat variabel independen yang di uji, variabel manajemen pemasaran inilah yang memberikan kontribusi paling besar yaitu 88.7 dalam mempengaruhi minat guru untuk menabung di bank syariah. Semakin baik manajemen pemasaran yang dilakukan oleh bank syariah, maka akan semakin menarik minat nasabah (guru) untuk menabung di bank syariah. hal ini dapat diartikan apabila para marketing atau para sales bank syariah dalam mempromosikan produk-produknya lebih bagus lagi atau lebih bisa menembus daerah perdesaan maka minat masyarakat yang akan bertransaksi di bank syariah semakin banyak.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Evi Yupitri dan Raina Linda Sari (2012), dalam penelitiannya menyatakan variabel

manajemen pemasaran (promosi) berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat non muslim untuk menjadi nasabah di bank syariah. dari hasil perhitungan yang diperoleh nilai signifikansi sebesar $0.0001 < (0.05)$, maka hipotesis kerja H1 diterima. Artinya terdapat hubungan yang signifikan antara manajemen pemasaran (promosi) dengan keputusan non muslim menjadi nasabah di bank syariah. hubungan ini ditunjukkan dengan nilai korelasi sebesar 0.730 yang termasuk dalam kategori kuat (0.60-0.799).

Variabel yang mempunyai pengaruh terbesar kedua setelah manajemen pemasaran yaitu variabel pengetahuan. variabel pengetahuan mempunyai pengaruh sebesar 11.5 dalam membangkitkan minat guru untuk menabung di bank syariah. dapat diartikan bahwa semakin banyak atau semakin luas pengetahuan nasabah (guru) mengenai bank syariah maka akan semakin banyak nasabah (guru) yang bertransaksi di bank syariah. semakin sering pihak bank syariah melakukan penyuluhan ataupun kajian tentang bank syariah terhadap masyarakat agar masyarakat khususnya orang awam tahu tentang bank syariah.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Ayu Retno Sari (2012), hasil penelitiannya menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat non muslim untuk menabung di bank syariah. dari hasil pengujian hipotesis diperoleh nilai probabilitas kesalahan sebesar $0.005 < 0.05$. hasil perhitungan pada regresi linier berganda diperoleh nilai t hitung sebesar 2.862. dengan demikian nilai t

hitung berada pada daerah H_0 ditolak dan H_a diterima, maka angka tersebut menunjukkan nilai yang signifikan yang artinya terdapat pengaruh antara pengetahuan terhadap kurangnya minat masyarakat muslim untuk menabung di bank syariah adapun pengaruhnya sebesar 0.276.

Variabel selanjutnya yang mempunyai pengaruh cukup adalah variabel lokasi. Lokasi merupakan tempat di mana perusahaan harus bermarkas melalui operasi (Iupiyoadi, 2001). Hal ini menandakan bahwa semakin strategis atau semakin mudah lokasi bank syariah di jangkau oleh masyarakat maka masyarakat akan semakin banyak yang bertransaksi di bank syariah. akan tetapi dalam menentukan lokasi perusahaan juga harus mengutamakan tempat-tempat yang sesuai dengan *target market* sehingga efektif dan efisien.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Dita Pertiwi dan Doli H. Ritonga. Dalam penelitiannya menyatakan bahwa variabel lokasi sangat mempengaruhi masyarakat di Kisaran untuk menabung di bank syariah. kedekatan lokasi Bank Muamalat dengan tempat kegiatan responden dan kemudahan pencapaian Bank Muamalat, terlihat dari jawaban 60 responden menyatakan setuju dengan kedekatan lokasi Bank Muamalat dan 28 responden menyatakan sangat setuju namun hanya dua responden yang menyatakan tidak setuju dari total responden. Kemudahan pencapaian Bank Muamalat dipicu juga dengan sarana prasarana untuk mencapai tempat dimana bank muamalat beroperasi.

Variabel selanjutnya yaitu variabel fasilitas. Hasil dari penelitian ini variabel fasilitas ternyata tidak berpengaruh secara positif terhadap minat guru untuk menabung di bank syariah. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat yang bertransaksi pada bank syariah tidak mengutamakan fasilitas.

Model regresi ini juga menunjukkan lulus dari uji asumsi klasik. Dan nilai dari *Kolmogorov-smirnov*Z dan nilai *Asymp.sig* lebih besar dari nilai *alpha* (0.05) hal ini menunjukkan bahwa data yang peneliti peroleh normal. Untuk uji heteroskedastisitas, grafik *scatter plot* menunjukkan bahwa titik-titik menyebar diatas maupun dibawah sumbu Y. sehingga dapat dikatakan bahwa model regresi adalah homoskedastisitas dan tidak terjadi heteroskedastisitas. Selanjutnya untuk uji multikolinearitas nilai *tolerance* dan *VIF* diketahui bahwa antar variabel independen tidak terdapat multikolinearitas.