

Pengaruh Lokasi dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Desa Pulau Tengah Di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Sungai Penuh

Desram Syafitra. Ls ¹, Tiara ², Dafiari Syarif ³
Institut Agama Islam Negeri Kerinci (IAIN KERINCI)
desramsyafitra2412@gmail.com

JPS
1

Paper type
Research paper

Abstract

The aim of this research is to find out whether location and trust have an influence on the interest in saving in Pulau Tengah village communities at the Indonesian Sharia Bank (BSI) KCP Sungai Penuh. This research uses quantitative methods, the population in this research is the 1,280 people of the village of Pulau Tengah. The sampling technique uses an e value of 10% or 0.1, so the number of samples in this research is 93 respondents. The data collection technique uses a questionnaire distributed via Google Form. In proving and analyzing this, validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression tests and f tests (simultaneous) and t tests (partial) are used. The results of the research show that: 1) it partially influences the savings interest of the Pulau Tengah village community at BSI KCP Sungai Penuh. Partial test results show that Location (X1) has a regression coefficient of $4.822 > 1.986$, then H_0 is rejected and H_a is accepted and Trust (X2) has a regression coefficient of $6.399 > 1.986$, then H_0 is rejected and H_a . Thus, the results of the t test (partial) show that there is a positive and significant influence of the variables Location (X1) and Trust (X2) on the interest in saving (Y) of the Pulau Tengah Village Community at Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Sungai Penuh. 2) simultaneously influences the interest in saving in the Pulau Tengah village community at BSI KCP Sungai Penuh. The test results were obtained from $F_{count} > F_{table}$ ($52.399 > 3.10$). Thus, the results of hypothesis testing in the f test (simultaneous) show that there is an influence on the variables of location and trust together on interest in saving.



JurnalPerbankan
Syariah, Vol 3, No 1, Juni
2024,
pp. 01- 11
eISSN: 2962-2425

Keywords: Trust, Location, and Interest in Saving

✉ Email korespondensi: desramsyafitra2412@gmail.com

Pedoman Sitasi: Desram Syafitra. Ls, Tiara, dafiari Syarif (2024). Pagaruh Lokasi dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Desa Pulau Tengah di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Sungai Penuh. *Jurnal Perbankan Syariah*.3(1), 01- 11

Publisher:

JurnalPerbankan Syariah
Gedung FakultasEkonomi dan Bisnis Islam. LT, 2
Jl. Gajah MadaPagesangan No.100, JempongBaru, Kec. Sekarbela, Kota
Mataram, Nusa Tenggara Bar. 83116 - Indonesia

PENDAHULUAN

Kehadiran dan fungsi perbankan di Indonesia baik untuk masyarakat, industri besar, menengah atau bawah mempunyai peranan dan pengaruh yang sangat signifikan. Hal ini terjadi karena kebutuhan akan bank baik untuk penguatan modal atau penyimpanan uang oleh masyarakat sudah menjadi hal yang biasa. Dalam mengantisipasi kebutuhan masyarakat serta memberikan rasa aman, nyaman dalam transaksi perbankan, kehadiran bank syariah adalah salah satu solusi untuk menambah kepercayaan masyarakat terhadap kegiatan perbankan khususnya Indonesia (Nurkhozin, 2022).

Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga yang berdasarkan asas-asas kemitraan, keadilan, transparan, dan universal yang diimplementasikan dalam bentuk pelarangan riba dalam berbagai bentuknya dimana usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang lapisan masyarakat sesuai dengan prinsip syariah. Bank syariah bertujuan mengadakan kegiatan ekonomi ummat secara Islam, khususnya yang berhubungan dengan kegiatan perbankan agar terhindar dari praktek-praktek yang dapat menimbulkan dampak negatif terhadap kehidupan ekonomi rakyat (Ridwan, 2011). Bank syariah Indonesia (BSI) hadir di Sungai Penuh pada Agustus 2022, Bank Syariah Indonesia (BSI) area Jambi merelokasi BSI KCP Bangko 2 di Jl Lintas Sumatera KM 02 Pematang Kandis Kota Bangko ke kantor BSI menjadi BSI KCP Sungai Penuh, setelah relokasi yang beralamat di Jl Pancasila Kelurahan Pondok Tinggi Kecamatan Sungai Penuh (Andriani, 2023).

Minat dapat dikatakan suatu ketertarikan terhadap sesuatu dan kecenderungan memilih apa yang diinginkan. Salah satunya dengan ketertarikan dan kecenderungan terhadap minat menabung, misalnya kecenderungan seseorang yang religius memilih bank syariah dari pada bank konvensional karena berdasarkan syariat agama konsep riba dalam bank konvensional itu tidak dibenarkan dalam Islam. Menurut Damayanti "seseorang calon nasabah akan berminat pada bank syariah ketika ada produk atau sistem yang dirasakan menguntungkan dirinya" (Putri & *et al*, 2019).

Faktor-faktor yang mempengaruhi timbulnya minat ada dua yaitu faktor dari luar dan faktor dari dalam. Faktor dari luar diantaranya yaitu Lokasi. Faktor lokasi perbankan syariah yang baik dan strategis akan meningkatkan minat menabung nasabah (Harahap, Indrawati, & Mujiono, 2022). Terdapat beberapa faktor dalam penentuan lokasi yaitu jarak yang ditempuh, akses yaitu lokasi yang mudah dijangkau kendaraan, tersedia tempat parkir aman, baik untuk semua jenis kendaraan, visibilitas, lokasi yang terlihat jelas, lalu lintas, banyak kendaraan yang melintas (Nurfitriani & Ulfa Hidayati, 2021).

Lokasi atau tempat dapat menjadi salah satu kendala dalam kegiatan muamalah. Apabila tempat dan lokasi tidak mendukung atau kurang kondusif dalam melakukan kegiatan muamalah maka akan berpengaruh terhadap kegiatan usaha. Dengan tempat yang baik harus dapat bermanfaat dengan baik, melakukan usaha yang baik. Dalam pemasaran, lokasi merupakan faktor penting. Dalam Islam bauran pemasaran pemilihan lokasi didasarkan pada etika. Penelitian yang dilakukan oleh Nurfitriani dan Ulfa Hidayati ini menyatakan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah Indonesia polewali dengan nilai hitung sebesar 3,879 dengan skala t sebesar 1,661 dan nilai observasi $0,000 < 0,1$ (Nurfitriani & Ulfa Hidayati, 2021). Selain faktor dari luar, ada juga faktor dari dalam yang mempengaruhi timbulnya minat yaitu kepercayaan. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan yaitu diantaranya nilai, merupakan hal mendasar untuk mengembangkan kepercayaan, ketergantungan pada pihak lain mengimplikasikan kerentanan, komunikasi yang terbuka dan teratur (Ainina, 2018). Kepercayaan merupakan keyakinan anggota kepada mitra bisnisnya (lembaga keuangan) bahwasannya dengan bermitra kepada lembaga keuangan tersebut dia akan menemukan sesuatu yang sesuai dengan apa yang diinginkan. Kepercayaan merupakan kemaun dan ketersediaan anggota dan lembaga keuangan maka kedua belah pihak tersebut akan dapat saling mengandalkan dan menguntungkan satu sama lain, dan kepercayaan tersebut muncul atas persepsi anggota kepada lembaga keuangan jika lembaga keuangan dapat memenuhi semua janji-janji dan kewajiban-kewajiban yang telah dijanjikan sebelumnya

Desram Syafitra. Ls, Tiara, dafiar Syarif (2024). Pengaruh Lokasi dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Desa Pulau Tengah di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Sungai Penuh.

(Mundhori & Rohmah, 2022). Dari hasil penelitian terdapat terdapat variabel kepercayaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menabung, dan dibuktikan dengan cara melihat pada kolom signifikan. Dalam kolom signifikan tersebut tertera nilai sebesar 0,016, yang berarti nilai tersebut lebih besar dari 0,05.

Dari hasil observasi awal yang penulis lakukan sebanyak 20 orang masyarakat desa pulau tengah di dapat ada perbedaan alasan mengenai minat menabung di bank syariah. Sebagian masyarakat yang mengatakan jauhnya akses dari lokasi desa ke bank syariah tersebut dikarenakan bank syariah indonesia (BSI) hanya terdapat satu cabang pembantu yang dekat dari lokasi desa. Dan ada juga masyarakat yang sudah menggunakan produk bank syariah ini sejak dibukanya cabang pembantu bank syariah di Kota Sungai Penuh yang memiliki pekerjaan sebagai Pegawai Negeri Sipil, calon jamaah Haji dan yang bekerja di sekitaran wilayah Sungai Penuh. Namun tidak sedikit juga masyarakat yang belum sama sekali mengetahui dan menggunakan produk bank syariah tersebut.

KAJIAN PUSTAKA

Minat Menabung

Menurut abdull rahman shalehdan muhibb abdul wahab, menjelaskan bahwa minat adalah perasaan ingin dimiliki, menguasai dan mengetahui suatu subjek tertentu dapat dipengaruhi oleh individu itu sendiri dan lingkungan. Menabung merupakan kegiatan aktivitas untuk menyisihkan dan menyimpan uangnya di bank. Menabung memerlukan minat agar perilakunya terarah pada aktivitas tersebut menabung (Alexander, 2017).

Minat menabung adalah dorongan yang menyebabkan seseorang menyisihkan uangnya di bank yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang telah disepakati antara bank dengan nasabah (Nengsih T. a., 2021).

Minat menabung adalah suatu rasa atau proses ketertarikan yang dirasakan oleh seseorang terhadap suatu produk perbankan, dan ingin mencoba, menggunakan dan memiliki produk tersebut dalam hak ini tabungan (Fielnanda & Wahyuningsih, 2021).

Berdasarkan pengertian minat menabung dari beberapa pendapat para ahli diatas, dapat peneliti simpulkan yaitu minat menabung adalah kegiatan yang direncanakan menyisihkan sejumlah uang atau aset untuk disimpan dalam satu tempat tertentu, seperti bank atau lembaga keuangan lainnya, dengan tujuan untuk digunakan pada masa yang akan datang.

Adapun indikator Menurut (Mirandhawati, 2020) indikator minat menabung yaitu minat transaksional, minat refrensial, minat preferensial, dan minat eksploratif.

Lokasi

Teori Lokasi dari August Losch dalam (Rachmawati & Widana, 2019) melihat persoalan dari sisi permintaan (pasar). Losch mengatakan bahwa lokasi penjual sangat berpengaruh terhadap jumlah konsumen yang dapat digarapnya. Makin jauh dari tempat penjual, konsumen makin enggan membeli karena biaya transportasi untuk mendatangi tempat penjual semakin mahal.

Menurut Kotler (2008:51) dalam (Rachmawati & Widana, 2019) salah satu kunci menuju sukses adalah lokasi, lokasi dimulai dengan memilih kounitas keputusan ini sangat bergantung pada potensi pertumbuhan ekonomis dan stabilitas, persaingan, iklim, politik, dan sebagainya.

Menurut Tjiptono (2015:345) dalam (Suhardi & et all, 2021) bahwa lokasi pada berbagai aktivitas pemasaran dapat memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen. Berdasarkan pendapat para ahli di atas, dapat peneliti simpulkan bahwa lokasi atau tempat suatu usaha sangat penting dalam menarik minat konsumen untuk memilih suatu produk. Indikator lokasi menurut tjiptono (2006:147) yakni pengukuran indikator lokasi yaitu: akses, visibilitas, lalu lintas dan tempat parkir.

Kepercayaan

Stephen P. Robbins memaknai kepercayaan yaitu bahwa kepercayaan itu dianggap sebagai pernyataan psikologis yang muncul pada saat pimpinan setuju untuk membuat yakin kepada orang lain karena memiliki harapan positif tentang bagaimana sesuatu akan berjalan (Dr. Ali Akbarjono, 2018).

Menurut pendapat akbar dan parvez (2009:26) dalam Setiyawan dan Japrianto (2014:2) menyatakan bahwa diperlukan sebuah kepercayaan untuk bisa membangun hubungan yang stabil dan hubungan yang menyeluruh diantara berbagai pihak yang terlibat interaksi (Aziz & Hendrastyo, 2019).

Berdasarkan pendapat menyatakan bahwa kepercayaan konsumen dinyatakan sebagai kompenen penting untuk menjaga hubungan yang berkelanjutan diantara semua pihak yang terlibat dalam (Zul, *et all.* 2012:27) dalam Setiyawan dan Japrianto (2014:2).

Berdasarkan pendapat para ahli diatas dapat penulis simpulkan bahwa kepercayaan yaitu sebagai keyakinan atau kepercayaan seseorang terhadap pentingnya dan manfaat yang dapat diperoleh melalui kegiatan menabung. Kepercayaan ini Mencerminkan pandangan positif terhadap kegiatan menabung sebagai upaya untuk menciptakan cadangan dana yang dapat digunakan dalam situasi darurat, mencapai tujuan keuangan, atau membangun kekayaan jangka Panjang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, dengan menyebar kuesioner online melalui googleform kepada Masyarakat desa pulau Tengah. Instrument penelitian diukur menggunakan skala likert dengan alternatif jawaban yaitu sangat setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS). Adapun populasi dalam penelitian ini yaitu Masyarakat desa pulau Tengah yang berjumlah sebanyak 1.280 orang. Sampel diambil menggunakan rumus slovin yang mengukur sampelnya didasari atas kesalahan 10% dengan kepercayaan 90% terhadap populasi. Menghitung umlah sampel salah satunya dapat mengikuti rumus berikut (Yunita & Hasanah, 2023) :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Jumplah Populasi

e = Persen kelonggaran karena kesalahan sampel yang masih bisa di tolerir yakni 10%.

Dengan jumlah populasi sebesar 1.280 populasi menggunakan nilai e sebsesar 10% atau 0,1 maka hasil yang didapat adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Slovin } n &= \frac{N}{1 + Ne^2} \\ n &= \frac{1280}{1 + 100 (0,1)^2} \\ n &= \frac{1280}{1 + 1280 (0,01)} \\ n &= \frac{1280}{13,8} = 92,75 \end{aligned}$$

Desram Syafitra. Ls, Tiara, dafiar Syarif (2024). Pengaruh Lokasi dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Desa Pulau Tengah di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Sungai Penuh.

Berdasarkan perhitungan yang diperoleh diatas, maka jumlah sampel yang diteliti adalah dibulatkan menjadi 93 responden. Teknik analisis data dalam peneilitian ini adalah uji alat ukur melalui uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik melalui uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heterokedastisitas, dan uji hipotesis menggunakan uji t dan uji f. pada uji regresi linear berganda rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$Y = a \pm b_1X_1 \pm b_2X_2 \pm e$$

Keterangan:

Y= Minat Menabung

a = Konstanta

X1= Kepercayaan

X2= Lokasi

e=Error of term

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penyebaran kuisisioner dalam penelitian ini dilakukan secara online kepada masyarakat desa pualu tengah. Sebanyak 93 responden. Data dari penyebaran kuisisioner diperoleh klasifikasi responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan dan pendapatan perbulan. Setelah data terkumpul, kemudian dilakukan analisis menggunakan aplikasi SPSS *Statistics 25*.

Table 1. Karakteristik Responden

Kelompok Responden	Jumlah	Presentase (%)	
Jenis Kelamin	Laki-laki	55 Responden	59,1 %
	Perempuan	38 Responden	40,9 %
Usia	15-26 Tahun	29 Responden	31,2 %
	26-35 Tahun	15 Responden	16,1 %
	36-45 Tahun	31 Responden	33,3 %
	46-55 Tahun	14 Responden	15,1 %
	>56 Tahun	4 Responden	4,3 %
Pendidikan terakhir	SD	1 Responden	1,1 %
	SMP	6 Responden	6,5 %
	SMA	43 Responden	46,2 %
	Akademi/Diploma	16 Responden	17,2 %
	S1	24 Responden	25,8 %

	S2	3 Responden	3,2 %
Pekerjaan	PNS	19 Responden	20,4 %
	Pensiunan	4 Responden	4,3 %
	Wiraswasta	13 Responden	14 %
	Karyawan Swasta	14 Responden	15,1 %
	Pelajar/Mahasiswa	20 Responden	21,5 %
	Petani	19 Responden	20,4 %
	Lainnya	4 Responden	4,4 %

Sumber : Data Primer diolah penulis

Klasifikasi responden berdasarkan jenis kelamin didominasi oleh Laki-laki sebanyak 59,1%. Berdasarkan kelompok usia responden, kelompok usia 15-26 tahun paling banyak berpartisipasi dalam penelitian ini, yaitu sebanyak 29 responden. Berdasarkan pendidikan terakhir, responden tamatan SMA paling banyak berpartisipasi yaitu 43 responden. Dan berdasarkan kelompok pekerjaan yaitu didominasi oleh pelajar/mahasiswa yang berjumlah 20 responden.

Uji Validitas

Uji validitas berfungsi guna mengetahui apakah instrumen pertanyaan valid atau tidak. Dalam penelitian ini terdapat 34 instrumen pertanyaan, dimana variabel Lokasi memiliki 12 instrumen pertanyaan kemudian variabel kepercayaan memiliki 9 instrumen pertanyaan, variabel lokasi memiliki instrumen pertanyaan, variabel pelayanan memiliki 11 instrumen pertanyaan dan variabel minat memiliki 13 instrumen pertanyaan. Hasil uji validitas yang dilakukan terhadap 34 instrumen pertanyaan menunjukkan hasil bahwa seluruh instrumen pertanyaan dinyatakan valid. Hasil uji ini dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, dan sebaliknya. Nilai r_{tabel} sampel sejumlah 93 responden dengan signifikasi 5% adalah 0,203. Dengan demikian dapat disimpulkan setiap instrumen pertanyaan penelitian ini adalah valid karena telah melebihi nilai r_{tabel} sebesar 0,203, maka uji validitas dinyatakan lolos.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berfungsi untuk mengetahui tingkat konsistensi instrument pertanyaan, sehingga pertanyaan tersebut dapat diandalkan untuk mengukur variabel penelitian. Uji reliabilitas dilakukan setelah uji validitas dan instrumen dinyatakan valid. Jika nilai cronbach's alpha $> 0,60$. Hasil uji reliabilitas atas instrumen pertanyaan variabel Lokasi sebesar 0,804, instrumen pertanyaan variabel kepercayaan sebesar 0,801, instrumen pertanyaan variabel minat menabung sebesar 0,745, instrumen pertanyaan. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa seluruh instrumen pertanyaan dinyatakan reliabel karena nilai tersebut lebih besar dari 0,60.

Uji Normalitas

Uji normalitas berfungsi guna mengetahui data berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dilakukan dengan metode kolmogorovsmirnov, ketentuannya nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Berdasarkan tabel one sample kolmogorv smirnov test, hasil uji normalitas penelitian ini adalah 0,200. Sehingga data dalam penelitian ini berdistribusi normal, karena hasil uji normalitas lebih besar dari 0,05.

Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas berfungsi guna mengetahui ada atau tidak ketidaksamaan variasi dari nilai residual antar penelitian dalam model regresi. Model regresi yang baik tidak terjadi gejala heteokedastisitas. Dalam penelitian ini gejala heterokedastisitas dideteksi dengan melakukan uji glejser. Model regresi yang terdapat masalah heterokedastisitas, nilai signifikasinya > 0,05. Uji heterokedastisitas dalam penelitian ini menunjukkan hasil signifikansi setiap variabel lebih besar dari 0,05. Sehingga tidak terjadi masalah heterokedastisitas dalam penelitian ini.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan guna menguji apakah ada korelasi antar variabel independen dalam model regresi. Model regresi yang tidak terjadi multikolinieritas dikatakan model regresi yang baik. Gejala multikolinieritas dapat dilihat dari nilai tolerance dan VIF. Apabila nilai tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10,00, maka tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi. Hasil uji multikolinieritas penelitian ini menunjukkan variabel Lokasi memiliki nilai tolerance 0,582 dan VIF 1,719, variabel kepercayaan memiliki nilai tolerance 0,582 dan VIF 1,719, dalam penelitian ini tidak terjadi gejala multikolinieritas karena hasil uji tolerance > 0,10 dan VIF > 10,00.

Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1,488	3,277		-0,454	0,651
	Lokasi	0,372	0,077	0,376	4,822	0,000
	Kepercayaan	0,408	0,064	0,499	6,399	0,000
a. Dependent Variable: Minat Menabung						

Sumber : hasil pengelolaan SPSS statistik 25 (2024)

Dari hasil uji regresi diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = -1,488 + 0,372X_1 + 0,408X_2$$

Dari hasil persamaan diatas dapat dijelaskan bahwa:

1. Nilai konstanta adalah nilai variabel minat menabung sebelum dipengaruhi variabel lokasi dan kepercayaan sebesar -1,488.
2. Koefisien variabel Lokasi adalah 0,372 dan nilai signifikasinya lebih dari 0,05. Hal ini menunjukkan variabel lokasi berpengaruh terhadap minat menabung di Bank syariah Indonesia (BSI) KCP Sungai penuh.
3. Koefisien variabel kepercayaan adalah 0,408 dan nilai signifikasinya lebih dari 0,05. Artinya variabel kepercayaan berpengaruh terhadap variabel minat menabung di Bank syariah Indonesia (BSI) KCP Sungai penuh.

Uji T

Hasil uji T diperoleh dengan menganalisis nilai signifikasi dan membandingkan nilai thitung dengan t-tabel. Variabel independent dikatakan berpengaruh terhadap variabel dependen jika nilai signifikasi kurang dari 0,05 dan nilai t hitung > t tabel dan sebaliknya. Pada tabel 2. menunjukkan hasil uji t adalah sebagai berikut:

1. Variabel Lokasi (X1) mempunyai nilai t hitung sebesar 4,822 dimana lebih besar dari nilai t tabel yakni sebesar 1,986 dan nilai signifikasi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Sehingga pada variabel lokasi H_0 diterima dan H_1 ditolak, dimana berpengaruh pada variabel lokasi (X1) terhadap minat menabung (Y).
2. Variabel kepercayaan (X2) nilai t hitungnya 6,399 > 1,986 dan nilai signifikasinya 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian pada variabel kepercayaan (X2) H_0 diterima dan H_1 ditolak, sehingga variabel kepercayaan (X2) berpengaruh terhadap variabel minat menabung (Y).

3. Uji F

Uji F atau simultan berfungsi untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara gabungan. Interpretasi uji F dianalisis dengan membandingkan nilai f hitung dengan ftabel. Apabila nilai f hitung lebih besar dari ftabel maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen secara simultan dan sebaliknya. Berdasarkan hasil uji F, nilai f hitung pada penelitian ini sebesar 52,339, sedangkan nilai ftabel diperoleh sebesar 3,10. Sehingga H_0 diterima, dimana variabel lokasi dan kepercayaan pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap minat menabung

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisiendeterminasi berfungsi guna melihat seberapa besar presentasi pengaruh variabel independen yaitu lokasi dan kepercayaan terhadap variabel dependen yaitu minat menabung secara simultan. Besarnya nilai koefisien determinasi umumnya antara 0-1. Semakin mendekati maka pengaruh variabel independen semakin kuat. Hasil uji koefisien determinasi dilihat dari tabel model summary, dinilai R^2 penelitian ini sebesar 0,538. Artinya variabel independen yaitu variabel lokasi dan kepercayaan secara simultan memberikan pengaruh pada variabel independen yaitu minat menabung sebesar 5,38%.

Desram Syafitra. Ls, Tiara, dafiar Syarif (2024). Pengaruh Lokasi dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Desa Pulau Tengah di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Sungai Penuh.

Pengaruh Variabel Lokasi Terhadap minat menabung Masyarakat di bank syariah Indonesia (BSI) KCP Sungai penuh

Hasil uji t pada variabel lokasi menunjukkan adanya pengaruh antara variabel lokasi terhadap minat menabung masyarakat desa pulau tengah di bank syariah Indonesia (BSI) KCP Sungai penuh. Hasil uji t yang menunjukkan nilai t hitungnya 4,822 lebih besar dibandingkan dengan t tabelnya 1,986 dan nilai signifikasinya $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan lokasi yang strategis dapat meningkatkan minat Masyarakat untuk menabung di BSI KCP Sungai penuh. Dengan demikian dapat diartikan apabila lokasi bank syariah yang terlihat dari pinggir jalan, aksesnya mudah untuk dijangkau dari desa Pulau Tengah ke bank syariah kcp Sungai Penuh yang berjarak lebih kurang 30 menit perjalanan, berada di keramaian dan adanya perhatian dan kesadaran seseorang untuk menabung menggunakan produk Tabungan syariah maka akan membuat masyarakat semakin berminat untuk menabung di bank syariah

Pengaruh Variabel Kepercayaan Terhadap Minat menabung Masyarakat di bank syariah Indonesia (BSI) KCP Sungai penuh

Hasil uji t menunjukkan adanya pengaruh antara variabel kepercayaan terhadap minat menabung Masyarakat desa pulau tengah. Dibuktikan dengan hasil uji t, nilai t hitung $<$ nilai t tabel, dan nilai signifikasinya $0,000 < 0,05$. Artinya adanya kepercayaan meningkatkan minat masyarakat untuk menabung di BSI KCP Sungai Penuh. Dengan demikian kepercayaan dalam menabung tidak hanya mempengaruhi perilaku seseorang, tetapi juga membentuk dasar yang kuat untuk keamanan finansial, perencanaan masa depan, dan peningkatan kualitas hidup secara keseluruhan, jadi dapat diartikan jika masyarakat memiliki rasa kepercayaan terhadap bank syariah dan adanya jaminan keamanan tabungan nasabah maka minat masyarakat untuk menabung di bank syariah pun meningkat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel Lokasi berpengaruh terhadap minat menabung Masyarakat desa Pulau Tengah di Bank Syariah Indonesia KCP Sungai Penuh, dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $4,822 > 1,986$ dan nilai probabilitas sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian dapat diartikan apabila lokasi bank syariah yang terlihat dari pinggir jalan, aksesnya mudah untuk dijangkau dari desa Pulau Tengah ke bank syariah kcp Sungai Penuh yang berjarak lebih kurang 30 menit perjalanan, berada di keramaian dan adanya perhatian dan kesadaran seseorang untuk menabung menggunakan produk Tabungan syariah maka akan membuat masyarakat semakin berminat untuk menabung di bank syariah
2. Variabel Kepercayaan berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat desa Pulau Tengah di Bank Syariah Indonesia KCP Sungai Penuh, dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $6,399 > 1,986$ dan nilai probabilitas sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. kepercayaan dalam menabung tidak hanya mempengaruhi perilaku seseorang,

tetapi juga membentuk dasar yang kuat untuk keamanan finansial, perencanaan masa depan, dan peningkatan kualitas hidup secara keseluruhan, jadi dapat diartikan jika masyarakat memiliki rasa kepercayaan terhadap bank syariah dan adanya jaminan keamanan tabungan nasabah maka minat masyarakat untuk menabung di bank syariah pun meningkat.

3. Hasil uji regresi secara simultan (uji F) diketahui bahwa variabel lokasi dan kepercayaan berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat desa Pulau Tengah di Bank Syariah Indonesia KCP Sungai Penuh, dengan nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ yaitu $52,399 > 3,10$ dan nilai probabilitas sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05.

REFRENSI

- Ainina, W. (2018). Minat Nasabah Menabung Di Bank Syariah Mandiri Yogyakarta. *Skripsi: Universitas Islam Indonesia (UII)*.
- Alexander, D. (2017). Pengaruh Pengetahuan dan Iklan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Mahasiswa Fakultas Ekonmi Dan Bisnis Islam Angkatan 2014. *skripsi*.
- Andriani, R. (2023). Pengaruh Kompensasi, Fasilitas Kerja Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Bsi Kcp Kota Sungai Penuh. *Skripsi: IAN KERINCI*
- Aziz, N., & Hendrastyo, V. S. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada Bank Syariah abang Ulak Karang Kota Padang. *Jurnal Pundi, 03 (03)*, 228-229.
- Dr. Ali Akbarjono, M. (2018). *Kinerja Tugas (Task Perfomance) Dosen Perspektif Manajemen Organisasi*. Bengkulu: Penerbit Samudra Biru (Anggota IKAPI).
- Fielnanda, R., & Wahyuningsih, S. (2021). Pengaruh Tingkat Religiusitas, Tingkat Pendidikan Dan Tingkat Pendapatan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Pada Masyarakat Kelurahan Simpang Iv Sipin. *Jurnal Margin, 1 (1)*, 61.
- Harahap, P. R., Indrawati, H., & Mujiono. (2022). Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung Di Bank Syariah Indonesia (Bsi) Kota Pekanbaru. *Pekbis Jurnal, 14 (2)*, 104.
- Mirandhawati. (2020). Pengaruh Pengetahuan Inklusi Keuangan Motif Menabung, Dan Lingkungan Sosial terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi (studi kasus pada mahasiswa perbankan syariah fakultas ekonomi dan bisnis islam UIN Walisongo) . *Skripsi*.
- Mundhori, & Rohmah, F. (2022). Pengaruh Kepercayaan Dan Tingkat Pendapatan Terhadap Minat Menabung Di Kspps Bmt Mandiri Artha Syariah Sumberrejo. *Al-Muhasib: Journal of Islamic Accounting and Finance, 11 (1)*, 23.
- Nengsih, T. a. (2021). Determinan minat menabung masyarakat di Bank Syariah : Studi empiris di kota Jambi. *Journal of Business and Banking, 11 (1)*, 96.

Desram Syafitra. Ls, Tiara, dafiar Syarif (2024). Pengaruh Lokasi dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Desa Pulau Tengah di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Sungai Penuh.

Nurfitriani, & Ulfa Hidayati. (2021). Pengaruh Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah Indonesia Kcp Polewali. *Banco: Jurnal Manajemen dan Perbankan Syariah*, 3, 134.

Nurkhozin. (2022). HISTORI DAN URGENSI BANK SYARIAH DI INDONESIA. *Jurnal IndraTech*, 3 (2), 101.

Putri, Y., & et all. (2019). Strategi meningkatkan Minat Menabung di Bank Syariah melalui Penerapan Religiusitas. *Jurnal Manajemen dan Bisnis: Performa*, 16 (1), 78.

Rachmawati, A., & Widana, G. O. (2019). Pengaruh Consumer Knowledge, Brand Image, Religiusitas, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah. *Jurnal Liquidity*, 8 (2), 115-116.

Ridwan. (2011). Sistem Operasi Bank Syariah dan Penyajian Dalam Bentuk Akuntansi Syariah. *Jurnal Ilmiah AL-SYIR'AH*, 9 (2), 1.

Suhardi, Y., & et all. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, 4 (2), 585.

Yunita, D. R., & Hasanah, U. (2023). Pengaruh Pengetahuan Dan Lokasi Terhadap Minat Menabung Pada Masyarakat Desa Jentera (Studi Kasus Bank Muamalat KCP Stabat). *JURNAL MANAJEMEN AKUNTANSI (JUMSI)*, 3 (4), 2220.