Halalan Thayyiban :
Jurnal Kajian Manajemen Halal dan Pariwisata Syariah (*Journal Of Halal Management, Sharia Tourism and Hospitality Studies*)
Vol. 10 No. 2 Juli-Desember, 2026, page 142-156

P-ISSN: 2615-1944
E-ISSN: 2774-4205

PENGARUH PERSEPSI PEMAHAMAN DAN PERSEPSI LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG MASYARAKAT DI BANK SYARIAH PADA DUSUN BANGANG DESA KUBANGGA KECAMATAN TELUK KERAMAT

Siti nuraisyah[1], Makupah[2]
[12]Universitas Sultan Muhammad Syafiuddin Sambas,
e-mail: sitinuraishhh@gmail.com[1], maskupah.usu@gmail.com[2]

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of perceived understanding and perceived location on the community's decision to save in Islamic banks in Bangang Hamlet, Kubangga Village, Teluk Keramat District. This research employed a quantitative approach using an associative research design. The population consisted of 555 employed residents, from which 85 respondents were selected using the Slovin formula and simple random sampling technique. Data were collected through questionnaires and documentation. The data were analyzed using multiple linear regression with SPSS version 27, including validity, reliability, classical assumption, t-test, F-test, and coefficient of determination analyses. The results indicate that perceived understanding has no significant partial effect on the decision to save, with a significance value of 0.102. Similarly, perceived location has no significant partial effect, with a significance value of 0.929. Simultaneously, perceived understanding and perceived location do not have a significant effect on the community's saving decisions, as indicated by an F-statistic of 1.382 and a significance value of 0.257. These findings suggest that the community's decisions to save in Islamic banks may also be influenced by other factors beyond the variables examined, such as service quality, trust, convenience, and transaction accessibility.

Keywords: *Perceived Understanding, Perceived Location, Saving Decisions, Islamic Banking.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi pemahaman dan persepsi lokasi terhadap keputusan menabung masyarakat di bank syariah pada Dusun Bangang, Desa Kubangga, Kecamatan Teluk Keramat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Populasi penelitian berjumlah 555 masyarakat yang bekerja, dengan sampel sebanyak 85 responden yang ditentukan menggunakan rumus Slovin dan teknik *simple random sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dan dokumentasi. Analisis data menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan SPSS versi 27, yang meliputi uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial persepsi pemahaman tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung, dengan nilai signifikansi 0,102. Persepsi lokasi juga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung, dengan nilai signifikansi 0,929. Secara simultan, persepsi pemahaman dan persepsi lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung, yang ditunjukkan

oleh nilai F-hitung sebesar 1,382 dan signifikansi 0,257. Dengan demikian, keputusan masyarakat untuk menabung di bank syariah diduga turut dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel yang diteliti, seperti kualitas pelayanan, kepercayaan, kenyamanan, dan kemudahan transaksi.

Kata kunci: Persepsi Pemahaman, Persepsi Lokasi, Keputusan Menabung, Bank Syariah.

PENDAHULUAN

Bank merupakan lembaga intermediasi keuangan yang memiliki peran strategis dalam menghimpun dana masyarakat dan menyalurkannya kembali kepada pihak yang membutuhkan untuk mendukung kegiatan ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Fauzela & Budi, 2023). Berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998, bank didefinisikan sebagai badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kembali dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak (Republik Indonesia, 1998). Dalam konteks tersebut, keberadaan bank syariah menjadi salah satu alternatif lembaga keuangan yang menyediakan layanan penghimpunan dan penyaluran dana berdasarkan prinsip-prinsip syariah, sehingga dapat menjadi pilihan masyarakat dalam mengelola keuangan sesuai dengan ketentuan Islam (Republik Indonesia, 2008).

Minat masyarakat untuk menabung di bank syariah tidak hanya ditentukan oleh kebutuhan menyimpan dana, tetapi juga dipengaruhi oleh pemahaman, persepsi, kepercayaan, dan penilaian terhadap manfaat layanan yang ditawarkan (Feby et al., 2025). Pemahaman yang baik mengenai produk, mekanisme transaksi, sistem bagi hasil, serta perbedaan antara bank syariah dan bank konvensional dapat membantu masyarakat menentukan pilihan keuangan secara lebih rasional (Feby et al., 2025). Sebaliknya, keterbatasan pengetahuan mengenai operasional perbankan syariah dapat menimbulkan kesalahpahaman dan keraguan, sehingga masyarakat cenderung memilih lembaga keuangan yang telah dikenal dan dianggap lebih mudah digunakan (Ayuningsih & Dewi, 2023).

Literasi keuangan memiliki keterkaitan erat dengan perilaku menabung karena pengetahuan keuangan membantu individu memahami manfaat penyimpanan dana, mempertimbangkan risiko, serta mengambil keputusan keuangan secara lebih terencana (Ayuningsih & Dewi, 2023). Penelitian Ayuningsih dan Dewi (2023) terhadap 400 mahasiswa di Kota Bandung menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku menabung dan mampu memediasi hubungan antara pengaruh sosial dengan perilaku menabung (Ayuningsih & Dewi, 2023). Temuan tersebut memperlihatkan bahwa peningkatan pemahaman keuangan merupakan salah satu aspek penting dalam membentuk perilaku menabung, termasuk dalam mempertimbangkan penggunaan produk dan layanan perbankan syariah (Ayuningsih & Dewi, 2023).

Dalam perspektif Islam, perilaku menabung juga memiliki keterkaitan dengan prinsip perencanaan keuangan dan pengelolaan harta secara bijaksana, sebagaimana dijelaskan dalam Surah Yusuf ayat 47 mengenai strategi Nabi Yusuf dalam menghadapi masa kemakmuran dan masa paceklik (Kementerian Agama Republik Indonesia, 2019). Ayat tersebut

menggambarkan pentingnya menyimpan sebagian hasil produksi sebagai persediaan untuk menghadapi kemungkinan kesulitan pada masa mendatang, sehingga pengelolaan keuangan tidak hanya berorientasi pada pemenuhan kebutuhan saat ini, tetapi juga mempertimbangkan kebutuhan masa depan (Cahyono, 2019). Prinsip tersebut relevan dengan kegiatan menabung melalui lembaga keuangan syariah karena mendorong masyarakat untuk mengelola harta secara terencana, bertanggung jawab, dan sesuai dengan nilai-nilai Islam (Cahyono, 2019).

Selain pemahaman, lokasi merupakan faktor yang dapat memengaruhi keputusan masyarakat dalam memilih lembaga perbankan, terutama berkaitan dengan kemudahan akses, jarak, ketersediaan fasilitas, dan efisiensi waktu dalam melakukan transaksi (Hanida et al., 2025). Lokasi pelayanan yang strategis dan mudah dijangkau dapat memberikan kenyamanan bagi nasabah, sedangkan keterbatasan akses terhadap kantor cabang maupun fasilitas ATM dapat menjadi hambatan dalam menggunakan layanan perbankan (Mislaili et al., 2024). Penelitian Hanida et al. (2025) menemukan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah, sedangkan penelitian Mislaili et al. (2024) juga menunjukkan bahwa pengetahuan dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah. Hasil penelitian tersebut memperlihatkan bahwa faktor pengetahuan dan keterjangkauan lokasi perlu diperhatikan dalam upaya meningkatkan penggunaan layanan perbankan syariah (Hanida et al., 2025; Mislaili et al., 2024).

Fenomena yang ditemukan berdasarkan hasil pra-survei di Dusun Bangang menunjukkan bahwa sebagian masyarakat masih cenderung memilih bank konvensional dibandingkan bank syariah. Kecenderungan tersebut diduga berkaitan dengan lokasi layanan bank konvensional yang lebih dekat dan mudah dijangkau, keterbatasan pemahaman masyarakat mengenai sistem operasional bank syariah, serta kebiasaan menggunakan layanan perbankan konvensional yang telah terbentuk sebelumnya (Hasil pra-survei peneliti, [tahun penelitian]). Kondisi ini mengindikasikan adanya permasalahan dalam aspek pengetahuan dan aksesibilitas yang berpotensi memengaruhi rendahnya minat masyarakat untuk menggunakan layanan perbankan syariah (Hasil pra-survei peneliti, [tahun penelitian]).

Permasalahan tersebut diperkuat oleh hasil wawancara pra-survei dengan Endang, salah seorang penduduk Dusun Bangang yang berprofesi sebagai pedagang, yang menyampaikan bahwa dirinya kurang berminat menabung di bank syariah karena belum memahami sistem operasionalnya dan mengalami kesulitan dalam mengakses fasilitas ATM. Keterbatasan fasilitas tersebut menyebabkan masyarakat harus pergi ke pusat kota ketika membutuhkan layanan transaksi tertentu, sehingga jarak dan kemudahan akses menjadi pertimbangan dalam menentukan pilihan lembaga perbankan (Wawancara pra-survei dengan Endang, [tanggal wawancara]). Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa keputusan masyarakat dalam memilih bank tidak hanya berkaitan dengan pemahaman terhadap produk dan sistem operasional, tetapi juga dipengaruhi oleh ketersediaan fasilitas pelayanan yang mendukung kebutuhan transaksi sehari-hari (Wawancara pra-survei dengan Endang, [tanggal wawancara]).

Sejumlah penelitian terdahulu telah membahas faktor-faktor yang memengaruhi minat menabung di bank syariah, tetapi menunjukkan hasil

yang tidak sepenuhnya seragam. Penelitian Mislaili et al. (2024) menemukan bahwa pengetahuan dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung masyarakat, sedangkan Hanida et al. (2025) menemukan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan, tetapi pengetahuan secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat menabung. Perbedaan hasil tersebut menunjukkan bahwa pengaruh pemahaman dan lokasi dapat bervariasi sesuai dengan karakteristik responden dan kondisi lingkungan penelitian (Mislaili et al., 2024; Hanida et al., 2025). Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis **pengaruh pemahaman dan lokasi terhadap minat menabung masyarakat Dusun Bangang di bank syariah**, sekaligus memberikan bukti empiris mengenai faktor-faktor yang memengaruhi pilihan masyarakat dalam menggunakan layanan perbankan syariah pada lingkungan masyarakat setempat.

METODE PENELITIAN

Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif untuk menganalisis hubungan dan pengaruh antara variabel independen, yaitu persepsi pemahaman dan persepsi lokasi, terhadap variabel dependen, yaitu minat menabung masyarakat pada bank syariah. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian berorientasi pada pengujian hipotesis melalui pengukuran variabel secara numerik dan analisis statistik berdasarkan data yang diperoleh dari responden (Wijayati et al., 2021). Penelitian asosiatif digunakan untuk mengidentifikasi hubungan antara dua variabel atau lebih serta menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat (Muzakir et al., 2022).

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian mencakup seluruh masyarakat Dusun Bangang, Desa Kubangga, Kecamatan Teluk Keramat, yang telah bekerja pada awal tahun 2024, dengan jumlah sebanyak 555 orang (Priadana & Sunarsi, 2021). Penentuan sampel dilakukan menggunakan teknik *simple random sampling*, yaitu pengambilan anggota sampel secara acak sehingga setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih sebagai responden (Sugiyono, 2012). Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan sebesar 10%, sehingga diperoleh sebanyak 85 responden dari total populasi 555 orang (Syahrum & Salim, 2012).

n=frac(N)(1+Ne^2)

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = tingkat kesalahan (10%)

Berdasarkan perhitungan tersebut, jumlah sampel penelitian ditetapkan sebanyak 85 orang.

Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder untuk memperoleh informasi yang relevan dengan permasalahan penelitian (Rahmadi, 2011). Data primer diperoleh secara langsung dari masyarakat Dusun Bangang sebagai responden melalui penyebaran kuesioner, sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumen dan informasi pendukung

yang bersumber dari Kantor Desa Kubangga, khususnya berkaitan dengan kondisi geografis dan data kependudukan (Rahmadi, 2011). Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang berisi sejumlah pernyataan terstruktur untuk mengukur persepsi dan tanggapan responden, serta dokumentasi berupa pengumpulan dokumen dan foto yang berkaitan dengan objek penelitian (Ramadhan, 2021).

Instrumen dan Pengukuran Variabel

Instrumen penelitian menggunakan kuesioner dengan skala Likert lima tingkat untuk mengukur persepsi, sikap, dan tanggapan responden terhadap setiap indikator penelitian (Riyanto & Hatmawan, 2020). Skala pengukuran terdiri atas lima alternatif jawaban, yaitu sangat tidak setuju diberi skor 1, tidak setuju skor 2, ragu-ragu skor 3, setuju skor 4, dan sangat setuju skor 5 (Riyanto & Hatmawan, 2020). Variabel penelitian terdiri atas dua variabel independen, yaitu persepsi pemahaman (X1) dan persepsi lokasi (X2), serta satu variabel dependen, yaitu minat menabung di bank syariah (Y) (Syahrum & Salim, 2012).

Persepsi pemahaman diukur melalui indikator pemahaman produk, pemahaman pembelian, dan pemahaman pemakaian, sedangkan persepsi lokasi diukur berdasarkan aksesibilitas, visibilitas, dan lingkungan (Nastiti et al., t.t.; Riza, t.t.). Sementara itu, minat menabung di bank syariah diukur melalui indikator minat transaksional dan minat preferensial yang menggambarkan kecenderungan masyarakat dalam memilih serta menggunakan layanan perbankan syariah (Bundel, t.t.). Secara operasional, pemahaman didefinisikan sebagai kemampuan individu dalam menginterpretasikan informasi yang diterima, lokasi merupakan tempat berlangsungnya kegiatan pelayanan perbankan, sedangkan minat menabung merupakan kecenderungan seseorang untuk menyimpan sebagian dananya melalui lembaga perbankan untuk kebutuhan masa mendatang.

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan secara statistik dengan bantuan Microsoft Excel dan IBM SPSS Statistics versi 27 untuk mengolah serta menginterpretasikan data penelitian. Teknik analisis mencakup statistik deskriptif dan statistik inferensial, di mana statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik data melalui nilai rata-rata, tabel, dan distribusi frekuensi, sedangkan statistik inferensial digunakan untuk menguji hipotesis dan menarik kesimpulan berdasarkan data sampel (Mekse, 2015).

Sebelum pengujian hipotesis, dilakukan pengujian instrumen melalui uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan bahwa kuesioner mampu mengukur variabel penelitian secara tepat dan konsisten (Marzuki et al., 2020; Kurniawan, 2019). Uji validitas menggunakan korelasi *Bivariate Pearson* dengan kriteria nilai signifikansi kurang dari 0,05, sedangkan uji reliabilitas menggunakan metode *Cronbach's Alpha* untuk mengetahui konsistensi internal instrumen penelitian (Marzuki et al., 2020; Kurniawan, 2019).

Selanjutnya, dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas untuk memastikan kelayakan model regresi linear berganda (Duli, 2019). Uji normalitas dilakukan menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* dan *Normal P-P Plot*, dengan ketentuan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 menunjukkan residual berdistribusi

normal (Duli, 2019). Uji multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance* lebih dari 0,10 dan *Variance Inflation Factor* (VIF) kurang dari 10, sedangkan uji heteroskedastisitas menggunakan metode *Scatterplot* dan uji Glejser dengan memperhatikan pola sebaran residual serta nilai signifikansi (Duli, 2019). Uji autokorelasi tidak digunakan karena data penelitian merupakan data *cross-sectional* yang dikumpulkan dari sejumlah responden pada periode tertentu.

Pengujian pengaruh persepsi pemahaman dan persepsi lokasi terhadap minat menabung dilakukan menggunakan analisis regresi linear berganda untuk mengetahui arah dan besarnya pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen (Sapriadi, 2020). Model persamaan regresi yang digunakan adalah sebagai berikut:

Y=a+b_1X_1+b_2X_2+e

Keterangan:

Y = Minat menabung di bank syariah.

a = Konstanta.

b_1,b_2 = Koefisien regresi.

X_1 = Persepsi pemahaman.

X_2 = Persepsi lokasi.

e = Kesalahan pengganggu.

Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji parsial (*uji t*) dan uji simultan (*uji F*) dengan tingkat signifikansi 5% atau 0,05. Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara individual, sedangkan uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh kedua variabel independen secara bersama-sama terhadap minat menabung (Hantoso, 2018). Selanjutnya, koefisien determinasi (Adjusted R^2) digunakan untuk mengukur kemampuan variabel persepsi pemahaman dan persepsi lokasi dalam menjelaskan variasi minat menabung masyarakat pada bank syariah (Ghozali, 2011).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen dilakukan untuk memastikan bahwa seluruh pernyataan dalam kuesioner memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas sebelum digunakan dalam analisis lebih lanjut. Pengujian dilakukan menggunakan IBM SPSS Statistics versi 27 terhadap 85 responden dengan membandingkan nilai korelasi *r hitung* dan *r tabel* pada taraf signifikansi 5%. Berdasarkan jumlah responden tersebut, derajat kebebasan (df) diperoleh sebesar 83, sehingga nilai *r tabel* yang digunakan dalam hasil pengujian adalah 0,1769 (Data primer diolah, 2025).

Tabel 1.
Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Pemahaman (X1)

Nomor Butir Pernyataan	r hitung	r tabel (df=83) sig.5%	Keterangan
1	0,837	0,1769	Valid
2	0,846	0,1769	Valid
3	0,807	0,1769	Valid

4	0,285	0,1769	Valid
5	0,561	0,1769	Valid
6	0,79	0,1769	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2025.

Tabel 2.
Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Lokasi (X2)

Nomor Butir Pernyataan	r hitung	r tabel (df=83) sig.5%	Keterangan
1	0,423	0,1769	Valid
2	0,337	0,1769	Valid
3	0,345	0,1769	Valid
4	0,470	0,1769	Valid
5	0,483	0,1769	Valid
6	0,552	0,1769	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2025.

Tabel 3.
Hasil Uji Validitas Variabel Minat Menabung (Y)

Nomor Butir Pernyataan	r hitung	r tabel (df=83) sig.5%	Keterangan
1	0,798	0,1769	Valid
2	0,851	0,1769	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2025.

Hasil pengujian pada ketiga tabel menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan memiliki nilai *r hitung* lebih besar daripada *r tabel*, sehingga seluruh instrumen pada variabel persepsi pemahaman, persepsi lokasi, dan minat menabung dinyatakan valid serta layak digunakan dalam penelitian (Data primer diolah, 2025).

Selanjutnya, pengujian reliabilitas dilakukan menggunakan metode *Cronbach's Alpha* dengan batas minimum 0,60 untuk mengetahui konsistensi instrumen penelitian.

Tabel 4.
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai *Cronbach's Alpha*	Nilai Koefisien Reliabilitas	Keterangan
X1	0,783	0,6	Reliabel
X2	0,659	0,6	Reliabel
Y	0,628	0,6	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2025.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* di atas 0,60, yaitu persepsi pemahaman sebesar 0,783, persepsi lokasi sebesar 0,659, dan minat menabung sebesar 0,628. Dengan demikian, seluruh instrumen dinyatakan reliabel dan memiliki konsistensi

internal yang memadai untuk digunakan dalam analisis berikutnya (Data primer diolah, 2025).

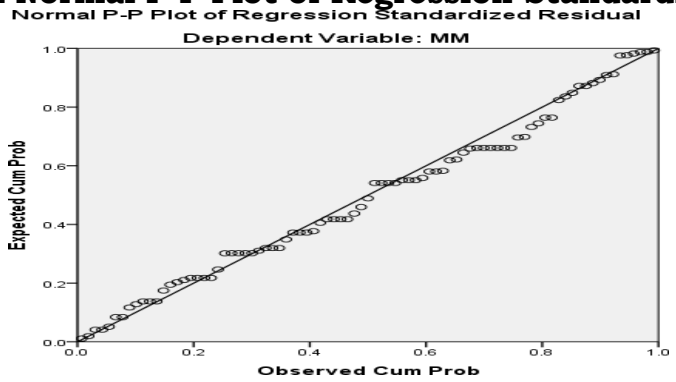
Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi linear berganda memenuhi persyaratan statistik sebelum digunakan dalam pengujian hipotesis. Pengujian meliputi normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan mengetahui apakah residual dalam model regresi berdistribusi normal. Pengujian dilakukan melalui *Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual* dan Kolmogorov-Smirnov.

Gambar 1.
Hasil Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber: Data primer diolah, 2025.

Berdasarkan hasil pengamatan grafik, titik-titik residual terlihat mengikuti arah garis diagonal, sehingga secara visual menunjukkan kecenderungan distribusi normal. Hasil tersebut diperkuat melalui pengujian Kolmogorov-Smirnov sebagaimana disajikan pada tabel berikut.

Tabel 5.
Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			85
Normal Parameters[a,b]	Mean		.0000000
	Std. Deviation		.37510593
Most Extreme Differences	Absolute		.090
	Positive		.090
	Negative		-.052
Test Statistic			.090
Asymp. Sig. (2-tailed)			.083[c]
Monte Carlo Sig. (2- tailed)	Sig.		.456[d]
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.444
		Upper	.469

		Bound	
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. This is a lower bound of the true significance			

Sumber: Data primer diolah, 2025.

Hasil uji Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai signifikansi Asymp. Sig. sebesar 0,083, lebih besar dari 0,05, sedangkan nilai Monte Carlo Sig. sebesar 0,456. Temuan ini menunjukkan bahwa residual model regresi berdistribusi normal sehingga memenuhi salah satu persyaratan analisis regresi linear berganda (Data primer diolah, 2025).

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan linear yang tinggi antarvariabel independen dalam model regresi. Model dinyatakan bebas dari multikolinearitas apabila nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10.

Tabel 6.
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Pemahaman (X1)	0,98	1.020	Tidak Terjadi Multikollinearitas
Lokasi (X2)	0,98	1.020	Tidak Terjadi Multikollinearitas

Sumber: Data primer diolah, 2025.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa kedua variabel independen memiliki nilai *Tolerance* sebesar 0,980 dan VIF sebesar 1,020. Nilai tersebut telah memenuhi kriteria pengujian, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas antara variabel persepsi pemahaman dan persepsi lokasi dalam model regresi (Data primer diolah, 2025).

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varians residual dalam model regresi. Pengujian dilakukan menggunakan metode Glejser dan grafik *Scatterplot*.

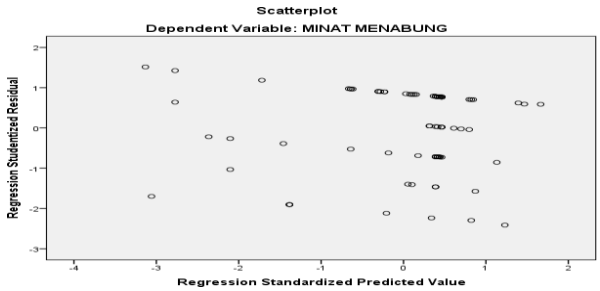
Tabel 7.
Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser

Variabel	Signifikansi	Keterangan
Pemahaman(X1)	0,102	Tidak Terjadi Heteroskendastisitas
Lokasi (X2)	0,929	Tidak Terjadi Heteroskendastisitas

Sumber: Data primer diolah, 2025.

Hasil uji Glejser menunjukkan bahwa variabel persepsi pemahaman memiliki nilai signifikansi sebesar 0,102 dan persepsi lokasi sebesar 0,929, yang seluruhnya lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, model regresi tidak menunjukkan gejala heteroskedastisitas berdasarkan pengujian Glejser (Data primer diolah, 2025).

Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot



Sumber: Data primer diolah, 2025.

Hasil pengamatan grafik *Scatterplot* menunjukkan bahwa titik-titik residual menyebar di atas dan di bawah angka nol serta tidak membentuk pola tertentu. Kondisi tersebut memperkuat hasil uji Glejser bahwa model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas (Data primer diolah, 2025).

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui pengaruh persepsi pemahaman dan persepsi lokasi terhadap minat menabung masyarakat pada bank syariah, baik secara parsial maupun simultan. Pengujian dilakukan menggunakan uji t dan uji F dengan tingkat signifikansi sebesar 5% atau 0,05.

1. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil pengujian parsial disajikan pada tabel berikut.

Tabel 8.
Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients[a]					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	10.095	1.308		7.720	.000
PEMAHAMAN	.088	.053	.182	-1.656	.102
LOKASI	.006	.067	.010	.090	.929
a. Dependent Variable: MINAT MENABUNG					

Sumber: Data primer diolah, 2025.

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel persepsi pemahaman memperoleh nilai t sebesar -1,656 dengan signifikansi 0,102, sedangkan variabel persepsi lokasi memperoleh nilai t sebesar 0,090 dengan signifikansi 0,929. Kedua variabel memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, sehingga secara parsial persepsi pemahaman maupun persepsi lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah (Data primer diolah, 2025).

Secara lebih rinci, persepsi pemahaman memiliki nilai signifikansi 0,102, yang menunjukkan bahwa tingkat pemahaman masyarakat belum

terbukti memberikan pengaruh secara statistik terhadap minat menabung di bank syariah. Sementara itu, persepsi lokasi memiliki nilai signifikansi 0,929, sehingga kemudahan dan keterjangkauan lokasi juga belum menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung masyarakat (Data primer diolah, 2025).

2. Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah persepsi pemahaman dan persepsi lokasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah. Hasil pengujian simultan disajikan pada tabel berikut.

Tabel 9. Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA[a]					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	5.031	2	2.515	1.382	.257[b]
Residual	149.275	82	1.820		
Total	154.306	84			
a. Dependent Variable: Y					
b. Predictors: (Constant), X2, X1					

Sumber: Data primer diolah, 2025.

Hasil uji F menunjukkan nilai F hitung sebesar 1,382 dengan signifikansi 0,257. Karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, dapat disimpulkan bahwa persepsi pemahaman dan persepsi lokasi secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa kedua variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen tidak didukung oleh hasil pengujian empiris (Data primer diolah, 2025).

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Dalam penelitian ini, nilai *Adjusted R Square* digunakan karena model regresi melibatkan lebih dari satu variabel independen.

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.181[a]	.033	.009	.1349
a. Predictors: (Constant), Lokasi, Pemahaman				
b. Dependent Variable: Y				

Sumber: Data primer diolah, 2025.

Hasil pengujian menunjukkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,009 atau 0,9%. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi pemahaman dan persepsi lokasi secara bersama-sama mampu menjelaskan sekitar 0,9% variasi minat menabung masyarakat di bank syariah, sedangkan 99,1% sisanya berkaitan dengan faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian. Temuan ini mengindikasikan bahwa kemampuan kedua variabel independen

dalam menjelaskan variasi minat menabung relatif rendah (Data primer diolah, 2025).

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui arah hubungan dan besarnya perubahan variabel dependen berdasarkan perubahan variabel independen. Hasil pengolahan data menggunakan IBM SPSS Statistics versi 27 disajikan pada tabel berikut.

Tabel 11.
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	thitung
Konstanta	10.095	7.720
Pemahaman (X1)	-.088	-1.656
Lokasi (X2)	.006	.090

Sumber: Data primer diolah, 2025. Koefisien X1 mengikuti uraian dan tabel ringkasan regresi dalam naskah asli.

Berdasarkan hasil tersebut, persamaan regresi linear berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

Y=10,095-0,088X_1+0,006X_2+e

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa nilai konstanta sebesar 10,095 menggambarkan nilai dasar minat menabung ketika variabel persepsi pemahaman dan persepsi lokasi dianggap bernilai nol. Koefisien regresi persepsi pemahaman sebesar -0,088 menunjukkan arah hubungan negatif, yang berarti peningkatan satu satuan persepsi pemahaman secara matematis berkaitan dengan penurunan nilai minat menabung sebesar 0,088 satuan, dengan asumsi variabel lainnya tetap. Namun, pengaruh tersebut tidak signifikan secara statistik karena nilai signifikansinya sebesar 0,102 (Data primer diolah, 2025).

Sementara itu, koefisien regresi persepsi lokasi sebesar 0,006 menunjukkan arah hubungan positif, yang berarti peningkatan satu satuan persepsi lokasi secara matematis berkaitan dengan peningkatan minat menabung sebesar 0,006 satuan. Akan tetapi, pengaruh tersebut juga tidak signifikan karena nilai signifikansinya sebesar 0,929. Dengan demikian, kedua variabel independen belum mampu menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah berdasarkan model regresi yang digunakan (Data primer diolah, 2025).

PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi pemahaman dan persepsi lokasi terhadap keputusan menabung masyarakat di bank syariah pada Dusun Bangang, Desa Kubangga, Kecamatan Teluk Keramat. Berdasarkan hasil pengujian data, pembahasan mengenai pengaruh masing-masing variabel dapat diuraikan sebagai berikut.

Pengaruh Persepsi Pemahaman secara Parsial terhadap Keputusan Menabung

Hasil pengujian menunjukkan bahwa persepsi pemahaman tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung masyarakat di bank syariah. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi sebesar -0,088 dan

nilai t-hitung sebesar -1,656 dengan tingkat signifikansi 0,102, lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, hipotesis pertama (H1) yang menyatakan bahwa persepsi pemahaman berpengaruh terhadap keputusan menabung tidak dapat diterima. Temuan ini mengindikasikan bahwa tingkat pemahaman masyarakat mengenai prinsip dan produk perbankan syariah belum menjadi faktor utama dalam menentukan keputusan mereka untuk menabung.

Hasil tersebut sejalan dengan penelitian Siti Rahmah yang menunjukkan bahwa pengetahuan atau pemahaman masyarakat mengenai konsep perbankan syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung. Keputusan masyarakat diduga lebih berkaitan dengan faktor praktis, seperti kemudahan akses, kedekatan lokasi bank, serta kebiasaan keluarga dibandingkan dengan tingkat pemahaman terhadap prinsip perbankan syariah.

Pengaruh Persepsi Lokasi secara Parsial terhadap Keputusan Menabung

Hasil pengujian menunjukkan bahwa persepsi lokasi juga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung masyarakat di bank syariah. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,006, nilai t-hitung sebesar 0,090, dan tingkat signifikansi sebesar 0,929, yang lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, hipotesis kedua (H2) tidak dapat diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa persepsi masyarakat terhadap jarak dan kemudahan lokasi bank syariah belum menjadi pertimbangan utama dalam menentukan keputusan menabung. Artinya, masyarakat yang tinggal dekat dengan bank syariah belum tentu memilih untuk menabung, sedangkan masyarakat yang tinggal jauh tetap memiliki kemungkinan untuk menggunakan layanan perbankan syariah.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Lina Marlina yang menyatakan bahwa lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung. Perkembangan layanan perbankan digital, seperti mobile banking, memungkinkan masyarakat melakukan berbagai transaksi tanpa harus mengunjungi kantor bank secara langsung. Kondisi tersebut dapat mengurangi ketergantungan masyarakat terhadap lokasi fisik bank dalam memenuhi kebutuhan transaksi keuangan.

Pengaruh Persepsi Pemahaman dan Persepsi Lokasi secara Simultan terhadap Keputusan Menabung

Hasil uji simultan menunjukkan bahwa persepsi pemahaman dan persepsi lokasi secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung masyarakat di bank syariah. Hal ini dibuktikan melalui nilai F-hitung sebesar 1,382 dengan nilai signifikansi 0,257, lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, hipotesis ketiga (H3) tidak dapat diterima. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kedua variabel independen belum mampu menjelaskan keputusan menabung masyarakat secara signifikan ketika diuji secara bersama-sama.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Nia Pratiwi yang menunjukkan bahwa literasi syariah atau pemahaman dan lokasi secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung masyarakat. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa keputusan masyarakat dalam memilih bank syariah kemungkinan turut dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel yang diteliti, seperti kualitas pelayanan, kenyamanan bertransaksi,

kepercayaan, kebutuhan keuangan, dan kemudahan penggunaan layanan perbankan. Oleh karena itu, peningkatan pemahaman masyarakat dan kemudahan akses lokasi perlu didukung oleh peningkatan kualitas layanan agar dapat mendorong keputusan masyarakat untuk menabung di bank syariah.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh persepsi pemahaman dan persepsi lokasi terhadap keputusan menabung masyarakat di bank syariah pada Dusun Bangang, Desa Kubangga, Kecamatan Teluk Keramat, dapat disimpulkan bahwa:

1. Persepsi pemahaman tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung masyarakat di bank syariah. Hasil uji parsial menunjukkan nilai t-hitung sebesar -1,656 dengan nilai signifikansi 0,102, lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pemahaman masyarakat mengenai perbankan syariah belum menjadi faktor yang menentukan keputusan mereka untuk menabung di bank syariah.
2. Persepsi lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung masyarakat di bank syariah. Hasil uji parsial menunjukkan nilai t-hitung sebesar 0,090 dengan nilai signifikansi 0,929, lebih besar dari 0,05. Temuan ini menunjukkan bahwa persepsi masyarakat terhadap lokasi atau jarak bank syariah belum menjadi pertimbangan utama dalam menentukan keputusan menabung.
3. Persepsi pemahaman dan persepsi lokasi secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung masyarakat di bank syariah. Hasil uji F menunjukkan nilai F-hitung sebesar 1,382 dengan nilai signifikansi 0,257, lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, kedua variabel tersebut belum mampu menjelaskan keputusan menabung masyarakat secara signifikan. Hal ini mengindikasikan adanya kemungkinan faktor lain di luar penelitian yang turut memengaruhi keputusan masyarakat, seperti kualitas pelayanan, kepercayaan, kenyamanan, dan kemudahan transaksi.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi pemahaman dan persepsi lokasi bukan merupakan faktor yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung masyarakat di bank syariah pada lokasi penelitian. Oleh karena itu, upaya meningkatkan keputusan masyarakat untuk menabung di bank syariah perlu memperhatikan faktor-faktor lain, terutama kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kemudahan dalam melakukan transaksi**.**

DAFTAR PUSTAKA

Cahyono, A. M. (2019). Metode menabung perspektif zaman Nabi Yusuf AS. *Journal of Sharia Economics, 1*(2). https://doi.org/10.35896/jse.v1i2.73

Duli, N. (2019). *Metodologi penelitian kuantitatif: Beberapa konsep dasar untuk penulisan skripsi & analisis data dengan SPSS*. Deepublish.

Fauzela, D. S., & Budi, A. A. (2023). Peranan perbankan dalam menghadapi pengaruh globalisasi ekonomi. *Inovasi Pembangunan: Jurnal Kelitbangan, 11*(3), 291–306. https://doi.org/10.35450/jip.v11i03.154

Ghozali, I. (2011). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 19*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hanida, D., Mukhsin, M., & Nuzulul Atiah, I. (2025). Pengaruh pengetahuan, religiusitas dan lokasi terhadap minat menabung di bank syariah pada mahasiswa Ekonomi Syariah. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah, 10*(1). https://doi.org/10.30651/jms.v10i1.25014

Kementerian Agama Republik Indonesia. (2019). *Al-Qur'an dan terjemahannya*. Kementerian Agama Republik Indonesia.

Mislaili, Muslihun, & Saadatirrohmi, S. A. (2024). Pengaruh pengetahuan dan lokasi terhadap minat menabung di bank syariah (Studi kasus masyarakat Dusun Sukarara Desa Sukarara Kecamatan Sakra Barat). *Jurnal Perbankan Syariah, 3*(1), 21–29. https://doi.org/10.20414/jps.v3i1.9204

Nastiti, N., Hartono, A., & Ulfah, I. F. (2020). Pengaruh religiusitas, pengetahuan perbankan, pengetahuan produk perbankan, pengetahuan pelayanan perbankan, dan pengetahuan bagi hasil terhadap preferensi menggunakan jasa perbankan syariah. *ASSET: Jurnal Manajemen dan Bisnis, 1*(1). https://doi.org/10.24269/asset.v1i1.2554

Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode penelitian kuantitatif*. Pascal Books.

Rahmadi. (2011). *Pengantar metodologi penelitian*. Antasari Press.

Republik Indonesia. (1998). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan*.

Republik Indonesia. (2008). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah*.

Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode riset penelitian kuantitatif: Penelitian di bidang manajemen, teknik, pendidikan dan eksperimen*. Deepublish.

Syahrum, & Salim. (2012). *Metodologi penelitian kuantitatif*. Citapustaka Media.