

**ANALISA FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
PELAKU USAHA KULINER DALAM MENGGUNAKAN JASA
KEUANGAN BPRS SUKOWATI SRAGEN**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



**Oleh:
AJI TRI LAKSONO
NIM. 18.52.31.120**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA**

2022

ANALISA FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
PELAKU USAHA KULINER DALAM MENGGUNAKAN JASA
KEUANGAN BPRS SUKOWATI SRAGEN

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Oleh:

Aji Tri Laksono

18.52.31.120

Surakarta, 13 April 2022

Disetujui dan disahkan oleh:
Dosen Pembimbing Skripsi



Dr. M. Rahmawan Arifin, S.E, M.Si

NIP. 19720304 200112 1 004

SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

NAMA : AJI TRI LAKSONO

NIM : 185231120

PROGRAM STUDI : PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Terkait Skripsi saya yang berjudul "ANALISA FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PELAKU USAHA KULINER DALAM MENGGUNAKAN JASA KEUANGAN BPRS SUKOWATI SRAGEN"

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya benar-benar telah melakukan penelitian dan pengambilan data dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada nasabah BPRS Sukowati Sragen yang bekerja sebagai pelaku usaha kuliner. Apabila di kemudian hari diketahui skripsi ini menggunakan data yang tidak sesuai dengan data yang sebenarnya, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surakarta, 14 April 2022



Aji Tri Laksono

SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

Assalamu'alaikum wr wb

Yang bertanda tangan di bawah ini:

NAMA : AJI TRI LAKSONO

NIM : 185231120

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Menyatakan bahwa penelitian skripsi berjudul **“ANALISA FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PELAKU USAHA KULINER DALAM MENGGUNAKAN JASA KEUANGAN BPRS SUKOWATI SRAGEN”**

Benar-benar bukan plagiasi dan belum pernah diteliti sebelumnya. Apabila dikemudian hari diketahui bahwa skripsi ini merupakan plagiasi, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagai mestinya.

Wassalamu'alaikum wr wb

Surakarta, 14 April 2022



Aji Tri Laksono

Dr. M. Rahmawan Arifin, S.E, M. Si
Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
NOTA DINAS

Hal : Skripsi
Sdr : Aji Tri Laksono

Kepada Yang Terhormat
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said
Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi saudara Aji Tri Laksono NIM: 18.52.31.120 yang berjudul :

“ANALISA FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PELAKU USAHA KULINER DALAM MENGGUNAKAN JASA KEUANGAN BPRS SUKOWATI SRAGEN”

Sudah dapat dimunaqasahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam ilmu Perbankan Syariah.

Oleh karena itu kami mohon agar skripsi tersebut segera dimunaqasahkan dalam waktu dekat.

Demikian, atas dikabulkannya pemohonan ini disampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 13 April 2022



Dr. M. Rahmawan Arifin, S.E. M.Si

NIP. 19720304 200112 1 004

PENGESAHAN

**ANALISA FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINATPELAKU
USAHA KULINER DALAM MENGGUNAKAN JASA KEUANGAN BPRS
SUKOWATI SRAGEN**

Oleh:

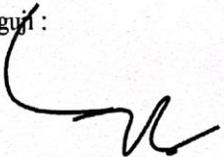
AJI TRILAKSONO

NIM. 18.52.31.120

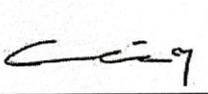
Telah dinyatakan lulus dalam ujian muunaqosah
pada hari Senin tanggal 09 Mei 2022 M / 08 Syawal 1443 H dan dinyatakan
telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Dewan Penguji :

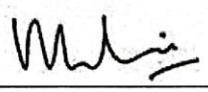
Penguji I (Merangkap Ketua Sidang)
Budi Sukardi, S.E.I., M.S.I
NIP. 19791111 200604 1 003



Penguji II
Dra. Hj. Ani Sofiyani, M.S.I
NIP. 19640101 199403 2 002



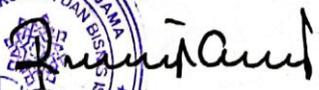
Penguji III
Melia Kusuma, MM
NIK. 19810608 201701 2 147



Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta




Dr. M. Rahmawan Arifin, M.Si.
NIP. 19720304 200112 1 004

MOTTO

“Cukuplah Allah menjadi penolong kami dan Allah adalah sebaik-baik pelindung”

(QS. Al-Imran : 183)

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(QS. Al-Baqarah : 286)

“Tetapi boleh jadi kamu tidak menyenangi sesuatu, padahal itu baik bagimu, dan boleh jadi kamu menyukai sesuatu, padahal itu tidak baik bagimu. Allah mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui”

(QS. Al-Baqarah : 216)

“Maka nikmat Tuhan yang manakah yang kamu dustakan ?”

(QS. Ar-Rahman : 45)

“Berhentilah menghakimi masalah seseorang, lebih baik berdirilah disampingnya, bantu dia memperindah masa depannya”

(Najwa Shihab)

“Kurangi mengeluh, perbanyak usaha dan doa, jangan lupa minta restu orangtua”

(Aji Tri Laksono)

“Belajar memantaskan diri, agar diprioritaskan nanti”

(Aji Tri Laksono)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah Tuhan semesta alam, karena rahmat dan hidayahnya kita masih diberikan kesempatan untuk menikmati dunia seisinya.

Dengan penuh rasa syukur, karya sederhana ini ku persembahkan untuk :

1. Allah Yang Maha Esa yang telah memberikan nikmat sehat, nikmat sempat, diberikan kemudahan serta petunjuk sehingga tugas akhir kuliah bisa terselesaikan dengan baik.
2. Terima kasih kepada Ibuku Endang Sulastri dan Bapakku Suparmin yang selalu memberikan dukungan, yang rela berkorban, yang senantiasa mendoakan setiap waktu, karena tanpa restu orangtua dan doa orangtua tugas akhir ini tak mungkin dapat terselesaikan dengan baik.
3. Terima kasih untuk kedua kakak kandungku, Mas Agung Cahyono dan Mbak Lies Widya Asmorowati, terima kasih banyak telah memberikan dukungan dan motivasi untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
4. Terima kasih untuk keluarga besar maupun kerabat dekat, yang telah memberikan dukungan dan motivasi.
5. Terima kasih untuk teman-temanku yang tak bisa disebutkan satu persatu, terima kasih telah memberikan semangat, maupun dukungan yang lainnya.

Surakarta, 13 April 2022



Aji Tri Laksono

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah dan inayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul :

“ANALISA FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PELAKU USAHA KULINER DALAM MENGGUNAKAN JASA KEUANGAN BPRS SUKOWATI SRAGEN”.

Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi tugas sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan Studi Jenjang Strata (S1) dalam Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, dan tenaganya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Mudhofir, S.Ag., M.Pd. Selaku Rektor Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
2. Dr. M. Rahmawan Arifin, S.E. M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
3. Rais Sani Muharrami, S.E.I, M.E.I selaku Koordinator Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.

4. Dr. M. Rahmawan Arifin, S.E. M.Si. Selaku pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktunya, memberikan masukan, memberikan bimbingan serta memberikan dukungan selama penulis menyelesaikan skripsi.
5. Indah Piliyanti, S.Ag, M.Si. Selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan motivasi dan dukungan kepada penulis.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta yang telah memberi bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa studi
7. Seluruh Staf dan Karyawan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
8. Pimpinan dan seluruh karyawan BPRS Sukowati Sragen yang telah memberikan ijin untuk melakukan penelitian. Serta seluruh nasabah BPRS Sukowati Sragen yang telah berkenan untuk mengisi kuesioner guna membantu penelitian dan pengumpulan data.

Dengan terselesaikan penulisan skripsi ini, penulis berharap karya ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak. Penulis berterimakasih apabila pembaca berkenan memberikan kritik dan saran yang sifatnya membangun.

Wassalamua'alaikum Wr. Wb

Surakarta, 13 April 2022



Aji Tri Laksono

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of promotion, service quality and financial literacy on the interest of culinary business actors in using financial services at BPRS Sukowati Sragen. The population in this study are customers of BPRS Sukowati Sragen who work as culinary business actors. The method of collecting data from this research is by using a questionnaire that is distributed directly at the research site. For sampling using Purposive Sampling . Calculation of sample size using the formula of unknown populations so as to obtain a total sample of 100 respondents. Data were analyzed using SPSS Statistics version 22 software.

The dependent variable (Y) of this study is the interest in using financial services, while the independent variable (X) is promotion, service quality and financial literacy. The method applied in this research is a quantitative method. For the data analysis method, this study uses multiple linear regression analysis which shows that promotion has no effect on interest in using financial services. The service quality variable has a positive and significant effect on interest in using financial services. Then the financial literacy variable has a positive and significant effect on interest in using financial services. From the results of this study, it can be concluded that there are only two independent variables (quality of service and financial literacy) that can affect the dependent variable (interest in using financial services).

Keywords: promotion, service quality and financial literacy, interest in culinary business actors using financial services.

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh promosi, kualitas pelayanan dan literasi keuangan terhadap minat pelaku usaha kuliner dalam menggunakan jasa keuangan di BPRS Sukowati Sragen. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah BPRS Sukowati Sragen yang bekerja sebagai pelaku usaha kuliner. Metode pengumpulan data dari penelitian ini yaitu dengan menggunakan kuesioner yang disebar secara langsung ditempat penelitian. Untuk pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling*. Perhitungan ukuran sampel menggunakan rumus *unknown populations* sehingga memperoleh jumlah sampel penelitian 100 responden. Data dianalisis dengan menggunakan software SPSS Statistik versi 22.

Variable dependen (Y) dari penelitian ini adalah minat menggunakan jasa keuangan, sedangkan untuk variabel independen (X) adalah promosi, kualitas pelayanan dan literasi keuangan. Metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Untuk metode analisis data, penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda yang menunjukkan bahwa promosi tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan jasa keuangan. Untuk variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan jasa keuangan. Kemudian untuk variabel literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan jasa keuangan. Dari hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa hanya ada dua variabel independen (kualitas pelayanan dan literasi keuangan) yang dapat mempengaruhi variabel dependen (minat menggunakan jasa keuangan).

Kata Kunci : promosi, kualitas pelayanan dan literasi keuangan, minat pelaku usaha kuliner menggunakan jasa keuangan.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING	ii
SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN	iii
SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI	iv
NOTA DINAS	v
PENGESAHAN MUNAQSAH	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
ABSTRACT	xi
ABSTRAK	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Batasan Masalah	6
1.4 Rumusan Masalah.....	6
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6 Manfaat Penelitian.....	7

1.7	Sistematika Penulisan	8
BAB II LANDASAN TEORI		
2.1	Teori Minat	10
2.1.1.	Pengertian Minat	10
2.1.2.	Faktor-Faktor yang Menumbuhkan Minat	11
2.1.3.	Karakteristik Minat	12
2.2	Promosi.....	12
2.2.1.	Pengertian Promosi	12
2.2.2.	Indikator Promosi.....	13
2.3	Kualitas Pelayanan	15
2.3.1	Pengertian Kualitas Pelayanan.....	15
2.3.2	Indikator Kualitas Pelayanan	16
2.4	Literasi Keuangan.....	17
2.4.1.	Pengertian Literasi Keuangan	17
2.4.2.	Indikator Literasi Keuangan.....	18
2.5	Pengertian Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.....	19
2.6	Perkembangan BPRS Sukowati Sragen	20
2.7	Kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah	21
2.8	Penelitian Terdahulu.....	22
2.9	Kerangka Berpikir	29
2.10	Hipotesis	30
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Waktu dan Wilayah Penelitian.....	32

3.2 Jenis Penelitian.....	32
3.3 Populasi dan Sampel	32
3.4 Data dan Sumber Data	34
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.6 Variabel Penelitian	35
3.7 Definisi Operasional Variabel.....	36
3.8 Teknik Analisis Data.....	37
1 Statistik Deskriptif	38
2 Skala Linkert	38
3.8.1. Uji Instrumen Penelitian	39
1. Uji Validitas	39
2. Uji Reliabilitas	40
3.8.2. Uji Asumsi Klasik.....	40
1. Uji Normalitas	40
2. Uji Multikolinearitas	40
3. Uji Heteroskedastisitas	41
3.8.3. Uji Regresi Linear Berganda.....	41
3.8.4. Uji Hipotesis	41
1. Uji Simultan (Uji F)	41
2. Uji T	42
3.8.5. Koefisien Determinasi (<i>R</i>).....	43

BAB IV PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan	44
------------------------------------	----

4.1.1. Profil BPRS Sukowati Sragen.....	44
4.2 Gambaran Umum Penelitian.....	45
4.2.1. Gambaran Umum Responden	45
4.3 Pembahasan dan Hasil Analisis Data.....	48
4.3.1. Uji Statistik Deskriptif.....	49
4.3.2. Uji Instrumen Penelitian.....	50
4.3.3. Uji Asumsi Klasik	51
4.3.4. Analisis Regresi Linear Berganda.....	57
4.3.5. Uji Hipotesis.....	58
 BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	63
5.2 Saran-Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	65
Lampiran	70

DAFTAR TABEL

Tabel 2.5 Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel 3.7 Definisi Operasional Variabel	33
Tabel 3.8 Skor Jawaban Responden	36
Tabel 4.2.1 Usia Responden	46
Tabel 4.2.2 Jenis Kelamin Responden.....	46
Tabel 4.2.3 Lama Usaha Kuliner	47
Tabel 4.2.4 Lama Menjadi Nasabah	48
Tabel 4.3.1 Deskriptif Statistik.....	49
Tabel 4.3.2 Hasil Uji Validitas	50
Tabel 4.3.3 Hasil Uji Reliabilitas	51
Tabel 4.3.4 Hasil Uji Normalitas	52
Tabel 4.3.5 Hasil Uji Multikolinearitas	54
Tabel 4.3.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	56
Tabel 4.3.7 Hasil Uji Analisis Regresi linear Berganda.....	57
Tabel 4.3.8 Hasil Uji F	59
Tabel 4.3.9 Hasil Uji T	60
Tabel 4.5. Hasil Uji Koefesien Determinasi.....	62

Daftar Gambar

Gambar 2.6 Kerangka Berfikir.....	29
Gambar 4.3.4 Uji Normalitas	52
Gambar 4.3.5 Uji Heteroskedastisitas	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Jadwal Penelitian	71
Lampiran 2 : Surat Jawaban Permohonan Ijin Penelitian	72
Lampiran 3 : Kuisisioner	73
Lampiran 4 : Data Responden Penelitian	78
Lampiran 5 : Rekap Data Hasil Penelitian	81
Lampiran 6 : Hasil Output SPSS	92
Lampiran 7 : Daftar Gambar	101
Lampiran 8 : Daftar Riwayat Hidup	103
Lampiran 9 : Cek Plagiasi (Turnitin)	104

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sebagaimana kita ketahui bahwa ekonomi kreatif kini mengalami perkembangan yang cukup baik. Ekonomi kreatif bersumber dari kecerdasan kreatifitas dan inovasi seseorang yang dituntut untuk berkembang, dengan kata lain kreativitas seseorang merupakan dasar utama dalam mengembangkan ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif memiliki berbagai bidang, baik kerajinan tangan, umkm, dan bidang kuliner. Saat ini kuliner sangat digemari oleh masyarakat, sehingga kuliner sudah menjamur di beberapa daerah (Hasan, 2018).

Sragen merupakan salah satu daerah dengan daya saing yang kuat melalui produk-produk yang dari industri kreatif, salah satu industri kreatifnya yaitu di bidang kuliner. Beragam kuliner ada di Sragen, baik dengan rasa manis hingga pedas. Ekonomi kreatif di bidang kuliner tentunya menjadi peluang yang sangat baik apabila terus dikembangkan dalam rangka mendukung pertumbuhan ekonomi nasional (Nuzuli, 2017).

Usaha kuliner di Sragen semakin berkembang pesat, hal ini dapat dilihat pada data yang menunjukkan 1.367 pelaku usaha kuliner pada tahun 2022. Sehingga ini menunjukkan bahwa pertumbuhan umkm pada bidang kuliner di Sragen berkembang dengan baik (Sikoper.sragenkab.go.id, 2022).

Meningkatnya pertumbuhan umkm pada bidang kuliner ini terjadi pada pelaku usaha kuliner yang memiliki modal usaha yang cukup baik, namun untuk pelaku yang masih memiliki modal yang cukup hanya pada taraf berkembang, hal ini menjadikan industri perbankan mulai gencar untuk memberikan kredit atau pembiayaan pada umkm disektor kuliner (Nurhidayati, 2019).

Keterbatasan pengetahuan tentang pengelolaan keuangan merupakan salah satu faktor saat ini yang menjadi permasalahan serius bagi pelaku usaha kuliner. Sehingga pelaku usaha kuliner ini cenderung bergantung pada lembaga-lembaga yang cepat, mudah, serta tidak ketat dalam persyaratan. Namun, memiliki bunga yang cukup tinggi, sehingga mengakibatkan para pelaku usaha kuliner ini disaat usahanya sedang lesu, justru membebani pelaku usaha kuliner (Rifa, 2017).

Sebelum adanya lembaga keuangan syariah, para pelaku usaha kuliner membutuhkan dukungan modal dengan cara meminjam kepada lembaga keuangan non syariah. Padahal dana dari lembaga keuangan non syariah cukup tinggi bunganya, sehingga membuat para pelaku usaha kuliner semakin terbebani. Lembaga keuangan non syariah biasanya lebih gencar dalam hal promosi, memiliki pelayanan yang cepat dan sebagainya. Sehingga ini menjadi daya tarik tersendiri bagi pelaku usaha kuliner (Mulia, 2019)

Sehingga pelaku usaha kuliner ini tidak dihadapkan oleh satu atau dua pilihan pembiayaan saja, akan tetapi keberadaan lembaga keuangan

syariah harus menciptakan sebuah solusi terhadap permasalahan yang dihadapi oleh pelaku usaha kuliner. Lembaga keuangan syariah diharapkan dapat memberikan dukungan kepada pelaku usaha kuliner (Ulya, 2020).

Sehingga semakin berkembangnya lembaga keuangan syariah, tentunya dapat membuat terobosan yang membantu sektor usaha kuliner. Hal ini tentunya menjadi perhatian sendiri bagi lembaga keuangan syariah untuk terus gencar melakukan kegiatan promosi, meningkatkan kualitas pelayanan, serta memberikan edukasi terkait literasi keuangan kepada pelaku usaha kuliner (Ulya, 2020).

Promosi tentunya menjadi faktor yang paling penting untuk menyebarkan informasi mengenai produk dan jasa keuangan yang dimiliki perusahaan kepada pangsa pasar. Promosi dilakukan guna untuk menambah jumlah nasabah, promosi yang menarik akan menjadikan bertambahnya nasabah baru (Wati & Fitri, 2018).

Pelayanan ialah suatu rangkaian kegiatan yang diberikan guna mendatangkan kepuasan bagi oranglain disertai dengan sikap yang ramah, kecepatan dalam memenuhi kebutuhan nasabah. Memberikan pelayanan merupakan bentuk fasilitas perusahaan terhadap nasabah. Apabila kualitas pelayanan melebihi dari harapan nasabah tentunya memiliki pengaruh terhadap minat nasabah (Indah & Yadewani, 2020).

Sedangkan literasi keuangan menjadi salah satu faktor untuk mendapatkan informasi mengenai produk atau jasa dari lembaga keuangan. Literasi terkait dengan lembaga keuangan meliputi, produk, layanan, fitur,

manfaat maupun resiko yang akan timbul. Sehingga dengan adanya literasi keuangan ini masyarakat khususnya pada pelaku usaha kuliner tidak salah dalam memilih lembaga keuangan (Rosidi, Prastyo, & Zusrony, 2021).

Merujuk pada penelitian sebelumnya yang diteliti oleh Della Amnestya Yasa, (2018) terkait dengan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat nasabah terhadap jasa keuangan di BPRS, bahwasanya faktor promosi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat nasabah.

Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Ulya, (2020) yang menunjukkan adanya korelasi, bahwasanya faktor promosi berpengaruh positif serta signifikan pada minat menggunakan jasa keuangan. Dengan demikian, hal ini tentu menjadi perhatian tersendiri bagi bank pembiayaan rakyat syariah untuk turut serta memberikan dukungan terhadap ekonomi kreatif terutama pada bidang kuliner, sehingga pelaku usaha kuliner dapat mengembangkan usaha kulinernya.

Pada studi yang dilakukan Fauzia, (2021) tentang “Pengaruh Promosi, Nilai Syari’ah, dan Prosentase Margin Terhadap Minat Nasabah untuk Mengajukan Pembiayaan” pada hasil penelitian menunjukkan variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembiayaan sedangkan variabel yang lain tidak berpengaruh terhadap minat.

Kemudian untuk penelitian yang dilakukan oleh Aziz dan Hendrastyo, (2019) terkait dengan “Pengaruh Kualitas Layanan ,

Kepercayaan Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada Bank Syariah Cabang Ulak Karang Kota Padang”, menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan tentu tidak berpengaruh signifikan dan negatif terhadap minat.

Sedangkan studi yang dilakukan oleh Yamin, (2018) tentang “Faktor yang mempengaruhi minat nasabah bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) Kotabumi kantor cabang bandar lampung”, pada variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat.

Berangkat dari uraian tersebut, penulis ingin mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat pelaku usaha kuliner, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisa faktor-faktor yang mempengaruhi minat pelaku usaha kuliner dalam menggunakan jasa keuangan BPRS Sukowati Sragen”**

1.2 Identifikasi Masalah

Menurut penjelasan pada latar belakang masalah, kemudian identifikasi masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pelaku usaha kuliner dalam meningkatkan usahanya masih terkendala pada modal usaha, yang saat ini pelaku usaha kuliner memilih lembaga keuangan yang cepat, mudah prosesnya dalam melakukan kredit guna untuk menambah modal usaha.
2. Adanya perbedaan hasil dari penelitian terdahulu, dari penelitian yang dilakukan oleh Della Amnestya Yasa, (2018) bahwa pada faktor promosi berpengaruh negatif dan signifikan, sedangkan pada hasil penelitian dari

(Ulya, 2020) dan juga penelitian Fauzia, (2021) bahwa faktor promosi berpengaruh positif signifikan.

3. Terdapat perbedaan hasil, penelitian yang dilakukan oleh Aziz dan Hendrastyo, (2019) pada faktor kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan dan negatif terhadap minat, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Yamin, (2018) pada faktor kualitas pelayanan menunjukkan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan.

1.3 Batasan Masalah

Sebagaimana mestinya, pada setiap penelitian memiliki batasan. Dengan adanya batasan akan memberikan acuan yang terarah, kemudian hasil yang didapatkan akan lebih mudah dipahami dan lebih terarah. Sesuai dengan identifikasi masalah, untuk pembahasan pada penelitian ini hanya terbatas terkait tentang analisa faktor-faktor promosi, kualitas pelayanan dan literasi keuangan yang mempengaruhi minat pelaku usaha kuliner dalam menggunakan jasa keuangan di BPRS Sukowati Sragen.

1.4 Rumusan Masalah

Menurut pemaparan latar belakang masalah, maka rumusan masalah akan dipusatkan dalam pembahasan ini yaitu :

1. Apakah faktor promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pelaku usaha kuliner dalam menggunakan jasa keuangan di BPRS Sukowati Sragen ?

2. Apakah faktor kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pelaku usaha kuliner dalam menggunakan jasa keuangan di BPRS Sukowati Sragen ?
3. Apakah faktor literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pelaku usaha kuliner dalam menggunakan jasa keuangan di BPRS Sukowati Sragen ?

1.5 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan :

1. Untuk mengetahui apakah faktor promosi mempengaruhi minat pelaku usaha kuliner dalam menggunakan jasa keuangan di BPRS Sukowati Sragen.
2. Untuk mengetahui apakah faktor dari kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat pelaku usaha kuliner dalam menggunakan jasa keuangan di BPRS Sukowati Sragen.
3. Untuk mengetahui apakah faktor literasi keuangan berpengaruh terhadap minat pelaku usaha kuliner dalam menggunakan jasa keuangan di BPRS Sukowati Sragen.

1.6 Manfaat Penelitian

Suatu penelitian akan bernilai ketika penelitian tersebut memberikan manfaat.

Sehingga manfaat dari penelitian yaitu, sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat pelaku usaha kuliner dalam menggunakan jasa keuangan di BPRS Sukowati Sragen. Serta dapat menjadi pertimbangan dalam memecahkan permasalahan serta melaksanakan penelitian lebih lanjut.

2. Manfaat Praktis

Hasil pada studi ini, BPRS Sukowati Sragen dapat mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat pelaku usaha kuliner dalam menggunakan jasa keuangan, sehingga BPRS Sukowati Sragen dapat menerapkan jasa keuangan yang sesuai dengan minat dari pelaku usaha kuliner.

1.7 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan perkiraan yang pasti dan inklusif terkait penulisan riset maka dibentuk sistematika penulisan yang mencakup lima bab atau bagian dengan sistematika antara lain:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas terkait latar belakang yang menjelaskan secara singkat tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat pelaku usaha kuliner dalam menggunakan jasa keuangan BPRS Sukowati Sragen. Sub bab identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, jadwal penelitian, serta sistematika pada penulisan skripsi

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini memaparkan terkait tinjauan pustaka pendukung penelitian, yaitu teori-teori membahas terkait faktor-faktor yang mempengaruhi minat pelaku usaha kuliner dalam menggunakan jasa keuangan BPRS Sukowati Sragen. Pada bab ini berisi kerangka pemikiran, hasil penelitian terdahulu yang relevan.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ketiga ini berisi mengenai waktu dan juga lokasi yang ingin diamati oleh peneliti, metode penelitian yang dikenakan oleh penulis yaitu kuantitatif, populasi dan juga sampel serta penjelasan terkait pengumpulan data yang dijalankan oleh peneliti. Tidak hanya itu bab ini pula dipaparkan terkait teknik yang dilakukan untuk menarik sebuah data serta definisi operasional penelitian.

BAB IV PEMBAHASAN

Bab ini mengandung wawasan keseluruhan terkait riset, pengujian dan hasil analisis data, pembahasan output kajian data (pembenahan asumsi).

BAB V PENUTUP

Pada bagian ini yaitu susunan dari penelitian yang terdiri atas kesimpulan, dependensi riset, dan arahan.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Teori Minat

2.1.1. Pengertian Minat

Secara etimologis, istilah minat adalah perhatian, preferensi lebih mengarah kepada keinginan. Minat bagian antara keinginan yang dapat menjadikan seseorang berkembang. Sehingga dalam pada dasarnya minat merupakan salah satu bagian yang bisa mempengaruhi preferensi calon pelanggan atau nasabah dalam menggunakan layanan keuangan. Oleh sebab itu minat terjadi karena adanya ketertarikan nasabah untuk menggunakan jasa keuangan (Ipfa Retno Astuti dan Endang Masitoh, 2020).

Minat menurut Crow & Crow dalam Icha (2011) merupakan sesuatu yang terkait dengan kekuatan gerakan sehingga dapat mendorong orang untuk tertarik baik pada oranglain, benda, aktivitas ataupun sesuatu yang dapat dirangsang oleh kegiatan itu sendiri (Yamin, 2018).

Minat dapat dikatakan sebagai kecenderungan nasabah dalam menggunakan produk dan jasa perbankan atau aspek kejiwaan yang bukan sekedar memberikan warna pada perilaku orang dalam melakukan sesuatu yang membuat mereka tertarik pada sesuatu (Indah & Yadewani, 2020).

2.2.Faktor-Faktor Menumbuhkan Minat

Dilihat dari segi pembiayaan, perbankan syariah lebih bergantung Minat (*Interest*) dapat ditampilkan sebagai situasi dimana seorang konsumen belum melakukan aktifitas terkait dengan produk dan jasa dari produsen, akan tetapi dalam hal ini dapat dijadikan landasan untuk memprediksi tindakan dari konsumen dalam menggunakan atau membeli suatu produk yang ditawarkan. Dengan demikian, ada beberapa faktor yang dapat menumbuhkan minat, yaitu:

1. Perhatian (*Attention*) adanya minat konsumen yang tinggi terhadap suatu layanan yang ditawarkan.
2. Ketertarikan (*Interest*) hal ini ditunjukkan dengan perhatian serta kesenangan.
3. Keinginan (*Desire*) yaitu, sebuah harapan agar dapat dimiliki.
4. Keyakinan (*Conviction*) yaitu, sebuah keyakinan pada kualitas, kegunaan serta manfaat dari produk yang akan dimiliki.

Lalu agar minat ini muncul tentu dari pihak produsen tentu juga melakukan yang namanya promosi atau melakukan periklanan guna mengenalkan produk dan jasa dari produsen yang ditawarkan kepada konsumen (Halim dan Iskandar, 2019).

2.3.Karakteristik Minat

Menurut Bimo Walgito (2004) dalam Zaif (2013) menerangkan bahwa karakteristik minat dibagi menjadi 3, yaitu sebagai berikut :

- a. Memunculkan sikap positif pada suatu objek yang diminati.
- b. Terdapat sesuatu hal yang membuat senang dari objek.
- c. Menumbuhkan harapan agar dapat memiliki dari yang diminati.

Sehingga minat dapat menimbulkan atau mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu sesuai yang diminati. Apabila sesuatu tersebut dapat memberikan keuntungan atau dapat memenuhi kebutuhan, maka minat akan semakin tinggi (Yamin, 2018).

2.2 Promosi

2.2.1. Pengertian Promosi

Promosi salah satu bagian atau bentuk persuasi atau ajakan guna untuk memberikan informasi kepada calon konsumen berkaitan dengan produk atau layanan guna dapat memengaruhi konsumen, sehingga mengonsumsi produk maupun layanan yang ditawarkan. Hal ini promosi merupakan sarana yang paling penting, karena promosi bertujuan untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat, biasanya masyarakat akan tertarik dengan produk yang ditawarkan (Syafrin, 2018).

Menurut Satria Abdi Pratama Yudha, Rois Arifin, (2018) promosi menjadi salah satu faktor yang dapat menjadikan suksesnya suatu program

pemasaran tentang kualitas suatu produk yang ditawarkan. Oleh karena itu apabila calon konsumen belum pernah mengetahui tentang produk yang kita pasarkan, maka calon konsumen tidak membelinya.

Ulya, (2020) dalam penelitiannya menjelaskan promosi menjadi komponen yang bisa mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan jasa keuangan. Sebab masyarakat tidak akan mungkin mengetahui produk maupun jasa yang ditawarkan oleh lembaga keuangan tanpa adanya kegiatan promosi yang diterapkan oleh pihak lembaga keuangan.

Promosi dapat dilakukan melalui berbagai hal, antara lain yaitu melalui platform digital berupa facebook, instagram, whatsapp maupun platform yang lain. Sehingga promosi dapat dilakukan dengan cepat, mudah serta dapat menjangkau masyarakat yang lebih luas (Hamdi & Yadewani, 2019).

2.2.2. Indikator Promosi

Ada beberapa indikator dalam kegiatan promosi menurut Kotler dan Amstrong, (2000) adalah :

1. *Advertising* (Periklanan), yaitu segala bentuk promosi berbayar atas presentasi non pribadi, pada periklanan biasanya menggunakan iklan layanan masyarakat, papan nama, poster, spanduk, media elektronik, radio dan televisi.
2. *Sales promotion* (Promosi penjualan) dalam hal ini berupa bahan promosi. Misalnya voucher, potongan harga, hadiah

langsung, hadiah rujukan, souvenir, program pelanggan setia dan acara-acara khusus lainnya.

3. *Public relations and publicity* (Hubungan dengan masyarakat serta publisitas) yakni membantu perusahaan dalam pembentukan *image*. Yaitu dengan cara menyajikan informasi yang positif, memberikan sponsor untuk mempublikasikan produk tertentu, menjalin kerjasama dengan baik dalam masyarakat.
4. *Personal selling* (Penjualan perorangan) adalah kegiatan promosi dengan satu orang maupun lebih guna untuk mempresentasikan dan menjawab pertanyaan. Biasanya perusahaan melakukan pendekatan guna untuk mengetahui kebutuhan konsumen, menyampaikan produk kepada calon konsumen, mengatasi keberatan konsumen apabila membeli produk tersebut, dan menjalin kemitraan dengan calon konsumen lebih lanjut.
5. *Direct marketing* (Pemasaran langsung) yaitu perusahaan menjangkau konsumen secara langsung tanpa menggunakan perantara pemasaran. Misalnya penggunaan pusat layanan telepon untuk menarik pelanggan, memasarkan produk melalui email, pemasaran melalui kios, serta memasarkan melalui saluran online.

Sehingga promosi yang baik dan berkualitas yaitu sebuah promosi yang dikemas secara menarik, sehingga dapat mempengaruhi konsumen agar pindah pada produk atau layanan yang kita tawarkan. Sehingga promosi adalah aktivitas untuk mempengaruhi calon konsumen untuk memakai produk serta layanan yang ditawarkan sesuai kebutuhan konsumen (Ernestivita, 2016).

2.3 Kualitas Pelayanan

2.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan yaitu dimana perusahaan memfasilitasi sebuah pelayanan sesuai dengan impian atau harapan pelanggan. sehingga apabila perusahaan memberikan pelayanan kepada pelanggan sesuai atau melebihi harapan, biasanya disebut dengan pelayanan yang sesuai dengan standar ataupun pelayanan prima (Dedy Ansari Harahap, 2019).

Pelayanan yang dibutuhkan seseorang, pelayanan terbagi menjadi dua jenis yaitu berupa layanan fisik dan layanan administrasi, untuk pribadi. Sedangkan untuk layanan administratif merupakan sebuah layanan yang diberikan oleh orang lain sebagai anggota dari sebuah organisasi. Sehingga dalam sebuah kehidupan seseorang membutuhkan yang namanya pelayanan (Nurlaeli, 2017).

2.3.2 Indikator Kualitas Pelayanan

Perusahaan harus memikirkan kualitas pelayanan guna untuk mempertahankan bisnis dan memenangkan persaingan. Kualitas pelayanan

ini tentunya dapat dilihat dari kebutuhan pelanggan dan pelanggan memberikan penilaian terhadap keseluruhan pelayanan. Dalam salah satu penelitian tentang *Servqual* oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Malhotra (2005) menjelaskan bahwa terdapat indikator *Servqual*, antarlain :

1. *Tangibles* (Bukti fisik) dimana perusahaan memiliki kemampuan untuk menunjukkan perlengkapan atau prasarana dari perusahaan. Tidak hanya itu, penampilan karyawan juga termasuk dalam indikator tangibles.
2. *Reliability* (Keandalan) yaitu lembaga mampu memfasilitasi pelayanan dengan cepat serta tepat. Tentunya indikator yang termasuk keandalan ialah menyediakan informasi, sebuah pelayanan cepat, tepat serta apabila berjanji ditepati sesuai dengan jadwal.
3. *Responsiveness* (Ketanggapan) dalam hal ini karyawan mampu untuk memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan cepat, tepat, serta dengan informasi yang jelas kepada pelanggan. Dalam hal ini perusahaan/karyawan mampu merespon permintaan nasabah serta menginformasikan secara cepat.
4. *Assurance* (Jaminan dan Kepastian) yaitu dimana karyawan memiliki wawasan dan sopan santun, untuk memunculkan rasa percaya dan keyakinan pelanggan. Indikator yang termasuk assurance yaitu keamanan, kesopanan, kepercayaan dan pengetahuan.

5. *Emphaty* (Perhatian) merupakan sebuah sikap perhatian dari karyawan terhadap pelanggan. Hal ini guna untuk mengetahui apa saja kebutuhan dari pelanggan secara datail. Pada indikator ini karyawan mengerti keinginan/masalah nasabah serta memberikan perhatian kepada nasabah.

Oleh karena itu untuk membentuk kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan diharapkan lembaga keuangan syariah dapat meningkatkan kualitas layanannya. Tentunya tidak hanya memenuhi kebutuhan pelanggan akan tetapi melebihi harapan dari kebutuhan pelanggan (Dedy Ansari Harahap, 2019).

2.4 Literasi Keuangan

2.4.1. Pengertian Literasi Keuangan

Literasi keuangan yaitu dimana seseorang mempunyai pemahaman dan percaya diri guna mengelola keuangan secara pribadi, hal ini dapat dilihat dari kecepatan serta ketepatan untuk mengambil sebuah keputusan, namun tetap mempertimbangkan keadaan ekonomi yang silih berganti (Mister Candra, Nadia Afrilliana, 2020).

Menurut Zakaria, (2020) literasi keuangan dibagi menjadi dua bagian yaitu literasi dan keuangan. Literasi yaitu sebagai kemampuan memahami, sedangkan keuangan diartikan sebagai keuangan. Oleh karena itu literasi keuangan, dapat disimpulkan dimana seseorang memiliki kemampuan untuk menerapkan manajemen keuangan secara individu.

Sedangkan menurut Wuryani, (2020) literasi keuangan yaitu dimana seseorang dapat menerapkan pengetahuan maupun kemampuan yang dimiliki guna untuk memenuhi tindakan keuangan yang lebih baik. Dengan demikian pengetahuan, keterampilan, serta kegiatan tersebut menjadi bagian dari literasi keuangan.

2.4.2. Indikator Literasi Keuangan

Menurut Setiawan, (2020) menyampaikan bahwa ada lima indikator dalam literasi keuangan yaitu sebagai berikut :

1. *Basic personal finance*, pada indikator ini mencakup pemahaman dari seseorang terhadap sebuah tata kelola keuangan misalnya, perhitungan bunga, cost, nilai waktu, opportunity serta likuiditas aset.
2. *Money management* (pengelolaan uang) yaitu dimana seorang individu belajar tentang manajemen keuangan individu. Dalam hal ini, semakin paham dalam hal *financial literacy* akan semakin tertata pada pengelolaan keuangan individu.
3. *Credit and debt managemen*, ialah kegiatan serta faktor yang berhubungan satu sama lain secara runtut pada pengumpulan hingga penyampaia informasi terkait dengan kredit bank.

4. *Saving and investment*, tabungan yaitu komponen pendapatan yang sudah tidak digunakan dalam kegiatan konsumsi, sedangkan komponen tabungan digunakan sebagai aktivitas ekonomi (menghasilkan barang maupun layanan) yang memberikan keuntungan disebut investasi (*investment*).
5. *Risk management*, merupakan suatu hal yang terjadi karena sesuatu yang tidak pasti. Oleh karena itu tujuan dari manajemen risiko yaitu guna meminimalisir kerugian apabila terjadi sesuatu hal yang dapat merugikan sebuah perusahaan.

2.5 Pengertian Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)

Sesuai dengan Pasal 1 UU No. 21 Tahun 2008 tentang ketentuan umum disebutkan pengertian dari Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) adalah bank syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran, melainkan hanya simpanan dalam bentuk tabungan dan deposito, serta pembiayaan dengan akad sesuai dengan syariah (Afrianty, Isnaini, & Oktarina, 2019).

BPRS mayoritas sahamnya dari pemerintah daerah, sehingga apabila daerah ingin meningkatkan perekonomian, kesejahteraan serta menjadikan kemakmuran yang baik, maka bisa melalui perbankan syariah tingkat daerah atau bprs. Biasanya tiap Kabupaten/Kota juga memiliki Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (Fauzi, 2019).

2.6 Perkembangan BPRS Sukowati Sragen

BPRS Sukowati Sragen dengan kantor pusat di Sragen, kini juga sudah memiliki beberapa cabang dan kantor kas yaitu, cabang Boyolali, cabang Wonogiri, cabang Karanganyar, cabang Grobogan, kas Sragen Kota, kas Gemolong, kas Sambungmacan, dan kas Kerjo. Tahun ke tahun, BPRS Sukowati Sragen mengalami peningkatan, terbukti dengan berbagai prestasi yang di raih sebagai TOP BUMD AWARD Sektor BPR Bintang 4 disetiap tahunnya (BPRS Sukowati Sragen, 2018).

BPRS Sukowati Sragen memiliki produk pembiayaan iB Sukowati dengan akad mudharabah, pembiayaan ini ditujukan untuk pembelian barang kebutuhan, barang konsumtif, modal kerja maupun investasi. Pada pembiayaan modal kerja untuk UMKM atau pelaku usaha kuliner kisaran Rp. 2.000.000,- hingga Rp. 50.000.000,- tentu hal ini nasabah memiliki jaminan serta memiliki kemampuan untuk pengembalian pembiayaan yang tentunya memenuhi kriteria dari BPRS Sukowati Sragen (Bprs Sukowati Sragen, 2018).

2.6.1 Dasar Hukum Pembiayaan

Pada pembiyaan memiliki akad mudharabah, dimana mudharabah merupakan akad yang diperbolehkan, hal ini berlandaskan atas dalil-dalil yang terdapat dalam Al-Qur'an, Hadist ataupun ijma' ulama. Di antara dalil (landasan syari'ah) yang memperbolehkan praktik akad mudharabah adalah sebagai berikut: Al-Qur'an : "...dan dari orang-orang yang berjalan di muka bumi mencari sebagian karunia Allah..." (QS. Al- Muzammil: 20), pada argumen ini yang menjadi dasar dilakukannya akad mudharabah dalam ayat

ini adalah kata 'yadribun' yang sama dengan akar kata mudharabah yang memiliki sebuah makna yaitu melakukan suatu perjalanan usaha (Dwi, Anugrah, & Nandaningsih, 2021).

2.7 Kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, UMKM memiliki kriteria sebagai berikut:

1. Usaha Mikro, yaitu usaha produktif milik orang perseorangan atau badan usaha milik orang perseorangan yang memenuhi kriteria memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha tersebut berada. memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
2. Usaha Kecil, yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan maksimal (Rp 2.500.000.000 (dua miliar lima ratus juta rupiah).
3. Usaha Menengah, yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian langsung atau tidak langsung dari usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria memiliki hasil penjualan tahunan

lebih dari Rp 2.500.000.000 (dua miliar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000.000,00 (lima puluh miliar rupiah).

Dalam hal ini bentuk perusahaan UMKM dapat berupa perseorangan maupun persekutuan. Sehingga UMKM dapat dikategorikan menjadi tiga jenis yaitu usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah (Asaida & Izzaty, 2020).

2.8 Penelitian Terdahulu

Output dari pengamatan penelitian yang baik diterapkan sebagai pendukung bagi studi yang akan dilaksanakan. Selain itu pandangan dari studi terdahulu juga dapat dijadikan bahan perbedaan untuk penelitian saat ini baik membahas tentang kelebihan ataupun kekurangan yang tertera di penelitian sebelumnya serta untuk menguatkan pendapat. Sehingga kali ini peneliti mengangkat riset yang berhubungan dengan topik yang diambil oleh peneliti.

Tabel 2.8

Penelitian Terdahulu

Peneliti dan Judul	Variabel	Metode Analisis	Hasil Temuan
Novita, (2018) “Faktor Penyebab Rendahnya Minat Umkm Di	Variabel dependen : Y: Minat memilih pembiayaan	Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan	Faktor yang paling dominan yang mempengaruhi meningkatnya minat UMKM

<p>Kecamatan Pamijahan Dalam Memilih Pembiayaan Pada Bank Syariah”</p>	<p>Variablel independen : X1: Produk X2: Prosedur pembiayaan X3: Promosi X4: Bagi hasil</p>	<p>data primer dari sekunder. Data primer diperoleh melalui survey kuesioner terhadap masyarakat pamijahan. Sampel, sejumlah 25 UMKM di lingkungan Kecamatan Pamijahan, diambil dengan proporsional puporsif</p>	<p>Kecamatan Pamijahan dalam memilih pembiayaan di bank syariah adalah faktor promosi. Hal ini dapat dilihat berdasarkan hasil uji parsial (uji t) yang menunjukkan variabel promosi berpengaruh positif terhadap minat. Sedangkan variabel lain berpengaruh dan signifikanm namun yang berpengaruh dominan variabel promosi</p>
<p>Ulya, (2020) “Pengaruh</p>	<p>Variabel dependen :</p>	<p>Teknik pengumpulan</p>	<p>Hasil penelitianm enunjukkan bahwa</p>

Kepercayaan Dan Promosi Terhadap Minat UMKM Mengambil Pembiayaan Perbankan Syariah Di Kota Langsa”	Y: Minat Pembiayaan Variablel Independen : X1: Kepercayaan X2: Promosi	data menggunakan angket kuesioner dengan membagikan kepada UMKM Kota Langsa. Metode analisis data menggunakan regresi linear berganda.	kepercayaan dan promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat UMKM mengambil pembiayaan perbankan syariah di Kota Langsa
Yamin, (2018) “Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Kotabumi Kantor Cabang Bandar Lampung”	Variabel dependen : Y: Minat nasabah Variablel Independen : X1: Kualitas Layanan X2: Produk X3: Fasilitas X4: Lokasi	Metode penelitian ini adalah penelitian deskriptif verifikatif yaitu penelitian yang dilakukan dengan pemaparan variabel-variabel yang akan diteliti	Hasil penelitian ini adalah kualitas layanan, produk, fasilitas dan akses lokasi BPRS Kotabumi kantor cabang bandar lampung berpengaruh positif dan signifikan

			terhadap minat nasabah
Siti Maisharah Amanda, (2019) “Faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung di bank syariah (studi kasus dosen universitas syiah kuala)”	Variabel dependen : Y: Minat menabung Variablel Independen : X1: Pengetahuan X2: Pendapatan X3: Lokasi X4: Produk X5: Pelayanan	Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan teknik analisis data penelitian ini menggunakan uji instrumen penelitian, uji asumsi klasik..	Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa faktor pengetahuan, pendapatan, lokasi, produk, dan pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat menabung pada dosen Universitas Syiah Kuala.
Faqih, (2020) “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Bagi Hasil Terhadap Minat	Variabel dependen : Y: Minat Nasabah terhadap pada	Jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linear berganda.	Hasil penelitian ini menunjukkan kualitas pelayanan dan bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap

<p>Menabung Nasabah Pada Tabungan Marhamah Pt Bank Sumut Kcp Syariah Karya”</p>	<p>tabungan marhamah Variablel Independen : X1: Kualitas pelayanan X1: Bagi hasil</p>		<p>minat menabung nasabah.</p>
<p>Aisya & Riyadi, (2020) “Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kelurahan Siranindi Di Bank Muamalat Indonesia Palu Sulawesi Tengah”</p>	<p>Variabel dependen : Y: Minat Menabung Variablel Independen : X1: Promosi X2: Kualitas pelayanan</p>	<p>Jenis penelitian ini ialah kuantitatif dengan metode analisis asumsi klasik, regresi berganda dan uji hipotesis.</p>	<p>Hasilnya bahwa promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung masyarakat, sedangkan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat menabung</p>

<p>Fauzia, (2021)</p> <p>“Pengaruh Promosi, Nilai Syari’ah, dan Prosentase Margin Terhadap Minat Nasabah untuk Mengajukan Pembiayaan Murabahah di KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Cabang Pangean”</p>	<p>Y: Minat pembiayaan</p> <p>Variablel</p> <p>Independen :</p> <p>X1: Promosi</p> <p>X2: Nilai syariah</p> <p>X3: Prosentasi margin</p>	<p>Peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif responden, analisis statistic deskriptif variabel.</p>	<p>Hasilnya yaitu variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembiayaan sedangkan variabel yang lain tidak berpengaruh terhadap minat.</p>
<p>Arifin, (2021)</p> <p>“pengaruh tingkat pendidikan, literasi keuangan syariah, dan kebudayaan terhadap minat</p>	<p>Variabel</p> <p>dependen :</p> <p>Y: Minat menabung</p> <p>Variablel</p> <p>Independen :</p> <p>X1: Tingkat pendidikan</p>	<p>Jenis penelitian ini ialah penelitian kuantitatif dengan penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan metode</p>	<p>Kesimpulannya bahwa variabel tingkat pendidikan memiliki pengaruh yang positif tetapi tidak signifikan, variabel literasi keuangan syariah</p>

menabung santri kota semarang dengan religiusitas sebagai variabel moderasi”	X2: Literasi keuangan syariah X3: Kebudayaan X4: Religiusitas	pengambilan sampel non-probability sampling melalui metode purposive sampling	dan kebudayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung santri.
Mister Candra, Nadia Afrilliana, (2020) “Peran Literasi Keuangan Syariah dalam memoderasi Pengaruh Demografi terhadap Minat Menabung Pada Perbankan Syariah”	Variabel dependen : Y: Minat menabung Variablel Independen : X1: Literasi keuangan X2: Demografi	Jenis penelitian ini yaitu kuantitatif, Pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebar secara online dan dianalisis menggunakan Moderated Regression Analysis (MRA).	Kesimpulan pada penelitian ini yaitu variabel demografi tidak berpengaruh signifikan, sedangkan variabel literasi keuangan memiliki dampak yang signifikan terhadap minat.

Adapun perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian yang sudah ada, antarlain:

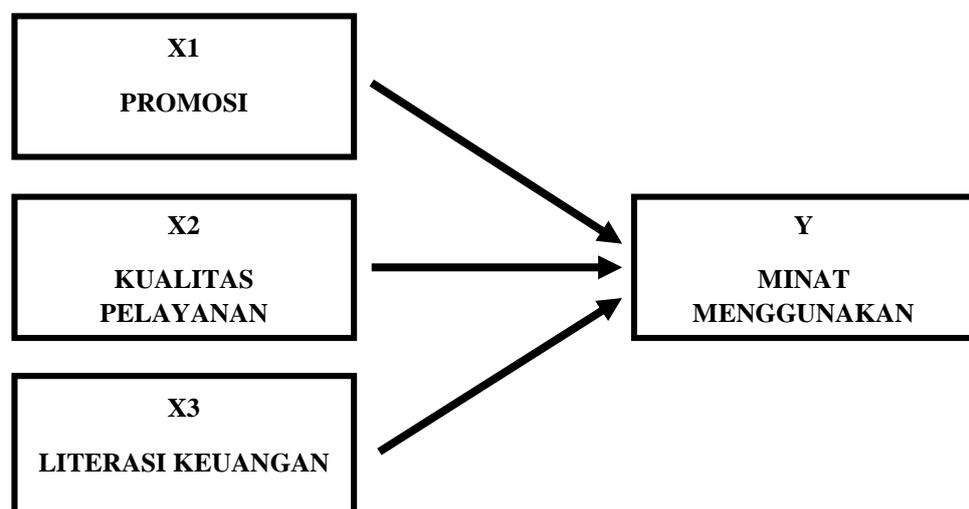
1. Pada objek penelitian mengarah pada nasabah BPRS yang bekerja sebagai pelaku usaha kuliner.
2. Terletak pada variabel independen yang digunakan yaitu promosi, kualitas pelayanan, serta literasi keuangan.

2.9 Kerangka Berpikir

Kerangka berfikir merupakan sebagai sarana acuan untuk mempermudah memahami variabel yang tertera pada studi Ulya, (2020) yang hanya berfokus pada variabel promosi dan kepercayaan, yang berpengaruh pada minat pembiayaan, maka dari itu saran selanjutnya peneliti menambahkan variabel yang lain yang dapat mempengaruhi minat. Berlandaskan pada tujuan penelitian, tinjauan pustaka maupun hasil penelitian sebelumnya. Terdapat beberapa faktor utama yaitu promosi, kualitas pelayanan dan literasi keuangan. Maka dari itu dibuatlah kerangka berfikir, yaitu:

Gambar 2.9

Kerangka berfikir



2.10 Hipotesis

1. Penelitian oleh Ulya, (2020) dengan judul “Pengaruh Kepercayaan dan Promosi terhadap Minat UMKM Menggunakan Pembiayaan Perbankan Syariah di Kota Langsa”. Pada studi ini variabel promosi menyatakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan pembiayaan.

Dengan demikian, hipotesis penelitian yaitu :

H₁ : Diduga faktor promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pelaku usaha kuliner dalam menggunakan jasa keuangan.

2. Pada penelitian dilakukan oleh Aisyah & Riyadi, (2020) terkait tentang “Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kelurahan Siranindi Di Bank Muamalat Indonesia Palu Sulawesi Tengah”. Pada penelitian ini pada variabel promosi menyatakan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat.

Sehingga untuk hipotesis penelitian, sebagai berikut :

H₂ : Diduga faktor kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pelaku usaha kuliner dalam menggunakan jasa keuangan.

3. Pada penelitian yang dilakukan oleh Arifin, (2021) terkait dengan “Pengaruh Tingkat Pendidikan, Literasi Keuangan Syariah, Dan Kebudayaan Terhadap Minat Menabung Santri Kota Semarang”.

Bahwasanya variabel literasi keuangan berpengaruh positif serta signifikan terhadap minat.

Dengan demikian, hipotesis pada penelitian ini adalah :

H₃ : Diduga faktor literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pelaku usaha kuliner dalam menggunakan jasa keuangan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Wilayah Penelitian

Waktu dalam penyusunan skripsi yakni mulai November 2021 hingga selesai. Peneliti akan melakukan penelitian pada pelaku usaha kuliner di Sragen, dikarenakan peneliti ingin mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat pelaku usaha kuliner dalam menggunakan jasa keuangan di BPRS Sukowati Sragen.

3.2 Jenis Penelitian

Peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif ialah salah satu dari jenis penelitian yang lebih terstruktur, sistematis, dan jelas, sehingga bersumber pada data yang diolah menggunakan SPSS (Siyoto, 2015).

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi yaitu keutuhan obyek yang menjadi target pada penelitian, sedangkan sampel penelitian diambil dari populasi (Abdullah, 2015).

Populasi yang hendak dipakai yakni nasabah BPRS Sukowati Sragen.

3.3.2 Sampel

Sampel yaitu bagian anggota populasi yang nantinya diambil dengan teknik pengambilan sampling, oleh karena itu sampel yang di dapatkan dianggap dapat mewakili populasi (Ahyar, 2020). Sampel pada studi ini yaitu nasabah BPRS Sukowati Sragen yang bekerja sebagai pelaku usaha kuliner.

Sedangkan teknik pengambilan sampel yang dipakai yaitu *Purposive Sampling*. Penggunaan teknik *purposive sampling* ini dilakukan dengan mempertimbangan berbagai hal, diantaranya karena terbatasnya waktu, tenaga maupun biaya. oleh karena itu tidak memungkinkan untuk mengambil sampel yang besar dan jauh (Abdullah, 2015).

Untuk kriteria sampel penelitian ini yaitu nasabah BPRS Sukowati Sragen yang bekerja sebagai pelaku usaha kuliner, berusia minimal 20 tahun. Jumlah besaran atau jumlah populasi tidak diketahui secara pasti, sehingga pada pengambilan sampel menggunakan rumus *Unknown Populations* (Listyawati, 2021). Adapun rumus *Unknown Populations* yaitu:

$$n = \frac{Z^2}{4u^2}$$

Keterangan :

n = ukuran sampel

Z = Tingkat keyakinan sampel yang dibutuhkan dalam penelitian (pada $\alpha = 5\%$ ataupun derajat keyakinan ditetapkan 95% sehingga Z =1,96)

$u = \text{Margin of error}$, tingkat kesalahan yang bisa ditoleransi (ditentukan 10%)

Kemudian di dapatkan dari perhitungan rumus yaitu :

$$n = \frac{z^2}{4u^2}$$

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,1)^2} = 96,4$$

$$n = 96 \text{ responden}$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, maka besarnya sampel yang dibutuhkan sebanyak 96 responden.

3.4 Data dan Sumber Data

Sumber data merupakan berbagai hal yang dapat memberikan keterangan terkait penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Sumber data pada studi ini yaitu:

3.4.1 Data Primer

Data primer merupakan data yang di dapatkan secara langsung dari sumbernya, berupa kuisisioner, observasi atau wawancara (Ahyar, 2020). Selanjutnya data yang digunakan pada penelitian ini ialah sumber data primer, dimana peneliti membagikan kuisisioner terhadap nasabah BPRS Sukowati Sragen yang menjadi pelaku usaha kuliner sebagai respondennya.

3.5 Teknik Pengumpulan data

Pada teknik pengumpulan data, peneliti menggunakan metode, yaitu :

3.5.1 Kuisisioner

Kuisisioner sebuah cara pengumpulan data melalui daftar pertanyaan kuisisioner (angket) kepada objek yang nantinya akan diteliti. Hal ini untuk memperoleh sejumlah keterangan dari seorang responden (Murtani, 2017). Pada penelitian ini, peneliti membagikan kuisisioner kepada pelaku usaha kuliner di Sragen.

3.5.2 Observasi

Metode pengamatan atau yang biasa disebut dengan observasi merupakan suatu cara yang digunakan untuk mendapatkan sebuah data dengan cara pengamatan pada objek yang diteliti di BPRS Sukowati Sragen.

3.6 Variabel Penelitian

Variabel dapat diartikan petunjuk seseorang, maupun objek yang memiliki “variasi” antara satu dengan oranglain atau satu objek serta dengan objek lain. Hal ini berlandaskan pengertian tersebut variabel penelitian yaitu objek yang memiliki tertentu yang sudah ditetapkan oleh peneliti guna ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2020). Jenis-jenis variabel pada penelitian dapat dibagi menjadi :

3.6.1 Variabel Independen

Variabel independent atai sering dikenal dengan variabel bebas merupakan variabel yang dapat memberikan pengaruh atau dapat menjadi sebab perubahan variabel dependen (terikat). Variabel independen pada penelitian ini yaitu promosi, kualitas pelayanan dan literasi keuangan.

3.6.2 Variabel Dependen

Variabel dependen yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel dependennya yaitu minat pelaku usaha kuliner menggunakan jasa keuangan BPRS Sukowati Sragen.

3.7 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel yaitu sebagai pelengkap seseorang maupun objek yang memiliki “variasi” antara satu objek satu dengan objek yang lain (Sugiyono, 2020). Definisi operasional variabel pada penelitian ini adalah :

Tabel 3.7

Definisi operasional variabel

No	Variable	Definisi	Indikator
1.	Promosi	Promosi merupakan sebuah strategi memberikan informasi kepada calon nasabah guna mempengaruhi minat untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan, sehingga meningkatkan permintaan produk yang ditawarkan	Periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat dan publisitas, penjualan langsung, pemasaran langsung.

2.	Kualitas Pelayanan	Kualitas pelayanan cenderung mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan atau mengimplementasikan suatu produk yang dinilai baik dan jika dapat melebihi ekspektasi akan memberikan nilai tambah bagi suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa.	<i>Tangibles</i> (tampilan fisik), <i>empathy</i> (perhatian), <i>reliability</i> (keandalan), <i>responsiveness</i> (tanggapan), <i>assurance</i> (jaminan)
3.	Literasi Keuangan	Literasi keuangan yaitu dimana seseorang dapat menerapkan pengetahuan, maupun kemampuan yang dimiliki dalam mengelola keuangan individu.	Basic Personal Finance, Money Management, Credit dan Debt Managemen, Saving dan Investment, Risk Management.

3.8 Teknik Analisis Data

Pada penelitian kuantitatif, ialah aktivitas dari sumber data semua terkumpul secara lengkap. Aktivitas pada analisis data yaitu

menggolongkan data sesuai jenis variabel, menyajikan data sesuai dengan variabel penelitian, menjawab pertanyaan pada rumusan masalah, kemudian melaksanakan perhitungan data guna menguji dari hipotesis yang ditetapkan (Sugiyono, 2020).

Apabila seorang peneliti yang tidak merumuskan hipotesis, tahap akhir ini tidak dibutuhkan. Untuk membuat analisis sebuah data yang telah didapat, peneliti memakai statistik deskriptif.

1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif yaitu bagian analisis data guna mendeskripsikan sebuah atau analisis yang dapat menjelaskan data yang sudah terkumpul. Sehingga dalam hal ini guna untuk mempermudah dalam penjelasan dari sebuah penelitian (Sugiyono, 2020).

2. Skala Likert

Menurut Siregar (2016:138) skala likert yaitu sebuah pengukuran data guna menaksir sikap, pendapat maupun pernyataan seseorang terkait dengan objek. Hal ini telah ditetapkan secara detail oleh penulis yang akan disebut sebagai variabel penelitian (Imron, 2019).

Skala Likert terdapat komponen item dan komponen evaluasi. Pada komponen item terdapat pernyataan tentang produk, sikap, maupun objek lain. Sedangkan untuk komponen evaluasi yaitu berupa tanggapan segi sangat positif sampai pada segi negatif, yang berupa (SS) Sangat Setuju, (S)

Setuju, (N) Netral, (TS) Tidak Setuju, dan (STS) Sangat Tidak Setuju (Ahyar, 2020).

Tabel 3.8

Tabel Skor Jawaban Responden

Jawaban Responden	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: (Ahyar, 2020)

3.8.1 Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji Validitas yaitu sebuah uji pada penelitian dengan tujuan untuk melihat data yang terkumpul serta tidak menyimpang, sehingga gambaran terkait validitas ini adalah kelayakan sebuah data yang di jadikan untuk penelitian (Mohammad Husen, Rully Trihantana, 2021).

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas yaitu untuk mengukur data dari angket yang dijadikan indikator pada variabel. Sehingga ketepatan suatu data dapat menunjukkan instrumen yang bebas dari kesalahan data pada proses pengukuran (error file). Dengan demikian untuk menjamin data yang stabil menggunakan berbagai point yang digunakan dalam instrumen (Mohammad Husen, Rully Trihantana, 2021).

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas yaitu uji dilakukan dengan tujuan guna menilai dari penyebaran data pada variabel, apakah penyebaran data tersebut normal atau tidak. Mengacu pada pengalaman berbagai pakar statistik, data dengan jumlah lebih dari 30 angka ($n > 30$), sehingga sudah dapat dijelaskan bahwa data berdistribusi secara normal (Fahmeyzan, Soraya, & Etmy, 2018).

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan dalam menguji model dari regresi yang ditemukan apakah ada korelasi antar variabel independen. Menurut Sulaiman (2004:17) multikolinieritas yaitu sebuah keterkaitan yang “sempurna” di antara beberapa maupun semua variabel independen model regresi. Hasil uji multikolinieritas dapat dilihat melalui besaran dari VIF (Variance Inflation Factor) serta dari nilai Tolerance. Apabila nilai VIF < 10 atau nilai Tolerance $> 0,10$ maka tidak terjadi gejala multikolinieritas,

sedangkan untuk nilai VIF >10 atau nilai Tolerance $< 0,10$ maka dapat dikatakan terjadi gejala multikolinearitas (Sinuhaji, 2014).

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas yaitu berguna untuk mengetahui adanya kesamaan atau ketidaksamaan varians dari residual satu ke residual yang lain. Model regresi yang sudah memenuhi ketentuan, dimana ada kesamaan pada varians residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain dinyatakan tetap dapat dikatakan homoskedastisitas (Sinuhaji, 2014).

3.8.3 Uji Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi linier sebuah proses dimana berfungsi untuk mengetahui adanya pengaruh variabel independen dan dependen. Pada regresi dengan variabel independen yang berjumlah dari dua atau lebih, maka dapat disebut dengan regresi linear berganda. Ada tiga variabel independen pada penelitian ini, sehingga memakai regresi linear berganda (Mongkaren, 2013).

3.8.4 Uji Hipotesis

1. Uji Simultan (Uji F)

Analisis secara keseluruhan dilaksanakan dengan menggunakan uji F dimana uji F itu memperlihatkan bagaimana perbandingan antara macam-macam variabel terikat yang telah dijabarkan pada ada model dengan variabel yang berada pada luar model serta hasil hipotesanya

apakah diterima ataupun ditolak. Agar bisa melihat besar atau kecilnya dampak variabel bebas dimana promosi, pelayanan dan literasi keuangan terhadap minat pelaku usaha kuliner berperan sebagai variabel terikat. Hipotesis yang bisa dipakai antara lain :

- a. H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$
- b. H_a diterima jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

2. Uji T

Apabila uji F dilaksanakan guna melihat secara keseluruhan maka berbeda dengan uji t dimana uji ini melihat secara individu bagaimana koefisien regresi dapat mempengaruhi Y. Dengan makna lain uji ini melihat pada setiap masing-masing variabel independen dimana promosi, pelayanan dan literasi keuangan berpengaruh terhadap variabel dependen dalam hal ini ialah minat menggunakan jasa keuangan. Pada uji ini variabel akan diuji satu persatu dengan ketentuan Alfa = 0,05 (Sujianto, 2009). Hipotesis yang bisa dipakai antara lain :

- a. H_0 : variabel bebas (promosi, kualitas pelayanan dan literasi keuangan) tidak memiliki dampak pada variabel terikat (minat pelaku usaha kuliner dalam menggunakan jasa keuangan BPRS Sukowati Sragen).
- b. H_a : variabel bebas (promosi, kualitas pelayanan dan literasi keuangan) memiliki dampak pada variabel terikat (minat pelaku

usaha kuliner dalam menggunakan jasa keuangan BPRS Sukowati Sragen).

3.8.5 Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai koefisien determinasi digunakan untuk mengukur kemampuan variabel bebas terhadap variabel terikat, yaitu untuk mengetahui seberapa besar variabel independen menjelaskan variabel dependen. Namun, pada regresi linear berganda sebaiknya menggunakan *R square* yang telah disesuaikan atau tertulis *Adjusted R square*, hal ini sesuai dengan jumlah dari variabel independen yang dipakai.

Koefisien determinasi pada dasarnya digunakan mengukur kemampuan pada model untuk menerangkan variasi variabel independen. Nilai koefisien determinasi antara nol (0) sampai satu (1). Nilai yang kecil diartikan sebagai kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen yang terbatas. Nilai yang mendekati angka 1 menjelaskan bahwa variabel independen memberikan informasi terkait yang dibutuhkan guna memprediksi variasi variabel dependen (Nurlaeli, 2017).

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1. Profil BPRS Sukowati Sragen

Pemerintah Kabupaten Sragen membuat terobosan baru pada sebuah lembaga keuangan syariah milik daerah, lembaga ini juga mendapat izin langsung dari Gubernur Bank Indonesia dengan **Nomor: 10/36/KEP.GBI/DGS/2008** Tentang pemberian izin usaha **PD. BPRS Sragen** tanggal 12 mei 2008. Kemudian disepakati **Perda Nomor 4 tahun 2009** tentang bentuk badan hukum, yang awalnya dengan nama PD BPRS Sragen kini menjadi PT. BPRS Sukowati Sragen tanggal 15 mei 2009 (BPRS Sukowati Sragen, 2018).

BPRS Sukowati Sragen dengan kantor pusat di Sragen, kini juga sudah memiliki beberapa cabang dan kantor kas yaitu, cabang Boyolali, cabang Wonogiri, cabang Karanganyar, cabang Grobogan, kas Sragen Kota, kas Gemolong, kas Sambungmacan, dan kas Kerjo. Tahun ke tahun, BPRS Sukowati Sragen mengalami peningkatan, terbukti dengan berbagai prestasi yang di raih sebagai TOP BUMD AWARD Sektor BPR Bintang 4 disetiap tahunnya (BPRS Sukowati Sragen, 2018).

4.2. Gambaran Umum Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan guna mengetahui faktor promosi, faktor kualitas pelayanan, dan faktor literasi yang mempengaruhi minat

pelaku usaha kuliner terhadap jasa keuangan di BPRS Sukowati Sragen baik positif maupun negatif serta signifikan atau tidak. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner atau angket kepada nasabah BPRS Sukowati Sragen yang bekerja sebagai pelaku usaha kuliner.

Penyebaran agar dapat terarah pada nasabah BPRS Sukowati Sragen yang bekerja sebagai pelaku usaha kuliner di dampingi oleh tim marketing dari BPRS Sukowati Sragen. Dikarenakan data jumlah nasabah BPRS Sukowati Sragen bersifat rahasia perusahaan, peneliti memakai rumus *unknown populations* untuk teknik pengambilan sampel, kemudian di dapatkan jumlah responden yaitu sebanyak 96, akan tetapi peneliti membulatkan menjadi 100 responden.

Ketika melakukan penelitian, peneliti mengalami sedikit kendala yaitu beberapa responden ada yang tidak menulis nama responden sendiri, sehingga peneliti melakukan tanya jawab dengan responden sesuai dengan pernyataan yang ada pada kuisisioner, sehingga membutuhkan waktu yang agak lama.

4.2.1. Gambaran Umum Responden

Pada penelitian ini jumlah responden 100 orang dengan kriteria pelaku usaha kuliner yang menjadi nasabah di BPRS Sukowati Sragen. Selanjutnya pada penelitian ini dapat dikategorikan berdasarkan usia, jenis kelamin, lama menjadi pelaku usaha kuliner dan lama menjadi nasabah di BPRS Sukowati Sragen.

1. Berdasarkan usia responden

Berdasarkan data penelitian, data karakteristik responden menurut usia nasabah BPRS Sukowati Sragen dikumpulkan pada Tabel 4.2 sebagai berikut :

Tabel 4.2.1

Berdasarkan Usia Responden					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	21-30	10	10,0	10,0	10,0
	31-40	27	27,0	27,0	37,0
	41-50	52	52,0	52,0	89,0
	>50	11	11,0	11,0	100,0
Total		100	100,0	100,0	

Sumber : Hasil olah data SPSS 22.0

Berdasarkan table 4.2.1, diperoleh data bahwa dari 100 responden, usia antara 21-30 tahun sebanyak 10 orang atau 10% yakni sebanyak 10 orang, usia antara 31-40 tahun sebanyak 27 orang atau 27%, usia antara 41-50 sebanyak 52 orang atau 52%, dan usia lebih dari 50 tahun sebanyak 11 orang atau 11% dari total responden.

2. Berdasarkan dari jenis kelamin responden

Sesuai dengan data penelitian, data karakteristik responden menurut jenis kelamin nasabah BPRS Sukowati Sragen dikumpulkan pada Tabel 4.2.2 sebagai berikut :

Tabel 4.2.2

Berdasarkan Jenis Kelamin Responden					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent

Valid	Laki-Laki	19	19,0	19,0	19,0
	Perempuan	81	81,0	81,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Hasil olah data SPSS 22.0

Berdasarkan tabel 4.2.2 diperoleh data bahwa dari 100 responden, sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan yakni berjumlah 81 orang atau 81%, sedangkan berjenis kelamin laki-laki sebanyak 19 orang atau 19% dari keseluruhan responden.

3. Berdasarkan lama menjadi pelaku usaha kuliner responden

Berdasarkan data penelitian, data karakteristik responden menurut lama menjadi pelaku usaha kuliner dikumpulkan sesuai tabel 4.2.3 sebagai berikut :

Tabel 4.2.3

Berdasarkan Lama Usaha Kuliner

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0-1	6	6,0	6,0	6,0
	2-3	18	18,0	18,0	24,0
	4-5	26	26,0	26,0	50,0
	>5	50	50,0	50,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Hasil olah data SPSS 22.0

Sesuai dengan tabel 4.2.3, diperoleh data dari 100 responden, lama usaha kuliner antara 0-1 tahun sebanyak 6 orang atau 6%, lama usaha kuliner antara 2-3 tahun berjumlah 18 orang atau 18%, lama usaha kuliner antara 4-5 tahun sebanyak 26

orang atau 26%, lama menjadi pelaku usaha kuliner lebih dari 5 tahun berjumlah 50 orang atau 50% dari keseluruhan responden.

4. Deskripsi responden berdasarkan lama menjadi nasabah di BPRS Sukowati Sragen

Berdasarkan data penelitian, data karakteristik responden berdasarkan lama menjadi nasabah di BPRS Sukowati Sragen dikumpulkan sesuai tabel 4.2.4 sebagai berikut :

Tabel 4.2.4

Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah BPRS Sukowati Sragen

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0-1	36	36,0	36,0	36,0
2-3	33	33,0	33,0	69,0
4-5	20	20,0	20,0	89,0
>5	11	11,0	11,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Hasil olah data SPSS 22.0

Berdasarkan tabel 4.2.4, diperoleh data bahwa dari 100 responden, lama menjadi nasabah antara 0-1 tahun sebanyak 36 orang atau 36%, lama menjadi nasabah antara 2-3 tahun berjumlah 33 orang atau 33%, lama menjadi nasabah antara 4-5 tahun sebanyak 20 orang atau 20%, sedangkan lama menjadi nasabah lebih dari 5 tahun dengan jumlah 11 orang atau 11% dari total keseluruhan responden.

4.3. Pembahasan dan Hasil Analisis Data

4.3.1 Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan yang sudah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum ataupun general (Sugiyono, 2020).

Tabel 4.3.1

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Promosi	100	10	23	16,99	2,627
Kualitas Pelayanan	100	19	25	22,75	1,445
Literasi Keuangan	100	12	25	19,60	3,094
Minat Menggunakan	100	16	25	22,77	1,530
Valid N (listwise)	100				

Sumber : Hasil olah data SPSS 22.0

Berdasarkan tabel 4.3.1 menunjukkan bahwa hasil statistik deskriptif dari 100 responden sebagai berikut :

- 1) Variabel Promosi (X1) mempunyai nilai terendah (*minimum*) sebesar 10 sedangkan nilai tertinggi (*maximum*) sebesar 25, dimana nilai rata-rata (*mean*) sebesar 16,99 serta untuk standart deviasi (*standard deviation*) sebesar 2,627.
- 2) Variabel Kualitas Pelayanan (X2) memiliki nilai terendah (*minimum*) sebesar 19 serta nilai tertinggi (*maximum*) sebesar 25, dimana nilai rata-rata (*mean*) sebesar 22,75 sedangkan standart deviasi (*standard deviation*) sebesar 1,445.
- 3) Variabel Literasi Keuangan (X3) mempunyai nilai terendah (*minimum*) sebesar 12 dan nilai tertinggi (*maximum*) sebesar 25, pada nilai rata-rata

(*mean*) sebesar 19,60 serta pada standart deviasi (*standard deviation*) sebesar 3,094.

- 4) Variabel minat menggunakan (Y) dengan nilai terendah (*minimum*) sebesar 16 serta dengan nilai tertinggi (*maximum*) sebesar 25, dimana nilai rata-rata (*mean*) sebesar 22,77 dan untuk standart deviasi (*standard deviation*) sebesar 1,530.

4.3.2 Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji yang bertujuan untuk dapat mengetahui serta menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran data tentang validitas.

Tabel 4.3.2

No	Variabel	r (hitung)	r (tabel)	Keterangan
1	Promosi (X1)			
	X1.1	0,725	0,1966	Valid
	X1.2	0,633	0,1966	Valid
	X1.3	0,447	0,1966	Valid
	X1.4	0,677	0,1966	Valid
	X1.5	0,663	0,1966	Valid
2	Kualitas Pelayanan (X2)			
	X2.1	0,477	0,1966	Valid
	X2.2	0,223	0,1966	Valid
	X2.3	0,583	0,1966	Valid
	X2.4	0,580	0,1966	Valid
	X2.5	0,680	0,1966	Valid
3	Literasi Keuangan (X3)			
	X3.1	0,817	0,1966	Valid
	X3.2	0,855	0,1966	Valid
	X3.3	0,864	0,1966	Valid
	X3.4	0,610	0,1966	Valid
	X3.5	0,632	0,1966	Valid

3	Minat Menggunakan (Y)			
	Y.1	0,556	0,1966	Valid
	Y.2	0,565	0,1966	Valid
	Y.3	0,527	0,1966	Valid
	Y.4	0,385	0,1966	Valid
	Y.5	0,542	0,1966	Valid

Sumber : Hasil olah data SPSS 22.0

Berdasarkan tabel 4.3.2 hasil uji validitas pada variabel promosi (X1), variabel kualitas pelayanan (X2), variabel literasi keuangan (X3) dan variabel minat menggunakan (Y), diketahui bahwa terdapat lima (5) item pernyataan masing-masing variabel yang valid nilai r_{hitung} pada keseluruhan indikator pernyataan yang telah diuji bernilai positif serta nilainya lebih besar daripada r_{tabel} dalam penelitian ini diperoleh dari $(df-2)=98$ dengan tingkat signifikansi sebesar 5% sehingga nilai dari r_{tabel} sebesar 0,1966. Karena nilai r_{hitung} secara keseluruhan lebih besar dari r_{tabel} maka disimpulkan untuk semua indikator pernyataan X1, X2, X3, dan Y dikatakan valid.

b. Uji Realibilitas

Uji yang bertujuan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variable.

Tabel 4.3.3

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Promosi (X1)	.627	5	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	.336	5	Reliabel
Literasi Keuangan (X1)	.817	5	Reliabel
Minat Menggunakan (Y)	.296	5	Reliabel

Sumber : Hasil olah data SPSS 22.0

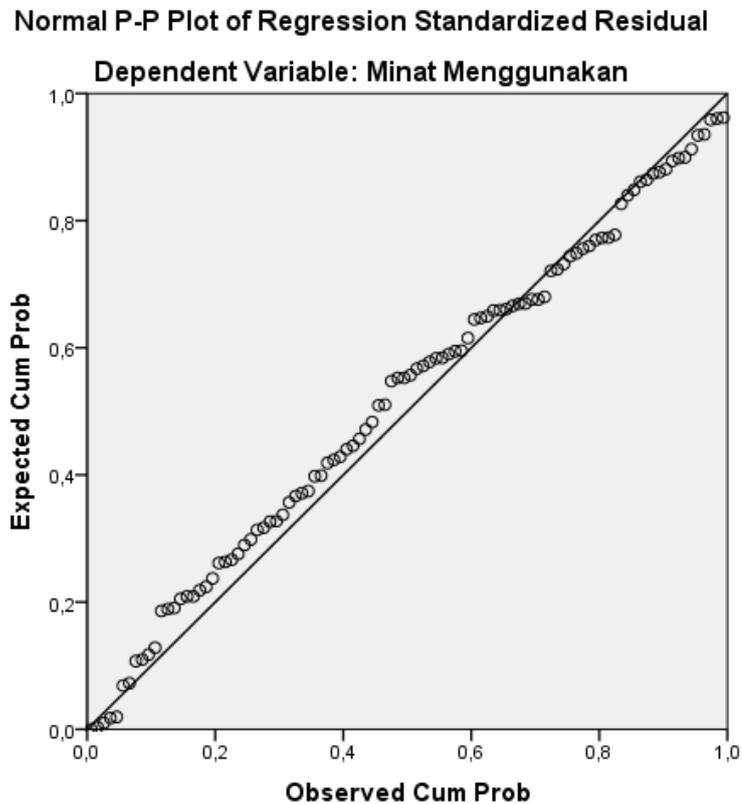
Pada tabel 4.3.3 dari uji reliabilitas pada nilai pada cronbach's alpha dalam variabel promosi sebesar 0,627, variabel kualitas pelayanan sebesar 0,336, variabel literasi keuangan 0,817 dan variabel minat menggunakan 0,296. Oleh karena itu, dari keempat variabel dapat disimpulkan reliabel, karena Cronbach's alpha secara keseluruhan variabel menunjukkan angka $> 0,60$.

4.3.3 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas data dilakukan dengan menggunakan uji dari Kolmogorov Smirnov (*One Sample K.S*) dengan ketentuan bahwa untuk besarnya nilai K-S yang menggunakan besarnya tingkat signifikansi diatas 0,05 yang artinya apabila hasil diatas nilai signifikansi sehingga data dapat dikatakan berdistribusi normal, hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel 4.3.4 :

Gambar 4.3.4



Sumber : Hasil olah data SPSS 22.0

Berdasarkan gambar 4.3.4 menunjukkan bahwa hasil dari uji *Normal Probability Plot* dimana bulatan kecil atau titik-titik tersebut berada di dekat garis diagonalnya atau mengikuti arah dari garis diagonalnya oleh sebab itu nilai residual berdistribusi secara normal.

Tabel 4.3.4

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,28254796
Most Extreme Differences	Absolute	,078

	Positive	,049
	Negative	-,078
Test Statistic		,078
Asymp. Sig. (2-tailed)		,134 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Hasil olah data SPSS 22.0

Berdasarkan tabel 4.3.4 menunjukkan bahwa hasil uji normalitas Kolmogorov-Smirnov yang telah dilakukan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* bernilai 0,134, yang mana artinya $0,134 > 0,05$. Dalam uji ini dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan layak dan memenuhi asumsi normalitas atau dengan kata lain data yang digunakan dalam penelitian normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas memiliki tujuan untuk dapat menguji apakah suatu model regresi yang ditemukan terdapat suatu korelasi antar variabel bebas atau variabel independen. Dasar pengambilan keputusan dalam uji ini dilihat pada nilai dari *Tolerance* serta pada *Variance inflation Factor (VIF)*. Apabila hasil uji multikolinieritas menunjukkan hasil nilai *Tolerance* $> 0,10$ dan nilai *VIF* < 10 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi. Hasil uji multikolinieritas dalam penelitian ini sebagai berikut :

Tabel 4.3.5

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics		Keterangan
		Tolerance	VIF	
1	Promosi	,739	1,353	Tidak Terjadi Multikolinearitas
	Kualitas Pelayanan	,723	1,382	Tidak Terjadi Multikolinearitas
	Literasi Keuangan	,558	1,791	Tidak Terjadi Multikolinearitas

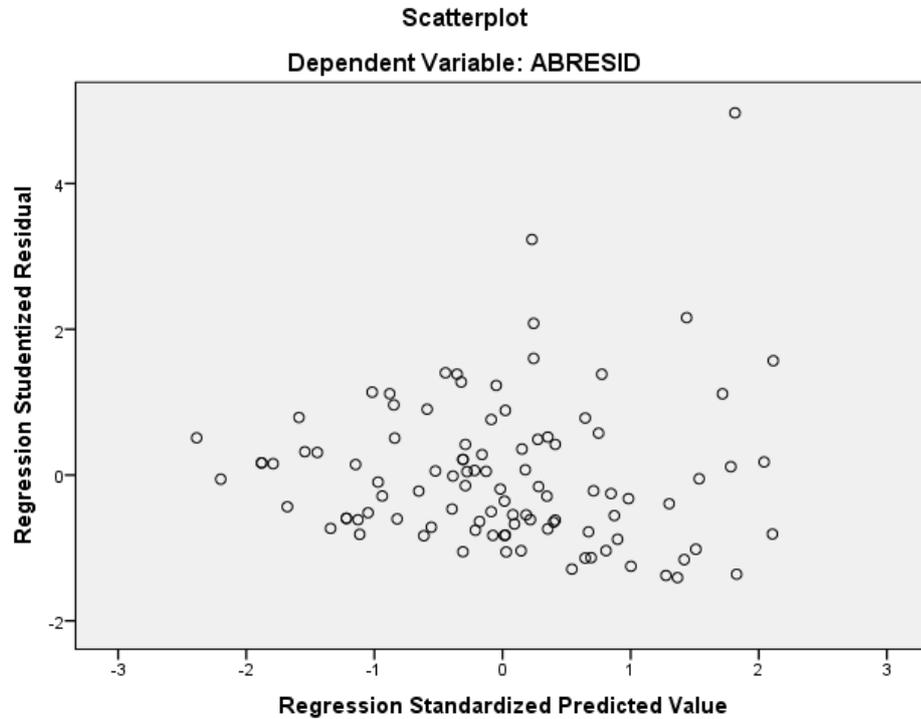
a. Dependent Variable: Minat Menggunakan
Sumber : Hasil olah data SPSS 22.0

Berdasarkan tabel 4.3.5 diatas menunjukkan bahwa variabel promosi (X1) memiliki nilai memiliki nilai *Tolerance* 0,739, kualitas pelayanan (X2) memiliki nilai memiliki nilai *Tolerance* 0,723 dan literasi keuangan (X3) memiliki nilai memiliki nilai *Tolerance* 0,558. Semua variabel memiliki nilai tolerance $> 0,10$ dan nilai *VIF*. Syarat tanpa gejala multikolinearitas adalah jika nilai tolerance $> 0,10$ dan nilai *VIF* semua < 10 yang berarti model regresi pada penelitian ini tidak menunjukkan gejala multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas berdasarkan Uji Glejser

Suatu uji yang memiliki tujuan guna menguji apakah dalam model regresi terjadi adanya ketidaksamaan *variance* dari nilai residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Apabila pada *variance* dalam hal ini sama dengan nilai residual satu pengamatan maka terjadilah homoskedastisitas, dengan demikian apabila *variance* berbeda maka dikatakan terjadi heteroskedastisitas. Dasar pengambilan keputusan yang dijadikan acuan yaitu apabila pada nilai signifikansi $> 0,05$ maka tidak terjadi adanya gejala heteroskedastisitas.

Gambar 4.3.5



Tabel 4.3.6

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,874	1,363		2,843	,005
	Promosi	,045	,036	,143	1,269	,208
	Kualitas Pelayanan	-,115	,066	-,199	-1,752	,083
	Literasi Keuangan	-,054	,035	-,200	-1,549	,125

a. Dependent Variable: ABRESID

Sumber : Hasil olah data SPSS 22.0

Berdasarkan tabel 4.3.6 pada kolom bagian sig menunjukkan bahwa nilai signifikansi pada variabel promosi (X1) adalah 0,208, variabel kualitas pelayanan (X2) sebanyak 0,83 sedangkan untuk variabel literasi keuangan (X3) adalah 0,125.

Sehingga karena nilai dari signifikansi $> 0,05$ maka dapat disimpulkan pada penelitian dengan menggunakan ketiga variabel tersebut tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

4.3.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi yaitu suatu analisis yang memiliki tujuan guna mengukur adanya suatu pengaruh antara variabel independen (variabel bebas) dengan variabel dependen (variabel terikat), dalam hal ini dengan adanya regresi yang digunakan untuk menyatakan apakah terdapat hubungan antara satu variabel dependen (Y) dengan beberapa variabel independen (X). Nilai regresi berganda dapat dilakukan apabila variabel independen minimal terdiri atas 3 variabel (misal X1, X2 dan X3).

Tabel 4.3.7

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14,947	2,211		6,760	,000
	Promosi	-,105	,058	-,181	-1,817	,072
	Kualitas Pelayanan	,226	,107	,213	2,118	,037
	Literasi Keuangan	,229	,057	,462	4,037	,000

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan
Sumber : Hasil olah data SPSS 22.0

Berdasarkan tabel 4.3.7 menunjukkan adanya persamaan garis regresi linear sebagai berikut :

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

$$Y = 14,947 + (-0,105) X1 + 0,226 X2 + 0,229 X3 + e$$

Berdasarkan pada hasil pengujian regresi linear berganda diatas, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- a. Besarnya nilai suatu kostanta (*constant*) dalam penelitian ini sebesar 14,947. Yang artinya nilai independen (promosi, kualitas pelayanan dan literasi keuangan) dianggap konstan. Maka rata-rata minat menggunakan jasa keuangan di BPRS Sukowati Sragen adalah sebesar 14,947.
- b. Nilai koefisien regresi variabel promosi (X1) adalah -0,105 yang menunjukkan apabila promosi menurun, maka akan dapat mempengaruhi dan dapat menurunkan minat menggunakan jasa keuangan (Y) sebesar -0,105.
- c. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X2) adalah 0,226 yang menunjukkan apabila kualitas pengalaman meningkat, maka akan mempengaruhi dan dapat meningkatkan minat menggunakan jasa keuangan (Y) sebesar 0,226.
- d. Nilai koefisien regresi variabel literasi keuangan (X3) adalah 0,229 yang menunjukkan apabila kualitas pengalaman meningkat, maka akan mempengaruhi dan dapat meningkatkan minat menggunakan jasa keuangan (Y) sebesar 0,229.

4.3.5 Uji Hipotesis

a. Uji F

Suatu uji yang bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh pada variabel independen yang secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini berupa promosi, kualitas pelayanan dan literasi keuangan, sedangkan variabel dependen dalam hal ini minat pelaku usaha kuliner dalam menggunakan jasa keuangan BPRS Sukowati Sragen, sehingga hasil dari uji F sesuai pada tabel 4.38:

Tabel 4.3.8

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	68,862	3	22,954	13,532	,000 ^b
	Residual	162,848	96	1,696		
	Total	231,710	99			

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan

b. Predictors: (Constant), Literasi Keuangan, Promosi, Kualitas Pelayanan

Sumber : Hasil olah data SPSS 22.0

Berdasarkan tabel 4.3.8 dari hasil uji F diatas, dapat dilihat bahwa F_{hitung} sebesar 13,532 dengan tingkat signifikansi 0,000. Besarnya dari nilai signifikansi 0,000 dari hasil tersebut $< 0,05$. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa promosi (X1), kualitas pelayanan (X2) dan literasi keuangan (X3) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh pada minat pelaku usaha kuliner dalam menggunakan (Y) jasa keuangan BPRS Sukowati Sragen.

b. Uji T

Uji T merupakan suatu uji yang memiliki tujuan guna dapat mengetahui apakah variabel bebas (independen) secara parsial

berpengaruh ataupun tidak pada variabel terikat (dependen). Besarnya signifikansi dapat dijadikan sebagai suatu landasan yaitu 0,05. Landasan untuk pengambilan keputusan apabila nilai dari signifikansi $< 0,05$ ($t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$) maka dinyatakan terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

Tabel 4.3.9

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14,947	2,211		6,760	,000
	Promosi	-,105	,058	-,181	-1,817	,072
	Kualitas Pelayanan	,226	,107	,213	2,118	,037
	Literasi Keuangan	,229	,057	,462	4,037	,000

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan
Sumber : Hasil olah data SPSS 22.0

Berdasarkan tabel 4.3.9 menunjukkan nilai dari signifikansi setiap variabelnya yang terdiri dari variabel independen (promosi, kualitas pelayanan dan literasi keuangan) dan variabel dependen (minat pelaku usaha kuliner dalam menggunakan jasa keuangan BPRS Sukowati Sragen).

1) Pengaruh Promosi Terhadap Minat Pelaku Usaha Kuliner dalam Menggunakan Jasa keuangan BPRS Sukowati Sragen

Berdasarkan pada hasil pengolahan data tabel 4.26 menunjukkan hasil bahwa variabel promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan jasa keuangan BPRS Sukowati Sragen. Dasar

pengambilan keputusan tersebut dilihat dari besarnya nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yang mana besarnya nilai t_{hitung} adalah -1,817 sedangkan untuk $t_{tabel} = df = (n-k-1) = (100-2-1) = 1,98472$. Kesimpulannya $-1,8176 < 1,98472$ serta untuk tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang artinya variabel promosi tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan jasa keuangan BPRS Sukowati Sragen.

2) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Pelaku Usaha Kuliner dalam Menggunakan Jasa keuangan BPRS Sukowati Sragen

Berdasarkan pada hasil pengolahan data tabel 4.26 menunjukkan hasil bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan jasa keuangan BPRS Sukowati Sragen. Dasar pengambilan keputusan tersebut dilihat dari besarnya nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yang mana besarnya nilai t_{hitung} adalah 2,118 sedangkan untuk $t_{tabel} = df = (n-k-1) = (100-2-1) = 1,98472$. Kesimpulannya $2,118 > 1,98472$ dan tingkat signifikansi $0,037 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang artinya variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan jasa keuangan BPRS Sukowati Sragen.

3) Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Pelaku Usaha Kuliner dalam Menggunakan Jasa keuangan BPRS Sukowati Sragen

Berdasarkan pada hasil pengolahan data tabel 4.26 menunjukkan hasil bahwa variabel literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan jasa keuangan BPRS Sukowati Sragen. Dasar pengambilan keputusan tersebut dilihat dari besarnya nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yang mana besarnya nilai t_{hitung} adalah 4,037 sedangkan untuk $t_{tabel} = df = (n-k-1) = (100-2-1) = 1,98472$. Kesimpulannya $4,037 > 1,98472$ dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang artinya variabel literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan jasa keuangan BPRS Sukowati Sragen.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4.5

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,545 ^a	,297	,275	1,302

a. Predictors: (Constant), Literasi Keuangan, Promosi, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Minat Menggunakan
Sumber : Hasil olah data SPSS 22.0

Berdasarkan tabel 4.5 diketahui bahwa nilai *R Square* adalah 0,297 sedangkan untuk nilai *Adjusted R Square* adalah 0,275. Untuk penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel X (X1, X2 dan X3) sehingga fokus kita pada nilai *Adjusted R Square* adalah 0,275 yang berarti besarnya pengaruh variabel kualitas pelayanan dan literasi keuangan sebesar 27,5% sedangkan sisanya 72,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

BAB V

KESIMPULAN

5.1. KESIMPULAN

1. Berdasarkan hasil dari pengolahan data bahwa pada variabel promosi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat pelaku usaha kuliner dalam menggunakan jasa keuangan di BPRS Sukowati Sragen. Pada faktor ini disebabkan promosi yang dilakukan oleh BPRS Sukowati Sragen dianggap kurang menarik.
2. Hasil olah data menjelaskan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pelaku usaha kuliner dalam menggunakan jasa keuangan di BPRS Sukowati Sragen.
3. Pada variabel literasi keuangan menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pelaku usaha kuliner dalam menggunakan jasa keuangan di BPRS Sukowati Sragen.

5.2. SARAN

Berdasarkan hasil dari kesimpulan, maka saran yang dapat diberikan oleh penulis yang diajukan terhadap pihak yang terkait dalam penelitian ini yaitu :

1. BPRS Sukowati Sragen diharapkan untuk meningkatkan dan mempertahankan kualitas pengalaman dan literasi keuangan, sehingga visi dan misi dari perusahaan dapat tercapai.

2. Pada penelitian skripsi ini, penulis hanya menyebutkan dua variabel yang dapat mempengaruhi minat pelaku usaha kuliner dalam menggunakan jasa keuangan di BPRS Sukowati Sragen. Saran untuk peneliti berikutnya, diharapkan untuk menambahkan variabel lain agar bisa menggali faktor lain yang diduga berpengaruh pada minat pelaku usaha kuliner.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, P. M. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif (I)*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Afrianty, N., Isnaini, D., & Oktarina, A. (2019). *Nonie Afrianty Desi Isnaini*.
- Ahyar, H. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu.
- Aisyah, S., & Riyadi, A. (2020). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kelurahan Siranindi Di Bank Muamalat Indonesia Palu Sulawesi Tengah. *Journal Of Islamic Economic And Business*, 02(2), 16–33.
- Arifin, J. (2021). Pengaruh Tingkat Pendidikan, Literasi Keuangan Syariah, Dan Kebudayaan Terhadap Minat Menabung Santri Kota Semarang Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 2.
- Asaida, R. R., & Izzaty, K. N. (2020). Pengaruh Kualitas Laporan Keuangan Umkm Aksesibilitas Kredit Perbankan. *Jurnal Internasional Riset Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi (Ijebbar)*, 2020, 157–170.
- Aziz, N., & Hendrastyo, V. S. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan , Kepercayaan Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada Bank Syariah Cabang Ulak Karang Kota Padang. *Jurnal Pundi*, 03(0), 227–234.
<https://doi.org/10.31575/Jp.V3i3.183>
- Bprs Sukowati Sragen. (2018). Bprs Sukowati Sragen.
- Bprs Sukowati Sragen. (2018). Retrieved January 3, 2022, From
<http://www.banksyariahsragen.com/tentang-kami/>
- Dedy Ansari Harahap, D. A. (2019). Kajian Kualitas Pelayanan Dan Loyalitas Nasabah Perbankan Di Indonesia. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 26, 27–40.
- Della Amnestya Yasa, N. N. I. H. S. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Untuk Menggunakan Tabungan Qurban Di Bprs Baiturridha Pusaka Bandung. *Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 190–196.
- Dwi, Y., Anugrah, Y., & Nandaningsih, N. (2021). Konsep Pembiayaan

- Mudharabah Dalam Perbankan Syariah. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Islam*, 2(1), 61–65.
- Ernestivita, G. (2016). Analisis Pengaruh Place, Promotion, Dan People Terhadap Keputusan Konsumen Melakukan Pembelian Produk Pasar Modal Dengan Menggunakan Jasa Equity Brokerage Di Pt Sucoriners Central Gani Cabang Kediri. *Jurnal Nusamba*, 1, 10–20.
- Fahmeyzan, D., Soraya, S., & Etmy, D. (2018). Uji Normalitas Data Omzet Bulanan Pelaku Ekonomi Mikro Desa Senggigi Dengan Menggunakan Skewness Dan Kurtosis Abstrak Ekonomi Adalah Salah Satu Ilmu Sosial Yang Mempelajari Aktivitas Manusia Yang Berhubungan Dengan Produksi , Distribusi Dan Konsumsi Terha. *Jurnal Varian*, 2(1).
- Faqih, F. Al. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada Tabungan Marhamah Pt Bank Sumut Kcp Syariah Karya. *Jurnal Ekonomi Islam*, 1(1), 22–38.
- Fauzi, A. (2019). Peran Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (Bprs) Dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Bangka Belitung, 5(1), 36–52.
- Fauzia, K. S. Dan A. N. (2021). Pengaruh Promosi, Nilai Syari'ah, Dan Prosentase Margin Terhadap Minat Nasabah Untuk Mengajukan Pembiayaan Murabahah Di Kspps Bmt Mandiri Sejahtera Cabang Pangean. *Adilla : Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(1), 15–28.
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Persaingan Terhadap Minat Beli. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (Jrmb) Fakultas Ekonomi Uniat*, 4(3), 415–424.
- Hamdi, K., & Yadewani, D. (2019). Pengembangan Usaha Kuliner Home Industri Sebagai Peluang Kaum Perempuan Menuju Industri Kreatif. *Dinamisia - Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3, 110–116.
- Hasan, M. (2018). Pembinaan Ekonomi Kreatif Dalam Perspektif Pendidikan Ekonomi. *Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 1(1), 81–86.
- Imron, I. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada Cv . Meubele Berkah Tangerang. *Indonesian Journal On Software Engineering*, 5(1), 19–28.

- Indah, W., & Yadewani, D. (2020). Pengaruh Layanan Langsung Terhadap Minat Nasabah Menabung Di Pt . Bprs Barakah Nawaitul. *E-Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 8, 330–337.
- Ipfa Retno Astuti, Endang Masitoh, P. S. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat, 2(3), 167–172.
- Listyawati, L. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet. *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis Dan Inovasi*, 5(2).
- Mister Candra, Nadia Afrilliana, R. A. (2020). Peran Literasi Keuangan Syariah Dalam Memoderasi Pengaruh Demografi Terhadap Minat Menabung Pada Perbankan Syariah. *Jurnal Manajemen Motivasi*, 16, 1–7.
- Mohammad Husen, Rully Trihantana, M. A. (2021). Analisis Minat Masyarakat Dalam Mengajukan Pembiayaan Di Pt. Bprs Amanah Ummah Kantor Cabang Cicurug Studi. *Sahid Banking Journal*, 1.
- Mongkaren, S. (2013). Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Rumah Sakit Advent Manado. *Jurnal Emba*, 1(4), 493–503.
- Mulia, R. A. (2019). Peranan Program Koperasi Jasa Keuangan Syariah Baitul Maal Wat Tamwil (Kjks Bmt) Dalam Pemberdayaan Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah Di Kota Padang. *Ensiklopediaku*, 1(3), 290–299.
- Murtani, A. (2017). Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Di Pt . Bank Sumut Syariah Cabang Medan Alim Murtani Fakultas Bisnis Syariah , Universitas Potensi Utama. *Jurnal Al-Qasd*, 1(2), 177–188.
- Novita, E. (2018). Faktor Penyebab Rendahnya Minat Umkm Di Kecamatan Pamijahan Dalam Memilih Pembiayaan Pada Bank Syariah. *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 1(1), 132–160.
<https://doi.org/10.47467/Elmal.V1i2.294>
- Nurhidayati, M. (2019). Pengaruh Persepsi Bagi Hasil , Laba Dan Jaminan Terhadap Pengambilan Keputusan Pembiayaan (Studi Kasus Pada Umkm Di Bprs Khasanah Ummat Purwokerto), (1), 1–10.
- Nurlaeli, I. (2017). Pengaruh Faktor Budaya, Psikologi, Pelayanan, Promosi Dan Pengetahuan Tentang Produk Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bprs

- Di Banyumas. *Jurnal Pemikiran Islam*, xviii.
- Nuzuli, S. N. D. Dan T. (2017). Peran Promotional Mix Sebagai Variabel Moderasi Orientasi Pelanggan Dan Orientasi Pesaing Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Empiris Pada Ukm Rumah Makan Di Kabupaten Sragen). *Jurnal Bidang Ilmu Ekonomi*, 2, 140–152.
- Rifa, A. (2017). Peran Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Dalam Mengimplementasikan Keuangan Inklusif Melalui Pembiayaan Umkm. *Human Falah*, 4(2).
- Rosidi, A., Prastyo, H., & Zusrony, E. (2021). Peranan Perbankan Syariah Dalam Pemberdayaan Umkm Sebagai Upaya Peningkatan Kualitas Hidup Masyarakat Kota Salatiga, 7(02), 1068–1075.
- Satria Abdi Pratamayudha, Rois Arifin, M. H. (2018). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Grabfood. *E – Jurnal Riset Manajemen*, 77–90.
- Setiawan, R. (2020). Terhadap Minat Menabung (Studi Pada Mahasiswa Stia Yppt Priatim Tasikmalaya Tahun Akademik 2017 / 2018), 79–85.
- Sikoper.Sragenkab.Go.Id. (2022). Data Umkm Sragen.
- Sinuhaji, E. (2014). Pengaruh Kepribadian, Kemampuan Kerja Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Sdm. *Jurnal Ilman*, 1(1), 11–22.
- Siti Maisharah Amanda, M. S. A. M. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Dosen Universitas Syiah Kuala). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam*, 1(2), 197–214.
- Siyoto, S. Dan A. S. (2015). *No Title*. (Ayup, Ed.) (1st Ed.). Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2020). *Metode Peneitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. (Sutopo, Ed.) (Cetakan Ke). Bandung: Alfabeta.
- Syafrin, I. (2018). Pengaruh Lingkungan Fisik , Pelayanan Konsumen Dan Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah Menabung Pada Pt. Bank Danamon Indonesia Cabang Bukittinggi. *Jurnal Ekobistek Fakultas Ekonomi*, 7(2), 32–39.
- Ulya, Z. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Promosi Terhadap Minat Umkm

- Mengambil Pembiayaan Perbankan Syariah Di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 9(3), 352–366.
- Wati, L., & Fitrie, E. (2018). Penggunaan Digital Influencer Dalam Promosi Produk (Studi Kasus Akun Instagram @ Bylizzieparra), 01(01), 71–82.
- Wuryani, R. N. S. Dan E. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja Umkm Di Sidoarjo. *E-Jurnal Manajemen*, 9(8), 3214–3236.
- Yamin, K. Dan Y. (2018). Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (Bprs) Kotabumi Kantor Cabang Bandar Lampung. *Gema*, X, 69–79.
- Zakaria, L. D. (2020). Pengaruh Religiusitas, Fasilitas Layanan, Literasi Keuangan Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Mahasiswa Untuk Menabung Di Bank Syariah. *E-Jra*, 09(11), 10–27.

Lampiran - Lampiran

Lampiran 2

SURAT PENELITIAN



BANK SYARIAH SRAGEN
Amanah & Barokah

PT. BPRS SUKOWATI SRAGEN



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SURAT KETERANGAN
NO. 019/BSS/DIR/SK/IV/2022

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : CAHYO SAPUTRO
Jabatan : DIREKTUR PT. BPRS SUKOWATI SRAGEN

Dengan ini menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa tersebut dibawah ini:

Nama : AJI TRI LAKSONO
NIM : 185231120
Jurusan/Prodi : PERBANKAN SYARIAH
Fakultas : FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Universitas : UIN RADEN MAS SAID SURAKARTA

telah melaksanakan penelitian di PT BPRS Sukowati Sragen dengan judul "ANALISA FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PELAKU USAHA KULINER DALAM MENGGUNAKAN JASA KEUANGAN BPRS SUKOWATI SRAGEN" dengan menggunakan instrumen kuesioner.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Sragen, 22 April 2022

PT. BPRS Sukowati Sragen



Cahyo Saputro
Direktur

Kantor Pusat Sragen :
Jl. Raya Sukowati No. 348 Sragen 57214
Telp. 0271-891186, 8821186
Fax. 0271-893791
pdbprs_srg@yahoo.com
banksyariahsrg

Kantor Cabang Boyolali :
Jl. Pandanaran No. 231 Boyolali 57313
Telp. 0276-323230
Fax. 0276-323230

Kantor Cabang Karanganyar :
Jl. Nusa Indah IV No. 16 Karanganyar 57772
Telp. 0271-822095
Fax. 0271-822095

Kantor Cabang Grobogan :
Jl. A. Yani, Ruko No. 4 Perum Grand Mutiara Grobogan 58111
Telp. 0292-4270270

Kantor Kas Gemolong :
Rejosari RT. 10 Genengduwur, Gemolong Sragen 57274, Telp. 0271-6811831
Fax. 0271-6811831

Kantor Kas Sambungmacan :
Jl. Raya Timur KM. 15 Sambungmacan, Sragen 57253
Telp. 0351-4467277

Kantor Kas Sragen Kota :
Kios Renteng Rt. 04 Rw. 03 Karangtengah, Sragen 57216
Telp. 0271-8851400

Kantor Kas Kerjo :
Dk. Derso, Ds. Sumberejo Rt. 04 Rw. 04 Kerjo, Karanganyar 57753
Telp./Fax. 0271-4991394

Lampiran 3**KUISIONER PENELITIAN**

Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pelaku Usaha Kuliner Dalam
Menggunakan Jasa Keuangan BPRS Sukowati Sragen

DATA RESPONDEN

Nama :

Alamat :

Usia :

Jenis Kelamin :

- | | | |
|--------------------------------------|--|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 21 – 30 thn | <input type="checkbox"/> 41 – 50 thn | <input type="checkbox"/> Laki-Laki |
| <input type="checkbox"/> 31 – 40 thn | <input type="checkbox"/> 51 thn keatas | <input type="checkbox"/> Perempuan |

Menjadi Pelaku Usaha Kuliner:

Menjadi Nasabah di BPRS Sukowati

Sragen:

- | | |
|---------------------------------------|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 0 – 1 thn | <input type="checkbox"/> 0 – 1 thn |
| <input type="checkbox"/> 2 – 3 thn | <input type="checkbox"/> 2 – 3 thn |
| <input type="checkbox"/> 4 – 5 thn | <input type="checkbox"/> 4 – 5 thn |
| <input type="checkbox"/> 5 thn keatas | <input type="checkbox"/> 5 thn keatas |

Petunjuk Pengisian Kuisisioner

Responden cukup memberi tanda (√) pada pilihan yang tersedia, sesuai dengan pendapat bapak/ibu/saudara/i. Dengan ketentuan skor sebagai berikut :

STS = Sangat Tidak Setuju (1)

S = Setuju (4)

TS = Tidak Setuju (2)

SS = Sangat Setuju (5)

N = Netral (3)

A	Pernyataan Variabel X ₁ (Promosi)	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
1	BPRS Sukowati Sragen melakukan promosi melalui spanduk, poster, dan brosur					
2	BPRS Sukowati Sragen mengadakan pameran atau bazar					
3	BPRS Sukowati Sragen melakukan promosi dengan memberikan hadiah langsung/souvenir					
4	BPRS Sukowati Sragen aktif melakukan promosi melalui media digital					
5	Promosi dari BPRS Sukowati Sragen menarik					

B	Pernyataan Variabel X₂ (Kualitas Pelayanan)	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
1	Karyawan berpenampilan bersih dan rapi					
2	Karyawan memberikan pelayanan sopan dan ramah					
3	Karyawan memberikan respon dengan cepat dan tepat					
4	Karyawan memberikan informasi yang mudah dipahami					
5	BPRS Sukowati Sragen memberikan jaminan keamanan					

C	Pernyataan Variabel X₃ (Literasi Keuangan)	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
1	Saya selalu mengikuti perkembangan berita ekonomi untuk menambah wawasan					
2	Saya memahami produk dan jasa keuangan BPRS Sukowati Sragen					

3	Saya memahami fasilitas yang tersedia di jasa keuangan					
4	Saya sadar keuangan perlu direncanakan dengan baik					
5	Saya mengetahui risiko yang diterima ketika mengajukan kredit					

D	Variabel Y (Minat Menggunakan Jasa Keuangan)	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
1	Saya berminat menggunakan jasa keuangan karena informasi mudah dipahami					
2	Saya berminat menggunakan jasa keuangan karena pelayanannya sopan dan ramah					
3	Saya berminat menggunakan karena pelayanan cepat dan tepat					
4	Saya berminat menggunakan jasa keuangan karena jaminan keamanan					

5	Saya berminat menggunakan jasa keuangan karena lokasi kantor yang strategis					
---	---	--	--	--	--	--

Lampiran 4

Data Responden Penelitian

No	Usia	Jenis Kelamin	Lama Usaha Kuliner	Lama Menjadi Nasabah
1	21-30	Perempuan	0-1	0-1
2	41-50	Laki-Laki	5 keatas	2-3
3	31-40	Perempuan	4-5	4-5
4	31-40	Perempuan	4-5	2-3
5	41-50	Perempuan	5 keatas	0-1
6	41-50	Perempuan	4-5	0-1
7	41-50	Perempuan	2-3	2-3
8	31-40	Perempuan	4-5	0-1
9	31-40	Perempuan	5 keatas	5 keatas
10	21-30	Perempuan	0-1	0-1
11	41-50	Perempuan	4-5	2-3
12	31-40	Perempuan	2-3	0-1
13	41-50	Perempuan	5 keatas	2-3
14	41-50	Perempuan	5 keatas	0-1
15	41-50	Laki-Laki	5 keatas	0-1
16	41-50	Perempuan	5 keatas	0-1
17	41-50	Perempuan	4-5	2-3
18	41-50	Perempuan	4-5	0-1
19	31-40	Perempuan	2-3	0-1
20	31-40	Perempuan	4-5	2-3
21	31-40	Perempuan	4-5	0-1
22	31-40	Perempuan	2-3	0-1
23	31-40	Perempuan	4-5	4-5
24	41-50	Perempuan	5 keatas	4-5
25	41-50	Perempuan	5 keatas	0-1
26	21-30	Perempuan	2-3	0-1
27	21-30	Perempuan	0-1	0-1
28	31-40	Laki-Laki	5 keatas	0-1
29	41-50	Perempuan	5 keatas	2-3
30	41-50	Perempuan	4-5	0-1
31	41-50	Perempuan	5 keatas	4-5
32	41-50	Perempuan	5 keatas	2-3

33	21-30	Perempuan	2-3	0-1
34	41-50	Perempuan	4-5	2-3
35	41-50	Perempuan	5 keatas	4-5
36	21-30	Perempuan	4-5	0-1
37	31-40	Perempuan	2-3	0-1
38	31-40	Laki-Laki	5 keatas	2-3
39	41-50	Perempuan	5 keatas	4-5
40	41-50	Perempuan	5 keatas	4-5
41	41-50	Perempuan	5 keatas	2-3
42	31-40	Perempuan	4-5	0-1
43	51 keatas	Perempuan	5 keatas	4-5
44	41-50	Perempuan	4-5	2-3
45	41-50	Perempuan	2-3	0-1
46	41-50	Perempuan	5 keatas	4-5
47	41-50	Laki-Laki	5 keatas	4-5
48	31-40	Perempuan	5 keatas	4-5
49	41-50	Perempuan	5 keatas	4-5
50	41-50	Laki-Laki	4-5	2-3
51	21-30	Perempuan	2-3	0-1
52	51 keatas	Perempuan	5 keatas	0-1
53	41-50	Perempuan	5 keatas	4-5
54	51 keatas	Perempuan	5 keatas	5 keatas
55	31-40	Perempuan	4-5	0-1
56	31-40	Perempuan	5 keatas	4-5
57	51 keatas	Perempuan	5 keatas	5 keatas
58	41-50	Perempuan	4-5	2-3
59	41-50	Perempuan	2-3	2-3
60	41-50	Laki-Laki	5 keatas	5 keatas
61	41-50	Perempuan	5 keatas	0-1
62	51 keatas	Perempuan	5 keatas	5 keatas
63	41-50	Laki-Laki	4-5	4-5
64	31-40	Perempuan	0-1	0-1
65	31-40	Perempuan	5 keatas	2-3
66	41-50	Perempuan	5 keatas	2-3
67	31-40	Perempuan	5 keatas	2-3
68	31-40	Perempuan	2-3	2-3
69	41-50	Perempuan	5 keatas	2-3
70	41-50	Perempuan	5 keatas	4-5
71	31-40	Perempuan	2-3	2-3
72	21-30	Laki-Laki	4-5	2-3
73	31-40	Perempuan	2-3	0-1

74	51 keatas	Laki-Laki	5 keatas	5 keatas
75	41-50	Perempuan	4-5	2-3
76	41-50	Laki-Laki	5 keatas	5 keatas
77	41-50	Perempuan	4-5	2-3
78	21-30	Perempuan	2-3	2-3
79	31-40	Laki-Laki	4-5	4-5
80	51 keatas	Perempuan	5 keatas	5 keatas
81	41-50	Laki-Laki	4-5	2-3
82	41-50	Laki-Laki	5 keatas	4-5
83	41-50	Perempuan	2-3	0-1
84	21-30	Perempuan	0-1	0-1
85	41-50	Perempuan	5 keatas	0-1
86	41-50	Laki-Laki	5 keatas	5 keatas
87	41-50	Perempuan	5 keatas	5 keatas
88	51 keatas	Perempuan	5 keatas	2-3
89	51 keatas	Perempuan	5 keatas	2-3
90	41-50	Perempuan	5 keatas	5 keatas
91	51 keatas	Perempuan	5 keatas	2-3
92	41-50	Perempuan	4-5	0-1
93	31-40	Laki-Laki	2-3	2-3
94	51 keatas	Perempuan	5 keatas	4-5
95	41-50	Laki-Laki	2-3	0-1
96	21-30	Perempuan	2-3	2-3
97	41-50	Laki-Laki	0-1	0-1
98	41-50	Laki-Laki	4-5	2-3
99	41-50	Perempuan	5 keatas	5 keatas
100	41-50	Perempuan	5 keatas	0-1

Lampiran 5

Rekap Data Hasil Penelitian

Variabel Promosi (X1)

No	Promosi					Total X1
1	3	4	4	4	4	19
2	4	1	2	3	3	13
3	2	3	3	1	4	13
4	2	4	3	3	4	16
5	2	3	3	3	3	14
6	3	2	3	3	3	14
7	2	2	2	3	4	13
8	2	3	3	3	3	14
9	3	1	2	2	2	10
10	1	1	2	3	3	10
11	3	3	3	2	3	14
12	1	2	3	3	3	12
13	3	3	3	3	4	16
14	3	4	4	3	3	17
15	3	3	2	3	5	16
16	3	2	3	3	4	15
17	3	3	3	2	3	14
18	2	2	3	2	3	12
19	3	3	3	3	4	16
20	3	2	2	2	4	13
21	3	3	3	2	4	15
22	4	3	2	3	4	16
23	2	1	3	2	2	10
24	4	4	4	3	5	20
25	4	3	3	3	3	16
26	4	4	3	4	5	20
27	4	3	3	5	4	19
28	3	4	3	3	5	18
29	4	3	3	4	3	17
30	5	3	2	3	4	17
31	4	2	3	4	4	17
32	5	3	3	2	5	18
33	3	2	2	3	5	15

34	4	3	3	3	4	17
35	4	3	3	3	5	18
36	5	2	3	3	4	17
37	4	3	2	4	4	17
38	3	3	2	3	5	16
39	5	2	3	3	4	17
40	3	3	2	3	3	14
41	5	3	3	3	5	19
42	5	2	3	4	4	18
43	4	3	1	3	4	15
44	4	3	3	3	4	17
45	4	2	1	2	3	12
46	4	3	2	4	4	17
47	3	2	3	4	5	17
48	3	3	3	3	4	16
49	4	3	2	4	4	17
50	3	2	3	3	5	16
51	4	3	3	4	4	18
52	5	3	3	3	4	18
53	3	3	2	3	4	15
54	4	2	3	3	5	17
55	5	3	2	4	4	18
56	4	3	4	3	5	19
57	4	2	2	4	5	17
58	5	3	1	4	5	18
59	5	2	2	5	5	19
60	4	3	2	3	3	15
61	5	4	3	3	5	20
62	4	3	3	3	4	17
63	4	3	4	3	4	18
64	5	4	4	5	4	22
65	5	2	3	3	4	17
66	4	3	3	3	4	17
67	5	3	3	3	5	19
68	4	2	4	3	5	18
69	5	5	3	3	4	20
70	3	4	3	4	4	18
71	4	3	4	3	5	19
72	5	3	4	4	5	21
73	3	3	4	3	5	18
74	3	3	3	3	4	16

75	4	3	3	2	4	16
76	4	4	3	4	5	20
77	4	4	4	3	4	19
78	5	4	4	5	5	23
79	4	3	3	5	5	20
80	4	3	2	4	5	18
81	4	2	2	4	5	17
82	5	4	3	5	5	22
83	4	4	2	5	4	19
84	5	3	3	4	5	20
85	4	3	3	3	4	17
86	5	3	2	4	3	17
87	4	3	3	3	2	15
88	5	3	4	5	5	22
89	4	3	2	3	5	17
90	5	4	2	5	5	21
91	4	3	2	4	4	17
92	5	4	3	4	3	19
93	5	3	3	4	5	20
94	4	3	2	4	4	17
95	4	3	1	4	2	14
96	5	3	4	4	4	20
97	4	2	3	5	4	18
98	4	3	3	4	5	19
99	5	4	3	4	3	19
100	4	3	4	4	5	20

Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

No	Kualitas Pelayanan					Total X2
1	4	5	4	4	4	21
2	5	5	4	4	5	23
3	4	5	5	3	4	21
4	4	5	4	4	4	21
5	5	5	4	4	5	23
6	5	5	5	5	5	25
7	5	4	4	5	3	21
8	4	4	3	4	4	19
9	5	4	5	5	5	24

10	4	5	5	5	5	24
11	4	5	5	4	4	22
12	4	5	5	4	5	23
13	4	5	4	3	4	20
14	5	4	5	3	5	22
15	5	5	5	4	5	24
16	4	5	5	4	5	23
17	4	5	5	5	4	23
18	4	4	4	5	4	21
19	4	5	3	4	5	21
20	5	5	4	4	4	22
21	4	4	4	4	4	20
22	5	5	5	5	4	24
23	4	5	4	3	5	21
24	5	5	5	5	5	25
25	4	5	5	5	5	24
26	5	5	4	5	5	24
27	4	5	4	4	3	20
28	5	5	5	5	5	25
29	5	4	5	5	5	24
30	4	5	5	4	5	23
31	5	5	5	4	4	23
32	4	5	5	4	5	23
33	5	5	5	5	5	25
34	4	4	5	4	4	21
35	5	4	5	4	5	23
36	4	5	5	5	5	24
37	5	5	4	4	4	22
38	4	4	5	5	4	22
39	5	4	4	4	4	21
40	4	4	5	5	5	23
41	5	4	5	4	5	23
42	5	5	5	5	5	25
43	5	4	4	5	4	22
44	4	5	3	4	4	20
45	4	4	5	5	4	22
46	5	5	5	3	3	21
47	5	5	4	5	5	24
48	5	5	5	4	5	24
49	4	5	4	5	4	22
50	5	5	4	4	4	22

51	4	5	5	5	5	24
52	5	5	4	4	4	22
53	4	5	5	4	5	23
54	5	4	4	5	5	23
55	5	5	5	4	5	24
56	5	4	5	5	4	23
57	4	5	5	4	5	23
58	5	5	5	4	5	24
59	5	5	4	4	4	22
60	5	5	5	4	4	23
61	5	5	4	5	5	24
62	5	5	4	3	5	22
63	5	5	5	4	4	23
64	4	5	5	3	5	22
65	4	5	3	4	4	20
66	4	5	4	3	4	20
67	5	5	3	5	5	23
68	5	5	5	5	5	25
69	4	5	5	5	5	24
70	4	5	4	5	5	23
71	5	5	4	5	5	24
72	5	5	5	5	5	25
73	4	5	5	4	4	22
74	4	4	5	5	5	23
75	4	5	5	5	4	23
76	5	4	4	4	4	21
77	5	4	5	5	5	24
78	4	5	5	4	5	23
79	4	5	4	4	5	22
80	4	5	5	4	4	22
81	5	5	5	5	5	25
82	5	4	4	4	4	21
83	4	4	4	5	3	20
84	5	5	5	4	5	24
85	5	4	5	5	5	24
86	5	5	5	5	5	25
87	4	4	5	5	5	23
88	5	5	5	5	4	24
89	4	5	5	4	4	22
90	4	5	4	5	5	23
91	4	5	5	4	4	22

92	4	5	5	4	5	23
93	5	5	5	5	5	25
94	5	5	4	5	5	24
95	5	4	5	4	5	23
96	5	5	5	5	5	25
97	4	5	4	4	5	22
98	5	4	5	4	5	23
99	5	4	5	5	5	24
100	4	5	5	4	4	22

Variabel Literasi Keuangan (X3)

No	Literasi Keuangan					Total X3
1	3	4	3	3	3	16
2	2	2	3	4	4	15
3	2	1	3	4	5	15
4	1	2	2	3	4	12
5	2	3	4	4	5	18
6	1	4	3	5	5	18
7	2	3	4	5	4	18
8	1	3	4	4	4	16
9	4	5	4	4	5	22
10	2	2	3	4	3	14
11	3	3	2	4	4	16
12	2	3	3	3	3	14
13	3	3	3	4	4	17
14	3	3	3	5	4	18
15	2	3	3	4	4	16
16	3	3	3	4	4	17
17	3	3	3	4	4	17
18	3	3	3	5	4	18
19	3	3	3	3	3	15
20	2	2	2	4	4	14
21	2	3	3	5	4	17
22	1	3	3	5	4	16
23	2	3	3	4	5	17
24	5	5	5	5	5	25
25	5	5	5	5	5	25
26	4	5	4	4	4	21

27	4	3	3	5	5	20
28	5	5	5	5	5	25
29	3	4	4	5	4	20
30	3	3	3	5	5	19
31	3	3	3	5	4	18
32	2	4	3	5	5	19
33	5	5	5	5	5	25
34	3	3	3	4	4	17
35	3	4	3	5	5	20
36	5	4	4	5	5	23
37	4	4	4	5	5	22
38	3	4	4	5	5	21
39	3	3	3	5	5	19
40	3	3	3	4	4	17
41	3	4	4	5	5	21
42	4	5	5	5	5	24
43	3	2	2	4	5	16
44	3	4	4	5	5	21
45	2	2	2	4	3	13
46	4	3	3	5	5	20
47	4	4	4	5	5	22
48	5	4	5	5	5	24
49	3	3	3	5	3	17
50	3	3	3	5	5	19
51	4	3	3	5	5	20
52	3	3	3	3	3	15
53	3	4	4	4	4	19
54	3	3	3	5	5	19
55	5	4	4	5	5	23
56	5	5	4	5	5	24
57	3	4	4	5	5	21
58	4	4	4	5	5	22
59	3	3	3	5	4	18
60	4	4	3	5	4	20
61	3	4	4	5	5	21
62	3	4	4	4	5	20
63	4	4	4	4	5	21
64	5	5	5	5	4	24
65	3	3	3	5	5	19
66	3	3	2	4	3	15
67	3	3	3	5	5	19

68	5	5	5	5	5	25
69	4	5	4	4	4	21
70	4	5	5	5	5	24
71	4	5	5	5	4	23
72	5	4	4	5	5	23
73	5	4	5	5	5	24
74	4	4	4	4	4	20
75	3	4	4	5	5	21
76	4	3	3	4	3	17
77	4	3	4	5	4	20
78	5	5	5	5	5	25
79	4	4	4	5	5	22
80	4	3	3	5	5	20
81	3	3	3	5	5	19
82	4	3	3	5	4	19
83	3	3	3	4	4	17
84	5	5	5	5	5	25
85	4	5	5	4	5	23
86	4	4	4	5	5	22
87	4	4	5	5	5	23
88	4	4	4	5	4	21
89	4	3	3	4	4	18
90	3	3	4	4	5	19
91	4	4	4	4	4	20
92	4	3	3	5	5	20
93	4	5	5	5	5	24
94	3	3	3	5	4	18
95	4	3	3	5	3	18
96	5	4	4	5	4	22
97	3	3	4	5	5	20
98	4	3	4	3	5	19
99	3	3	3	5	5	19
100	4	3	3	5	5	20

Variabel Minat Menggunakan (Y)

No	Minat Menggunakan					Total Y
1	3	3	3	4	3	16
2	4	5	5	5	3	22

3	5	4	4	5	4	22
4	4	3	5	4	2	18
5	5	5	5	4	5	24
6	5	5	5	5	4	24
7	5	5	3	5	5	23
8	4	5	3	4	5	21
9	4	5	5	5	5	24
10	4	5	5	5	5	24
11	3	5	5	5	4	22
12	3	5	5	3	5	21
13	4	5	5	5	4	23
14	4	5	4	5	4	22
15	4	5	5	3	5	22
16	3	5	5	5	5	23
17	4	5	5	4	4	22
18	3	4	4	4	4	19
19	4	5	5	3	5	22
20	5	5	5	4	5	24
21	4	5	4	5	4	22
22	5	5	5	4	5	24
23	5	5	5	3	5	23
24	5	5	5	5	5	25
25	5	5	5	5	5	25
26	5	5	5	3	4	22
27	4	4	3	4	4	19
28	5	5	5	5	5	25
29	5	5	5	4	4	23
30	5	4	4	5	5	23
31	4	5	5	4	5	23
32	4	4	5	4	5	22
33	5	5	5	5	4	24
34	4	4	5	4	5	22
35	4	5	5	4	4	22
36	5	5	5	4	5	24
37	4	5	5	4	4	22
38	5	5	4	5	5	24
39	5	5	4	4	5	23
40	4	4	5	4	4	21
41	5	4	4	4	4	21
42	5	5	5	5	4	24
43	5	4	4	4	4	21

44	5	4	4	5	5	23
45	5	4	3	5	5	22
46	5	4	4	5	5	23
47	5	5	4	5	3	22
48	4	5	5	4	5	23
49	4	5	5	4	5	23
50	5	5	4	5	5	24
51	5	5	5	5	5	25
52	3	5	4	4	5	21
53	5	4	4	3	5	21
54	4	4	4	5	5	22
55	5	5	4	5	5	24
56	5	4	5	5	4	23
57	5	4	5	5	5	24
58	5	5	5	5	5	25
59	5	4	5	4	5	23
60	5	5	5	4	5	24
61	5	4	5	5	4	23
62	5	5	5	5	5	25
63	5	5	5	4	5	24
64	5	5	5	5	4	24
65	4	5	3	4	5	21
66	5	5	4	4	4	22
67	5	5	3	5	3	21
68	5	5	5	5	5	25
69	4	5	5	4	4	22
70	5	5	5	5	4	24
71	5	4	4	5	4	22
72	5	5	4	4	5	23
73	5	5	5	4	5	24
74	5	5	5	5	5	25
75	5	4	5	5	4	23
76	5	5	4	5	4	23
77	5	5	4	4	4	22
78	4	5	5	5	4	23
79	4	5	4	4	5	22
80	5	5	5	4	5	24
81	5	4	4	5	4	22
82	5	5	5	5	4	24
83	5	5	5	4	4	23
84	5	5	5	5	4	24

85	5	5	5	4	5	24
86	5	4	5	5	4	23
87	5	5	5	4	5	24
88	5	5	4	4	5	23
89	4	5	5	5	5	24
90	5	4	4	5	4	22
91	4	4	4	4	4	20
92	5	5	5	4	5	24
93	5	5	4	5	5	24
94	5	4	5	4	5	23
95	4	4	5	5	4	22
96	4	5	5	5	5	24
97	5	5	4	4	4	22
98	4	4	4	5	5	22
99	4	5	5	5	4	23
100	5	4	5	5	5	24

Lampiran 6

Hasil Output SPSS 22

Statistik Deskriptif

Berdasarkan usia

Berdasarkan Usia Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	21-30	10	10,0	10,0	10,0
	31-40	27	27,0	27,0	37,0
	41-50	52	52,0	52,0	89,0
	>50	11	11,0	11,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Berdasarkan jenis kelamin

Berdasarkan Jenis Kelamin Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	19	19,0	19,0	19,0
	Perempuan	81	81,0	81,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Berdasarkan lama usaha kuliner

Berdasarkan Lama Usaha Kuliner

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0-1	6	6,0	6,0	6,0
	2-3	18	18,0	18,0	24,0
	4-5	26	26,0	26,0	50,0

>5	50	50,0	50,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Berdasarkan lama menjadi nasabah

Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah BPRS Sukowati Sragen

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0-1	36	36,0	36,0	36,0
	2-3	33	33,0	33,0	69,0
	4-5	20	20,0	20,0	89,0
	>5	11	11,0	11,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Uji Deskriptif Statistik

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Promosi	100	10	23	16,99	2,627
Kualitas Pelayanan	100	19	25	22,75	1,445
Literasi Keuangan	100	12	25	19,60	3,094
Minat Menggunakan	100	16	25	22,77	1,530
Valid N (listwise)	100				

Uji Validitas Variabel Penelitian

Hasil Uji Validitas Variabel Promosi

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Promosi
X1.1	Pearson Correlation	1	,294**	,051	,467**	,347**	,725**
	Sig. (2-tailed)		,003	,614	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	,294**	1	,270**	,282**	,223*	,633**

	Sig. (2-tailed)	,003		,007	,005	,026	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	,051	,270**	1	,023	,194	,447**
	Sig. (2-tailed)	,614	,007		,821	,053	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	,467**	,282**	,023	1	,315**	,677**
	Sig. (2-tailed)	,000	,005	,821		,001	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	,347**	,223*	,194	,315**	1	,663**
	Sig. (2-tailed)	,000	,026	,053	,001		,000
	N	100	100	100	100	100	100
Promosi	Pearson Correlation	,725**	,633**	,447**	,677**	,663**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Kualitas Pelayanan
X2.1	Pearson Correlation	1	-,121	,061	,172	,170	,477**
	Sig. (2-tailed)		,229	,546	,087	,091	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	-,121	1	-,023	-,180	,112	,223*
	Sig. (2-tailed)	,229		,817	,073	,267	,026
	N	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	,061	-,023	1	,133	,257**	,583**
	Sig. (2-tailed)	,546	,817		,186	,010	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	,172	-,180	,133	1	,213*	,580**
	Sig. (2-tailed)	,087	,073	,186		,033	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	,170	,112	,257**	,213*	1	,690**

	Sig. (2-tailed)	,091	,267	,010	,033		,000
	N	100	100	100	100	100	100
Kualitas	Pearson Correlation	,477**	,223*	,583**	,580**	,690**	1
Pelayanan	Sig. (2-tailed)	,000	,026	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Hasil Uji Validitas Variabel Literasi Keuangan

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Literasi Keuangan
X3.1	Pearson Correlation	1	,645**	,621**	,365**	,312**	,817**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,002	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	,645**	1	,816**	,332**	,345**	,855**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,001	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	,621**	,816**	1	,337**	,431**	,864**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,001	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	,365**	,332**	,337**	1	,503**	,610**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,001		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	,312**	,345**	,431**	,503**	1	,632**
	Sig. (2-tailed)	,002	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100
Literasi Keuangan	Pearson Correlation	,817**	,855**	,864**	,610**	,632**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil Validitas Minat Menggunakan

		Correlations					Minat Menggunakan
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	
Y.1	Pearson Correlation	1	,073	,029	,185	,119	,556**
	Sig. (2-tailed)		,470	,776	,066	,237	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	,073	1	,251*	-,042	,284**	,565**
	Sig. (2-tailed)	,470		,012	,681	,004	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	,029	,251*	1	-,047	,103	,527**
	Sig. (2-tailed)	,776	,012		,645	,308	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.4	Pearson Correlation	,185	-,042	-,047	1	-,132	,385**
	Sig. (2-tailed)	,066	,681	,645		,191	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.5	Pearson Correlation	,119	,284**	,103	-,132	1	,542**
	Sig. (2-tailed)	,237	,004	,308	,191		,000
	N	100	100	100	100	100	100
Minat Menggunakan	Pearson Correlation	,556**	,565**	,527**	,385**	,542**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Reliabilitas

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi X1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,627	5

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan X2**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,336	5

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Literasi Keuangan X3**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,817	5

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Menggunakan Y**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,296	5

Uji Asumsi Klasik**Uji Normalitas****One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

	Unstandardized Residual
N	100

Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,28254796
Most Extreme Differences	Absolute	,078
	Positive	,049
	Negative	-,078
Test Statistic		,078
Asymp. Sig. (2-tailed)		,134 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Promosi	,739	1,353
	Kualitas Pelayanan	,723	1,382
	Literasi Keuangan	,558	1,791

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan

Uji Heteroskedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,874	1,363		2,843	,005
	Promosi	,045	,036	,143	1,269	,208
	Kualitas Pelayanan	-,115	,066	-,199	-1,752	,083
	Literasi Keuangan	-,054	,035	-,200	-1,549	,125

a. Dependent Variable: ABRESID

Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14,947	2,211		6,760	,000
	Promosi	-,105	,058	-,181	-1,817	,072
	Kualitas Pelayanan	,226	,107	,213	2,118	,037
	Literasi Keuangan	,229	,057	,462	4,037	,000

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan

Uji Hipotesis

Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	68,862	3	22,954	13,532	,000 ^b
	Residual	162,848	96	1,696		
	Total	231,710	99			

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan

b. Predictors: (Constant), Literasi Keuangan, Promosi, Kualitas Pelayanan

Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14,947	2,211		6,760	,000
	Promosi	-,105	,058	-,181	-1,817	,072
	Kualitas Pelayanan	,226	,107	,213	2,118	,037
	Literasi Keuangan	,229	,057	,462	4,037	,000

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan

Uji Koefisien determinasi (R^2)**Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,545 ^a	,297	,275	1,302

a. Predictors: (Constant), Literasi Keuangan, Promosi, Kualitas

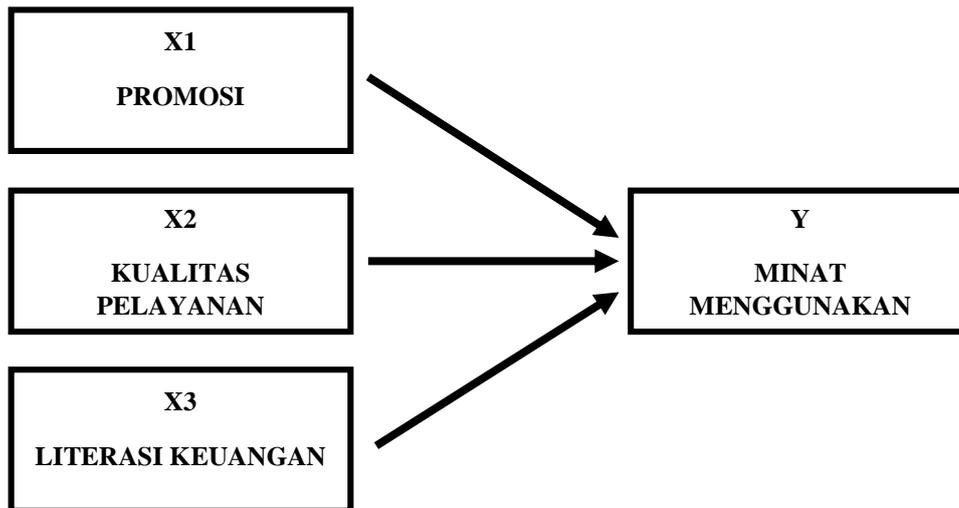
Pelayanan

b. Dependent Variable: Minat Menggunakan

Lampiran 7

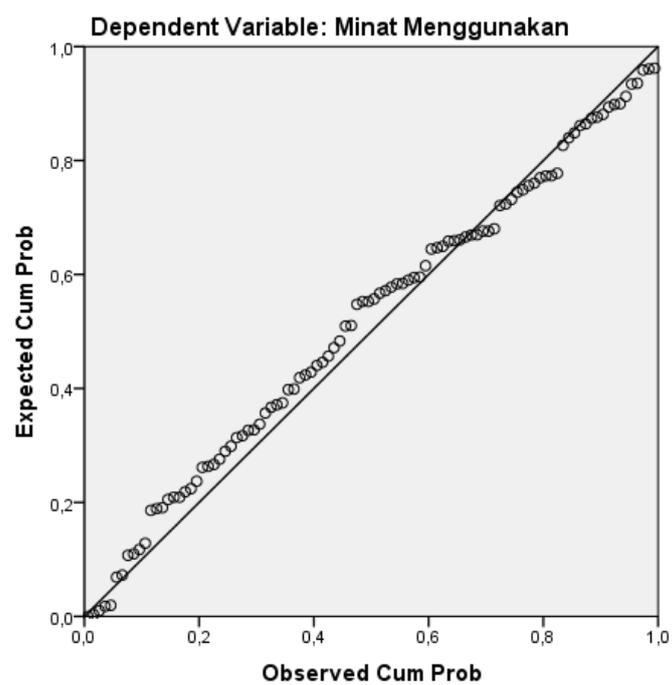
Daftar Gambar

Gambar Kerangka Berfikir

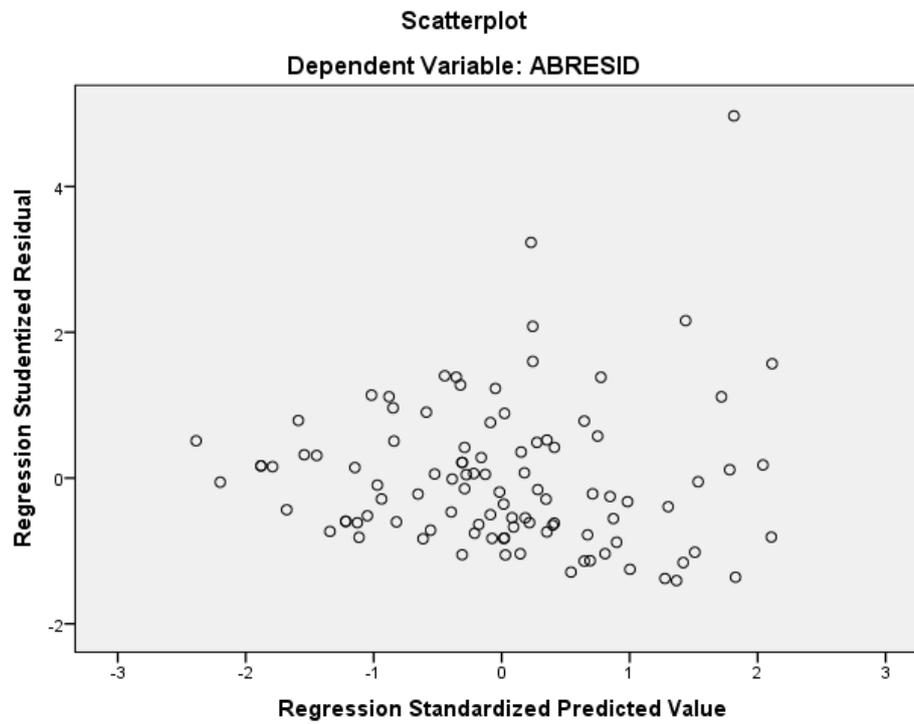


Gambar Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar Uji Heteroskedastisitas dengan menggunakan Uji Glejser



Lampiran 8

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Aji Tri Laksono
 Tempat Tanggal Lahir : Sragen, 27 Agustus 1998
 Alamat : Pokoh Rt 26, Tunggul, Gondang, Sragen
 Agama : Islam
 E-mail : Ajitrilaksono27@gmail.com

Pendidikan

- 2005 – 2011 SDN Sambi 1 Sambirejo, Sragen
- 2011 – 2014 SMP N 1 Gondang, Sragen
- 2014 – 2017 SMA N 1 Gondang, Sragen
- 2018 – 2022 S1-Perbankan Syariah UIN Raden Mas Said

Prestasi

- Juara 3 : Lomba Video Dan Vlog Himbauan Pencegahan Penyebaran Covid-19 Polres Sragen 2020
- Juara 3 : Cipta Dan Baca Puisi Keluarga Mahasiswa Sragen UIN Raden Mas Said Surakarta 2020
- Juara 2 : Design Quotes Poster “Hari Sumpah Pemuda” Ukm T-Maps UIN Raden Mas Said Surakarta 2020
- Juara 2 : Lomba Menulis Artikel “Keberhasilan Kepemimpinan Bupati Sragen” 2020
- Juara 1 : Lomba Menulis Essay Islamic Banking Competition 2020
- Juara 3 : Lomba Menulis Essay Lpm Warta IAIN Pontianak 2021
- Juara Favorit : Lomba Pidato HUT KNPI Kabupaten Sragen 2021
- Juara 1 : Lomba Debat Ekonomi Syariah, Pekan Prestasi Dan Kreasi Mahasiswa, FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta 2021
- Juara 2 : Lomba Poster Sharia Economic Competition 2021
- Juara Favorit : Lomba Book Vlogging Competition Bank Indonesia Solo 2022

Lampiran 9

CEK PLAGIASI (Turnitin)

ANALISA FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
PELAKU USAHA KULINER DALAM MENGGUNAKAN JASA
KEUANGAN BPRS SUKOWATI SRAGEN

ORIGINALITY REPORT

27 %	26 %	16 %	14 %
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	2%
2	repository.unpas.ac.id Internet Source	2%
3	www.iaisyarifuddin.ac.id Internet Source	2%
4	123dok.com Internet Source	2%