



**FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
MASYARAKAT DESA PARGARUTAN TONGA
KECAMATAN ANGKOLA TIMUR MENJADI
NASABAH DI BANK SYARIAH**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh :

**DAHLIA SAMAWATI SIREGAR
NIM: 14 401 00084**

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PADANGSIDIMPUAN
2018**



**FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
MASYARAKAT DESA PARGARUTAN TONGA
KECAMATAN ANGKOLA TIMUR MENJADI
NASABAH DI BANK SYARIAH**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh :

**DAHLIA SAMAWATI SIREGAR
NIM: 14 401 00084**

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PADANGSIDIMPUAN
2018**



**FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
MASYARAKAT DESA PARGARUTAN TONGA
KECAMATAN ANGKOLA TIMUR MENJADI
NASABAH DI BANK SYARIAH**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah*

Oleh:

DAHLIA SAMAWATI SIREGAR

NIM. 14 401 00084

PEMBIMBING I

Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M. Ag
NIP.19731128 200112 1 001

PEMBIMBING II

Nurul Izzah, M. Si
NIP.19900122 201801 2 003

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PADANGSIDIMPUAN
2018**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **Dahlia Samawati Siregar**
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidimpuan, Juni 2018
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Padangsidimpuan
Di-
Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi **a.n. Dahlia Samawati Siregar** yang berjudul "**Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Desa Pargarutan Tonga Kecamatan Angkola Timur Menjadi Nasabah di Bank Syariah**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ilmu Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqasyah.

Demikianlah kami sampaikan atas perhatian dan kerja sama dari Bapak/Ibu, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I

Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M. Ag
NIP. 19731128 200112 1 001

PEMBIMBING II

Nurul Izzah, M. Si
NIP. 19900122 201801 2 003

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : DAHLIA SAMAWATI SIREGAR
NIM : 14 401 00084
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah
JudulSkripsi : **Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Desa Pargarutan Tonga Kecamatan Angkola Timur Menjadi Nasabah di Bank Syariah.**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing, dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan kode etik mahasiswa pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 29 Juni 2018
Saya yang Menyatakan,



DAHLIA SAMAWATI SIREGAR
NIM : 14 401 00084

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai civitas akademik Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dahlia Samawati Siregar
NIM : 14 401 00084
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **FAKTOR- FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT DESA PARGARUTAN TONGA KECAMATAN ANGKOLA TIMUR MENJADI NASABAH DI BANK SYARIAH**. Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidimpuan
Pada tanggal : 29 Juni 2018
Yang menyatakan,



**DAHLIA SAMAWATI SIREGAR
NIM. 14 401 00084**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

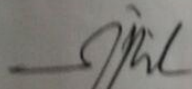
Jl. H. Tongku Rizal Nurdin Km. 4,5 Sibitang, Padangsidempuan 22733
Tel (0634) 22080 Fax (0634) 24022

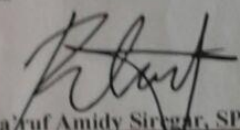
DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Nama : DAHLIA SAMAWATI SIREGAR
NIM : 14 401 00084
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
Judul Skripsi : FAKTOR- FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
MINAT MASYARAKAT DESA
PARGARUTAN TONGA KECAMATAN
ANGKOLA TIMUR MENJADI NASABAH DI
BANK SYARIAH

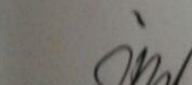
Ketua

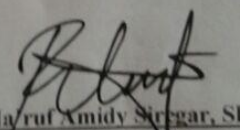
Sekretaris

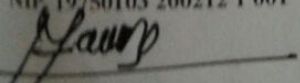

Dr. Ikhsanuddin Harahap, M. Ag
NIP. 19750103 200212 1 001

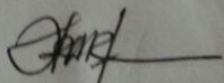

Rizal Ma'ruf Amidy Siregar, SP., MM
NIP. 19811106 201503 1 001

Anggota


Dr. Ikhsanuddin Harahap, M. Ag
NIP. 19750103 200212 1 001


Rizal Ma'ruf Amidy Siregar, SP., MM
NIP. 19811106 201503 1 001


Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M. Ag
NIP. 19731128 200112 1 001


Azwar Hamid, M.A
NIP. 19860311 201503 1 005

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah :
Di : Padangsidempuan
Hari/Tanggal : Sabtu/ 30 Juni 2018
Pukul : 08.30 s/d 12.00 WIB
Hasil/ Nilai : 78,5 (B)
IPK : 3,64
Predikat : CUM LAUDE



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telp. (0634)22080 Fax. (0634)24022

PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI : FAKTOR- FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
MASYARAKAT DESA PARGARUTAN TONGA KECAMATAN
ANGKOLA TIMUR MENJADI NASABAH DI BANK SYARIAH**

NAMA : DAHLIA SAMAWATI SIREGAR
NIM : 14 401 00084

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas
dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Perbankan Syariah

Padangsidimpuan, 13 Juli 2018
Dekan,



[Signature]
Dr. Darwis Harahap, S.H., M. Si
NIP.19780818 200901 1 015

KATA PENGANTAR



Segala puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Ilahi Rabbi yang masih berkenan menyatukan jasad, ruh dan akal hingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Desa Pargarutan Tonga Kecamatan Angkola Timur Menjadi Nasabah Di Bank Syariah”** Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. yang telah menuntun umatnya dengan penuh kasih sayang dan kesabaran menuju jalan yang diridhoi Allah SWT, juga kepada keluarga, sahabat dan seluruh umat yang menjalankan sunnahnya.

Dengan penuh kerendahan hati, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu penulis sebelum, pada saat dan sesudah penulisan skripsi ini, yaitu:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL Rektor IAIN Padangsidimpuan, serta Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, MA., Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.HI, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S. E., M. Si selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Bapak Kamaluddin M. Ag selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum,

Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

3. Ibu Nofinawati M.A, selaku ketua Jurusan Perbankan Syariah serta seluruh civitas akademika IAIN Padangsidimpuan.
4. Bapak Dr. H. Fatahuddin Aziz, M. Ag, sebagai dosen pembimbing I, saya ucapkan banyak terimakasih yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan bantuan, semangat, bimbingan dan pengarahan dalam penelitian skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas setiap kebaikan yang telah bapak berikan.
5. Ibu Nurul Izzah, M. Si, sebagai dosen pembimbing II, saya ucapkan banyak terimakasih, yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan, dan petunjuk yang sangat berharga bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas setiap kebaikan yang telah ibu berikan.
6. Serta seluruh Civitas Akademika IAIN Padangsidimpuan yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidimpuan. Khususnya kepada Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah membantu peneliti dalam memenuhi kelengkapan skripsi ini.
7. Bapak Yusri Fahmi, M.A Kepala perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku selama proses perkuliahan dan penyelesaian penulisan skripsi ini.
8. Teristimewa kepada Ayahanda Syamsuddin Siregar, Ibunda Sarawati Desmingso Marpaung karena beliau adalah salah satu semangat peneliti

agar menjadi anak yang berguna bagi diri sendiri, keluarga dan bagi nusa dan bangsa sekaligus mendorong peneliti menjadi anak yang selalu mempunyai akhlakul karimah dan yang telah banyak melimpahkan pengorbanan dan do'a yang senantiasa mengiringi langkah penulis. Do'a dan usahanya yang tidak mengenal lelah memberikan dukungan dan harapan dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah senantiasa dapat membalas perjuangan mereka dengan surga firdaus-Nya.

9. Terimakasih juga saya ucapkan kepada Adik saya (Aziz Fakhri Siregar), yang paling berjasa dalam hidup Peneliti yang telah banyak berkorban serta memberikan dukungan moral demi kesuksesan peneliti.
10. Terimakasih kepada seluruh keluarga Uak, Bou, Tulang, Tante, Abang dan Kakak yang memberikan dukungan moril dan materil serta memberikan motivasi dan semangat hidup dalam menjalani kehidupan ini.
11. Serta teman-teman seperjuangan angkatan 2014 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam khususnya Perbankan Syariah-3. Terutama untuk teman-teman saya, Irham Al Amini Nasution, Gusti Vera Yanti, Yeni Silvera Hasibuan, Lia Fatimah Sari, Nurlatifah, Lenni, Elis, Rahma, Mega, Enti, teman-teman KKL kelompok 26, teman-teman Magang, teman-teman yang di kos Sihitang, dan masih banyak lagi yang tidak bisa disebutkan satu per satu, yang telah memberikan dukungan serta bantuan, semangat dan doa kepada peneliti agar tak berputus asa dalam menyelesaikan skripsi ini sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik, serta pihak-pihak

yang tidak dapat saya tulis satu persatu yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis ucapkan terimakasih.

Akhir kata, peneliti menyadari sepenuhnya bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan dan ilmu yang dimiliki peneliti serta kemampuan peneliti yang jauh dari cukup. Untuk itu, peneliti dengan segala kerendahan hati kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan penulisan skripsi ini. Semoga Allah SWT memberi dan melindungi kita semua, dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak. Amin

Padangsidempuan, Juni 2018

Penulis

DAHLIA SAMAWATI SIREGAR
NIM. 14 401 00084

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin.




Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak di lambangkan	Tidak di lambangkan
ب	Ba	B	be
ت	Ta	T	te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	je
ح	ħa	ħ	ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	de
ذ	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	er
ز	Zai	Z	zet
س	Sin	S	es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	šad	š	s (dengan titik dibawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘.	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	ge

ف	Fa	F	ef
ق	Qaf	Q	ki
ك	Kaf	K	ka
ل	Lam	L	el
م	Mim	M	em
ن	nun	N	en
و	wau	W	we
ه	ha	H	ha
ء	hamzah	..'	apostrof
ي	ya	Y	ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

1. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	fathah	A	A
	Kasrah	I	I
	ḍommah	U	U

2. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, translit erasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
-----------------	------	----------	------

ي.....	fathāh danya	Ai	a dan i
و.....	fathāh dan wau	Au	a dan u

3. Maddah adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, translit erasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا.....	fathāh dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
ي.....	Kasrah dan ya	ī	I dan garis di bawah
و.....	ḍommah dan wau	ū	u dan garis di atas

C. Ta Marbutah

Transliterasi untuk Ta Marbutah ada dua.

1. *Ta Marbutah* hidup yaitu *Ta Marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathāh, kasrah, dan ḍommah, translit erasinya adalah /t/.
2. *Ta Marbutah* mati yaitu *Ta Marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, translit erasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhirkatanya *Ta Marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *Ta Marbutah* itu ditranslit erasikan dengan ha (h).

D. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

E. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu : ال . Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

1. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.
2. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

F. Hamzah

Dinyatakan didepan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

G. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, mau pun *huruf*, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan

maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

H. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harkat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

I. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-*

Latin. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan

Pengembangan Lektur Pendidikan Agama.

ABSTRAK

Nama : DAHLIA SAMAWATI SIREGAR

NIM : 14 401 00084

Judul :Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Desa Pargarutan Tonga Kecamatan Angkola Timur Menjadi Nasabah Di Bank Syariah.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kurangnya minat masyarakat untuk menjadi nasabah di bank syariah. Dilihat dari kenyataannya bahwa masih banyak masyarakat yang menabung di bank konvensional. Mayoritas masyarakat adalah muslim, dan sudah banyak yang haji maupun umroh. Jumlah masyarakat yang menjadi nasabah di bank syariah sebanyak 72 orang dan yang menggunakan bank konvensional sebanyak 105 orang. Hal ini disebabkan karena masyarakat tidak memahami tentang bank syariah dan beranggapan bahwa bank syariah sama dengan bank konvensional. Rumusan masalah penelitian ini apakah faktor pribadi, faktor sosial, dan faktor promosi berpengaruh terhadap minat masyarakat Desa Pargarutan Tonga Kecamatan Angkola Timur menjadi nasabah di bank syariah. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah faktor pribadi, faktor sosial, dan faktor promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat Desa Pargarutan Tonga Kecamatan Angkola Timur untuk menjadi nasabah di bank syariah. Penelitian ini diharapkan berguna bagi peneliti dan bagi pembaca.

Penelitian ini berkaitan dengan teori mengenai faktor- faktor yang mempengaruhi minat dan perilaku konsumen diantaranya adalah faktor pribadi, faktor sosial, faktor budaya, dan faktor psikologi. Adapun faktor yang dijadikan sebagai variabel independen dalam penelitian ini adalah faktor pribadi, faktor sosial, dan faktor promosi.

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif, dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan melibatkan sampel 72 responden dengan teknik pengambilan sampel adalah sampling jenuh. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 23.

Hasil penelitian ini menunjukkan secara parsial faktor pribadi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,056 > 1,995$), faktor sosial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,613 > 1,995$), faktor promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,592 > 1,995$). Berdasarkan hasil uji secara simultan bahwa faktor pribadi, faktor sosial, dan faktor promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat dengan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($11,692 > 2,74$). Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi dapat diketahui bahwa 34% variabel faktor pribadi, faktor sosial, dan faktor promosi mampu mempengaruhi minat masyarakat dan 66% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Minat, Faktor Pribadi, Faktor Sosial, Faktor Promosi.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
PENGESAHAN DEKAN	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	iii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Batasan Masalah.....	10
D. Rumusan Masalah	10
E. Defenisi Operasional Variabel.....	11
F. Tujuan Penelitian.....	11
G. Manfaat Penelitian.....	12
H. Sistematika Pembahasan	13
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Kerangka Teori.....	14
1. Bank.....	14
a. Pengertian Bank	14
b. Jenis- Jenis Bank	14
a) Bank Konvensional.....	14
b) Bank Syariah	14
1. Jenis Bank Syariah.....	15
2. Kegiatan Bank Syariah.....	16
1) Penghimpunan Dana Dari Masyarakat.....	16
2) Penyaluran Dana Kepada Masyarakat.....	17
3) Pelayanan Jasa	17
c. Landasan Hukum Bank Syariah	17

2. Minat.....	19
a. Pengertian Minat	19
b. Macam- Macam Minat	19
c. Faktor- faktor Timbulnya Minat	22
3. Masyarakat	24
4. Faktor Pribadi	26
5. Faktor Sosial	28
6. Faktor Promosi	29
B. Penelitian Terdahulu	32
C. Kerangka Pikir	35
D. Hipotesis.....	36

BAB III METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	38
B. Jenis Penelitian	38
C. Populasi dan Sampel	39
1. Populasi.....	39
2. Sampel.....	39
D. Instrument Pengumpulan Data	40
1. Kuesioner (Angket)	40
2. Interview (Wawancara).....	41
3. Observasi.....	42
4. Dokumentasi.....	43
E. Analisis Data.....	43
1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	43
a. Uji Validitas.....	43
b. Uji Reliabilitas	44
2. Uji Normalitas	44
3. Uji Asumsi Klasik	45
a. Uji Multikolinearitas	45
b. Uji Heteroskedastisitas	46
4. Analisis Regresi Linear Berganda	46
5. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	47
6. Uji Hipotesis.....	48
a. Uji Signifikan Parsial (Uji t).....	48
b. Uji Signifikan Simultan (Uji F)	48

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian.....	50
1. Data Geografi dan Demografi	50
a. Data Geografi	50

b. Data Demografi	50
2. Gambaran Umum Responden	51
B. Analisis Hasil Penelitian.....	54
1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen	55
a. Uji Validitas.....	55
b. Uji Reliabilitas	57
2. Uji Normalitas	59
3. Uji Asumsi Klasik	61
a. Uji Multikolinearitas	61
b. Uji Heteroskedastisitas.....	62
4. Analisis Regresi Linear Berganda	63
5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	65
6. Uji Hipotesis	67
a. Uji Signifikansi Parsial (Uji t).....	67
b. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	69
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	70
D. Keterbatasan Penelitian	75
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	76
B. Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Jumlah Masyarakat Desa Pargarutan Tonga Kecamatan Angkola Timur yang Menjadi Nasabah di Bank Syariah dan Bank Konvensional.....	3
Tabel I.2	Definisi Operasional Variabel.....	11
Tabel II.1	Penelitian Terdahulu.....	32
Tabel III. 1	Pemberian Nilai atas Jawaban Responden	41
Tabel III. 2	Kisi- Kisi Angket Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menjadi Nasabah di Bank Syariah .	41
Tabel III. 3	Kisi- Kisi Angket tentang Minat Masyarakat Menjadi Nasabah di Bank Syariah.....	41
Tabel IV.1	Kelompok Responden Berdasarkan Pekerjaan	51
Tabel IV.2	Kelompok Responden Berdasarkan Pendidikan	52
Tabel IV.3	Kelompok Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel IV. 4	Data Nasabah Bank Syariah di Pargarutan Tonga	53
Tabel IV.5	Hasil Uji Validitas Faktor Pribadi (X_1)	55
Tabel IV. 6	Hasil Uji Validitas Faktor Sosial (X_2).....	56
Tabel IV.7	Hasil Uji Validitas Faktor Promosi (X_3).....	56
Tabel IV. 8	Hasil Uji Validitas Minat Masyarakat (Y).....	57
Tabel IV. 9	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pribadi (X_1)	57
Tabel IV.10	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Sosial (X_2)	58
Tabel IV.11	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi (X_3).....	58
Tabel IV. 12	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat (Y).....	59
Tabel IV. 13	Hasil Uji Normalitas.....	60
Table IV. 14	Hasil Uji Multikolinearitas	62
Table IV. 15	Hasil Analisis Linear Berganda	64
Table IV. 16	Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	66
Tabel IV. 17	Interpretasi Nilai R	67
Tabel IV. 18	Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)	68
Tabel IV. 19	Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Kerangka Pikir	35
Gambar VI.1 Hasil Uji Normalitas	61
Gambar IV.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Hasil Kuesioner Variabel Faktor Pribadi (X_1)

Lampiran 3 Hasil Kuesioner Variabel Faktor Sosial (X_2)

Lampiran 4 Hasil Kuesioner Variabel Faktor Promosi (X_3)

Lampiran 5 Hasil Kuesioner Variabel Faktor Minat Masyarakat (Y)

Lampiran 6 Tabel r *Product Moment*

Lampiran 7 Tabel t (Pada Taraf Signifikan 10%)

Lampiran 8 Persentase Distribusi F (Pada Probabilita 0.05)

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Lembaga keuangan pada dasarnya berperan sebagai lembaga intermediasi keuangan. Intermediasi keuangan merupakan proses penyerapan dana dari unit surplus ekonomi, baik sektor usaha, lembaga pemerintah maupun individu (rumah tangga) untuk penyediaan dana bagi unit ekonomi lain.¹ Jadi, lembaga keuangan merupakan lembaga perantara pihak yang memiliki kelebihan dana dengan pihak yang mengalami kekurangan dana. Dalam ekonomi umum (konvensional), prinsip dasar bank konvensional mengacu kepada perangkat bunga. Berbeda dengan bank syariah yang didirikan sebagai indikasi akan kemudharatan sistem bunga atau riba.

Di zaman sekarang ini tentunya segala sesuatunya menjadi sangat lebih mudah. Hal ini karena sudah tersedianya lembaga yang selalu siap melayani kita dengan mudah, cepat dan terpercaya yakni lembaga yang bernama bank syariah. “Perkembangan bank syariah telah dilaksanakan sejak masa awal Islam diawali dengan berdirinya sebuah bank tabungan lokal yang beroperasi tanpa bunga di Desa Mit Ghamir yang berlokasi di tepi sungai Nil pada tahun 1963 ...”.² “Bank syariah di Indonesia lahir sejak 1992. Bank syariah pertama di Indonesia adalah Bank Muamalat Indonesia. Pada tahun 1999, berdirilah Bank Syariah Mandiri yang merupakan bank syariah kedua di Indonesia”.³

29. ¹Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta : Kencana, 2010), hlm.

²*Ibid.*, hlm. 63.

³Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana, 2011), hlm. 31.

Berbagai produk perbankan syariah telah terbukti mampu menyelamatkan perekonomian masyarakat saat terjadi krisis moneter, diantaranya adalah deposito mudharabah, tabungan dengan prinsip *wadi'ah* (titipan), giro dengan prinsip wadiah dan *mudharabah*, pembiayaan dengan prinsip *mudharabah*, *musharakah*, *murabahah*, *salam* dan *istishna* serta jasa sewa dengan prinsip *ijarah*.⁴

Akad- akad yang digunakan oleh perbankan syariah dalam menjalankan produk tersebut pada dasarnya dengan perhitungan bagi hasil, yang mana perhitungan ini akan menghitung besar keuntungan masing- masing pihak dari keuntungan yang didapatkan. Sistem ini telah dipraktekkan dalam bentuk perdagangan yang berlangsung sejak awal masa Islam. Sistem tersebut dikembangkan para ulama untuk merealisasikan perdagangan yang sedang berlangsung pada masanya dan dilakukan berdasarkan prinsip keadilan.

Berbeda dengan bank konvensional yang menganut sistem bunga, bank syariah memiliki beberapa ciri tertentu diantaranya mengenai produk dan pengambilan keuntungan. Produk- produk bank konvensional dan bank syariah pada sejatinya adalah sama. Hanya saja produk bank konvensional yang berupa deposito, tabungan, giro, kredit, dan jasa diatur sistem bunga. Dimana, bank konvensional tidak memperhitungkan kemungkinan yang akan terjadi pada usaha yang dijalankan oleh nasabah. Keuntungan yang diterima oleh bank atas perhitungan bunga tersebut akan selalu tetap. Disinilah terlihat bahwa bank syariah dan bank konvensional berbeda secara jelas. Bank syariah membangun hubungan kemitraan dengan nasabah sedangkan bank konvensional membangun hubungan kreditur- debitur dengan nasabah.⁵

⁴Abdullah Saeed, *Bank Islam dan Bunga* (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2008), hlm. 99.

⁵*Ibid.*, hlm. 100-101.

Hasil dari penelitian awal menegaskan bahwa sebagian kecil masyarakat Desa Pargarutan Tonga Kecamatan Angkola Timur ada yang menggunakan bank syariah dan bank konvensional karena tuntutan pekerjaan seperti PNS. Ada juga yang menggunakan bank syariah saja sebagai dampak kebutuhan dan promosi dari bank syariah. Sebagian besar masyarakat Desa Pargarutan Tonga masih menggunakan bank konvensional, sebagaimana ditunjukkan pada tabel dibawah ini.

Tabel 1.1
Jumlah Masyarakat Desa Pargarutan Tonga
Kecamatan Angkola Timur Yang Menjadi Nasabah
Di Bank Syariah Dan Bank Konvensional

No.	Keterangan	Jumlah Masyarakat
1	Bank Syariah	72 orang
2	Bank Konvensional	105 orang
3	Tidak menggunakan jasa bank	383 orang
4	Jumlah	560 orang

Sumber : Masyarakat Desa Pargarutan Tonga

Berdasarkan keterangan Tabel 1. di atas dapat dilihat bahwa nasabah bank syariah lebih sedikit dari bank konvensional di Desa Pargarutan Tonga. Dan bila di lihat dari jumlah penduduk Desa Pargarutan Tonga, masih banyak yang belum menggunakan jasa bank sama sekali. Sementara masyarakat sudah banyak yang menggunakan bank konvensional baik dalam berinvestasi berupa deposito atau giro, pinjaman dana berupa modal usaha bahkan jual beli, dan menyimpan dana dalam bentuk tabungan serta melakukan kegiatan transaksi keuangan dengan menggunakan jasa bank seperti melakukan transfer via kliring bahkan yang umum digunakan yaitu kartu ATM. Hal ini terjadi karena sebagian besar masyarakat menganggap bahwa bertransaksi di bank syariah

ataupun bank konvensional itu sama saja. Sehingga minat masyarakat untuk menabung di bank syariah sangat rendah.

Roni Andespa menyatakan “faktor- faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menabung di bank syariah adalah faktor marketing mix, faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis”.⁶ Faisal Mengatakan “faktor- faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa untuk menjadi nasabah di bank syariah adalah faktor religius, faktor fasilitas, faktor pengetahuan dan faktor promosi”.⁷ Sedangkan menurut Melen Sterendisa “faktor- faktor yang mempengaruhi minat nasabah terhadap produk gadai adalah faktor psikologis, faktor sosial, dan faktor ekonomi”.⁸ Menurut Nurasni Lubis “faktor- faktor yang mempengaruhi minat masyarakat untuk menjadi nasabah di bank syariah adalah faktor promosi, faktor angsuran pembiayaan, dan faktor pelayanan”.⁹ Dan menurut Nur Sopa Rambe “faktor- faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menjadi nasabah di pegadaian syariah adalah faktor pribadi, faktor sosial, dan faktor promosi.”¹⁰

Berdasarkan keterangan diatas dapat disimpulkan bahwa faktor- faktor yang mempengaruhi minat masyarakat untuk menjadi nasabah di bank syariah

⁶Roni Andespa, “Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menabung di Bank Syariah” *Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*, volume 2, Nomor 1, Januari 2017, hlm. 45.

⁷Faisal, “Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa untuk Menjadi Nasabah di Bank Syariah” (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2005), hlm.16.

⁸Melen Sterendisa, “ Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Produk Gadai di PT. Pegadaian Syariah KCP Simpang Patal Palembang” (Skripsi, UIN Raden Fatah Palembang, 2016), hlm. 8.

⁹Nurasni Lubis, “Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Kelurahan Pasar Kotanopan untuk Menjadi Nasabah di PT. PNM UlaMM Syariah Kotanopan” (Skripsi, IAIN Padangsidimpuan, 2015), hlm. 8.

¹⁰Nur Sopa Rambe, “Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Desa Sitaratit kec. Angkola Barat, Kab. Tapanuli Selatan untuk Menjadi Nasabah di Pegadaian Syariah” (Skripsi, IAIN Padangsidimpuan, 2015), hlm. 9.

adalah sebagai berikut: faktor marketing mix, faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis, faktor religius, faktor fasilitas, faktor pengetahuan, faktor promosi, faktor ekonomi, faktor angsuran pembiayaan, faktor pelayanan.

Menurut sebuah teori yang dikemukakan oleh Philip Kotler terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku dan minat konsumen yaitu faktor budaya (menyangkut kebudayaan dan kelas sosial yang memperlihatkan stratifikasi sosial masyarakat), faktor sosial (menyangkut kelompok acuan seperti keluarga, peran dan status sosial), faktor pribadi (menyangkut usia dan siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup dan kepribadian), faktor psikologi (menyangkut motivasi, pengetahuan serta kepercayaan dan pendirian).¹¹

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan kepada masyarakat Desa Pargarutan Tonga, yaitu dengan bapak Syamsuddin Siregar mengatakan “kurang berminat untuk menjadi nasabah di bank syariah, karena tidak memahami tentang bank syariah dan beranggapan bank syariah itu sama dengan bank konvensional”.¹²

Ibu Sarawati Marpaung mengatakan “kurang berminat menjadi nasabah di bank syariah karena lebih awal menjadi nasabah di bank konvensional dan sudah merasa nyaman dengan bank konvensional”.¹³ Ibu Rosriani Harahap

¹¹Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Di Indonesia* (Jakarta: Salemba Empat, 2000), hlm. 223.

¹²Hasil Wawancara Dengan Bapak Syamsuddin Siregar, Sabtu, 27 Januari 2018.

¹³Hasil Wawancara Dengan Ibu Sarawati Marpaung, Sabtu, 27 Januari 2018.

mengatakan “kebutuhan sehari- hari sudah susah, jadi tidak ada minat untuk menabung dan bertransaksi di bank syariah”.¹⁴

Dari sekian banyak masyarakat yang menggunakan jasa bank konvensional masih ada diantara masyarakat lainnya yang sadar akan bahaya riba sehingga lebih memilih menggunakan bank syariah. Seperti halnya Bapak Mansyur Siregar selaku ketua majelis taklim Desa Pargarutan Tonga dan merupakan nasabah dari salah satu bank syariah ini menyatakan bahwa bank syariah ini solusi bagi masyarakat yang ingin melakukan transaksi keuangan yang halal. Menurutnya lebih baik mendapatkan keuntungan dengan bagi hasil daripada mendapatkan keuntungan dengan dari bunga dan sistem riba.¹⁵

Ibu Dewi Murni Harahap juga mengatakan bahwa ketertarikan kepada bank syariah karena keluarganya rata- rata menggunakan jasa bank syariah, dan mengatakan bahwa tabungan bank syariah sudah lama ia gunakan untuk investasinya dimasa yang akan datang.¹⁶

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat Desa Pargarutan Tonga untuk menjadi nasabah di bank syariah adalah faktor promosi, karena masyarakat Desa Pargarutan Tonga masih banyak yang belum paham tentang bank syariah sehingga mereka beranggapan bank syariah itu sama dengan bank konvensional bahkan sebagian masyarakat masih ada yang belum mengetahui sama sekali bank syariah. Hal ini karena kurang optimalnya sosialisasi dan promosi yang dilakukan oleh bank syariah terhadap masyarakat Desa

¹⁴Hasil Wawancara Dengan Ibu Rosriani Harahap, Minggu, 28 Januari 2018.

¹⁵Hasil Wawancara Dengan Bapak Mansyur Siregar, Minggu, 28 Januari 2018

¹⁶Hasil Wawancara Dengan Ibu Dewi Murni Harahap, Minggu, 28 Januari 2018

Pargarutan Tonga. Selanjutnya faktor sosial yang menyangkut kelompok acuan seperti keluarga, peran dan status sosial, seperti yang terlihat di Desa Pargarutan Tonga dilihat dari masalah dalam keluarga, yaitu dalam hal pengaturan keuangan. Dimana selalu merasa kurang dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, sehingga minat untuk menabung dan menggunakan jasa bank syariah sangat rendah dan jika membutuhkan dana mendesak menggunakan jasa rentenir.

Faktor lain yang mempengaruhi minat masyarakat Desa Pargarutan Tonga menjadi nasabah di bank syariah adalah faktor pribadi menyangkut usia dan siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup dan kepribadian. Pekerjaan masyarakat Desa Pargarutan Tonga yang dominan adalah petani, sehingga keinginan untuk menabung di bank syariah relatif rendah. Hal ini dikarenakan penghasilan masyarakat tergolong pas-pasan dan hanya mencukupi untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Berdasarkan keterangan di atas, masyarakat Desa Pargarutan Tonga membutuhkan sosialisasi tentang pemahaman terhadap bank syariah sehingga masyarakat mempunyai minat menggunakan bank syariah dan tidak menggunakan bank konvensional atau lembaga keuangan lain yang memiliki bunga tinggi. Desa Pargarutan Tonga yang memiliki jumlah penduduk yang cukup banyak, dengan latar belakang pendidikan setiap masyarakat yang berbeda-beda mulai dari lulusan Sekolah Dasar s/d Perguruan Tinggi. Masyarakatnya juga memiliki pekerjaan yang bermacam-macam diantaranya petani, PNS, pedagang, dan wiraswasta. Sehingga penghasilannya juga

berbeda- beda mulai Rp 500.000 sampai Rp 5.000.000/ bulan.¹⁷ Berdasarkan data yang diperoleh dari kantor Kepala Desa Pargarutan Tonga dapat diketahui bahwa jumlah seluruh masyarakat Desa Pargarutan Tonga sebanyak 560 orang. Jumlah tersebut terdiri dari 142 KK, dimana laki- laki berjumlah 278 orang dan perempuan berjumlah 282 orang.¹⁸

Desa Pargarutan Tonga Kecamatan Angkola Timur merupakan daerah strategis yang cukup banyak penduduknya dan bermacam-macam marga, mayoritas masyarakatnya adalah muslim. Sebagian besar masyarakat sudah melaksanakan haji maupun umroh. Jalan atau infrastruktur cukup memadai, sehingga peneliti tertarik untuk dijadikan objek penelitian.

Anggapan masyarakat Desa Pargarutan Tonga terhadap bank syariah yaitu hanya sebatas terapan bank konvensional yang berdasarkan Islam. Istilah-istilah dalam perbankan syariah juga banyak yang belum mereka ketahui, seperti *ijarah*, *mudharabah*, *murabahah*, *musyarakah*. Perbankan syariah dipandang sekilas dan banyak yang tidak mengetahui apa saja produk yang ada di bank syariah tersebut. Peneliti melihat keadaan masyarakat yang semakin hari semakin menuntut kebutuhan keuangan. Sehingga keinginan dan minat tidak begitu kuat mendukung untuk menabung dan menjadi nasabah di bank syariah.

Berdasarkan pemikiran di atas, peneliti berusaha menganalisis faktor apa saja yang mendorong masyarakat untuk segera bergabung dengan bank syariah.

Minat atau keinginan dari salah satu indikator untuk menciptakan pilihan

¹⁷Hasil Wawancara dengan Kepala Desa Pargarutan Tonga, Bapak Sahrul Sopandi Harahap, Kamis, 21 Desember 2017.

¹⁸Data Penduduk dari Kantor Kepala Desa Pargarutan Tonga

apalagi yang namanya keputusan dalam mengeluarkan sekaligus mengelola keuangan. Maka dari itu, melihat permasalahan di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Desa Pargarutan Tonga Kecamatan Angkola Timur Menjadi Nasabah di Bank Syariah”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas, terdapat banyak faktor yang dapat mempengaruhi kurangnya minat masyarakat untuk menggunakan jasa bank syariah. Adapun diantaranya adalah kurangnya pengetahuan mengenai bank syariah, tidak adanya motivasi untuk menggunakan jasa bank syariah, faktor waktu yang harus ditempuh menuju lokasi bank syariah serta biaya yang akan dikeluarkan menuju bank syariah terdekat. Maka identifikasi masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Terdapat banyak masyarakat Desa Pargarutan Tonga yang masih tergiur kepada bank konvensional yang menerapkan sistem bunga.
2. Faktor sosial masyarakat Desa Pargarutan Tonga yang beragama Islam belum sepenuhnya menggunakan jasa bank syariah.
3. Promosi yang dilakukan oleh pihak bank syariah di Desa Pargarutan Tonga belum maksimal.
4. Faktor pribadi atau sikap masyarakat yang belum sepenuhnya menerima lembaga keuangan syariah.
5. Mayoritas masyarakat Desa Pargarutan Tonga yang berprofesi sebagai petani dan mempunyai minat menggunakan jasa bank syariah yang rendah.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, ada beberapa masalah yang terdapat dalam penelitian ini. Namun, karena keterbatasan waktu dan keterbatasan ekonomi maka peneliti membatasi masalah pada faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat Desa Pargarutan Tonga Kecamatan Angkola Timur terhadap minat menjadi nasabah di Bank Syariah, yaitu faktor pribadi, faktor sosial, dan faktor promosi.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang telah ditetapkan, maka dapat disusun rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah faktor pribadi masyarakat Desa Pargarutan Tonga Kecamatan Angkola Timur berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah di Bank Syariah ?
2. Apakah faktor sosial masyarakat Desa Pargarutan Tonga Kecamatan Angkola Timur berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah di Bank Syariah ?
3. Apakah faktor promosi masyarakat Desa Pargarutan Tonga Kecamatan Angkola Timur berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah di Bank Syariah ?
4. Apakah faktor pribadi, faktor sosial, dan faktor promosi masyarakat Desa Pargarutan Tonga Kecamatan Angkola Timur secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah di Bank Syariah ?

E. Definisi Operasional Variabel

Pada bagian ini peneliti menjelaskan secara operasional tentang setiap variabel yang akan diteliti yaitu:

Tabel 1.2
Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Defenisi	Indikator	Skala Pengukuran
1	Faktor Pribadi (X ₁)	Faktor yang dipengaruhi oleh diri sendiri	1. Usia dan siklus hidup 2. Keadaan ekonomi 3. Pekerjaan 4. Gaya hidup 5. Kepribadian	Skala Ordinal
2	Faktor Sosial (X ₂)	Faktor yang dipengaruhi oleh lingkungan sosial	1. Kelompok acuan 2. Keluarga 3. Peran sosial dan status sosial	Skala Ordinal
3	Faktor Promosi (X ₃)	Kegiatan untuk menginformasikan produk untuk menarik calon konsumen	1. Periklanan 2. Penjualan Pribadi 3. Promosi Penjualan 4. Publisitas	Skala Ordinal
4	Minat (Y)	Kecenderungan untuk menentukan keputusan ataupun tindakan	1. Motivasi 2. Persepsi 3. Sikap 4. Agama	Skala Ordinal

F. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh faktor pribadi masyarakat Desa Pargarutan Tonga Kecamatan Angkola Timur terhadap minat menjadi nasabah di Bank Syariah.

2. Untuk mengetahui pengaruh faktor sosial masyarakat Desa Pargarutan Tonga Kecamatan Angkola Timur terhadap minat menjadi nasabah di Bank Syariah.
3. Untuk mengetahui pengaruh faktor promosi masyarakat Desa Pargarutan Tonga Kecamatan Angkola Timur terhadap minat menjadi nasabah di Bank Syariah.
4. Untuk mengetahui pengaruh faktor pribadi, faktor sosial, dan faktor promosi masyarakat Desa Pargarutan Tonga Kecamatan Angkola Timur secara simultan terhadap minat menjadi nasabah di Bank Syariah.

G. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Untuk menambah wawasan dan pengetahuan khususnya mengenai faktor- faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menjadi nasabah di bank syariah. Dan sebagai alat untuk mengimplementasikan teori- teori yang diperoleh selama kuliah.

2. Bagi Masyarakat

Penelitian ini dapat dijadikan masyarakat sebagai bahan pertimbangan untuk menjadi nasabah di bank syariah.

3. Bagi Dunia Akademik

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan sebagai referensi untuk melakukan penelitian selanjutnya.

H. Sistematika Pembahasan

Bab I merupakan pendahuluan, yang terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, definisi operasional variabel, tujuan penelitian dan kegunaan penelitian. Latar belakang menjelaskan tentang alasan peneliti mengapa tertarik mengangkat judul penelitian tersebut.

Bab II merupakan landasan teori yang terdiri dari kerangka teori, penelitian terdahulu, kerangka fikir, serta hipotesis.

Bab III merupakan metode penelitian, yang memuat keterangan tentang lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, instrumen pengumpulan data, uji validitas dan uji reliabilitas, serta analisis data. Analisis data yang digunakan pada penelitian adalah regresi linear berganda dengan bantuan *SPSS (Statistical Product and Service Solution)* versi 23.

Bab IV memuat hasil penelitian dan pembahasan. Hasil penelitian diperoleh setelah peneliti melakukan penelitian lapangan yang kemudian diolah dalam pembahasan. Hasil penelitian akan menjawab rumusan masalah dan hipotesis.

Bab V merupakan bab penutup yang berisi tentang kesimpulan dan saran-saran berisi jawaban atas rumusan masalah.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Bank

a. Pengertian Bank

Menurut Undang- Undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998 yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya ke masyarakat dalam bentuk kredit dan / atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.¹

b. Jenis- jenis Bank

a) Bank Konvensional

Bank konvensional adalah bank yang beroperasi dengan prinsip konvensional, dimana bank konvensional menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya dalam bentuk pinjaman.

b) Bank Syariah

Bank syariah terdiri atas dua kata, yaitu (a) bank, dan (b) syariah. Kata bank bermakna suatu lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara keuangan dari dua pihak, yaitu pihak yang berkelebihan dana dan pihak yang kekurangan dana. Kata syariah dalam versi bank syariah di Indonesia adalah aturan perjanjian berdasarkan yang dilakukan oleh pihak bank dan pihak

¹Ismail, *Op. Cit.*, hlm. 30 .

lain untuk penyimpangan dana dan/ atau pembiayaan kegiatan usaha dan kegiatan lainnya sesuai dengan hukum Islam.² Bank syariah merupakan bank yang kegiatannya mengacu pada hukum Islam, dan dalam kegiatannya tidak membebankan bunga maupun tidak membayar bunga kepada nasabah.³ Imbalan yang diterima oleh bank syariah maupun yang dibayarkan kepada nasabah tergantung dari akad dan perjanjian antara nasabah dan bank.

1. Jenis Bank Syariah

Undang- Undang Perbankan Syariah No.21 Tahun 2008 menyatakan bahwa perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas bank umum syariah (BUS), unit usaha syariah (UUS), dan bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS).⁴

Bank umum syariah adalah bank syariah yang berdiri sendiri sesuai dengan akta pendiriannya, bukan merupakan bagian dari bank konvensional. Beberapa contoh bank umum syariah antara lain Bank Syariah Mandiri, Bank Muamalat Indonesia, Bank Syariah Mega, Bank Syariah Bukopin, Bank

²Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Syariah* (Jakarta: Sinar Grafika, 2010), hlm.1.

³Ismail, *Op. Cit.*, hlm. 32.

⁴Ismail, *Op. Cit.*, hlm. 33.

BCA Syariah, dan Bank BRI Syariah. Sementara Unit Usaha Syariah (UUS) adalah unit kerja dari kantor pusat bank konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor atau unit yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah. Contohnya, BNI Syariah, BII Syariah, Bank Permata Syariah, dan Bank Danamon Syariah.⁵

2. Kegiatan Bank Syariah

Kegiatan bank syariah secara garis besar dapat dibagi menjadi tiga fungsi utama yaitu, penghimpunan dana pihak ketiga atau dana masyarakat, penyaluran dana kepada pihak yang membutuhkan, dan pelayanan jasa bank.⁶

1) Penghimpunan Dana dari Masyarakat

Bank umum syariah menghimpun dana dari masyarakat dengan cara menawarkan berbagai jenis produk pendanaan antara lain, *giro wadiah*, *tabungan wadiah*, *tabungan mudharabah*, *deposito mudharabah*, dan produk pendanaan lainnya yang diperbolehkan sesuai dengan syariah Islam. Penghimpunan dana dari masyarakat dapat dilakukan dengan akad *wadiah* dan *mudharabah*. Dengan menghimpun dana dari masyarakat, maka bank syariah akan membayar biaya dalam bentuk bonus untuk akad *wadiah* dan bagi hasil untuk akad *mudharabah*.

⁵Ismail, *Op. Cit.*, hlm. 33.

⁶Ismail, *Op. Cit.*, hlm. 52-53.

2) Penyaluran Dana Kepada Masyarakat

Bank umum syariah perlu menyalurkan dananya kepada pihak yang membutuhkan dana, agar tidak terjadi *idle fund*. Bank umum syariah dapat menyalurkan dananya dalam bentuk pembiayaan serta dalam bentuk penempatan dana lainnya. Dengan aktivitas penyaluran dana ini bank syariah akan memperoleh pendapatan dalam bentuk margin keuntungan bila menggunakan akad jual beli, bagi hasil bila menggunakan akad jual beli, bagi hasil bila menggunakan akad kerja sama usaha, dan sewa bila menggunakan akad sewa menyewa.

3) Pelayanan Jasa

Bank umum syariah juga menawarkan produk pelayanan jasa untuk membantu transaksi yang dibutuhkan oleh pengguna jasa bank syariah. Hasil yang diperoleh bank atas pelayanan jasa bank syariah yaitu berupa pendapatan *fee* dan komisi.

c. Landasan Hukum Bank Syariah

Pada dasarnya pendirian bank syariah mempunyai tujuan yang utama. Tujuan utamanya yaitu menghindari dari riba dan mengamalkan prinsip-prinsip syariah dalam perbankan. Di dalam Al- Quran ada beberapa ayat yang menyinggung tentang pelarangan riba, diantaranya QS. Ali Imran ayat 130 yang berbunyi :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا
مُضَاعَفَةً ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٣٠﴾

Artinya: Hai orang – orang yang beriman, janganlah kamu memakan Riba dengan berlipat ganda dan bertawakalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan.⁷

Dari ayat diatas, Al- Biqa'i berpendapat dalam sebuah tafsir, bahwa malapetaka yang terjadi dalam perang Uhud adalah langkah para pemanah yang turun dari atas bukit untuk mengambil harta rampasan perang, padahal Nabi SAW. Telah melarang mereka. Harta yang mereka ambil itu adalah serupa dengan riba, sesuatu yang terlarang atau sesuatu yang lebih dari yang wajar. Ayat ini mengajak orang- orang beriman agar tidak *memakan riba* sebagaimana yang sering terjadi dalam masyarakat Jahiliyah, yakni yang *berlipat ganda*. Mereka di ajak untuk menghindari siksa Allah di dunia dan di akhirat dengan perintah- Nya *bertawakalah kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan* di dunia dan di akhirat.⁸

Dari ayat di atas terlihat jelas bahwa, sesuatu yang terlarang atau sesuatu yang lebih dari yang wajar disebut dengan riba sangat dilarang oleh Allah SWT. Dan orang yang bertawakal kepada Allah akan mendapatkan keberuntungan di dunia dan di akhirat.

⁷Kementrian Agama RI, *Al- quran dan terjemahannya* (Jakarta: Al- Hanan. 2009), hlm. 66.

⁸M. Quraish Shihab, *Tafsir Al Mishbah: pesan, kesan dan keserasian Al- Quran* (Jakarta: Lentera Hati, 2002), hlm. 257.

2. Minat

a. Pengertian Minat

Minat adalah rasa lebih suka dan rasa keterikatan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minatnya. Minat berhubungan dengan gaya gerak yang mendorong seseorang untuk menghadapi atau berurusan dengan orang, benda, kegiatan, pengalaman yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri.⁹

Jadi, minat adalah perasaan ingin tahu, mempelajari, mengagumi atau memiliki sesuatu. Disamping itu, minat merupakan bagian dari ranah afeksi, mulai dari kesadaran sampai pada pilihan nilai. Para ahli mengatakan, minat merupakan penerahan perasaan dan menafsirkan untuk sesuatu hal. Jika dikaitkan ke dalam bidang kerja, minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu. Minat tidak timbul sendirian, ada unsur kebutuhan, misalnya minat belajar, dan lain-lain.¹⁰

b. Macam- Macam Minat

Menurut Elizabeth B. Hurlock minat dapat digolongkan menjadi beberapa macam, yaitu:¹¹

- a) Minat terhadap tubuh manusia
- b) Minat terhadap penampilan
- c) Minat pada pakaian
- d) Minat terhadap nama

⁹H. Jaali, *Psikologi Pendidikan* (Jakarta : Bumi Aksara, 2011), hlm. 121.

¹⁰*Ibid.*, hlm. 122.

¹¹Elizabeth B. Hurlock, *Perkembangan Anak* (Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 1978), hlm. 119-143.

- e) Minat terhadap lambang status
- f) Minat pada agama
- g) Minat pada seks
- h) Minat pada sekolah
- i) Minat pada pekerjaan dimasa mendatang.

Berdasarkan orang dan pilihan kerjanya, minat dapat dibagi menjadi enam jenis, yaitu:

a) Realistis

Orang realistis umumnya mapan, kasar, praktis, berfisik kuat, dan sering sangat atletis, memiliki koordinasi otot yang baik dan terampil. Akan tetapi ia kurang mampu menggunakan medium komunikasi verbal dan kurang memiliki keterampilan berkomunikasi dengan orang lain. Oleh karena itu, pada umumnya mereka kurang menyenangkan hubungan sosial, cenderung mengatakan bahwa mereka senang pekerjaan tukang, memiliki sifat langsung, stabil, normal dan kukuh, menyukai masalah konkrit dibanding abstrak. Orang realistis menyukai pekerjaan montir, insiyur, ahli listrik, ikan, dan kehidupan satwa liar.

b) Investigatif

Orang investigatif termasuk orang yang berorientasi keilmuan. Mereka umumnya berorientasi pada tugas, introspektif, dan asosial, lebih menyukai memikirkan sesuatu daripada melaksanakannya, memiliki dorongan kuat untuk memahami alam, menyukai tugas-tugas yang tidak pasti (*ambiguous*), suka bekerja sendirian, kurang pemahaman dalam kepemimpinan akademik dan intelektualnya,

menyatakan diri sendiri sebagai analis, selalu ingin tahu, dan lain-lain.

c) Artistik

Orang artistik menyukai hal-hal yang tidak terstruktur, bebas, memiliki kesempatan bereaksi, sangat membutuhkan suasana yang dapat mengekspresikan sesuatu secara individual, sangat kreatif dalam bidang seni dan musik. Kecenderungan pekerjaan adalah pengarang, musisi, penata pentas, dan lain-lain.

d) Sosial

Tipe ini dapat bergaul, bertanggung jawab, berkemanusiaan, dan sering alim, suka bekerja dalam kelompok, senang menjadi pusat perhatian kelompok, memiliki kemampuan verbal, terampil bergaul, menghindari pemecahan masalah secara intelektual. Pekerjaan yang disukai menjadi pekerja sosial, pendeta, ulama, guru.

e) Enterprising

Tipe ini cenderung menguasai atau memimpin orang lain, memiliki keterampilan verbal untuk berdagang, memiliki kemampuan untuk mencapai tujuan organisasi, agresif, percaya diri, dan umumnya sangat aktif. Kecenderungan pekerjaan yang disukai termasuk pimpinan perusahaan, pedagang, dan lain-lain.

f) Konvensional

Orang konvensional menyukai lingkungan yang sangat tertib, menyenangi komunikasi verbal, senang kegiatan yang berhubungan

dengan angka, sangat efektif menyelesaikan tugas yang berstruktur tetapi menghindari situasi yang tidak menentu. Pekerjaan yang disukai akuntan, ahli tata buku, ahli pemeriksa barang, dan pimpinan armada angkutan.¹²

c. Faktor- faktor Timbulnya Minat

Menurut Philip Kotler dalam bukunya Manajemen Pemasaran di Indonesia, menyatakan bahwa ada banyak faktor yang mempengaruhi timbulnya minat terhadap sesuatu. Dimana secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu yang bersumber dari individu yang bersangkutan dan berasal dari luar yakni lingkungan keluarga, lingkungan sekolah dan lingkungan masyarakat.

Sedangkan faktor- faktor yang mempengaruhi secara umum adalah sebagai berikut:¹³

1. Faktor Budaya

Kebudayaan adalah faktor yang paling fundamental dalam menentukan keinginan dan perilaku seseorang.

2. Faktor Sosial

Kelompok acuan yang terdiri dari semua kelompok yang mempunyai pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap pendirian atau perilaku seseorang.

¹²*Ibid.*, hlm. 123-124.

¹³Philip Kotler, *Op. Cit.*, hlm. 223-243

3. Faktor Pribadi

Setiap orang mempunyai pribadi yang berbeda, kepribadian dijelaskan dengan ciri- ciri kepercayaan diri, perbedaan, kondisi sosial, kemampuan pembelaan diri dan kemampuan beradaptasi.

4. Faktor Psikologi

Kepercayaan dan sikap pendirian suatu kepercayaan adalah pendirian deskriptif yang dianut seseorang mengenai suatu hal.

Menurut Abdurrahman Saleh dan Muhib Abdul Wahab ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat diantaranya adalah sebagai berikut:¹⁴

1. Dorongan dari dalam diri individu, misalnya dorongan untuk makan akan membangkitkan minat untuk bekerja sama atau mencapai penghasilan, minat terhadap produksi makanan dan lain-lain.
2. Motif sosial, dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu, misalnya minat terhadap pakaian timbul karena ingin mendapat persetujuan atau penerimaan dan perhatian orang lain.
3. Faktor emosional, minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi. Bila seseorang mendapatkan kesuksesan dalam aktivitas akan menimbulkan rasa senang dan hal tersebut akan memperkuat

¹⁴Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab, “*Psikologi Suatu Pengantar (Dalam Perspektif Islam)*” (Jakarta : Kencana, 2004) hlm. 267

minat terhadap aktivitas tersebut. Sebaliknya suatu kegagalan akan menghilangkan minat akan hal tersebut.

3. Masyarakat

Dalam bahasa Inggris masyarakat disebut *society*, asal katanya *socius* yang artinya kawan. Adapun kata “ masyarakat” berasal dari bahasa Arab, yaitu *syirk*, artinya bergaul. Para ahli sepakat, bahwa adanya saling bergaul dan interaksi karena mempunyai nilai- nilai, norma- norma, cara- cara, dan prosedur yang merupakan kebutuhan bersama sehingga masyarakat merupakan kesatuan hidup manusia yang berinteraksi menurut suatu sistem adat- istiadat tertentu, yang bersifat kontinyu dan terikat oleh suatu rasa identitas bersama. Untuk arti yang lebih khusus masyarakat disebut pula kesatuan sosial, mempunyai ikatan- ikatan kasih sayang yang erat.¹⁵

Masyarakat merupakan satuan lingkungan sosial yang bersifat makro. Aspek teritorial kurang ditekankan, namun aspek keteraturan sosial dan wawasan hidup kolektif memperoleh bobot yang lebih besar. Sifat makro diperoleh dari kenyataan, bahwa masyarakat pada hakikatnya terdiri dari sekian banyak komunitas yang berbeda, sekaligus mencakup berbagai macam keluarga, lembaga, dan individu- individu.¹⁶

Dalam konsep masyarakat, ada yang disebut masyarakat pedesaan dan masyarakat perkotaan. Masyarakat desa masih dianggap sebagai standar dan pemelihara sistem kehidupan bermasyarakat dan kebudayaan

¹⁵M. Munandar Sulaeman, *Ilmu Sosial Dasar: teori dan konsep ilmu sosial* (Bandung: Eresco, 1989), hlm. 63.

¹⁶*Ibid.*, hlm. 67.

asli seperti tolong menolong, persaudaraan, gotong- royong, kesenian, kepribadian dalam berpakaian, adat- istiadat, kehidupan moral susila, dan lain- lain. Akan tetapi justru dengan berdekatan, mudah terjadi konflik atau persaingan yang bersumber dari peristiwa kehidupan sehari- hari, hal tanah, gengsi, perkawinan, perbedaan antara kaum muda dan kaum tua serta antara pria dan wanita.

Masyarakat ditentukan oleh baris fisik dan sosialnya, seperti ada kolektivitas, petani individu, tuan tanah, buruh tani, dan lain- lain. Ciri lain bahwa desa terbentuk erat kaitannya dengan naluri alamiah untuk mempertahankan kelompoknya, melalui kekerabatan tinggal bersama dalam memenuhi kebutuhannya. Masyarakat kota ditekankan dari pengertian kotanya dengan ciri dan sifat kehidupannya serta kekhasan dalam interaksi hidupnya. Dalam masyarakat kota kebutuhan primer dihubungkan dengan status sosial dan gaya hidup masa kini sebagai manusia modern.

Masyarakat pedesaan ataupun masyarakat perkotaan masing- masing dapat diperlakukan sebagai sistem jaringan hubungan yang kekal dan penting, serta dapat pula dibedakan masyarakat yang bersangkutan dengan masyarakat yang lain. Untuk menjelaskan perbedaan atau ciri- ciri kedua masyarakat tersebut, dapat ditelusuri dalam hal lingkungan umumnya dan orientasi terhadap alam, pekerjaan, ukuran komunitas, kepadatan penduduk, homogenitas- heterogenitas, diferensiasi sosial, pelapisan sosial, mobilitas sosial, interaksi sosial, pengendalian sosial, pola

kepemimpinan, ukuran kehidupan, solidaritas sosial, dan nilai atau sistem nilainya.¹⁷

4. Faktor Pribadi

Faktor pribadi merupakan faktor yang berasal dari diri individu, yang dipengaruhi oleh karakteristik pribadi. Karakteristik tersebut meliputi usia dan tahap siklus hidup seperti pekerjaan, keadaan ekonomi, kepribadian, dan konsep diri serta nilai dan gaya hidup seseorang. Karena banyak karakteristik memiliki dampak langsung pada perilaku konsumen. Adapun ruang lingkup faktor pribadi antara lain sebagai berikut:

a. Usia dan tahap siklus hidup

Beberapa karya terbaru telah mengidentifikasi tahap siklus hidup psikologis orang dewasa mengalami perjalanan dan perubahan sepanjang hidupnya. Pemasar memberikan perhatian yang besar pada perubahan situasi hidup dan dampak situasi itu terhadap perilaku konsumsi. Orang-orang membeli barang dan jasa berbeda sepanjang hidupnya. Orang dewasa mengalami peralihan atau transformasi sepanjang hidupnya.

b. Pekerjaan

Pekerjaan seseorang juga mempengaruhi pola konsumsinya. Para pemasar berusaha untuk mengidentifikasikan kelompok pekerjaan yang mempunyai minat lebih dari rata-rata pada produk dan jasa mereka.

¹⁷*Ibid.*, hlm. 71-74.

c. Keadaan ekonomi

Pilihan produk sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi seseorang. Keadaan ekonomi meliputi pendapatan yang dapat dibelanjakan, hutang, kekuatan untuk meminjam dan pendirian untuk belanja dan menabung.

d. Gaya hidup

Gaya hidup merupakan pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat dan opininya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang yang berinteraksi dengan lingkungannya. Orang-orang yang berasal dari kebudayaan dan pekerjaan yang sama mungkin saja mempunyai gaya hidup yang berbeda.

e. Kepribadian dan konsep diri

Kepribadian merupakan karakteristik psikologis seseorang yang berbeda dengan orang lain yang menyebabkan tanggapan yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungannya. Setiap orang mempunyai kepribadian yang berbeda. Kepribadian dijelaskan dengan ciri-ciri seperti kepercayaan diri, perbedaan, kondisi sosial, kemampuan pembelaan diri dan kemampuan beradaptasi.

5. Faktor Sosial

Faktor sosial merupakan faktor yang dipengaruhi oleh lingkungan sosial. Faktor sosial juga mempengaruhi minat dalam pengambilan keputusan oleh konsumen dalam terhadap barang dan jasa. Adapun ruang lingkupnya adalah sebagai berikut:

a. Kelompok acuan

Kelompok acuan yaitu terdiri dari semua kelompok yang mempunyai pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap pendirian atau perilaku seseorang. Seseorang sangat dipengaruhi oleh kelompok acuan sekurang- kurangnya melalui tiga jalur, kelompok acuan menghadapkan seseorang terhadap perilaku dan gaya hidup baru. Kelompok acuan juga mempengaruhi perilaku dan konsep pribadi seseorang. Dan kelompok acuan menciptakan tekanan untuk mengikuti kebiasaan kelompok yang mungkin mempengaruhi pilihan produk dan merek aktual seseorang.

b. Keluarga

Keluarga merupakan kelompok primer yang paling berpengaruh. Orientasi keluarga terdiri dari orang tua. Dari orangtualah seseorang memperoleh suatu orientasi agama, politik dan ekonomi serta suatu rasa ambisi pribadi, penghargaan pribadi dan cinta. Keluarga juga merupakan organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat dan ia telah menjadi objek penelitian yang luas.

c. Peran dan status sosial

Seseorang berpartisipasi kedalam banyak kelompok sepanjang hidupnya, keluarga, klub, organisasi. Kedudukan orang-orang itu di masing-masing kelompok ditentukan berdasarkan peran dan status. Peran merupakan kegiatan yang diharapkan dilakukan oleh seseorang. Status merupakan masing-masing dari peran tersebut akan menghasilkan status. Setiap peran membawa status. Hakim Mahkamah Agung mempunyai status yang lebih tinggi daripada seorang manajer penjualan, dan seorang manajer penjualan lebih tinggi daripada seorang karyawan kantor. Orang-orang memilih produk yang mengkomunikasikan peran dan status mereka kepada masyarakat.¹⁸

6. Faktor Promosi

Promosi adalah komunikasi yang persuasif, mengajak, mendesak, membujuk, meyakinkan. Ciri dari komunikasi yang persuasif (komunikasi) adalah: ada komunikator yang secara terencana mengatur berita dan cara penyampaiannya untuk mendapatkan akibat tertentu dalam sikap dan tingkah laku si penerima (target pendengar).¹⁹ Promosi sebagai koordinasi dari seluruh upaya yang dimulai pihak penjual untuk membangun berbagai saluran informasi dan persuasi untuk menjual barang dan jasa atau memperkenalkan suatu gagasan.²⁰

¹⁸Philip Kotler, *Op. Cit.*, hlm. 243.

¹⁹M. Mursid, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2003), hlm. 95.

²⁰Morissan, *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu* (Jakarta: Kencana, 2010), hlm.

Promosi merupakan cara untuk memberitahukan kepada masyarakat, artinya keputusan terakhir setiap lembaga keuangan harus mempromosikan produk seluas mungkin kepada calon nasabah. Tanpa promosi maka nasabah tidak mengenal suatu lembaga. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Salah satu tujuan promosi adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah baru.

Masing- masing sarana promosi memiliki tujuan yang dapat digunakan adalah sebagai berikut:

- a. Periklanan (*advertising*) merupakan salah satu bentuk penyajian yang bukan dengan orang pribadi, dengan pembayaran oleh sponsor tertentu. Promosi yang dilakukan dalam bentuk tayangan, gambar atau kata- kata yang tertuang dalam spanduk, brosur, billboard, koran, majalah, televisi dan radio. Tujuan periklanan diantaranya yaitu, iklan yang bersifat informasi, yaitu iklan yang secara panjang lebar menerangkan produk dalam tahap rintisan (perkenalan) untuk menciptakan permintaan atas produk tersebut.
- b. Promosi penjualan (*sales promotion*), merupakan kegiatan perusahaan untuk menjajakan produk yang dipasarkan sedemikian rupa sehingga konsumen akan mudah untuk melihatnya dan bahkan dengan cara penempatan dan pengaturan tertentu maka produk tersebut akan menarik perhatian konsumen. Promosi penjualan juga digunakan untuk

meningkatkan penjualan melalui potongan harga atau hadiah pada waktu tertentu terhadap barang- barang tertentu pula.

- c. Publisitas (*publicity*), merupakan suatu program yang didesain untuk mempromosikan atau melindungi nama baik perusahaan atau produk perusahaan secara individual. Promosi yang dilakukan untuk meningkatkan citra lembaga di depan para calon nasabah atau nasabahnya melalui kegiatan *sponsorship* terhadap suatu kegiatan amal atau sosial. Misalnya melalui seminar, laporan tahunan, sponsor kegiatan, donatur dan lain sebagainya.
- d. Penjualan pribadi (*personal selling*), merupakan interaksi langsung antara *salesman* perusahaan dan satu atau lebih calon pembeli guna melakukan presentasi, menjawab pertanyaan dan menerima pesan. Sifat penjualan pribadi dapat dikatakan fleksibel karena tenaga penjualan dapat secara langsung menyesuaikan penawaran penjualan dengan kebutuhan dan perilaku masing- masing calon pembeli. Penjualan pribadi mempunyai peranan yang penting dalam pemasaran produk, karena interaksi secara personal antara penyedia produk dengan konsumen sangat penting. Promosi yang dilakukan melalui pribadi- pribadi karyawan dalam melayani serta ikut memengaruhi nasabah.²¹

²¹ *Ibid.*, hlm. 96.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian- penelitian sebelumnya yang relevan dan menjadi rujukan bagi landasan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, maka penelitian ini menggunakan acuan penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya, dapat dilihat pada Tabel 3. berikut:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Judul Penelitian	Variabel	Hasil
1.	Roni Andespa, (2017) Faktor- faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menabung di bank syariah	(X ₁) Faktor marketing mix, (X ₂) faktor budaya, (X ₃) faktor sosial, (X ₄) faktor pribadi, (X ₅) faktor psikologis (Y) Minat menjadi nasabah	Semua variabel independen berpengaruh positif terhadap minat nasabah dalam menabung di bank syariah
2.	Faisal, (2005) Faktor- faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa untuk menjadi nasabah di bank syariah	(X ₁) faktor religius, (X ₂) faktor fasilitas, (X ₃) faktor pengetahuan, (X ₄) faktor promosi (Y) Minat menjadi nasabah	Menunjukkan bahwa semua variabel independen berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa untuk menjadi nasabah di bank syariah
3.	Melen Sterendisa, (2016) Faktor- faktor yang mempengaruhi minat nasabah terhadap produk gadai di PT. Pegadaian Syariah KCP Simpang Patal Palembang	(X ₁) faktor psikologis, (X ₂) faktor sosial, (X ₃) faktor ekonomi (Y) Minat menjadi nasabah	Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif dengan membagikan angket pada 100 responden, dimana semua variabel independen berpengaruh positif terhadap produk gadai di pegadaian syariah
4.	Nurasni Lubis, (2015) Faktor- faktor yang mempengaruhi minat masyarakat kelurahan Pasar Kotanopan untuk	(X ₁) faktor promosi, (X ₂) faktor angsuran pembiayaan, (X ₃) faktor	Faktor promosi, angsuran pembiayaan dan pelayanan sama- sama berpengaruh terhadap minat masyarakat kelurahan Pasar

	menjadi nasabah di PT. PNM UlaMM Syariah Kotanopan	elayanan (Y) Minat menjadi nasabah	Kotanopan untuk menjadi nasabah di PT. PNM UlaMM Syariah Kotanopan. Variabel yang lebih dominan berpengaruh adalah faktor pelayanan.
5.	Nur Sopa Rambe, (2016) Faktor- faktor yang mempengaruhi minat masyarakat Desa Sitaratoit kec. Angkola Barat, kab. Tapanuli Selatan untuk menjadi nasabah di pegadaian syariah	(X ₁) faktor pribadi, (X ₂) faktor sosial, (X ₃) faktor promosi (Y) Minat menjadi nasabah	Ada pengaruh faktor pribadi, faktor sosial, dan faktor promosi yang signifikan terhadap minat masyarakat untuk menjadi nasabah di bank syariah

Perbedaan dan persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah :

1. Roni Andespa

Perbedaannya adalah penelitian Roni Andespa menggunakan beberapa variabel yaitu faktor marketing mix, faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis. Sedangkan variabel penelitian ini adalah faktor pribadi, faktor sosial, dan faktor promosi. Persamaannya adalah sama- sama menggunakan jenis penelitian kuantitatif.

2. Faisal

Perbedaannya adalah penelitian Faisal menggunakan variabel faktor religius, faktor fasilitas, faktor pengetahuan, dan faktor promosi. Sedangkan penelitian ini menggunakan variabel faktor pribadi, faktor sosial, dan faktor promosi. Persamaannya adalah sama- sama menggunakan jenis penelitian kuantitatif.

3. Melen Sterendisa

Perbedaannya adalah penelitian Melen Sterendisa dilakukan di PT. Pegadaian Syariah KCP Simpang Patal Palembang. Sedangkan penelitian ini dilakukan di Desa Pargarutan Tonga Kecamatan Angkola Timur. Penelitian Melen menggunakan variabel faktor psikologis, faktor sosial, dan faktor ekonomi. Sedangkan penelitian ini menggunakan variabel faktor pribadi, faktor sosial, dan faktor promosi. Persamaannya adalah sama-sama menggunakan jenis penelitian kuantitatif.

4. Nurasni Lubis

Perbedaannya adalah penelitian Nurasni dilakukan pada masyarakat Pasar Kotanopan untuk menjadi nasabah di PT. PNM UlaMM Syariah Kotanopan, sedangkan penelitian ini dilakukan pada masyarakat Desa Pargarutan Tonga Kecamatan Angkola Timur untuk menjadi nasabah di Bank Syariah. Penelitian Nurasni menggunakan variabel faktor promosi, faktor angsuran pembiayaan, dan faktor pelayanan. Sedangkan penelitian ini menggunakan variabel faktor pribadi, faktor sosial, dan faktor promosi. Persamaannya adalah sama-sama menggunakan jenis penelitian kuantitatif dan instrumen pengumpulan data yang sama.

5. Nur Sopa Rambe

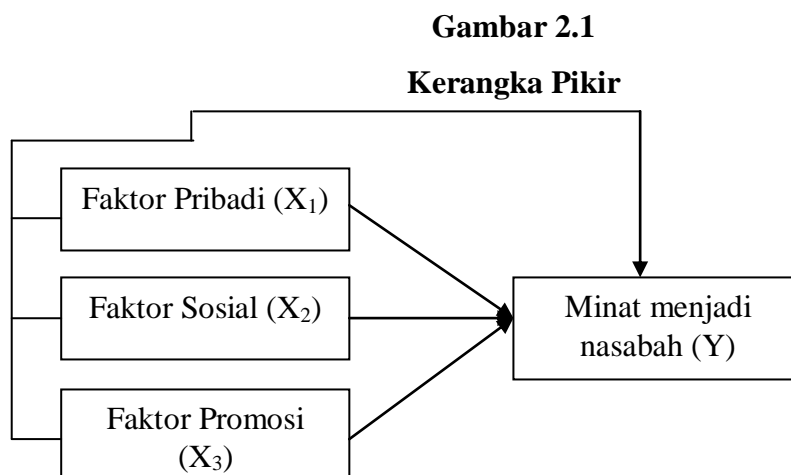
Perbedaannya adalah penelitian Nur Sopa Rambe dilakukan di Desa Sitaratoit Kecamatan Angkola Barat Kabupaten Tapanuli Selatan untuk menjadi nasabah di Pegadaian Syariah, sedangkan penelitian ini dilakukan di Desa Pargarutan Tonga Kecamatan Angkola Timur untuk menjadi

nasabah di Bank Syariah. Persamaannya adalah sama- sama menggunakan variabel faktor pribadi, faktor sosial, dan faktor promosi. Dan sama- sama menggunakan jenis penelitian kuantitatif.

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir diperlukan untuk mendudukan masalah penelitian yang telah didefinisikan dalam kerangka teoritis yang relevan, yang mampu menangkap, menerangkan, dan menunjuk perspektif terhadap masalah penelitian. Kerangka pikir berikut ini menggambarkan mengenai minat masyarakat yang dapat dipengaruhi oleh faktor pribadi, faktor sosial, dan faktor promosi. Hal ini didasarkan sesuai dengan yang dikemukakan oleh Philip Kotler terdapat empat faktor yang mempengaruhi minat masyarakat yaitu faktor sosial, faktor budaya, faktor pribadi, faktor psikologi. Namun penelitian ini dibatasi pada variabel sosial dan pribadi serta faktor promosi.

Adapun kerangka pikir yang peneliti gambarkan sebagai berikut:



Berdasarkan Gambar 2.1 diatas bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor pribadi (X_1), faktor sosial (X_2), dan faktor promosi (X_3) sebagai variabel independen/ bebas, secara parsial maupun secara simultan berpengaruh terhadap minat masyarakat menjadi nasabah sebagai variabel dependen/ terikat (Y) di bank syariah.

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta- fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik.²²

Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H_{01} : Tidak terdapat pengaruh faktor pribadi masyarakat Desa Pargarutan Tonga Kecamatan Angkola Timur terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah.

H_{a1} : Terdapat pengaruh faktor pribadi masyarakat Desa Pargarutan Tonga Kecamatan Angkola Timur terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah.

²²Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung : Alfabeta, 2010), hlm. 64.

- H₀₂ : Tidak terdapat pengaruh faktor sosial masyarakat Desa Pargarutan Tonga Kecamatan Angkola Timur terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah.
- H_{a2} : Terdapat pengaruh faktor sosial masyarakat Desa Pargarutan Tonga Kecamatan Angkola Timur terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah.
- H₀₃ : Tidak terdapat pengaruh faktor promosi masyarakat Desa Pargarutan Tonga Kecamatan Angkola Timur terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah.
- H_{a3} : Terdapat pengaruh faktor promosi masyarakat Desa Pargarutan Tonga Kecamatan Angkola Timur terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa Pargarutan Tonga Kecamatan Angkola Timur Kabupaten Tapanuli Selatan. Dimana waktu penelitian ini dilakukan mulai pada bulan Januari sampai dengan bulan April tahun 2018.

B. Jenis Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan metode penelitian kuantitatif. Berdasarkan tempat penelitian ini adalah lapangan dilakukan dengan mengumpulkan data dari lingkungan masyarakat.

Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif / statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.¹

Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel independen yaitu faktor pribadi (X_1), faktor sosial (X_2), faktor promosi (X_3) dan minat menjadi nasabah (Y) sebagai variabel dependen. Penelitian ini menggambarkan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menjadi nasabah di bank syariah

¹*Ibid.*, hlm. 8.

C. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek/ subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang berada di Desa Pargarutan Tonga Kecamatan Angkola Timur yang menjadi nasabah di bank syariah berjumlah 72 orang.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Sampling Jenuh*. *Sampling Jenuh* adalah teknik penentuan sampel apabila anggota populasi digunakan sebagai sampel.²

Berdasarkan Tabel 1. di latar belakang, jumlah masyarakat Desa Pargarutan Tonga yang menjadi nasabah di bank syariah sebanyak 72 orang. Berdasarkan keterangan tersebut, sampel pada penelitian ini adalah masyarakat Desa Pargarutan Tonga yang menjadi nasabah di bank syariah yaitu 72 orang.

²*Ibid.*, hlm.08- 85.

D. Instrumen Pengumpulan Data

a) Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.³ Alat ukur yang digunakan adalah skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Jenis angket yang digunakan adalah angket tertutup. Angket tertutup adalah angket yang disajikan dengan dalam bentuk sedemikian rupa sehingga responden tinggal memberikan tanda *Checklist* pada kolom atau tempat yang sesuai. Jawaban setiap instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif.

Kuesioner yang digunakan sebagai instrumen dalam penelitian ini menggunakan skala likert dengan rumusan sebagai berikut:⁴

³*Ibid.*, hlm.142.

⁴*Ibid.*, hlm. 94.

Tabel 3.1
Pemberian Nilai atas Jawaban Responden

Keterangan	SS	S	RR	TS	STS
Nilai	5	4	3	2	1

Keterangan:

SS: Sangat Setuju

TS: Tidak Setuju

S: Setuju

STS: Sangat Tidak Setuju

RR: Ragu-ragu

Tabel 3.2
Kisi- Kisi Angket Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menjadi Nasabah di Bank Syariah

No.	Variabel	Indikator	Nomor Soal
1	Faktor Pribadi	1. Usia dan siklus hidup 2. Pekerjaan 3. Keadaan Ekonomi 4. Gaya hidup 5. Kepribadian	1, 2 3, 4 5, 6, 7 8, 9, 10 11, 12
2	Faktor Sosial	1. Kelompok acuan 2. Keluarga 3. Peran dan Status Sosial	1 2, 3, 4 5, 6
3	Faktor Promosi	1. Periklanan 2. Penjualan Pribadi 3. Promosi Penjualan 4. Publisitas	1,2,3,4,5,6,7 8 9 10

Tabel 3.3
Kisi- Kisi Angket Tentang Minat Masyarakat Menjadi Nasabah di Bank Syariah

No.	Variabel	Indikator	Nomor Soal
1	Minat Masyarakat Menjadi Nasabah di Bank Syariah	1. Motivasi 2. Persepsi 3. Sikap 4. Agama	1, 2 3, 4, 5 6, 7, 8 9, 10

b) Interview (Wawancara)

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin

mengetahui hal- hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/ kecil.

Teknik pengumpulan data ini berdasarkan dari laporan tentang diri sendiri atau setidaknya pada pengetahuan dan keyakinan pribadi. Anggapan yang perlu dipegang oleh peneliti dalam menggunakan metode interview dan juga kuesioner (angket) adalah sebagai berikut:

- a. Bahwa subyek (responden) adalah orang yang paling tahu tentang dirinya sendiri.
- b. Bahwa apa yang dinyatakan oleh subyek kepada peneliti adalah benar dan dapat dipercaya.
- c. Bahwa interpretasi subyek tentang pertanyaan- pertanyaan yang diajukan peneliti kepadanya adalah sama dengan apa yang dimaksudkan oleh peneliti.⁵

c) Observasi

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala- gejala alam bila responden yang diamati tidak terlalu besar.⁶

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuesioner. Wawancara dan kuesioner selalu berkomunikasi dengan

⁵*Ibid.*, hlm. 137-138.

⁶*Ibid.*, hlm. 145.

orang, maka observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek-objek yang lain.

Observasi merupakan teknik melalui pengamatan langsung di lapangan, jika ingin mengetahui perilaku masyarakat Desa Pargarutan Tonga kurang berminat menjadi nasabah di bank syariah, maka dapat dilihat melalui gerak-gerik masyarakat. Adapun observasi yang dilakukan oleh peneliti adalah menjumpai beberapa masyarakat untuk diminta keterangan tentang pemahaman bank syariah.

d) Dokumentasi

Dokumentasi adalah instrumen pengumpulan data yang diperoleh dari buku-buku, jurnal dan sumber bacaan lain yang berkaitan dengan penelitian ini. Dokumentasi yang dimaksud hal ini berupa mengumpulkan dokumen-dokumen yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Data dokumen dapat berupa dokumen yang berisi informasi mengenai lokasi penelitian, informasi penelitian, surat, foto, dan catatan. Hal ini merupakan bukti otentikasi penelitian telah dilaksanakan di lapangan sehingga data tidak diragukan kebenarannya.

E. Analisis Data

1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner yang dibuang/ diganti dianggap tidak relevan. Dalam penentuan layak atau tidaknya suatu item digunakan,

biasanya dilakukan uji signifikan koefisien korelasi pada taraf signifikan 0,05 artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total. Pengujian validitas instrumen dilakukan pada responden dengan menggunakan SPSS Versi 23.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas yaitu “kesesuaian alat ukur dengan yang di ukur, sehingga alat ukur itu dapat dipercaya atau dapat diandalkan.”⁷ Jadi penelitian reliabel belum tentu valid, tetapi penelitian yang valid sudah pasti penelitian reliabel. Setelah di uji validitas instrumen, item- item yang gugur d dimasukkan kedalam uji reliabilitas.

Menurut Sugiyono “Uji Reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi hasil pengukuran variabel. Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0,60”.⁸ Dan sebuah angket yang digunakan untuk pengumpulan data. Hal ini dimaksudkan agar data yang diperoleh dari hasil angket bersifat valid dan reliabel sehingga hasil penelitian benar-benar akurat.

2. Uji Normalitas

Uji normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal.⁹

⁷*Ibid.*, hlm. 130.

⁸*Ibid.*, hlm. 134.

⁹Duwi Priyatno, *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS20* (Yogyakarta : CV. Andi Offset, 2012), hlm. 144.

Uji *one sample kolmogorov* digunakan untuk mengetahui distribusi data, apakah mengikuti distribusi normal, *poisson*, *uniform*, atau *exponential*. Dalam hal ini untuk mengetahui apakah distribusi residual terdistribusi normal atau tidak apabila nilai signifikansi lebih dari 0,05.¹⁰ Uji normalitas residual dengan metode grafik yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik normal *P-P Plot of regression standardized residual*. Sebagai dasar pengambilan keputusannya, jika titik-titik menyebar disekitar garis diagonal maka nilai residual tersebut normal.¹¹

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas, yaitu apakah ada hubungan yang sempurna atau hampir sempurna antara variabel independen. Sehingga sulit memisahkan pengaruh antara variabel-variabel itu secara individu terhadap variabel dependen. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya multikolinearitas. Suatu model regresi dinyatakan bebas dari multikolinearitas adalah jika nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) lebih kecil dari 10 ($VIF < 10$) dan nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 ($tolerance > 0,1$).¹²

¹⁰*Ibid.*, hlm. 147.

¹¹*Ibid.*, hlm. 144.

¹²Danang Sunyoto, *Metodologi Penelitian Akuntansi* (Bandung: PT. Refika Aditama, 2013), hlm. 87-88.

b. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak konstan pada regresi sehingga akurasi hasil prediksi menjadi diragukan. Heteroskedastisitas dapat diartikan sebagai ketidaksamaan variasi variabel pada semua pengamatan, dan kesalahan yang terjadi memperlihatkan hubungan yang sistematis sesuai dengan besarnya satu atau lebih variabel bebas sehingga kesalahan tersebut tidak *random* (acak). Suatu regresi dikatakan terdeteksi heteroskedastisitas apabila diagram pancar *residual* membentuk pola tertentu.¹³

Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Dengan kriteria pengambilan keputusan yaitu:

$\text{Sig} > 0,05$ artinya data tidak terkena *heteroskedastisitas*

$\text{Sig} < 0,05$ artinya data terkena *heteroskedastisitas*

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah analisis untuk mengukur besarnya pengaruh antara dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen dan memprediksi variabel dependen dengan menggunakan variabel independen. Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel *independent* dengan variabel *dependent* apakah masing- masing variabel *independent* berhubungan

¹³Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 154.

positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel *dependent* apabila nilai variabel *independent* mengalami kenaikan atau penurunan. Dihitung dengan menggunakan persamaan garis regresi berganda berikut.¹⁴

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y : Minat (nilai yang diprediksikan)

X₁, X₂, X₃ : Faktor Pribadi, Faktor Sosial, Faktor Promosi

a : Konstanta (nilai Y apabila X₁, X₂, X₃ = 0)

b : Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

e : *error*

Untuk memudahkan dalam penggunaan persamaan garis regresi di atas, maka dari persamaan tersebut dapat diturunkan rumus :

$$\text{minat} = a + b_1\text{faktor pribadi} + b_2\text{faktor sosial} + b_3\text{faktor promosi} + e$$

Di dalam analisis ini juga terdapat Output Model Summary yang menjelaskan tentang ringkasan hasil nilai korelasi berganda (R), koefisien determinasi (*R Square*), koefisien determinasi yang disesuaikan (*Adjusted R Square*), dan ukuran kesalahan prediksi (*Std Error of the estimate*).

5. Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Analisa determinasi dalam regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Koefisien ini menunjukkan seberapa

¹⁴*Ibid.*, hlm. 73.

besar persentase variasi variabel dependen. Nilai Koefisien determinasi adalah diantara 0 (nol) dan 1 (satu). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai R^2 yang mendekati 1 (satu) berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Maka ketepatannya dikatakan semakin baik. Dapat dikatakan bahwa variabel independen adalah besar terhadap variabel dependen.¹⁵ R- Square digunakan apabila menggunakan analisis regresi sederhana sedangkan Adjusted R- Square digunakan apabila memiliki lebih dari dua variabel independen dan untuk memperoleh model regresi yang baik seharusnya menggunakan Adjusted R Square.¹⁶

6. Uji Hipotesis

a. Uji Statistik t

Pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Ketentuan dalam uji t adalah: jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak sedangkan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima dan jika nilai Sig, $< 0,1$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.¹⁷

b. Uji statistik F

Pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama- sama

¹⁵Jaka Sriyana, *Metode Regresi Data Panel* (Yogyakarta: Ekonisia, 2014), hlm. 53.

¹⁶Mudjarat Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 246

¹⁷*Ibid.*, hlm. 56.

terhadap variabel terikat. Ketentuan dalam uji F adalah: jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak sedangkan jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima dan jika nilai Sig, < 0.1 maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Data Geografi dan Demografi

a. Data Geografi

Letak geografis Desa Pargarutan Tonga terletak di ketinggian 400-500 M di permukaan laut, terletak di jalur lintas antara Kecamatan Sipirok Kabupaten Tapanuli Selatan dengan Kota Padangsidimpuan. Desa Pargarutan Tonga memiliki luas wilayah 140 Ha atau 1,40 Km. Batas – batas wilayah Desa Pargarutan Tonga antara lain:

- 1) Sebelah Utara berbatasan dengan Desa Pargarutan Julu
- 2) Sebelah Selatan berbatasan dengan Desa Pargarutan Jae
- 3) Sebelah Timur berbatasan dengan Desa Palsabolos
- 4) Sebelah Barat berbatasan dengan Kelurahan Pasar Pargarutan

b. Data Demografi

Penduduk Desa Pargarutan Tonga Kecamatan Angkola Timur menurut data penduduk tahun 2017 adalah 142 Kepala Keluarga, dengan jumlah 650 jiwa. Memiliki jenis pekerjaan yang berbeda- beda diantaranya PNS, petani, pedagang, wiraswasta, pelajar/mahasiswa, dengan pendapatan yang bervariasi mulai dari Rp 500.000 sampai Rp 5.000.000/ bulan.

2. Gambaran Umum Responden

Penelitian ini berdasarkan karakteristik responden mencakup pekerjaan, pendidikan, dan pengguna bank syariah. Angket di sebar pada 72 responden untuk melihat hasil dari jawaban responden terhadap pernyataan yang di berikan melalui kuesioner serta persentasinya. Selanjutnya responden berdasarkan pekerjaan di klasifikasikan menjadi lima bagian yaitu: petani, pedagang, dan pegawai/ karyawan, wiraswasta, dan pelajar/ mahasiswa. Berdasarkan pekerjaan responden dapat dilihat pada Tabel 4.1 di bawah ini:

Tabel 4.1
Kelompok Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
1	Petani	13	18,07
2	Pedagang	10	13,88
3	Pegawai/ Karyawan	23	31,94
4	Wiraswasta	17	23,61
5	Pelajar/ Mahasiswa	9	12,50
	Total	72	100

Sumber : Data Primer dari Jawaban Responden, 2018

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden adalah yang bekerja sebagai pegawai/karyawan dengan jumlah 23 responden dengan persentase 31,94 persen, kemudian dari pekerjaan wiraswasta sebanyak 17 responden dengan persentase 23,61 persen, selanjutnya dari pekerjaan petani sebanyak 13 responden dengan persentase 18,07 persen, pedagang sebanyak 10 responden dengan persentase 13,88 persen, dan pelajar/mahasiswa sebanyak 9 responden dengan persentase 12,50 persen. Responden berdasarkan pendidikan diklasifikasikan menjadi 5 bagian yaitu: SD, SMP, SMA, Diploma dan

Sarjana. Berdasarkan pendidikan responden dapat dilihat pada Tabel 4.2 dibawah ini:

Tabel 4.2
Kelompok Responden Berdasarkan Pendidikan

NO.	Pendidikan	Jumlah	Persentase (%)
1	SD	9	12,50
2	SMP	5	6,96
3	SMA	31	43,05
4	Diploma	3	4,16
5	Sarjana	24	33,33
	Total	72	100

Sumber: Data Primer dari Jawaban Responden, 2018

Berdasarkan tabel diatas responden dengan pendidikan SMA lebih banyak yaitu berjumlah 31 responden dengan persentase 43,05 persen, pendidikan Sarjana berjumlah 24 responden dengan persentase 33,33 persen. Jumlah pendidikan SD berjumlah 9 responden dengan persentase 12,50 persen, pendidikan SMP berjumlah 5 responden dengan persentase 6,96 persen. Jumlah responden yang paling sedikit yaitu dari Diploma sebanyak 3 responden dengan persentase 4,16 persen. Responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel 4.3 dibawah ini:

Tabel 4.3
Kelompok Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

NO.	Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
1	Laki- Laki	33	45,83
2	Perempuan	39	54,17
	Total	72	100

Sumber: Data Primer dari Jawaban Responden, 2018

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa dari 72 responden, laki- laki berjumlah 33 orang dengan persentase 45,83 persen. Perempuan berjumlah 39 dengan persentase 54,17 persen.

Tabel. 44
Data Nasabah Bank Syariah di Desa Pargarutan Tonga

No	Nama	Jenis kelamin	Pekerjaan	Pendidikan	Umur
1	Dahlia Samawati Srg	P	Pelajar	SMK	22 thn
2	Sarawati Desmingso	P	Petani	SMEA	51 thn
3	Syamsuddin Siregar	L	Petani	SMA	50 thn
4	Dewi Murni Harahap	P	Petani	SMP	55 thn
5	Raja Harahap	L	Wiraswasta	SMA	42 thn
6	Basa Ria Harahap	P	Petani	SMA	40 thn
7	Syamsidar	P	Pedagang	SMA	38 thn
8	Rosriani Harahap	P	Wiraswasta	SMP	50 thn
9	Rosmalia	P	Petani	SD	55 thn
10	Syahrul Sopandi Hrp	L	Pegawai	S1	47 thn
11	Mirhot Saipul Srg	L	Wiraswasta	S1	40 thn
12	Tengku Putri	P	Pegawai	Diploma	38 thn
13	Nisra Wati Srg	P	Petani	SD	45 thn
14	Raya Harahap	P	Wiraswasta	SMA	40 thn
15	Enna Sari	P	Wiraswasta	SD	40 thn
16	Barani Harahap	L	Wiraswasta	SMA	57 thn
17	Nelan Sari	P	Wiraswasta	SMA	55 thn
18	Hotmauli Simanjuntak	L	Petani	SMP	41 thn
19	Andi Harahap	L	Wiraswasta	S1	38 thn
20	Nita Fatimah Hrp	P	Pelajar	S1	24 thn
21	Gabena	P	Pegawai	S1	55 thn
22	Suryadi Hrp	L	Pegawai	S1	26 thn
23	Masdalihah Srg	P	Pelajar	SMK	22 thn
24	Sariat Harahap	L	Pegawai	S1	30 thn
25	Sabar Harahap	L	Pegawai	SMA	37 thn
26	Nurlily Lubis	P	Pegawai	S1	55 thn
27	Rahmad Azwar Srg	L	Pelajar	SMA	22 thn
28	Parlindungan Harahap	L	Pegawai	SMA	52 thn
29	Sawaluddin Hasibuan	L	Pegawai	S1	56 thn
30	Risky Zul Ashary Hsb	L	Blm bekerja	S1	24 thn
31	Indra Ashari Srg	L	Pelajar	SMA	22 thn
32	Nur Leli Fitriani	P	Blm bekerja	S1	23 thn
33	Budi Santoso	L	Wiraswasta	SMA	21 thn
34	Siti Oloan	P	Pedagang	SD	58 thn
35	Mara Malim Harahap	L	Wiraswasta	SMA	50 thn
36	Naome	P	Pegawai	S1	48 thn
37	Rahma Tunazmy	P	Pegawai	S1	47 thn
38	Suangkupon Hrp	L	Wiraswasta	S1	50 thn
39	Sahreni Harahap	P	Pegawai	S1	53 thn
40	Ina Shara Ramadani	P	Pelajar	SMA	20 thn

41	Angga Harahap	L	Pedagang	SMA	25 thn
42	Mukhlis Siregar	L	Pegawai	S1	26 thn
43	Mahmud Assiddiq Srg	L	Pelajar	SMA	22 thn
44	Mansyur Siregar	L	Pegawai	S1	52 thn
45	Dedy Siregar	L	Wiraswasta	SMP	35 thn
46	Rasidin Siregar	L	Pegawai	SMA	50 thn
47	Tri Surya Putra	L	Wiraswasta	S1	25 thn
48	Junia Harahap	P	Pedagang	SD	57 thn
49	Nur Siti Harahap	P	Petani	SD	45 thn
50	Siti Robiah Srg	P	Pelajar	SMA	22 thn
51	Siti Aisyah Srg	P	Pelajar	SMK	20 thn
52	Septo	L	Pedagang	SMA	35 thn
53	Ummi Kalsum Hrp	P	Blm bekerja	SMK	23 thn
54	Rini Susanti	P	Pedagang	SMA	30 thn
55	Nana Rohana	L	Pedagang	SMP	54 thn
56	Minal Batubara	L	Pedagang	SD	62 thn
57	Langgar Harahap	L	Petani	SD	50 thn
58	Ira Wati Batubara	P	Blm bekerja	SMA	26 thn
59	Lisma Wati	P	Pegawai	Diploma	34 thn
60	Zul Hasmi Srg	L	Wiraswasta	SMA	37 thn
61	Gunung Mulia Hrp	L	Pegawai	S1	33 thn
62	Tigor Harahap	L	Pegawai	S1	26 thn
63	Siti Khadijah Hrp	P	Pegawai	S1	24 thn
64	Sori Muda Hrp	L	Pegawai	S1	60 thn
65	Damayanti Hrp	P	Pegawai	S1	28 thn
66	Damra Hrp	L	Petani	SD	62 thn
67	Apni Harahap	P	Petani	SMA	45 thn
68	Jelita Damayanti Hrp	P	Pegawai	S1	26 thn
69	Kesuma Harahap	P	Pedagang	SMA	45 thn
70	Sofyan Harahap	L	Pegawai	Diploma	30 thn
71	Kartini Harahap	P	Pedagang	SMA	33 thn
72	Rispi Jolina Hrp	P	Pelajar	SMK	22 thn

Sumber: Data Primer dari Jawaban Responden, 2018

B. Analisis Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini jumlah kuesioner yang digunakan peneliti terdapat beberapa pernyataan dari masing- masing variabel. Sedangkan jumlah responden dalam penelitian ini adalah 72 responden, yang selanjutnya akan diuji dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 23.0

1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk melihat apakah data yang ada valid atau tidak. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} . Dimana r_{tabel} dicari pada signifikansi 5% atau 0,05 dengan derajat kebebasan $(df)=n-2$, dimana n = jumlah sampel, jadi $df=72-2=70$, maka diperoleh r_{tabel} sebesar 0,232. Sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation*. Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} ($r_{hitung} > r_{tabel}$) dan nilai r positif maka butir pernyataan tersebut dikatakan valid.

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Faktor Pribadi (X_1)

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,388	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df=70$. Pada taraf signifikansi 0,05 sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,232$	Valid
2	0,397		Valid
3	0,417		Valid
4	0,366		Valid
5	0,457		Valid
6	0,678		Valid
7	0,560		Valid
8	0,645		Valid
9	0,512		Valid
10	0,548		Valid
11	0,460		Valid
12	0,538		Valid

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2018)

Pada tabel di atas dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-12 untuk variabel faktor pribadi adalah valid. Berdasarkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dimana r_{tabel} adalah 0,232. Sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation* dan nilai r positif.

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Faktor Sosial (X₂)

Item Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
1	0,365	Instrumen valid, jika r _{hitung} > r _{tabel} dengan df=70. Pada taraf signifikansi 0,05 sehingga diperoleh r _{tabel} = 0,232	Valid
2	0,374		Valid
3	0,359		Valid
4	0,562		Valid
5	0,628		Valid
6	0,547		Valid

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2018)

Pada tabel di atas dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-6 untuk variabel faktor sosial adalah valid. Berdasarkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dimana r_{tabel} adalah 0,232. Sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation* dan nilai r positif.

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Faktor Promosi (X₃)

Item Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
1	0,459	Instrumen valid, jika r _{hitung} > r _{tabel} dengan df=70. Pada taraf signifikansi 0,05 sehingga diperoleh r _{tabel} = 0,232	Valid
2	0,466		Valid
3	0,520		Valid
4	0,615		Valid
5	0,533		Valid
6	0,566		Valid
7	0,535		Valid
8	0,553		Valid
9	0,693		Valid
10	0,534		Valid

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2018)

Pada tabel di atas dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-10 untuk variabel faktor promosi adalah valid. Berdasarkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dimana r_{tabel} adalah 0,232. Sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation* dan nilai r positif.

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Faktor Minat (Y)

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,484	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df=70$. Pada taraf signifikansi 0,05 sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,232$	Valid
2	0,579		Valid
3	0,472		Valid
4	0,374		Valid
5	0,584		Valid
6	0,428		Valid
7	0,554		Valid
8	0,344		Valid
9	0,446		Valid
10	0,591		Valid

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2018)

Pada tabel di atas dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-10 untuk variabel minat adalah valid. Berdasarkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dimana r_{tabel} adalah 0,232. Sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation* dan nilai r positif.

b. Uji Reliabilitas

Suatu instrumen dapat dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$ sehingga dapat dikatakan instrumen mempunyai reliabilitas. Nilai reliabilitas dapat dilihat dari tabel di bawah ini :

1. Uji Reliabilitas Variabel Pribadi (X_1)

Tabel 4.9
Uji Reliabilitas Variabel Pribadi (X_1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,722	12

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2018)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui nilai *Cronbach Alpha* untuk variabel faktor pribadi (X_1) sebesar 0,722. Jadi dapat

disimpulkan bahwa butir- butir instrumen penelitian tersebut dikatakan reliabel karena nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 atau (0,722>0,60).

2. Uji Reliabilitas Variabel Sosial (X₂)

Tabel 4.10
Uji Reliabilitas Variabel Sosial (X₂)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,664	6

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2018)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui nilai *Cronbach Alpha* untuk variabel faktor sosial (X₂) sebesar 0,664. Jadi dapat disimpulkan bahwa butir- butir instrumen penelitian tersebut dikatakan reliabel karena nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 atau (0,664>0,60).

3. Uji Reliabilitas Variabel Promosi (X₃)

Tabel 4.11
Uji Reliabilitas Variabel Promosi (X₃)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,733	10

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2018)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui nilai *Cronbach Alpha* untuk variabel faktor promosi (X₃) sebesar 0,733. Jadi dapat disimpulkan bahwa butir- butir instrumen penelitian tersebut

dikatakan reliabel karena nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 atau (0,733>0,60).

4. Uji Reliabilitas Variabel Minat (Y)

Tabel 4.12
Uji Reliabilitas Variabel Minat(Y)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,707	10

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2018)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui nilai *Cronbach Alpha* untuk variabel faktor minat (Y) sebesar 0,707. Jadi dapat disimpulkan bahwa butir- butir instrumen penelitian tersebut dikatakan reliabel karena nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 atau (0,707>0,60).

2. Uji Normalitas

Pengujian normalitas dengan menggunakan uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test*. Data berdistribusi normal jika nilai signifikansinya > 0,1 jika sebaliknya < 0,1 maka data berdistribusi tidak normal.

Tabel 4.13
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		72
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,10150267
	Most Extreme Differences	
	Absolute	,092
	Positive	,033
	Negative	-,092
Test Statistic		,092
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

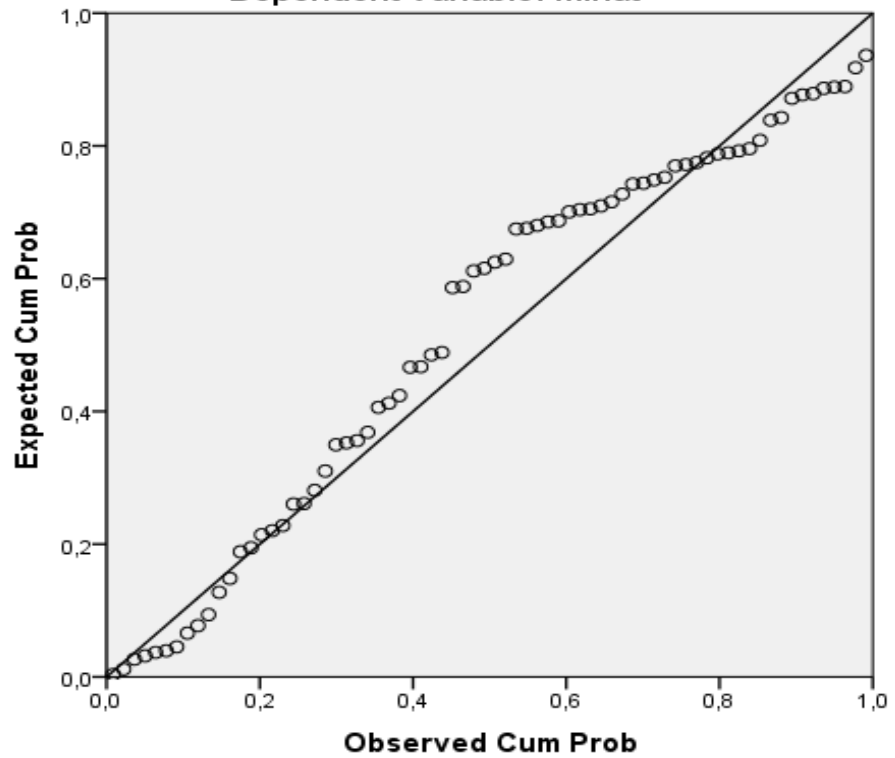
Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2018)

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal. Hal ini diketahui bahwa nilai signifikansi (Asymp. Sig. 2 tailed) sebesar 0,200. Data berdistribusi normal jika nilai signifikansinya $> 0,1$.

Pada grafik *Normal P-P Plot Of Regression Standardized Residual* jika titik- titik menyebar disekitar dan mengikuti garis diagonal maka nilai residual tersebut sudah normal. Adapun hasil uji normalitas dilihat dari grafik *Normal P-P Plot Of Regression Standardized Residual* adalah sebagai berikut:

Gambar 4.1
Hasil Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual
Dependent Variable: minat



Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2018)

Berdasarkan grafik *Normal P-P Plot Of Regression Standardized Residual* di atas dapat diketahui bahwa titik- titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual tersebut sudah normal.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Suatu model regresi dinyatakan bebas dari multikolinearitas adalah jika nilai Tolerance lebih besar dari 0,1 (nilai Tolerance $> 0,1$) dan jika

nilai VIF lebih kecil dari 10 (nilai VIF < 10). Hasil uji multikolinearitas penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 4.14
Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Pribadi	,955	1,047
Sosial	,918	1,090
Promosi	,937	1,067

a. Dependent Variable: minat

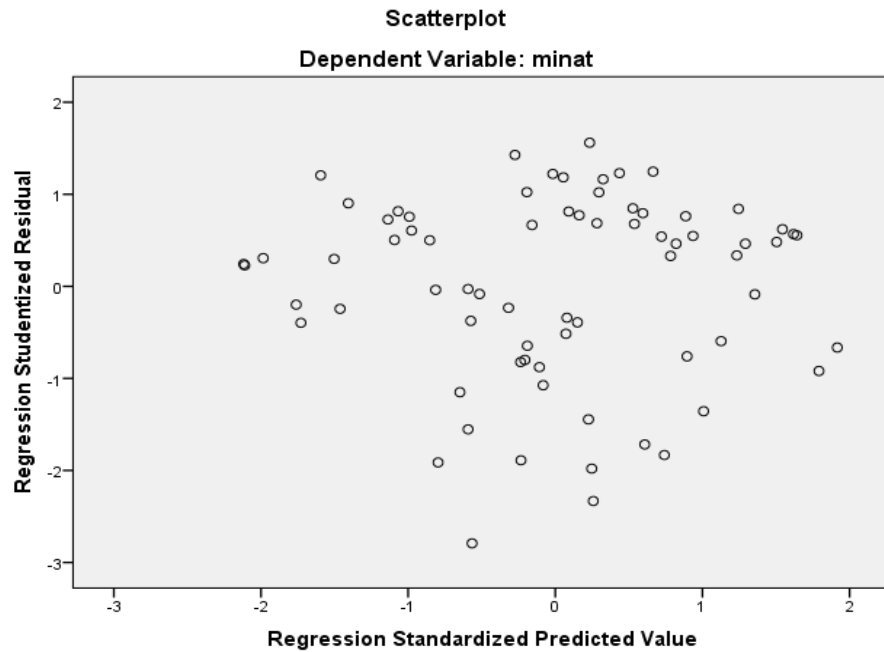
Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2018)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui nilai *Tolerance* dari variabel pribadi adalah $0,955 > 0,1$, variabel sosial adalah $0,918 > 0,1$ dan variabel promosi adalah $0,937 > 0,1$, sehingga bebas dari multikolinearitas. Selanjutnya berdasarkan nilai VIF dari variabel pribadi adalah $1,047 < 10$, variabel sosial adalah $1,090$, variabel promosi adalah $1,067 < 10$. Jadi, dapat disimpulkan nilai VIF dari ketiga variabel di atas lebih kecil dari 10 (nilai VIF < 10) sehingga bebas dari multikolinearitas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Suatu model regresi dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas apabila titik-titik pada *scatterplot* regresi tidak membentuk pola tertentu seperti menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hasil uji heteroskedastisitas sebagai berikut:

Gambar 4.2
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2018)

Berdasarkan gambar di atas, terlihat titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi dan memenuhi syarat asumsi klasik.

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh dari faktor pribadi (X_1), faktor sosial (X_2), faktor promosi (X_3), terhadap minat masyarakat untuk menjadi nasabah di bank syariah (Y). Hasilnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.15
Hasil Analisis Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	5,125	7,618
Pribadi	,196	,096
Sosial	,882	,244
Promosi	,320	,124

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2018)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat pada kolom *Unstandardized Coefficients* bagian kolom B, maka persamaan analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 5,125 + 0,196 X_1 + 0,882 X_2 + 0,320 X_3 + 7,618$$

Keterangan :

Y : minat masyarakat

a : Konstanta

$b_1b_2b_3$: Koefisien regresi

X_1 : Faktor pribadi

X_2 : Faktor sosial

X_3 : Faktor promosi

e : Batas kesalahan acak

Dari persamaan regresi tersebut dapat diartikan bahwa:

- a. Nilai konstanta (a) adalah 5,125, ini dapat diartikan jika faktor pribadi, faktor sosila, dan faktor promosi nilainya adalah 0, maka minat masyarakat nilainya adalah 5,125.
- b. Nilai koefisien regresi variabel faktor pribadi (X_1) bernilai positif, yaitu 0,196, ini dapat diartikan bahwa setiap peningkatan faktor pribadi sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan minat masyarakat (Y) sebesar 0,196

satuan atau 19,6 persen dengan asumsi variabel independen lain nilainya dianggap tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara faktor pribadi dengan minat masyarakat menjadi nasabah di bank syariah.

- c. Nilai koefisien regresi variabel faktor sosial (X_2) bernilai positif, yaitu 0,882, ini dapat diartikan bahwa setiap peningkatan faktor sosial sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan minat masyarakat (Y) sebesar 0,882 satuan atau 88,2 persen dengan asumsi variabel independen lain nilainya dianggap tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara faktor sosial dengan minat masyarakat menjadi nasabah di bank syariah.
- d. Nilai koefisien regresi variabel faktor promosi (X_3) bernilai positif, yaitu 0,320, ini dapat diartikan bahwa setiap peningkatan faktor promosi sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan minat masyarakat (Y) sebesar 0,320 satuan atau 32,0 persen dengan asumsi variabel independen lain nilainya dianggap tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara faktor promosi dengan minat masyarakat menjadi nasabah di bank syariah.

5. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) dapat digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan atau kontribusi dari seluruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) , sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel bebas yang tidak dimasukkan kedalam model. Model dapat

dianggap baik jika koefisien determinasi sama dengan satu (1) atau mendekati satu (1), adapun hasil analisis Koefisien Determinasi adalah sebagai berikut:

Tabel 4.16
Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,583 ^a	,340	,311	6,090	1,507

a. Predictors: (Constant), promosi, pribadi, sosial

b. Dependent Variable: minat

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2018)

Nilai R adalah 0,583 menunjukkan bahwa hubungan antara faktor pribadi, faktor sosial, faktor promosi dan minat masyarakat masuk kategori sedang. Adjusted R Square (R^2) adalah 0,311 atau 33,1 persen artinya minat masyarakat menggunakan jasa bank syariah (Y) dipengaruhi faktor pribadi, faktor sosial, dan faktor promosi (X) dengan kontribusi sebesar 31,1 persen, sedangkan sisa 68,9 persen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti faktor budaya dan faktor psikologis. Nilai R berkisar antara 0-1, jika nilai semakin mendekati 1 berarti hubungan yang terjadi semakin kuat, sebaliknya jika nilai semakin mendekati 0 maka hubungan yang terjadi semakin lemah. Sedangkan arti harga R akan dikonsultasikan dengan tabel interpretasi nilai R sebagai berikut:¹

¹Sugiyono, *Op.Cit.*, hlm. 250

Tabel 4.17
Interpretasi Nilai R

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

R dalam regresi linear berganda menunjukkan nilai korelasi berganda, yaitu korelasi antara dua atau lebih variabel dependen. Nilai R yang didapat 0,583, artinya korelasi antara variabel faktor pribadi, faktor sosial, dan faktor promosi terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah sebesar 0,583. Hal ini berarti terjadi hubungan yang sedang.

6. Uji Hipotesis

a. Uji signifikansi Parsial (Uji t)

Uji t bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Kesimpulan atas penerimaan hipotesis berdasarkan nilai t_{hitung} adalah sebagai berikut:

- 1) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_a ditolak dan H_0 diterima, atau variabel independen tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.
- 2) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak, atau variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

Berdasarkan signifikansinya :

- a) Jika signifikannya $> 0,1$ maka H_0 diterima.
- b) Jika signifikannya $< 0,1$ maka H_0 ditolak.

Berikut ini hasil pengolahan data yang menggambarkan hasil dari uji t serta tingkat signifikan ketiga variabel.

Tabel 4.18
Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Coefficients ^a		
Model	T	Sig.
(Constant)	-,673	,503
Pribadi	2,056	,044
Sosial	3,613	,001
Promosi	2,592	,012

a. Dependen Variabel : Minat

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2018)

Untuk t_{tabel} dicari pada $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$ (uji dua sisi) dengan derajat kebebasan $(df) = n - k - 1$, dimana $n =$ jumlah sampel dan $k =$ jumlah variabel independen, jadi $df = 72 - 3 - 1 = 68$. Dengan pengujian dua sisi (signifikansi = 0,025), maka diperoleh t_{tabel} sebesar 1,995.

Berdasarkan hasil uji signifikansi parsial (uji t) di atas dapat dilihat bahwa pada variabel faktor pribadi memiliki t_{hitung} sebesar 2,056 dan t_{tabel} sebesar 1,995 sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,056 > 1,995$), maka H_0 ditolak H_a diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel faktor pribadi terhadap minat masyarakat menjadi nasabah di bank syariah.

Pada variabel faktor sosial memiliki t_{hitung} sebesar 3,613 dan t_{tabel} sebesar 1,995 sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,613 > 1,995$), maka H_0 ditolak H_a diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara

variabel faktor sosial terhadap minat masyarakat menjadi nasabah di bank syariah.

Kemudian pada variabel faktor promosi memiliki t_{hitung} sebesar 2,592 dan t_{tabel} sebesar 1,995 sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,592 > 1,995$), maka H_0 ditolak H_a diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel faktor sosial terhadap minat masyarakat menjadi nasabah di bank syariah.

b. Uji signifikansi Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama – sama terhadap variabel terikat. Ketentuan dalam uji F adalah jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak sedangkan jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima dan jika nilai Sig. < 0,1 maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Tabel 4.19
Hasil Signifikansi Simultan (Uji F)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1300,928	3	433,643	11,692	,000 ^b
Residual	2521,947	68	37,087		
Total	3822,875	71			

a. Dependent Variable: minat

b. Predictors: (Constant), promosi, pribadi, sosial

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2018)

Untuk F_{tabel} dilihat pada nilai signifikan 0,05 dengan df 1 (jumlah variabel – 1) = 3, dan df 2 (n-k-1) atau $72-3-1=68$ (n adalah

jumlah data dan k adalah jumlah variabel independen), maka hasil untuk F_{tabel} sebesar 2,74. Dari hasil uji signifikan simultan (uji F) di atas bahwa nilai F_{hitung} sebesar 11,692 sedangkan F_{tabel} sebesar 2,74 sehingga $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ ($11,692 > 2,74$) maka H_a diterima. Selanjutnya untuk nilai Sig. Sebesar 0,000 sehingga nilai Sig. $< 0,1$ ($0,000 < 0,1$) maka H_a diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa secara simultan faktor pribadi, faktor sosial, dan faktor promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah di bank syariah.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini berjudul Faktor- faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Desa Pargarutan Tonga Kecamatan Angkola Timur Menjadi Nasabah di Bank Syariah. Dari hasil analisis data yang dilakukan pada penelitian ini dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 23 diketahui bahwa:

Hasil uji validitas untuk 38 item pernyataan dari ketiga variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) diketahui memiliki $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$, dimana r_{tabel} dengan taraf signifikansi 5% dengan derajat kebebasan $(df)=n- 2$ atau $df= 72- 2= 70$ adalah 0,232 sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation*. Karena $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ dan nilai r positif maka 38 item pernyataan pada kuesioner tersebut dinyatakan valid. Selanjutnya hasil uji reliabilitas diketahui bahwa dari ketiga variabel bebas (X) dan satu variabel

terikat (Y) memiliki *Cronbach Alpha* $> 0,60$ sehingga item pernyataan pada kuesioner juga dapat dinyatakan reliabel.

Hasil uji normalitas diketahui pada grafik *Normal P-P Plot Of Regression Standardized Residual* bahwa penyebaran datanya disekitar garis dan mengikuti garis diagonal, maka data tersebut telah normal. Hasil uji multikolinearitas diketahui bahwa nilai *Tolerance* $> 0,1$ dan nilai *Variance Inflation Factor* atau *VIF* < 10 , maka dapat dinyatakan bebas dari multikolinearitas. Selanjutnya, hasil uji heteroskedastisitas diketahui bahwa titik- titik pada *scatterplot* regresi tidak membentuk pola tertentu seperti menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dinyatakan tidak terdeteksi heteroskedastisitas.

Hasil uji koefisien determinasi faktor pribadi, faktor sosial, dan faktor promosi mampu mempengaruhi minat masyarakat menjadi nasabah di bank syariah sebesar 34,0 persen sedangkan sisanya 66,0 persen dipengaruhi oleh faktor lain.

Secara parsial faktor pribadi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah di bank syariah dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,056 > 1,995$). Faktor pribadi adalah faktor yang dipengaruhi oleh diri sendiri. Karakteristik dari faktor pribadi meliputi usia dan tahap siklus hidup seperti pekerjaan, keadaan ekonomi, kepribadian, dan konsep diri serta nilai dan gaya hidup.

Hal ini sejalan dengan sebuah teori yang dikemukakan oleh Philip Kotler terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku dan minat

konsumen yaitu faktor budaya (menyangkut kebudayaan dan kelas sosial yang memperlihatkan stratifikasi sosial masyarakat), faktor sosial (menyangkut kelompok acuan seperti keluarga, peran dan status sosial), faktor pribadi (menyangkut usia dan siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup dan kepribadian), faktor psikologi (menyangkut motivasi, pengetahuan serta kepercayaan dan pendirian).² Dengan demikian, faktor- faktor yang mempengaruhi minat salah satunya adalah faktor pribadi.

Selain itu hasil penelitian ini juga didukung dengan hasil penelitian terdahulu dari skripsi Nur Sopa Rambe, menyatakan dalam penelitiannya “adanya pengaruh yang signifikan dan positif pada variabel pribadi (X_1) terhadap variabel minat masyarakat menjadi nasabah di bank syariah (Y).³

Secara parsial variabel faktor sosial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,613 > 1,995$). Faktor sosial adalah faktor yang dipengaruhi oleh kelompok sosial. Seperti kelompok acuan yaitu terdiri dari semua kelompok yang mempunyai pengaruh terhadap pendirian perilaku seseorang. Kemudian keluarga, yang merupakan kelompok primer yang paling berpengaruh. Yang terdiri dari orangtua, dari orangtua seseorang memperoleh suatu orientasi agama, politik, dan ekonomi serta rasa ambisi pribadi. Dan juga peran dan status sosial, bahwa setiap peran akan membawa status. Dimana seorang manajer penjualan

²Philip Kotler, *Op.Cit.*, hlm. 223.

³Nur Sopa Rambe, “Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Desa Sitaratit kec. Angkola Barat, Kab. Tapanuli Selatan untuk Menjadi Nasabah di Pegadaian Syariah” (Skripsi, IAIN Padangsidempuan, 2015), hlm. 9.

lebih tinggi daripada seorang karyawan kantor. Orang-orang memilih produk yang mengkomunikasikan peran dan status mereka kepada masyarakat.

Hal ini sejalan dengan pendapat sebuah teori yang dikemukakan oleh Philip Kotler terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku dan minat konsumen yaitu faktor budaya (menyangkut kebudayaan dan kelas sosial yang memperlihatkan stratifikasi sosial masyarakat), faktor sosial (menyangkut kelompok acuan seperti keluarga, peran dan status sosial), faktor pribadi (menyangkut usia dan siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup dan kepribadian), faktor psikologi (menyangkut motivasi, pengetahuan serta kepercayaan dan pendirian).⁴ Dengan demikian, faktor-faktor yang mempengaruhi minat salah satunya adalah faktor sosial.

Selain itu hasil penelitian ini juga didukung dengan hasil penelitian terdahulu dari skripsi Roni Andespa, menyatakan dalam penelitiannya “adanya pengaruh yang signifikan dan positif pada variabel sosial (X_2) terhadap variabel minat masyarakat menjadi nasabah di bank syariah (Y).”⁵

Secara parsial variabel faktor promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,592 > 1,995$). Faktor promosi adalah kegiatan menginformasikan produk untuk menarik calon konsumen. Promosi merupakan cara untuk memberitahukan kepada masyarakat, artinya keputusan terakhir setiap lembaga keuangan harus

⁴Philip Kotler, *Op. Cit.*, hlm. 223.

⁵Roni Andespa, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menabung di Bank Syariah” *Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*, volume 2, Nomor 1, Januari 2017, hlm. 45.

mempromosikan produk seluas mungkin kepada calon nasabah. Tanpa promosi masyarakat tidak akan mengenal suatu lembaga. Oleh karena itu, promosi sarana paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Salah satu tujuan promosi adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah baru.

Promosi dilakukan dengan berbagai cara, yaitu dengan periklanan yang dilakukan dalam bentuk tayangan, gambar atau kata-kata yang tertuang dalam spanduk, brosur, koran, majalah dan sebagainya. Kemudian promosi penjualan yaitu promosi yang digunakan untuk meningkatkan penjualan melalui potongan harga atau hadiah. Publisitas dilakukan untuk meningkatkan citra lembaga di depan para calon nasabah. Kemudian penjualan pribadi yang dilakukan melalui pribadi-pribadi karyawan dalam melayani serta memengaruhi karyawan.

Selain itu hasil penelitian ini juga didukung dengan hasil penelitian terdahulu dari skripsi Nurasni Lubis, menyatakan dalam penelitiannya “adanya pengaruh yang signifikan dan positif pada variabel promosi (X_3) terhadap variabel minat masyarakat menjadi nasabah di bank syariah(Y).⁶

Secara simultan variabel faktor pribadi, faktor sosial, dan faktor promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat dengan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($11,692 > 2,74$) dan nilai signifikan $< 0,1$ ($0,000 < 0,1$).

⁶Nurasni Lubis, “Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Kelurahan Pasar Kotanopan untuk Menjadi Nasabah di PT. PNM UlaMM Syariah Kotanopan” (Skripsi, IAIN Padangsidempuan, 2015), hlm. 8.

D. Keterbatasan Penulisan

Pelaksanaan penelitian ini disusun dengan langkah- langkah yang sedemikian rupa agar hasil yang didapat memuaskan. Namun, pada hakikatnya untuk mendapatkan hasil yang sempurna sangatlah sulit. Sebab, selama penelitian ini dibuat banyak sekali keterbatasan yang peneliti hadapai. Diantara keterbatasan yang dihadapi peneliti selama melakukan penelitian ini adalah:

1. Keterbatasan wawasan peneliti.
2. Keterbatasan tenaga, waktu dan dana peneliti untuk melakukan penelitian lebih lanjut.
3. Keterbatasan kemampuan peneliti dalam mengontrol nasabah yang hendak diberikan angket karena sebagian dari masyarakat enggan untuk mengisi angket yang telah disediakan sehingga memberikan kesulitan untuk peneliti dalam mendapatkan hasil. Walaupun demikian, peneliti tetap berusaha agar keterbatasan tidak mengurangi makna dari penelitian ini. Dengan kerja keras dan bantuan semua pihak akhirnya penelitian ini dapat diselesaikan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian peneliti, maka peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara parsial faktor pribadi berpengaruh positif terhadap minat masyarakat Desa Pargarutan Tonga untuk menjadi nasabah di bank syariah dilihat dari besar $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,056 > 1,995$).
2. Secara parsial faktor sosial berpengaruh positif terhadap minat masyarakat Desa Pargarutan Tonga untuk menjadi nasabah di bank syariah dilihat dari besar $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,613 > 1,995$).
3. Secara parsial faktor promosi berpengaruh positif terhadap minat masyarakat Desa Pargarutan Tonga untuk menjadi nasabah di bank syariah dilihat dari besar $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,592 > 1,995$).
4. Secara simultan (bersama- sama) faktor pribadi, faktor sosial, dan faktor promosi berpengaruh terhadap minat masyarakat menjadi nasabah di bank syariah dilihat dari besar $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($11,692 > 2,74$) dan nilai signifikan $< 0,1$ ($0,000 < 0,1$).

Berdasarkan hasil survey kepada masyarakat dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa:

1. Tindakan masyarakat dalam hal memilih bank syariah sangat rendah sehingga masyarakat Desa Pargarutan Tonga Kecamatan Angkola Timur

masih banyak yang menjadi nasabah di bank konvensional, walaupun mereka sudah mengetahui bank syariah.

2. Jika dilihat dari pekerjaan masyarakat Desa Pargarutan Tonga Kecamatan Angkola Timur yang mayoritas adalah petani, maka Desa Pargarutan Tonga memiliki potensi yang rendah untuk menjadi nasabah bank syariah, karena penghasilan yang pas-pasan dan hanya mencukupi kebutuhan sehari-hari, dengan demikian masyarakat Desa Pargarutan Tonga memiliki minat yang rendah untuk menjadi nasabah di bank syariah.
3. Masyarakat Desa Pargarutan Tonga Kecamatan Angkola Timur mempunyai banyak keberagaman, seperti pekerjaan, marga, penghasilan, kebutuhan dan sebagainya. Sehingga setiap orang tidak sama dalam hal mengambil keputusan, dan minat masyarakat juga tidak bisa disamakan untuk menjadi nasabah di bank syariah. Ada masyarakat yang membutuhkan bank syariah dan ada juga masyarakat yang tidak membutuhkan bank syariah.

B. Saran

Adapun saran yang bisa diberikan setelah melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Bagi Bank Syariah

Bagi bank syariah diharapkan bisa mengembangkan dan melakukan promosi dengan baik kepada masyarakat. Baik berupa tayangan, brosur, koran dan sebagainya. Supaya masyarakat lebih mengetahui bank syariah dan berminat untuk menjadi nasabah di bank syariah.

b. Bagi Masyarakat

Bagi masyarakat Desa Pargarutan Tonga disarankan untuk memilih menggunakan jasa bank syariah untuk mendapatkan transaksi yang halal dan berkah serta terhindar dari riba.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya agar dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor- faktor lain yang yang dapat mempengaruhi minat masyarakat menjadi nasabah di bank syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah Saeed, Bank Islam dan Bunga, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008.
- Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab, “*Psikologi Suatu Pengantar (Dalam Perspektif Islam)*”, Jakarta : Kencana, 2004.
- Andri Soemitra, Bank dan Lembaga Keuangan Syariah, Jakarta: Kencana, 2010.
- Danang Sunyoto, Metodologi Penelitian Akuntansi, Bandung : PT. Refika Aditama, 2013.
- Data Penduduk dari Kantor Kepala Desa Pargarutan Tonga, Februari 2018.
- Duwi Priyatno, Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS20, Yogyakarta : CV. Andi Offset, 2012.
- Elizabeth B. Hurlock, Perkembangan Anak, Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 1978.
- Faisal, “Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa untuk Menjadi Nasabah di Bank Syariah” Skripsi, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2005.
- H. Jaali, Psikologi Pendidikan, Jakarta: Bumi Aksara, 2011.
- Ismail, Perbankan Syariah, Jakarta: Kencana, 2011.
- Jaka Sriyana, Metode Regresi Data Panel, Yogyakarta : Ekonisia, 2014.
- Kementrian Agama RI, *Al- quran dan terjemahannya* (Jakarta: Al-Hanan. 2009
- M. Munandar Sulaeman, Ilmu Sosial Dasar: teori dan konsep ilmu sosial, Bandung: Eresco, 1989.
- M. Mursid, Manajemen Pemasaran, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2003.

- M. Quraish Shihab, *Tafsir Al Mishbah: pesan, kesan dan keserasian Al-Quran*, Jakarta: Lentera Hati, 2002.
- Melen Sterendisa, “ Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Produk Gadai di PT. Pegadaian Syariah KCP Simpang Patal Palembang” Skripsi, UIN Raden Fatah Palembang, 2016.
- Morissan, *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jakarta: Kencana, 2010.
- Mudjarat Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2009.
- Nur Sopa Rambe, “Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Desa Sitaratoit kec. Angkola Barat, Kab. Tapanuli Selatan untuk Menjadi Nasabah di Pegadaian Syariah” Skripsi, IAIN Padangsidempuan, 2015.
- Nurasni Lubis, “Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Kelurahan Pasar Kotanopan untuk Menjadi Nasabah di PT. PNM UlaMM Syariah Kotanopan” Skripsi, IAIN Padangsidempuan, 2015.
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Di Indonesia*, Jakarta: Salemba Empat, 2000.
- Roni Andespa, “Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menabung di Bank Syariah” *Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*, volume 2, Nomor 1, Januari 2017.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung : Alfabeta, 2012.
- , *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta, 2010.
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1993.
- Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Syariah*, Jakarta: Sinar Grafika, 2010.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTITAS PRIBADI

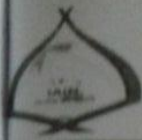
1. Nama Lengkap : Dahlia Samawati Siregar
2. Nama Panggilan : Dahlia
3. Tempat/ Tgl. Lahir : Padangsidempuan/ 22 Desember 1995
4. Agama : Islam
5. Jenis kelamin : Perempuan
6. Anak ke : 1 (satu) dari 2 (dua) Bersaudara
7. Alamat : Pargarutan Tonga
8. Kewarganegaraan : Indonesia
9. No. Telepon/ HP : 0822 7703 2005
10. Email : dahliasamawati777@gmail.com

II. IDENTITAS ORANGTUA

1. Ayah : Syamsuddin Siregar
2. Pekerjaan : Petani
3. Ibu : Sarawati Desmingso Marpaung
4. Pekerjaan : Petani
5. Alamat : Pargarutan Tonga

III. PENDIDIKAN

1. SD Negeri 102730 Pargarutan (2002-2008)
2. SMP Negeri 1 Angkola Timur (2008-2011)
3. SMK Negeri 1 Angkola Timur (2011-2014)
4. Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan (2014-2018)



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERIPADANGSIDIMPUAN
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jl. H. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733
 Telephone (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

nomor : B-369/In.14/G.5a/PP.009/ 12 /2017 08 Desember 2017
 amp : -
 perihal : *Permohonan Kesediaan Menjadi Pembimbing Skripsi*

Di-
 Bapak/Ibu :
Dr.H. Fatahuddin Aziz Siregar, M. Ag
Nurul Izzah, M.Si
 Di-
 Padangsidimpuan

Assalamu 'alaikum Wr.Wb

Dengan hormat, disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa berdasarkan hasil sidang Tim Pengkajian Kelayakan Judul Skripsi, telah ditetapkan judul Skripsi mahasiswa tersebut di bawah sebagai berikut :


- Nama : Dahlia Samawati Siregar
- NIM : 14 401 00084
- Fakultas/ Jurusan : FEBI/ Perbankan Syariah
- Judul : **Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Desa Pargarutan Tonga Kecamatan Angkola Timur Menjadi Nasabah Di Bank Syariah**

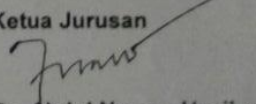
Seiring dengan hal tersebut, kami mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu menjadi Pembimbing I dan Pembimbing II penelitian penulisan Skripsi mahasiswa yang dimaksud dan melakukan penyempurnaan judul bila mana perlu.

Demikian kami sampaikan, atas kesediaan dan kerjasama yang baik dari Bapak/Ibu, kami ucapkan terimakasih.

Assalamu 'alaikum Wr.Wb.

Yang ditandatangani:

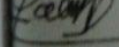

 Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M. Ag
 NIP. 19731128 200112 1 001

Ketua Jurusan

 Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si
 NIP. 19790525 200604 1 004

PERNYATAAN KESEDIAAN SEBAGAI PEMBIMBING

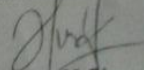
BERSEDIA/TIDAK BERSEDIA

PEMBIMBING I


 Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M. Ag
 NIP. 19731128 200112 1 001

BERSEDIA/TIDAK BERSEDIA

PEMBIMBING II


 Nurul Izzah, M.Si

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T.Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Padangsidempuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor : B- 284 /In.14/G/TL.00/4/2018

13 April 2018

Mohon Izin Riset

Kepala Dinas Kesatuan Bangsa
Kabupaten Tapanuli Selatan

Tapanuli Selatan

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan
menyatakan bahwa:

Nama : Dahlia Samawati Siregar
NIM : 1440100084
Semester : VIII (Delapan)
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan

adalah benar Mahasiswa Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN
Padangsidempuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul " **Faktor – Faktor yang
Mempengaruhi Minat Masyarakat Desa Pargarutan Tonga Kecamatan Angkola Timur
menjadi Nasabah di Bank Syariah** ".

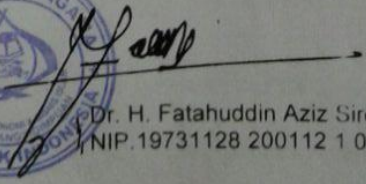
Sehubungan dengan itu, dimohon bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan izin riset dan
sesuai dengan maksud judul di atas.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas kerja sama yang baik diucapkan terima kasih.

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dekan,




Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag
NIP.19731128 200112 1 001



PEMERINTAH KABUPATEN TAPANULI SELATAN
KECAMATAN ANGKOLA TIMUR
DESA PARGARUTAN TONGA

Nomor : 082 / KP / 2018
Lamp : -
Perihal : Balasan dan Keterangan Penelitian

Pargarutan Tonga 21 Mei 2018
Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam
di-
Padangsidempuan

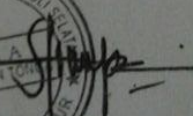
Dengan Hormat,

Menindaklanjuti surat yang diterima nomor surat B- 284/In.14/G/TL.00/4/2018 tanggal 13 April 2018, maka dengan ini menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

Nama : Dahlia Samawati Siregar
NIM : 14 401 00084
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Benar telah melaksanakan penelitian untuk menyelesaikan skripsinya yang berjudul "Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Desa Pargarutan Tonga Kecamatan Angkola Timur Menjadi Nasabah di Bank Syariah" mulai dari tanggal 13 April sampai selesai pada tanggal 21 Mei 2018.

Demikian surat keterangan ini kami perbuat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Kepala Desa Pargarutan Tonga

Syarif Sopandi Harahap, S.E



Lampiran 1

KUESIONER PENELITIAN

**FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT
DESA PARGARUTAN TONGA KECAMATAN ANGKOLA TIMUR
MENJADI NASABAH DI BANK SYARIAH**

Yth:

Bapak/ Ibu/ Sdr/i

1. Dengan segala kerendahan hati, penulis mohon kesediaan Bapak/ Ibu/ Sdr/i untuk mengisi daftar pernyataan ini dengan sejujurnya sesuai dengan kenyataan yang ada.
2. Kuesioner ini dibuat untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam rangka menyusun skripsi yang merupakan syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah, dengan judul, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Desa Pargarutan Tonga Kecamatan Angkola Timur Menjadi Nasabah di Bank Syariah”.
3. Untuk mencapai maksud tersebut, saya memohon kesediaan Bapak/ Ibu/ Sdr/i untuk mengisi kuesioner ini dengan memilih jawaban yang telah disediakan.
4. Atas kesediaan Bapak/ Ibu/ Sdr/i meluangkan waktu membantu saya mengisi kuesioner ini saya ucapkan terimakasih.

Padangsidempuan,

2018

Penulis

Dahlia Samawati Siregar

1. Faktor Pribadi (X₁)

No.	Pernyataan	Skala Pengukuran Tanggapan Responden				
		SS	S	RR	TS	STS
1	Membuka tabungan di bank syariah tidak ada batasan usia					
2	Menggunakan jasa bank syariah sangat sesuai dengan kondisi usia saya					
3	Dengan membuka tabungan di bank syariah pekerjaan saya menjadi lancar					
4	Hasil dari pekerjaan saya, saya simpan di rekening tabungan bank syariah					
5	Saya memiliki penghasilan yang tidak menentu setiap bulannya					
6	Kadang- kadang penghasilan yang saya dapatkan tidak bisa memenuhi kebutuhan keluarga					
7	Kebutuhan- kebutuhan yang harus dipenuhi setiap harinya akan terus mengalami kenaikan					
8	Ketika saya memiliki uang lebih, saya tidak tertarik untuk menabungnya					
9	Saya menggunakan bank syariah karena sesuai dengan kebutuhan saya					
10	Mempunyai tabungan bank syariah menjadikan saya lebih percaya diri					
11	Saya menggunakan bank syariah karena					

	sesuai dengan kepribadian saya					
12	Saya sangat suka dengan hal- hal yang berhubungan dengan Islam					

2. Faktor Sosial (X₂)

No.	Pernyataan	Skala Pengukuran Tanggapan Responden				
		SS	S	RR	TS	STS
1	Saya tertarik menggunakan bank syariah karena orang- orang disekitar saya juga menggunakan bank syariah					
2	Saya merasa konflik dalam keluarga disebabkan karena kurang banyaknya pendapatan					
3	Saya tidak pernah disarankan oleh anggota keluarga untuk menggunakan bank syariah					
4	Saya merasa perlu melakukan pengawasan terhadap anggota keluarga ketika akan membelanjakan uang					
5	Di dalam bermasyarakat saya hanya sebagai masyarakat biasa					
6	Saya termasuk orang yang kurang memperhatikan kebutuhan pribadi dari setiap anggota keluarga					

3. Faktor Promosi (X₃)

No.	Pernyataan	Skala Pengukuran Tanggapan Responden				
		SS	S	RR	TS	STS
1	Saya pernah menerima brosur- brosur mengenai bank syariah dari seseorang					
2	Saya sering mendengar iklan bank syariah dari radio ataupun dari televisi					
3	Saya suka dengan ide kreatif yang ditampilkan bank syariah dalam iklan					
4	Dengan adanya iklan tersebut masyarakat mengetahui lokasi bank syariah					
5	Walaupun saya sudah mengetahui bank syariah dari iklan, tetapi saya belum tertarik menggunakan bank syariah					
6	Saya suka brosur yang dikeluarkan bank syariah dengan ukuran yang mudah dibawa					
7	Saya tertarik untuk menggunakan jasa bank syariah setelah melihat iklan					
8	Saya sering melihat karyawan bank syariah melaksanakan promosi langsung kepada masyarakat					
9	Karyawan bank syariah melakukan promosi dengan baik dan jelas					
10	Saya menggunakan jasa bank syariah karena memiliki citra yang positif di mata masyarakat					

4. Minat Masyarakat (Y)

No.	Pernyataan	Skala Pengukuran Tanggapan Responden				
		SS	S	RR	TS	STS
1	Saya mengetahui lokasi bank syariah dan tidak termotivasi untuk menggunakannya					
2	Saya menggunakan bank syariah karena dorongan dari orang lain					
3	Saya beranggapan bahwa bank syariah dan bank konvensional sama saja					
4	Saya merasa bahwa saya tidak akan paham mengenai bank syariah					
5	Saya tidak pernah menggunakan jasa bank syariah karena saya merasa tidak ada pengetahuan terhadap bank syariah					
6	Keluarga saya yang lain tidak ada yang menggunakan bank syariah					
7	Saya menggunakan bank syariah karena tertarik setelah melihat iklan bank syariah					
8	Saya menggunakan bank syariah karena sesuai dengan kebutuhan saya					
9	Saya menyukai bank syariah karena saya beragama Islam					
10	Saya berminat menabung di bank syariah karena saya ingin menjauhkan diri dari riba					

Lampiran 2

HASIL KUESIONER VARIABEL FAKTOR PRIBADI (X ₁)													
KODE	BUTIR SOAL												TOTAL
RESPONDEN	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
R.01	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	51
R.02	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	52
R.03	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	5	5	48
R.04	5	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	46
R.05	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	5	47
R.06	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	5	5	46
R.07	4	4	4	4	3	4	5	2	4	4	5	5	48
R.08	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	46
R.09	5	4	5	4	4	3	4	4	4	4	3	4	48
R.10	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	52
R.11	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	49
R.12	4	4	4	5	3	4	3	4	4	3	4	5	47
R.13	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	5	44
R.14	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	46
R.15	5	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	5	50
R.16	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	5	49
R.17	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	5	50
R.18	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	5	47
R.19	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	47
R.20	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	48
R.21	4	4	4	5	4	4	3	4	4	5	3	5	49
R.22	5	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	47

R.23	4	4	4	3	4	4	5	4	3	4	4	5	48
R.24	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	49
R.25	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47
R.26	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	3	5	51
R.27	5	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	3	48
R.28	4	5	4	4	4	4	4	5	3	5	3	3	48
R.29	4	5	3	4	3	4	4	5	4	3	4	4	47
R.30	4	4	4	4	4	3	5	5	4	3	4	4	48
R.31	5	5	4	4	4	4	5	4	5	3	4	4	51
R.32	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	3	52
R.33	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	3	4	50
R.34	4	4	5	4	4	5	3	4	3	4	2	4	46
R.35	4	3	5	3	4	4	3	4	5	4	4	4	47
R.36	5	3	4	4	4	3	4	5	4	3	4	5	48
R.37	4	4	5	4	4	5	3	4	4	4	4	5	50
R.38	5	4	5	3	4	4	4	3	4	3	4	3	46
R.39	4	4	4	4	3	5	5	4	4	4	3	4	48
R.40	4	4	5	5	3	5	3	4	4	4	4	4	49
R.41	4	4	4	4	4	5	3	5	4	3	4	4	48
R.42	4	5	5	4	3	5	3	4	3	4	5	4	49
R.43	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	48
R.44	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	51
R.45	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	3	49
R.46	4	4	4	4	3	5	4	2	4	4	3	4	45
R.47	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	47
R.48	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	49
R.49	4	4	3	4	4	2	3	3	4	4	4	4	43

R.50	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	45
R.51	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	5	46
R.52	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	46
R.53	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	46
R.54	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	47
R.55	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	54
R.56	4	5	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	49
R.57	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	47
R.58	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	47
R.59	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	46
R.60	5	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	5	48
R.61	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	51
R.62	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	50
R.63	5	4	4	4	4	5	4	3	4	4	5	5	51
R.64	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	50
R.65	1	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	5	42
R.66	5	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	5	47
R.67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	49
R.68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	49
R.69	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	52
R.70	5	4	5	3	5	5	4	3	5	4	4	5	52
R.71	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	48
R.72	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	45

Lampiran 3

HASIL KUESIONER VARIABEL FAKTOR SOSIAL (X ₂)							
KODE	BUTIR SOAL						TOTAL
RESPONDEN	1	2	3	4	5	6	
R.01	5	4	4	4	4	4	25
R.02	4	4	4	4	4	5	25
R.03	5	4	4	4	4	4	25
R.04	4	4	4	4	4	3	23
R.05	4	4	4	4	4	4	24
R.06	4	4	4	4	4	5	25
R.07	4	4	4	4	5	4	25
R.08	3	4	4	4	4	4	23
R.09	4	4	4	4	4	4	24
R.10	5	5	4	4	4	4	26
R.11	4	4	4	4	4	3	23
R.12	4	4	4	4	3	4	23
R.13	4	4	4	3	4	4	23
R.14	5	4	4	4	4	3	24
R.15	5	4	4	4	4	4	25
R.16	4	4	4	4	4	4	24
R.17	5	4	4	4	4	4	25
R.18	5	4	4	4	4	4	25
R.19	4	4	4	4	4	4	24
R.20	5	4	4	4	4	4	25
R.21	4	4	5	4	4	3	24
R.22	5	4	5	4	4	4	26

R.23	4	4	4	3	4	4	23
R.24	4	4	5	5	4	4	26
R.25	5	4	4	4	4	3	24
R.26	5	4	4	3	4	5	25
R.27	4	4	4	3	4	4	23
R.28	5	4	4	5	4	5	27
R.29	4	3	4	4	3	4	22
R.30	4	5	5	4	4	4	26
R.31	5	5	4	4	4	5	27
R.32	4	4	4	3	4	5	24
R.33	4	3	5	4	4	5	25
R.34	5	4	4	5	3	4	25
R.35	4	4	4	5	4	4	25
R.36	5	4	4	4	5	4	26
R.37	4	4	5	4	5	4	26
R.38	4	4	4	5	4	4	25
R.39	5	4	5	4	4	4	26
R.40	4	5	4	4	4	4	25
R.41	5	4	5	4	4	4	26
R.42	4	4	4	4	5	4	25
R.43	5	5	4	4	4	4	26
R.44	5	4	4	4	4	4	25
R.45	5	4	5	4	5	4	27
R.46	4	4	4	4	4	5	25
R.47	4	3	4	5	4	4	24
R.48	5	4	4	4	4	4	25
R.49	5	4	4	4	4	5	26

R.50	4	4	3	4	4	4	23
R.51	4	4	4	3	4	4	23
R.52	4	4	4	4	4	5	25
R.53	4	4	5	3	4	4	24
R.54	4	4	4	4	4	4	24
R.55	5	4	4	3	4	5	25
R.56	4	4	4	4	4	4	24
R.57	5	5	4	4	4	4	26
R.58	4	3	3	4	3	4	21
R.59	4	4	4	3	4	4	23
R.60	4	4	4	4	4	4	24
R.61	4	4	2	4	4	4	22
R.62	4	4	4	4	4	3	23
R.63	5	5	3	4	3	4	24
R.64	4	4	4	4	4	3	23
R.65	4	4	4	4	4	4	24
R.66	5	5	4	4	4	4	26
R.67	4	5	4	4	4	2	23
R.68	5	4	4	4	3	4	24
R.69	4	4	5	3	3	4	23
R.70	5	4	4	4	4	4	25
R.71	4	4	4	4	4	4	24
R.72	4	4	4	4	4	4	24

R.23	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	40
R.24	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	40
R.25	3	5	4	4	4	4	4	4	4	5	41
R.26	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	42
R.27	5	4	5	5	4	4	4	5	4	3	43
R.28	4	4	4	5	4	3	4	4	4	5	41
R.29	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	42
R.30	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	43
R.31	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	43
R.32	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	42
R.33	4	4	5	4	4	5	5	5	4	3	43
R.34	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	42
R.35	4	5	5	4	5	4	4	3	4	4	42
R.36	4	4	5	3	4	4	4	4	5	4	41
R.37	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	43
R.38	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	44
R.39	3	4	4	4	3	4	4	4	4	5	39
R.40	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	43
R.41	4	4	4	5	4	4	4	3	4	5	41
R.42	4	4	4	4	2	4	4	3	5	4	38
R.43	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	42
R.44	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	40
R.45	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	42
R.46	4	4	4	4	4	5	5	3	4	4	41
R.47	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	40
R.48	4	4	4	4	5	4	3	5	4	4	41
R.49	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	40

R.50	5	4	4	4	4	3	4	4	4	3	39
R.51	3	4	5	4	4	4	5	3	4	3	39
R.52	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	40
R.53	5	4	4	4	3	4	4	3	4	3	38
R.54	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	40
R.55	4	5	5	3	4	4	4	4	3	4	40
R.56	5	4	3	4	4	4	4	4	3	4	39
R.57	5	4	4	3	4	4	4	4	3	4	39
R.58	4	4	4	3	5	4	4	5	4	4	41
R.59	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
R.60	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	38
R.61	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	43
R.62	4	4	3	4	4	4	3	4	3	5	38
R.63	4	4	5	4	3	4	4	4	3	5	40
R.64	4	2	4	4	4	3	4	4	4	4	37
R.65	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
R.66	4	5	3	4	4	4	4	3	4	3	38
R.67	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	42
R.68	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	37
R.69	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	40
R.70	4	4	4	5	2	3	5	4	4	2	37
R.71	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	38
R.72	4	4	4	4	4	5	4	3	4	5	41

Lampiran 5

HASIL KUESIONER VARIABEL MINAT MASYARAKAT (Y)											
KODE	BUTIR SOAL										TOTAL
RESPONDEN	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
R.01	4	4	4	3	4	4	5	4	5	5	42
R.02	5	4	5	4	4	3	4	4	5	5	43
R.03	4	4	4	3	4	4	5	4	5	4	41
R.04	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	42
R.05	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	43
R.06	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	43
R.07	3	4	4	4	5	4	4	4	5	5	42
R.08	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	41
R.09	4	4	4	3	4	4	4	3	5	5	40
R.10	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	42
R.11	5	4	4	4	3	4	4	4	5	5	42
R.12	4	5	4	4	5	4	4	4	3	5	42
R.13	3	4	4	4	5	4	4	4	5	5	42
R.14	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	44
R.15	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	44
R.16	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	43
R.17	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	45
R.18	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
R.19	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	45
R.20	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	44
R.21	4	4	5	5	4	4	4	4	4	3	41
R.22	4	5	4	4	4	4	3	4	4	5	41

R.23	4	3	4	5	4	4	4	4	5	5	42
R.24	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	41
R.25	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	44
R.26	4	4	5	5	4	4	2	4	4	5	41
R.27	5	4	4	4	5	4	3	4	4	5	42
R.28	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	44
R.29	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	44
R.30	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	45
R.31	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	43
R.32	4	4	4	5	4	4	4	3	5	4	41
R.33	5	4	4	4	4	3	5	4	4	5	42
R.34	5	5	3	5	4	4	4	4	5	4	43
R.35	4	5	5	4	4	5	4	3	5	5	44
R.36	3	4	4	5	3	4	4	4	4	5	40
R.37	4	4	5	4	4	3	5	4	5	4	42
R.38	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	45
R.39	4	3	4	4	3	5	5	4	5	5	42
R.40	4	3	4	4	5	4	4	5	3	4	40
R.41	5	5	4	3	5	4	4	4	4	4	42
R.42	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	45
R.43	4	4	4	5	2	4	4	4	5	5	41
R.44	4	5	4	4	4	4	3	4	5	4	41
R.45	4	5	3	4	3	4	4	4	4	5	40
R.46	4	3	5	4	3	4	4	4	4	4	39
R.47	4	4	5	4	5	3	4	4	4	4	41
R.48	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	42
R.49	5	4	4	3	4	4	3	4	5	5	41

R.50	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	40
R.51	5	4	4	4	4	2	3	4	4	5	39
R.52	4	4	3	4	3	5	4	4	5	5	41
R.53	5	4	3	4	4	4	4	5	4	4	41
R.54	4	3	4	3	4	4	4	4	4	5	39
R.55	4	3	4	4	3	4	4	5	4	5	40
R.56	5	3	4	4	2	4	4	4	5	5	40
R.57	4	4	4	3	5	4	4	4	5	5	42
R.58	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	44
R.59	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	43
R.60	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	41
R.61	4	3	4	4	3	5	4	4	5	5	41
R.62	3	4	4	5	4	3	4	4	5	5	41
R.63	4	4	3	4	5	4	4	4	5	5	42
R.64	5	4	4	3	5	4	4	3	4	5	41
R.65	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	43
R.66	4	4	5	4	4	2	5	4	5	5	42
R.67	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	43
R.68	5	4	3	4	4	4	3	4	4	5	40
R.69	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	40
R.70	5	5	4	4	4	1	2	4	5	5	39
R.71	4	4	4	5	4	3	4	4	5	5	42
R.72	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	42

Lampiran 6

Tabel r Product Moment

df= (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Lampiran 7

Tabel t (Pada Taraf Signifikansi 10%)

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.0129	2.41019	2.68701	3.2771
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.6822	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.6789	1.29685	1.67252	2.00324	2.3948	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.2368
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.001	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.6786	1.29582	1.67065	2.0003	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.2293
62	0.67847	1.29536	1.6698	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.6784	1.29513	1.6694	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.3851	2.6536	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.3833	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.2126
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.6479	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.6666	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.666	1.993	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.2931	1.66571	1.99254	2.3778	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.9921	2.3771	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.6412	3.19948
78	0.67765	1.2925	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.6395	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

Lampiran 8

Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80

75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78

B. Hasil Output SPSS Uji Reliabilitas

1. Hasil Output SPSS Uji Reliabilitas Faktor Pribadi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,722	13

2. Hasil Output SPSS Uji Reliabilitas Faktor Sosial

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,664	7

3. Hasil Output SPSS Uji Reliabilitas Faktor Promosi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,733	11

4. Hasil Output SPSS Uji Reliabilitas Faktor Minat

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,707	11

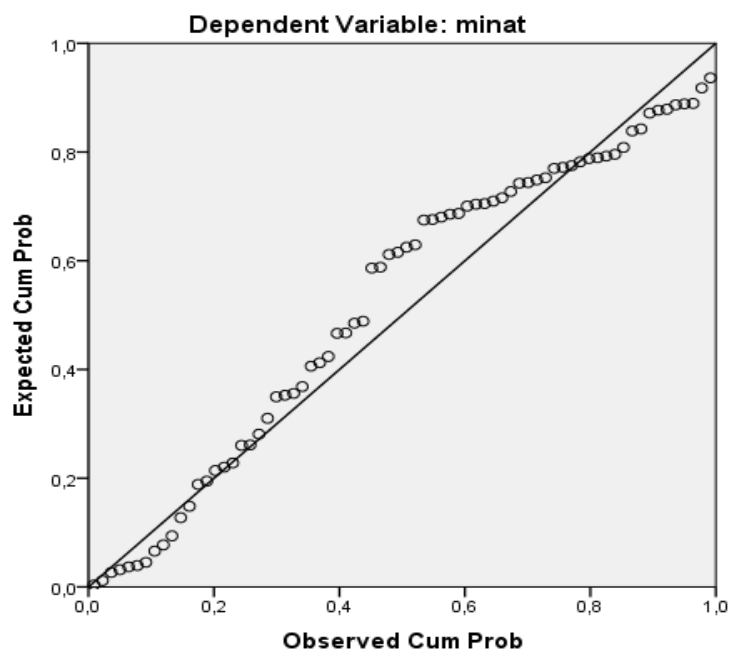
C. Hasil Output SPSS Uji Normalitas

Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		72
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,10150267
Most Extreme Differences	Absolute	,092
	Positive	,033
	Negative	-,092
Test Statistic		,092
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Hasil Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



D. Hasil Output SPSS Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinearitas

Hasil Uji Multikolinearitas

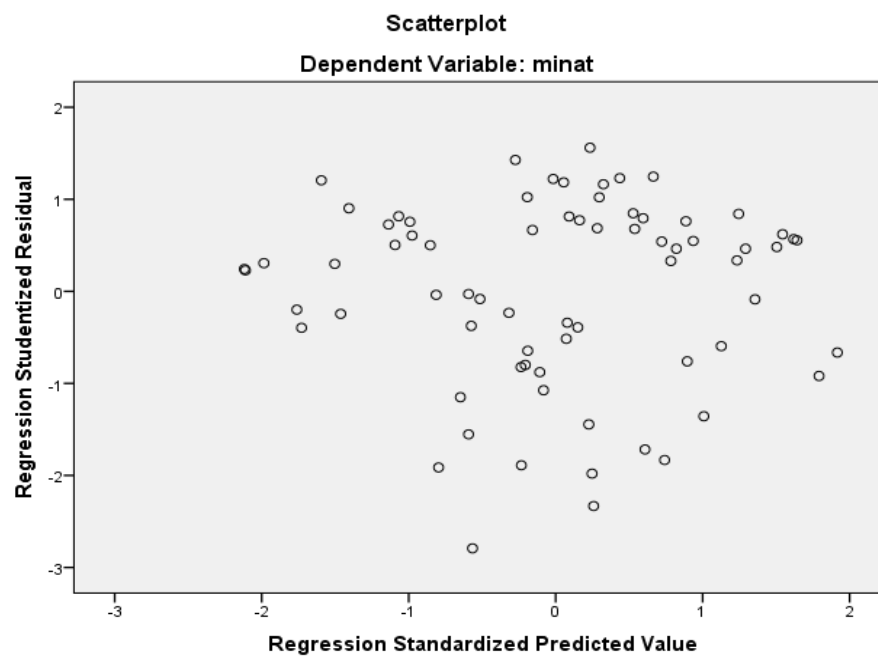
Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Pribadi	,955	1,047
Sosial	,918	1,090
Promosi	,937	1,067

a. Dependent Variable: minat

2. Uji Heteroskedastisitas

Hasil Uji Heteroskedastisitas



E. Hasil Output SPSS Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil Analisis Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	5,125	7,618
Pribadi	,196	,096
Sosial	,882	,244
Promosi	,320	,124

F. Hasil Output SPSS Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,583 ^a	,340	,311	6,090	1,507

a. Predictors: (Constant), promosi, pribadi, sosial

b. Dependent Variable: minat

G. Hasil Output SPSS Uji Hipotesis

1. Uji Signifikansi Parsial (uji t)

Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model	T	Sig.
(Constant)	-,673	,503
Pribadi	2,056	,044
Sosial	3,613	,001
Promosi	2,592	,012

a. Dependen Variabel : Minat

2. Uji Signifikansi Simultan (uji F)

Hasil Signifikansi Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1300,928	3	433,643	11,692	,000 ^b
Residual	2521,947	68	37,087		
Total	3822,875	71			

a. Dependent Variable: minat

b. Predictors: (Constant), promosi, pribadi, sosial



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERIPADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. H. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telephone (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor : B- /In.14/G.5a/PP.009/ 12 /2017
Desember 2017

Lamp : -

Perihal : *Permohonan Kesediaan Menjadi
Pembimbing Skripsi*

Yth.

Bapak/Ibu :

1. Dr.H. Fatahuddin Aziz Siregar, M. Ag

2. Nurul Izzah, M.Si

Di-

Padangsidimpuan

Assalamu 'alaikum Wr.Wb

Dengan hormat, disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa berdasarkan hasil sidang Tim Pengkajian Kelayakan Judul Skripsi, telah ditetapkan judul Skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini sebagai berikut :

Nama : Dahlia Samawati Siregar
NIM : 14 401 00084
Fakultas/ Jurusan : FEBI/ Perbankan Syariah
Judul : **Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Desa Pargarutan Tonga Kecamatan Angkola Timur Menjadi Nasabah Di Bank Syariah**

Seiring dengan hal tersebut, kami mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu menjadi Pembimbing I dan Pembimbing II penelitian penulisan Skripsi mahasiswa yang dimaksud dan dilakukan penyempurnaan judul bila mana perlu.

Demikian kami sampaikan, atas kesediaan dan kerjasama yang baik dari Bapak/Ibu, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu 'alaikum Wr.Wb.

Mengetahui:

Dekan

Ketua Jurusan

**Dr.H. Fatahuddin Aziz Siregar, M. Ag
Hasibuan, S.E., M.Si
NIP. 19731128 200112 1 001
1 004**

**Dr. Abdul Nasser
NIP. 19790525 200604**

PERNYATAAN KESEDIAAN SEBAGAI PEMBIMBING

BERSEDIA/TIDAK BERSEDIA
BERSEDIA/TIDAKBERSEDIA
PEMBIMBING I

PEMBIMBING II

Dr.H. Fatahuddin Aziz Siregar, M. Ag
NIP. 19731128 200112 1 001

Nurul Izzah, M.Si



PEMERINTAH KABUPATEN TAPANULI SELATAN
KECAMATAN ANGKOLA TIMUR
DESA PARGARUTAN TONGA

Pargarutan Tonga, Mei

2018

Nomor :

Kepada Yth,

Lamp : -

Dekan Fakultas Ekonomi

dan

Perihal : Balasan dan Keterangan Penelitian

Bisnis Islam

di-

Padangsidempuan

Dengan Hormat,

Menindaklanjuti surat yang diterima nomor surat B-284/In.14/G/TL.00/4/2018 tanggal 13 April 2018, maka dengan ini menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

Nama : Dahlia Samawati Siregar

NIM : 14 401 00084

Jurusan : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Benar telah melaksanakan penelitian untuk menyelesaikan skripsinya yang berjudul “Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Desa Pargarutan Tonga Kecamatan Angkola Timur Menjadi Nasabah di Bank Syariah” mulai dari tanggal 13 April sampai selesai pada tanggal 21 Mei 2018.

Demikian surat keterangan ini kami perbuat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Kepala Desa Pargarutan Tonga

Syahrul Sopandi Harahap, S.E

