



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH
MEMILIH TABUNGAN SAHABAT PADA PT. BANK MUAMALAT
INDONESIA, Tbk CABANG PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat

Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (SE)

Dalam Bidang Perbankan Syariah

Oleh:

ZULFAN ASMARA

NIM. 12 220 0176

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)

PADANGSIDIMPUAN

2018



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH
MEMILIH TABUNGAN SAHABAT PADA PT. BANK MUAMALAT
INDONESIA, Tbk CABANG PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat

Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (SE)

Dalam Bidang Perbankan Syariah

Oleh:

ZULFAN ASMARA

NIM. 12 220 0176

PEMBIMBING I

Nofnawati, MA

NIP. 19821116 201101 2 003

PEMBIMBING II

H. Ali Hardana M.Si

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)

PADANGSIDIMPUAN

2019



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

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

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **Zulfan Asmara**
Lampiran : 7 (Tujuh) Eksemplar

Padangsidempuan, Oktober 2018
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Padangsidempuan
Di-
Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **Zulfaan Asmara** yang berjudul "**Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Memilih Tabungan Sahabat Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan.

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

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerja sama dari Bapak, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I

Nofinawati, MA
NIP. 19821116 201101 2 003

PEMBIMBING II

H. Ali Hardana, M.Si

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan nama Allah Yang Maha Pengasih Lagi Maha Penyayang. Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zulfan Asmara
NIM : 12 220 0176
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Memilih Tabungan Sahabat Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan.

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya serahkan ini adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri, kecuali berupa kutipan-kutipan dari buku-buku bahan bacaan dan hasil wawancara.

Seiring dengan hal tersebut, bila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini merupakan hasil plagiasi atau sepenuhnya dituliskan pada pihak lain, maka Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan dapat menarik gelar keserjanaan dan ijazah yang telah saya terima.

Padangsidimpuan, 6 November 2018

Yang Membuat Pernyataan,



Zulfan Asmara
NIM. 12 220 0176

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Institut Agama Negeri Islam Padangsidimpuan. Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Zulfan Asmara
NIM : 12 220 0176
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah
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 Nasabah Memilih Tabungan Sahabat Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan** 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 peneliti dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidimpuan,
Pada tanggal : 06 November 2018

Yang menyatakan,



Zulfan Asmara

NIM. 12 220 0176



Bank Muamalat

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

043/B/KC PSP-SRT/IV/2018

Padangsidempuan, 24 April 2018

8 Sya'ban 1439 H

Jasa: Prib

Dekan FEBI IAIN Padangsidempuan

Tempat

Perihal: Keterangan izin riset

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Semoga ALLAH SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan karunia-NYA kepada kita semua dalam menjalankan aktivitas sehari-hari, Aamiin YRA.

Sehubungan dengan surat dari Dekan FEBI IAIN Padangsidempuan perihal izin riset bernomor B-EB/In.14/G/TL.00/4/2018 tanggal surat 05 April 2018 dan dengan ini kami menerangkan:

Nama : ZULFAN ASMARA
NIM : 122200176
Semester : XII (Dua belas)
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan

Dengan judul skripsi "**Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Memilih Tabungan Sabahat pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan**" *telah kami terima dan berikan izin* untuk melakukan riset serta pengambilan data pendukung yang diperlukan untuk selesainya judul skripsi tersebut diatas dengan ketentuan tidak melanggar kode etik dan kerahasiaan nasabah dan Bank.

Demikianlah surat ini dikeluarkan untuk dapat dipergunakan seperlunya oleh yang bersangkutan.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk

KCU Padangsidempuan


Bank Muamalat
KANTOR CABANG PADANGSIDEMPUNAN

Muhammad Helmi

Branch Manager



**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
Tel.(0634) 22080 Fax.(0634) 24022

**DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

Nama : ZULFAN ASMARA
NIM : 12 220 0176
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Memilih Tabungan Sahabat Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan

Ketua

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

Sekretaris

Muhammad Isa, S.T., M.M
NIP. 19800605 201101 1 003

Anggota

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

Muhammad Isa, S.T., M.M
NIP. 19800605 201101 1 003

Windari, SE., M.A
NIP. 19830510 200503 2 003

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

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah :

Di : Padangsidimpuan
Hari/Tanggal : Sabtu/ 10 November 2018
Pukul : 10.00 s/d 12.30 WIB
Hasil/ Nilai : 79 (B)
IPK : 3,09
Predikat : Amat Baik



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

PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH MEMILIH TABUNGAN SAHABAT PADA PT. BANK MUAMALAT INDONESIA, Tbk CABANG PADANGSIDIMPUAN

NAMA : ZULFAN ASMARA
NIM : 12 220 0176

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

Padangsidimpuan, 13 Maret 2019
Dekan,



Dr. Darwis Harahap, S. HI., M.Si
NIP. 19780818 200901 1 015

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, segala puji syukur kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Untaian shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada insan mulia Nabi Muhammad SAW, figur seorang pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani, *madinatul 'ilmi*, pencerah dunia dari kegelapan, berserta keluarga dan para sahabatnya. Amin.

Skripsi ini berjudul Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Memilih Tabungan Sahabat Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan, ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur, peneliti berterimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, M.CL selaku Rektor IAIN Padangsidempuan, Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag selaku Wakil Rektor I, Bapak Dr. Anhar, M.A selaku Wakil Rektor II dan Bapak Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag selaku Wakil Rektor III.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan Bapak Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, SE., M.Si, Selaku Wakil Dekan I, Bapak Drs. Kamaluddin, M.Ag, selaku Wakil Dekan II dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag, Selaku Wakil Dekan III.
3. Ibu Nofinawati, M.A Selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Padangsidempuan.
4. Ibu Nofinawati, M.A sebagai dosen Pembimbing I dan bapak H. Ali Hardana, M.Si sebagai dosen pembimbing II yang telah berkenan meluangkan waktu, mencurahkan segenap perhatian untuk memberikan pencerahan dan pengarahan yang begitu berharga dan berguna bagi peneliti, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

5. Para Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan yang telah memberikan ilmunya kepada penulis selama masa kuliah.
6. Para Karyawan Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan, yang telah berbaik hati memberikan pinjaman buku kepada penulis guna mempermudah dalam pengumpulan data sekunder.
7. Kepada Kedua Orangtua ayahanda Jumin dan ibunda Parsumi yang super luar biasa. Terimakasih atas segalanya, segala yang mengalir, menetes, tercurah dan dicurahkan semuanya tanpa henti, tanpa pamrih untuk senantiasa selalu mendoakan dan merestui peneliti dalam menuntaskan studi demi meraih cita dan cinta, dan juga kepada seluruh keluarga peneliti yang telah memberikan motivasi dan penyusunan skripsi ini.
8. Bapak Muhammad Helmi selaku Pimpinan Cabang Bank Muamalat Padangsidmpuan, dan begitu juga kepada abanganda Riski Fahlevi selaku karyawan di Bank Muamalat Cabang Padangsidimpuan.
9. Sahabat seperjuangan PS-4 angkatan 2012, Riski, Dedi, Hilmi, Habib dan yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu namanya, dan terimakasih juga kepada rekan PS yang lainnya yang telah memberikan support pada peneliti.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Akhirnya penulis mengucapkan sara syukur yang tak terhingga kepada ALLAH SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan baik. Penulis menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada penulis sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati penulis mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan penulis.

Padangsidimpuan, 6 November 2018
Peneliti

ZULFAN ASMARA
NIM. 12 220 0176

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. 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 dilambangkan	Tidak dilambangkan
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
ص	šad	š	esdan ye
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za	z	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

2. Vokal

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

- a. Vokal Tunggal adalah vocal 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

- b. Vokal Rangkap adalah vocal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
.....يْ	fathah dan ya	Ai	a dan i
و.....	fathah dan wau	Au	a dan u

- c. Maddah adalah vocal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
.....ا.....	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
.....ى	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah
.....و	ḍommah dan wau	ū	u dan garis di atas

3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

- a. Ta marbutah hidup yaitu Ta marbutah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan ḍommah, transliterasinya adalah /t/.
- b. Ta marbutah mati yaitu Ta marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

4. 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.

5. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

ا. Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

- a. 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.
- b. 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.

6. 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.

7. 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.

8. Huruf Kapital

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

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

9. 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 : Zulfan Asmara
Nim : 12 220 0176
Judul : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Memilih Tabungan Sahabat Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.

Promosi dan pelayanan merupakan suatu kegiatan yang ditawarkan oleh instansi atau perusahaan kepada nasabahnya yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Pada umumnya promosi dan pelayanan memiliki peran penting dalam pengambilan keputusan untuk memilih produk tabungan ataupun produk lainnya. Biasanya nasabah sudah bisa langsung memutuskan setelah menerima informasi ataupun mendengar promosi secara langsung dan melihat pelayanan ataupun merasakan pelayanan secara langsung yang di sediakan perusahaan. Maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh promosi dan pelayanan terhadap minat secara parsial terhadap minat nasabah memilih tabungan sahabat apakah terdapat pengaruh secara simultan antara promosi dan pelayanan terhadap minat nasabah memilih tabungan sahabat pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Padangsidempuan.

Pada teori sebelumnya telah dijelaskan bahwa Promosi merupakan alat komunikasi antara perusahaan dan konsumen sedangkan Pelayanan adalah kegiatan pemberian jasa dari perusahaan kepada konsumennya dan kedua hal tersebut akan berpengaruh terhadap Minat konsumen.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, dengan menggunakan analisis data metode analisis regresi berganda. Dengan pengolahan data yang diambil menggunakan perhitungan statistic SPSS versi 22.0. Dan teknik pengumpulan data meliputi wawancara dan angket. Jumlah responden pada penelitian ini sebanyak 100 nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Padangsidempuan. Adapun alat analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji linieritas, uji multikolonieritas, uji analisis berganda, uji determinasi (R^2), uji t dan uji F.

Hasil uji t yang dilakukan diperoleh $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1,030 < 1,660$) maka H_a ditolak untuk promosi, sedang untuk variabel pelayanan diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,857 > 1,660$) maka H_a diterima. Dan dari hasil uji F diperoleh $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($74,801 > 3,09$), maka H_a diterima. Selanjutnya untuk nilai sig. Sebesar 0,000 sehingga nilai sig. < dari 0,5 maka H_a diterima. Jadi dapat disimpulkan promosi dan pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap minat nasabah memilih tabungan sahabat pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Padangsidempuan.

Kata Kunci: Pengaruh Promosi Dan Pelayanan Terhadap Minat

DAFTAR ISI

Halaman Judul/Sampul	
Halaman Pengesahan Pembimbing	
Surat Pernyataan Pembimbing	
Surat Pernyataan Menyusun Skripsi Sendiri	
Surat Pernyataan Bersedia Publikasi Skripsi	
Berita Acara Ujian <i>Munqasah</i>	
Halaman Pengesahan Ketua	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Batasan Masalah	7
D. Definisi Operasional Variabel	8
E. Rumusan Masalah	9
F. Tujuan Penelitian	9
G. Kegunaan Penelitian	10
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Kerangka Teori	11
1. Bank Syariah	11
2. Minat	13
a. Pengertian Minat	13
b. Faktor-faktor Terbentuknya Minat	15
c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat	15
d. Minat Dalam Pandangan Islam	16
3. Promosi	17
a. Pengertian Promosi	17
b. Jenis-jenis Promosi Perbankan	18
c. Promosi Dalam Pandangan Islam	20
4. Pelayanan	21
a. Pengertian Pelayanan	21
b. Etika Pelayanan Nasabah	23
c. Dimensi Pelayanan.....	24
d. Sikap-sikap Untuk Melayani.....	25

e. Pelayanan Menurut Pandangan Islam	26
5. Tabungan Sahabat	27
a. Manfaat Dan Kelebihan Tabungan Sahabat.....	27
b. Tujuan Pemasaran Produk Tabungan Sahabat.....	28
B. Penelitian Terdahulu	28
C. Kerangka Berfikir.....	31
D. Hipotesis.....	32

BAB III METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian	34
B. Jenis Penelitian.....	34
C. Populasi dan Sampel	34
1. Populasi.....	34
2. Sampel.....	35
D. Sumber Data.....	36
1. Data Primer	36
2. Data Sekunder	37
E. Teknik Pengumpulan Data.....	37
F. Instrumen Pengumpulan Data.....	37
G. kuisioner.....	39
H. Teknik Analisis Data.....	41
1. Uji Validitas	41
2. Uji Reliabilitas	41
3. Analisis Deskriptif	42
4. Uji Normalitas.....	42
5. Uji Linearitas	42
6. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	43
7. Analisis Regresi Berganda	43
8. Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t).....	44
9. Uji Koefisien Regresi Simultan (Uji F)	44
I. Sistematika Pembahasan	45

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Perusahaan.....	46
1. Sejarah dan Perkembangan Perusahaan	46
2. Visi-Misi Perusahaan	47
3. Struktur Organisasi	47
B. Karakteristik Responden.....	48
1. Jenis Kelamin.....	48
2. Usia Responden	49
3. Profesi/Pekerjaan	49

C. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	50
1. Uji Validitas	50
a. Uji Validitas Promosi.....	50
b. Uji Validitas Pelayanan.....	51
c. Uji Validitas Minat Nasabah.....	53
2. Uji Reliabilitas	54
a. Uji Reliabilitas Promosi.....	54
b. Uji Reliabilitas Pelayanan.....	54
c. Uji Reliabilitas Minat Nasabah.....	55
3. Analisis Deskriptif	55
a. Uji Multikolonieritas.....	55
b. Autokorelasi	56
c. Uji Heterokedastisitas	57
4. Uji Normalitas.....	58
5. Uji Linearitas	59
6. Uji Hipotesis	61
a. Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t)	61
b. Uji koefisien Regresi Simultan (Uji F)	62
7. Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)	63
8. Analisis Regresi Berganda.....	64
D. Pembahasan Hasil Penelitian	65
E. Keterbatasan Penelitian.....	67

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	68
B. Saran	69

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Nasabah Tabungan Sahabat Tahun 2011-2017	5
Tabel 1.2 Definisi Operasional variabel	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3.1 Persentase Kenaikan Nasabah Tabungan Sahabat	35
Tabel 3.2 Tabel Keterangan Kuisisioner	39
Tabel 3.3 Kisi-kisi Angket	40
Tabel 3.4 Kriteria Tingkat Kepuasan	38
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis kelamin	48
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia	49
Tabel 4.3 Responden berdasarkan Profesi/Pekerjaan.....	49
Tabel 4.4 Uji Validitas Promosi	50
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Promosi	51
Tabel 4.6 Uji Validitas Pelayanan	51
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Pelayanan	52
Tabel 4.8 Uji Validitas Minat Nasabah	53

Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Minat Nasabah	53
Tabel 4.10 Output Hasil Uji Reliabilitas Promosi	54
Tabel 4.11 Output Hasil Uji Reliabilitas Pelayanan	54
Tabel 4.12 Output Hasil Uji Reliabilitas Minat Nasabah	55
Tabel 4.13 Uji Multikolonieritas.....	56
Tabel 4.14 Hasil Uji Autokorelasi	57
Tabel 4.15 Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov	58
Tabel 4.16 Uji Linearitas Promosi Terhadap MInat Nasabah	60
Tabel 4.17 Uji Linearitas Pelayanan Terhadap MInat Nasabah	60
Tabel 4.18 Hasil Uji Hipotesis (Uji t).....	61
Tabel 4.19 Hasil Uji Hipotesis (Uji F)	62
Tabel 4.20 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji R ²)	63
Tabel 4.21 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Fikir	32
Gambar 4.1 Model Grafik Uji Normalitas	55
Gambar 4.2 Hasil Uji Heterokedastisitas	59

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang Masalah

Bagi suatu negara bank dapat dikatakan sebagai darahnya perekonomian suatu negara. Karena itu, peranan perbankan sangat mempengaruhi kegiatan ekonomi suatu negara. Dengan kata lain, kemajuan suatu bank di suatu negara dapat pula dijadikan ukuran kemajuan negara yang bersangkutan. Semakin maju suatu negara, maka semakin besar peranan perbankan dalam mengendalikan negara tersebut. Artinya, keberadaan dunia perbankan semakin dibutuhkan pemerintah dan masyarakatnya.¹

Lembaga keuangan syariah adalah institusi keuangan yang memposisikan dirinya sebagai pemain aktif dalam mendukung dan memainkan kegiatan investasi di masyarakat sekitarnya. Di satu sisi bank syariah adalah lembaga keuangan yang mendorong dan mengajak masyarakat untuk ikut aktif berinvestasi melalui berbagai produknya, sedangkan di sisi lain bank syariah aktif untuk melakukan investasi di masyarakat.²

Kondisi perbankan di Indonesia mengalami masa-masa sulit yang membahayakan perekonomian nasional sebagai akibat krisis finansial yang terjadi pada bulan Oktober 1997 yang dipicu oleh krisis nilai tukar. Krisis yang ditandai dengan likuidasi 16 bank swasta pada tanggal 1 November

¹Kasmir, *Pemasaran Bank edisi revisi* (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 8-9.

²Ascarya, *Akad & Produk Bank Syariah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hlm. 247.

1997 tersebut telah mengakibatkan merosotnya kinerja perekonomian nasional yang menimbulkan efek lanjut krisis berkepanjangan diberbagai bidang. Akibatnya tingkat kepercayaan masyarakat terhadap perbankan menurun.

Krisis perbankan telah menunjukkan perlunya perbaikan ketentuan yang mengatur lembaga keuangan sekaligus memunculkan kembali wacana dan kebijakan pentingnya membangun alternatif investasi melalui lembaga keuangan ini. Selama ini masyarakat umumnya hanya mengetahui bahwa suatu bank mutlak identik dengan bunga.

Nasabah kreditur yang menyimpan dana bank akan mendapatkan bunga, begitu juga nasabah debitur yang meminjam dana dari bank juga akan dikenakan bunga, sedangkan bank mendapatkan keuntungan dari *differential interest* sebagai imbalan dari jasa-jasanya.³

Sebagaimana kita ketahui Indonesia sebagai negara muslim terbesar di dunia, muncul kebutuhan untuk adanya bank yang melakukan kegiatannya berdasarkan prinsip syariah. Keinginan ini tertampung dengan dikeluarkannya Undang-Undang No.7 Tahun 1992 sekalipun belum dengan istilah yang tepat, tapi baru dimunculkan dengan memakai istilah “Bagi Hasil”.

Baru setelah Undang-Undang No.7 Tahun 1992 itu diubah dengan Undang-Undang No.10 Tahun 1998, istilah yang dipakai lebih terang-terangan. Dalam Undang-Undang No.10 Tahun 1998 disebut dengan tegas

³Edy Wibowo dan Untung Hendy Widod, *Mengapa Memilih Bank Syariah?*(Bogor: Ghalia Indonesia, 2005), hlm. 7.

istilah prinsip “Syariah”. Lebih tegas lagi setelah dikeluarkannya Undang-Undang No.21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah Tanggal 6 Juli 2008.⁴

Berkembangnya bank syariah di negara-negara Islam berpengaruh pada Indonesia yaitu PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk yang berdiri pada tahun 1991 sebagai hasil kerja Tim Perbankan MUI sebagai satu-satunya bank yang pertama sekali menggunakan prinsip bagi hasil yang didasarkan pada Undang-Undang Nomor 7 tahun 1992 tentang perbankan dan Peraturan Pemerintah Nomor 72 tahun 1992 tentang bank yang berdasarkan atas bagi hasil.⁵

Kehadiran Bank Muamalat Indonesia Tbk menunjukkan industri perbankan yang lebih sehat dan berkontribusi bagi sektor Rill melalui pembiayaan sesuai kaidah syariah. Sebagai bank pertama yang bergerak di bidang syariah di Indonesia, Bank Muamalat Indonesia Tbk juga berusaha meningkatkan modalnya.

Begitu juga PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan sebagai bank pertama murni syariah tentu saja menghadapi persaingan yang cukup ketat baik dengan bank konvensional maupun dengan sesama bank syariah. Persaingan itu salah satunya dilihat

⁴Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Syariah: Produk-produk dan Aspek-aspek Hukumnya* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2014), hlm. 31-32.

⁵Muhammad Syafi’I Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik* (Jakarta: Gema Insani, 2001), hlm.25.

dari persaingan menghimpun dana bank. Pengertian sumber dana bank adalah usaha bank dalam menghimpun dana dari masyarakat.⁶

Dalam menunjukkan produk yang dimiliki bank juga harus memberikan informasi kepada masyarakat melalui promosi. Promosi juga sangat berpengaruh dalam pengambilan keputusan nasabah untuk memilih produk dalam suatu bank. Promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Salah satu tujuan promosi bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru.

Kemudian promosi juga berfungsi mengingatkan nasabah akan produk, promosi juga ikut memengaruhi nasabah untuk membeli dan akhirnya promosi juga akan meningkatkan citra bank di mata para nasabahnya.⁷ Namun dalam hal ini ada nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan kurang mengetahui mengenai produk Bank Muamalat seperti Tabungan Sahabat.⁸ Dan hal ini disebabkan kurangnya promosi yang dilakukan oleh perusahaan tersebut.

Selain promosi, pelayanan yang diberikan juga berpengaruh terhadap minat nasabah memilih tabungan Sahabat. Pelayanan yang baik dalam suatu bank dapat menjadi faktor penentu terhadap minat nasabah memilih tabungan Sahabat. Bank harus dapat memberikan pelayanan yang baik dan berwawasan kepada pelanggan. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang

⁶Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 45.

⁷Kasmir, *Pemasaran Bank, Op, Cit.*, hlm. 155-156.

⁸Hasil Wawancara dengan nasabah BMI Ibu Juli Harianti di WR BERDIKARI Pudun Jae, Pada Hari Selasa 03-10-2017 Pukul 14:30 WIB

Padangsidimpuan haruslah selalu memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya kepada nasabahnya. Namun salah satu nasabah mengaku pelayanan yang diberikan oleh Bank Muamalat Cabang Padangsidimpuan masih kurang memuaskan misal dari segi penarikan uang, seperti pengadaan mesin ATM yang dirasa masih sangat minim dan pecahan pada uang tersebut tidak variatif.⁹

Dari hasil wawancara langsung yang dilakukan peneliti kepada salah satu karyawan PT. Bank Muamalat Cabang Padangsidimpuan mengaku adanya peningkatan jumlah nasabah tabungan sahabat tiap tahunnya. Namun peningkatan jumlah nasabah tersebut selalu berfluktuasi sementara pihak bank mengharapkan persentasenya yang harus terus meningkat, sehingga belum sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pihak bank. Sehingga pihak bank mengaku mengalami kerugian untuk tabungan sahabat meski jumlah nasabahnya terus meningkat Seperti pada tabel dibawah ini :

Tabel 1.1
Jumlah Nasabah Tabungan Sahabat BMI Kantor Cabang
Padangsidimpuan Tahun 2011-2017

No	Tahun	Jumlah Nasabah	Jumlah Kenaikan	Persentase
1	2011	2	-	
2	2012	4	↑ 2 Nasabah	↑ 100%
3	2013	678	↑ 674 Nasabah	↑ 16.850%
4	2014	1152	↑ 474 Nasabah	↓ 69,9%
5	2015	1640	↑ 488 Nasabah	↓ 42,3%
6	2016	1979	↑ 339 Nasabah	↓ 20,6%
7	2017	2052	↑ 73 Nasabah	↓ 3,73%

Sumber data diolah BMI Padangsidimpuan

⁹ *Ibid*,

Dari data tabel diatas dapat kita lihat bahwa kenaikan jumlah nasabah tabungan sahabat sangat berfluktuasi dari tahun ke tahun sejak dibuka tahun 2011 lalu hingga 2017. Jika kita lihat persentasenya dari tahun 2011 hingga 2013 mengalami kenaikan yang cukup pesat, Namun jika kita lihat kembali persentasenya mulai turun di tahun 2014 yang hanya naik 69.9% dan di tahun 2015 hanya naik 42.3% dalam hal ini terjadi penurunan sebesar 27.6%. Hingga puncak penurunan persentase nasabahnya terjadi di tahun 2017 yakni jumlah nasabah yang meningkat hanya sebesar 3.73% saja.

Disamping itu, pihak bank juga mengakui promosi dan pelayanan sudah sesuai dengan prosedur yang dimiliki perusahaan, namun untuk pelayanan yang lebih seperti yang dimaksud nasabah diatas pihak bank mengaku adanya biaya yang cukup tinggi untuk merealisasikannya.¹⁰ Menurut Jeliana Lubis dalam penelitiannya “bahwa terdapat pengaruh pelayanan dan promosi yang signifikan terhadap minat nasabah memilih produk tabungan.”¹¹

Demikian menunjukkan bahwa faktor promosi dan pelayanan berpengaruh terhadap minat nasabah dalam memilih produk tabungan. Pelayanan dan promosi berpengaruh terhadap minat nasabah memilih tabungan Sahabat pada Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan. Oleh sebab itu berdasarkan permasalahan dan fenomena yang telah diuraikan diatas maka penulis tertarik untuk melakukan

¹⁰ Hasil Wawancara Dengan Bapak Riski Pahlevy Pegawai PT. Bank Muamalat Kantor Cabang Padangsidempuan, Pada Hari Sabtu 30-09-2017 Pukul 11:15 WIB.

¹¹Jeliana Lubis, “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Tabungan Wadi'ah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan*” (Skripsi, IAIN Padangsidempuan, 2015, hlm.

penelitian lebih lanjut dengan mengangkat judul **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Memilih Tabungan Sahabat Pada PT. Bank Muamalat Indonesia,Tbk Cabang Padangsidempuan”**.

B. Identifikasi Masalah

berdasarkan latar belakang masalah di atas, penulis dapat mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Persentase peningkatan jumlah nasabah belum sesuai dengan harapan pihak PT. Bank Muamalat Tbk, Cabang Padangsidempuan.
2. Kurangnya Promosi produk sehingga nasabah kurang mengetahui mengenai tabungan Sahabat.
3. Kualitas pelayanan Bank yang dianggap kurang memuaskan membuat nasabah lebih memilih bank lain.
4. Tingginya biaya untuk setiap promosi mempengaruhi tingkat promosi dan Pelayanan yang dilakukan oleh PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, Padangsidempuan.
5. Meski nasabah tabungan sahabat meningkat tiap tahunnya tetapi banyak nasabah juga yang setelah membuka tabungan tersebut lalu tidak menggunakan tabungannya.

C. Batasan Masalah

Seperti yang kita ketahui banyak sekali faktor yang dapat mempengaruhi minat salah satunya harga, produk, lokasi termasuk promosi dan pelayanan. Namun karena keterbatasan dana, waktu dan tenaga yang

dimiliki penulis, maka penelitian ini diberikan batasan masalah yang akan diteliti yakni, Promosi dan Pelayanan.

D. Definisi Operasional Variabel

Variabel adalah suatu atribut, sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.¹² Pada bagian ini peneliti menjelaskan secara operasional tentang setiap variabel yang akan diteliti pada Tabel 1.1 sebagai berikut:

Tabel 1.2 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Indikator	Skala
1	Promosi (X_1) adalah kegiatan menginformasikan produk dari perusahaan kepada nasabah.	a. Periklanan (<i>advertising</i>) b. Promosi Penjualan (<i>sales promotion</i>) c. Penjualan pribadi (<i>personal selling</i>)	Likert
2	Pelayanan (X_2) adalah kegiatan pemberian jasa dari satu pihak bank kepada pihak lainnya.	a. Mampu melayani dengan cepat dan mengerti kebutuhan nasabah. b. Tersedia karyawan yang baik dan bertanggung jawab. c. Tersedia sarana dan prasarana yang memadai.	Likert
3	Minat Nasabah Memilih Produk (Y) adalah keinginan nasabah dalam memilih tabungan Muamalat Prima.	a. Ketertarikan terhadap produk b. Informasi mengenai produk c. Kepuasan menggunakan produk	Likert

¹²Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: CV ALFABETA, Cetakan ke-17, 2012), hlm. 38.

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka penulis dapat merumuskan permasalahan yang akan diteliti sebagai berikut:

1. Apakah promosi berpengaruh terhadap minat nasabah memilih tabungan sahabat pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan?
2. Apakah pelayanan berpengaruh terhadap minat nasabah memilih tabungan sahabat pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan?
3. Apakah promosi dan pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap minat nasabah memilih tabungan sahabat pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan?

F. Tujuan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini, sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui promosi terhadap minat nasabah memilih tabungan sahabat pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.
2. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap minat nasabah memilih tabungan sahabat pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.

3. Untuk mengetahui pengaruh promosi dan faktor pelayanan terhadap minat nasabah memilih tabungan sahabat pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.

G. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini penulis harapkan dapat memberikan:

1. Bagi penulis, untuk menambah pengetahuan dan pengalaman dalam menerapkan teori-teori yang diperoleh dibangku kuliah.
2. Bagi bank, hasil penelitian ini diharapkan dapat dipergunakan sebagai sebuah pertimbangan dalam pengambilan keputusan oleh bank untuk lebih ditingkatkan.
3. Bagi peneliti lain, penelitian ini dapat menjadi bahan bacaan atau literatur untuk penelitian-penelitian yang relevan selanjutnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Bank Syariah

Bank berasal dari kata Italia *banco* yang artinya bangku. Bangku inilah yang dipergunakan oleh banker untuk melayani kegiatan operasionalnya kepada para nasabah. Istilah bangku secara resmi dan populer menjadi bank.¹ Secara sederhana bank diartikan sebagai lembaga keuangan yang kegiatan usahanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa-jasa bank lainnya.²

Bank syariah terdiri dari dua kata, yaitu (a) bank, dan (b) Syariah. Kata bank bermakna suatu lembaga yang berfungsi sebagai perantara keuangan dari dua pihak, yaitu pihak yang berlebihan 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 lain untuk penyimpanan dana atau pembiayaan kegiatan usaha dan kegiatan lainya sesuai dengan hukum Islam.

Bank syariah merupakan bank yang kegiatannya mengacu pada hukum Islam, dan dalam kegiatannya tidak membebankan bunga maupun tidak membayar bunga kepada nasabah.³

¹Malayu S.P Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan* (Jakarta : Bumi Aksara, 2009), hlm.1.

²Kasmir, *Manajemen Perbankan, Op, Cit.*, hlm.2.

³Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana, 2011), hlm. 32.

Penggabungan kedua kata dimaksud, menjadi bank syariah. Bank syariah adalah suatu lembaga keuangan yang berfungsi sebagai prantara bagi pihak yang berlebihan dana dengan yang kekurangan dana untuk kegiatan usaha dan kegiatan lainnya sesuai dengan hukum Islam. Selain itu, bank syariah biasa disebut *Islamic banking* atau *interest free banking*, yaitu suatu sistem perbankan dalam pelaksanaan operasional tidak menggunakan sistem bunga (*riba*), spekulasi (*maisir*), dan ketidakpastian atau ketidakjelasan (*gharar*).⁴

Pengertian bank syariah menurut para ahli adalah sebagai berikut:

- a. Menurut undang-undang RI Nomor 6 tahun 2009 tentang Bank Indonesia dan Undang-Undang RI Nomor 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah dalam bab 1 ketentuan umum pasal 1 bank syariah adalah “ bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas bank umum syariah dan bank pembiayaan rakyat syariah”.⁵
- b. Menurut Syukri Iska dalam bukunya sistem perbankan Syariah di Indonesia, bank dalam Islam atau bank syariah adalah “bank yang beroperasi dengan tidak bergantung pada bunga”.⁶ Dengan kata lain bank syariah adalah lembaga keuangan atau perbankan yang beroperasi yang produknya dikembangkan berdasarkan syariat

⁴Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Syariah* (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), hlm. 1.

⁵Undang-Undang RI Nomor 6 Tahun 2009 *Tentang Bank Indonesia dan Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah* (Bandung : Citra Umbara, 2009), hlm. 420.

⁶Syukri Iska, *Sistem Perbankan Syariah di Indonesia* (Yogyakarta:Fajar Media Press 2012), hlm.49.

Islam (Al-Quran dan Hadist Nabi SAW) dan menggunakan kaidah-kaidah Fiqh.

- c. Menurut Khaerul Umam dalam bukunya manajemen perbankan syariah, bank syariah merupakan salah satu bentuk dari perbankan nasional yang berdasarkan operasional pada syariah (hukum) Islam.⁷ Jadi, dapat disimpulkan bank syariah adalah suatu lembaga keuangan masyarakat berdasarkan akad bagi hasil, jual beli dan sewa sesuai dengan Al-quran dan Hadist nabi Saw yang menggunakan kaidah-kaidah fiqh dan syariah Islam.

Dari pendapat para Ahli di atas maka dapat kita simpulkan bahwa bank syariah adalah lembaga keuangan yang beroperasi tidak berdasarkan dengan bunga melainkan akad bagi hasil, jual beli dan sewa yang sesuai dengan Al-quran dan Hadist nabi Saw.

2. Minat

a. Pengertian Minat

Minat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai kecenderungan hati yang tinggi terhadap suatu gairah, keinginan.⁸ Menurut Abdurrahman Saleh “minat merupakan suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang.”⁹ Menurut H.C. Whittington

⁷*Ibid*, hlm. 15.

⁸<http://kbbi.web.id/minat>, 19 Desember 2016, pukul 10-48 WIB.

⁹Abdul Rahman Saleh dan Muhid Abdul Wahab, *Psikologi Dalam Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*(Jakarta :Kencana, 2004), hlm. 263.

minat adalah kesadaran seseorang, bahwa suatu objek, suatu soal atau situasi mengandung sangkut dengan kesadaran dirinya.”¹⁰

Dari ketiga pengertian minat diatas maka dapat disimpulkan bahwa minat adalah sumber motif yang mendorong seseorang untuk melakukan apa yang ingin dilakukan ketika bebas memilih. Ketika seseorang menilai bahwa sesuatu akan bermanfaat, maka akan menjadi berminat kemudian hal tersebut akan mendatangkan kepuasan.

Ada beberapa ciri-ciri seseorang menunjukkan minat terhadap suatu produk atau jasa, dapat dilihat:

- 1) Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
- 2) Minat refrensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain. Nasabah memiliki minat besar terhadap suatu produk atau jasa akan menceritakan hal yang positif.
- 3) Minat prefensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut.
- 4) Minat eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya

¹⁰H.C. Whiterington, *Psikologi pendidikan* (Jakarta : Rineka Cipta, 1999), hlm.135.

dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.¹¹

Berdasarkan definisi di atas maka dapat disimpulkan bahwa minat dapat diartikan sebagai kecenderungan terhadap sesuatu yang muncul dari dalam individu.

b. Faktor-Faktor Terbentuknya Minat

Berikut ini penjelasan mengenai tiga hal yang dijadikan sebagai acuan terbentuknya minat, yaitu sebagai berikut:

- 1) Kognisi (gejala pengenalan) yaitu kegiatan atau proses memperoleh pengetahuan (termasuk kesadaran perasaan dan sebagainya) atau usaha mengenali suatu melalui pengalaman sendiri.
- 2) Konasi (kemauan) merupakan salah satu fungsi kejiwaan manusia, dapat diartikan sebagai aktifitas psikis yang mengandung usaha aktif dan berhubungan dengan pelaksanaan suatu tujuan.
- 3) Emosi yaitu kecenderungan untuk memiliki perasaan yang khas bila berhadapan dengan objek tertentu dalam lingkungannya.¹²

c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat

Menurut kasmir ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat nasabah untuk menjadi nasabah di bank syariah yaitu:

¹¹Abu Hamdi, *Psikologi Umum* (Jakarta: Rineka Cipta, 1998), hlm.155.

¹²*Ibid*, hlm. 155.

- 1) Pelayanan yang prima, artinya pelayanan terhadap produk yang dijual harus dilakukan secara baik, sehingga nasabah cepat mengerti dan memahami produk tersebut dibandingkan produk lainnya.
- 2) Sarana dan prasarana yang dimiliki harus dapat menunjang kelebihan dari produk yang dimiliki, seperti kecanggihan dan melayani nasabah secara cepat dan tepat.
- 3) Promosi, artinya upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau menggunakannya dan menjaga kesetiaan pelanggan.
- 4) Nama baik bank, yaitu menjadi jaminan bagi nasabah untuk membeli produk bank, oleh karena itu bank harus pandai menjaga nama baik, mengingat jasa bank yang ditawarkan merupakan bisnis kepercayaan.¹³

d. Minat dalam Pandangan Islam

Minat dalam pandangan Islam, Al-Quran membicarakan minat terdapat dalam surat Al-Baqarah. Pada ayat 261 dari surat tersebut turun perintahnya adalah agar kita menafkahkan harta di jalan Allah. Yakni dengan menabung di bank yang jelas sesuai syar'i, lalu uang tersebut digunakan untuk kemaslahatan ummat.¹⁴

¹³Kasmir, *Op, Cit.*, hlm.188.

¹⁴ Hasil wawancara dengan ustd. Suprin Efendi Lubis LC,MA. Kajian Tafsir di Mesjid Raya Al-Abror Padangsidempuan Padangsidempuan, Selasa 03-04-2018. Pukul 20.:15 WIB

مَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ كَمَثَلِ حَبَّةٍ أَنْبَتَتْ سَبْعَ سَنَابِلٍ فِي كُلِّ سُنْبُلَةٍ مِائَةٌ حَبَّةٌ وَاللَّهُ يُضْعِفُ لِمَنْ يَشَاءُ وَاللَّهُ وَاسِعٌ عَلِيمٌ

Perumpamaan (nafkah yang dikeluarkan oleh) orang-orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah adalah serupa dengan sebutir benih yang menumbuhkan tujuh bulir, pada tiap-tiap bulir seratus biji. Allah melipat gandakan (ganjaran) bagi siapa yang Dia kehendaki. dan Allah Maha Luas (karunia-Nya) lagi Maha mengetahui. (QS.Al-Baqarah.261)

3. Promosi

a. Pengertian promosi

Menurut A. hamdani kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.¹⁵

Menurut Nur Rianto Al Arif promosi merupakan “kegiatan *marketing mix*. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang penting, dalam kegiatan ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung”.¹⁶

¹⁵ Danang Sunyoto. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*.(Jakarta: PT. Buku Seru. 2014). Hlm. 54.

¹⁶Nur Rianto Al Arif,*Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: ALFABETA, 2012), hlm.169.

Menurut Kasmir “promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Salah satu tujuan promosi bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru”.¹⁷ Berdasarkan definisi diatas promosi adalah usaha untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya.

b. Jenis-Jenis Promosi Perbankan

Ada empat macam sarana promosi, secara garis besar keempat macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh perbankan, yaitu:¹⁸

1) Periklanan (*advertising*)

Periklanan merupakan promosi yang dilakukan dalam bentuk tayangan atau gambar atau kata-kata yang tertuang dalam spanduk, brosur, billboard, koran, majalah, televisi atau radio.

2) Promosi Penjualan (*sales promotion*)

Promosi penjualan merupakan promosi yang digunakan untuk meningkatkan penjualan melalui potongan harga atau hadiah pada waktu tertentu terhadap barang-barang tertentu pula.

Adapun program promosi penjualan memiliki tiga macam cara yaitu:¹⁹

- a) Promosi konsumen, seperti penggunaan kupon, sampel produk, hadiah atau bentuk undian.

¹⁷*Ibid*, hlm.155-156.

¹⁸Kasmir, *Pemasaran Bank, Op., Cit*, hlm. 156.

¹⁹Herry Sutanto dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah* (Bandung:Pustaka Setia, 2013), hlm. 380.

- b) Promosi dagang, yaitu berupa bantuan peralatan atau insentif.
- c) Promosi wiraniaga, melalui konteks penjualan.

3) Publisitas (*publicity*)

Publisitas merupakan kegiatan promosi untuk memancing nasabah melalui kegiatan seperti pameran, bakti sosial serta kegiatan lainnya. Publisitas bertujuan untuk mempromosikan atau melindungi citra bank atau masing-masing produknya. Dengan ikut kegiatan tersebut, nasabah akan selalu mengingat bank. Adapun kegiatan publisitas dapat dilakukan melalui:²⁰

- a) Ikut pameran
- b) Ikut kegiatan amal
- c) Ikut bakti sosial
- d) Sponsorship kegiatan.

4) Penjualan perorangan (*personal selling*)

Keempat adalah *personal selling* yang merupakan interaksi langsung antara salesman bank dan satu atau lebih calon pembeli guna melakukan persentasi, menjawab pertanyaan dan menerima pesan. Penjualan secara *personal selling* bank akan memberikan keuntungan bank, yaitu:²¹

- a) Pihak bank dapat bertatap muka langsung dengan nasabah atau calon nasabah, sehingga dapat langsung menjelaskan tentang produk bank kepada nasabah secara langsung.

²⁰Kasmir, *Manajemen Perbankan, Op, Cit.*, hlm. 160.

²¹*Ibid.*, hlm. 160-161.

- b) Dapat memperoleh informasi langsung dari nasabah tentang kelemahan produk.
 - c) Memungkinkan hubungan terjalin akrab antara bank dengan nasabah.
 - d) Pihak bank yang memberikan pelayanan merupakan citra bank yang diberikan kepada nasabah jika pelayanan yang diberikan baik dan memuaskan.
 - e) Membuat situasi seolah-olah mengharuskan nasabah mendengarkan, memerhatikan, dan menanggapi bank.
- c. Promosi Dalam Pandangan Islam

Promosi bisa dikatakan informasi yang harus disampaikan secara benar, akan halnya petunjuk Al-Quran dapat kita lihat sebagaimana terdapat pada quran surah Al-Ahzab ayat 70 berikut.

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اتَّقُوا اللّٰهَ وَقُولُوْا قَوْلًا سَدِيْدًا ﴿٧٠﴾

Hai orang- orang yang beriman, bertaqwalah kamu kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar.(QS. Al-Ahzab: 70).

.....وَقُولُوْا لِلنَّاسِ حُسْنًا وَّاقِيْمُوا الصَّلٰوةَ وَاْتُوا الزَّكٰوةَ

....Ucapkanlah kata-kata yang baik kepada manusia, dirikanlah sholat dan tunaikanlah zakat....(Potongan QS. Al-Baqarah: 83)

Dengan adanya perintah menyampaikan perkataan yang benar yang sudah tentu pemberian informasi pada pelaksanaan organisasi harus benar

pula, karna jika tidak demikian akan terjadi *misinformation*. Dengan demikian promosi yang dilakukan juga harus sesuai dengan praktik yang dilakukan oleh sebuah perusahaan.²² Para nabi dan rasul sendiri adalah pemberi informasi, itulah sebabnya Nabi Muhammad Saw. Digelari “Al-Amin” oleh sahabat dan musuh beliau, karena senantiasa berkata jujur dalam memberi informasi.

4. Pelayanan

a. Pengertian Pelayanan

Menurut Malayu S.P pelayanan adalah kegiatan pemberian jasa dari satu pihak kepada pihak lainnya. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah, adil, cepat, tepat dan dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya.²³

Pendapat yang kedua yakni menurut Philip Kotler pelayanan atau *service* adalah “Setiap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan suatu pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik.”²⁴

Dan menurut Valarie A.Zeithaml dan Mary Jo Bitner jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya bukan berbentuk produk fisik atau konstruksi, yang umumnya dihasilkan dan

²² Inu Kencana Syafii, *Al-quran dan Ilmu Administrasi*. (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2004), hlm. 35.

²³ Malayu S.P. Hasibuan, *Op, Cit.*, hlm. 24

²⁴ *Ibid.* hlm. 152.

dikonsumsi secara bersamaan serta memberikan nilai tambah, misalnya kenyamanan, hiburan, kesenangan atau kesehatan.²⁵

Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perusahaan kepada nasabah, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Adapun karakteristik tentang pelayanan agar menjadi dasar bagaimana memberikan pelayanan yang terbaik, yaitu:²⁶

- 1) Pelayanan bersifat tidak dapat diraba, pelayanan sangat berlawanan sifatnya dengan barang jadi.
- 2) Pelayanan itu kenyataannya terdiri dari tindakan nyata dan merupakan pengaruh yang sifatnya adalah tindakan sosial.
- 3) Produksi dan konsumsi dari pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata, karena pada umumnya kejadiannya bersamaan dan terjadi di tempat yang sama.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan pelayanan adalah pemberian jasa yang dilakukan satu pihak kepada pihak lain dengan tujuan untuk mendapat simpati, maupun untuk menarik minat nasabah. Dimana pemberian jasa tersebut diberi dengan standar yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

Dalam proses pelayanan ada 3 (tiga) hal penting yang harus diperhatikan, yaitu:²⁷

²⁵Danang Sunyoto, *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran, Konsep, Strategi, dan Kasus* (Yogyakarta: Caps, 2012), hlm. 186

²⁶M. Nur Rianto Al Arif, *Op, Cit.*, hlm. 211.

²⁷*Ibid.*, hlm. 213-214.

a) Penyedia Layanan

Penyedia layanan adalah pihak yang dapat memberikan suatu layanan tertentu kepada konsumen, baik berupa layanan dalam bentuk penyediaan dan penyerahan barang atau jasa.

b) Penerima Layanan

Penerima layanan adalah mereka yang disebut sebagai konsumen atau pelanggan yang menerima layanan dari para penyedia layanan.

c) Jenis dan Bentuk Layanan

Jenis layanan yang dapat diberikan oleh penyedia layanan kepada pihak yang membutuhkan layanan terdiri dari berbagai macam, antara lain berupa layanan yang berkaitan dengan pemberian jasa, layanan yang berkaitan dengan penyediaan dan distribusi barang dan layanan yang berkaitan dengan keduanya.

b. Etika Pelayanan Nasabah

Secara umum etika pelayanan nasabah yang dapat diberikan pegawai bank dalam rangka pelayanan yakni sebagai berikut:

- 1) Mengucapkan salam pada saat bertemu dengan nasabah, seperti selamat pagi, selamat siang, atau selamat sore. Jika sudah atau agama nasabah, misalnya muslim maka ucapkan *Assalamualaikum*.
- 2) Setelah mengucapkan salam, segera mempersilahkan nasabah untuk duduk dengan sopan atau suruh menggu sebentar.

- 3) Baik dalam mengucapkan salam maupun mempersilahkan nasabah duduk selalu ramah dan murah senyum.
- 4) Bertanya tentang keperluan nasabah secara ramah, sopan dan lemah lembut.
- 5) Biasakan mengucapkan tolong atau maaf saat meminta nasabah mengisi formulir.
- 6) Ucapkan kata terimakasih apabila nasabah memberikan saran atau hendak pamit setelah menyelesaikan masalahnya.²⁸

c. Dimensi Pelayanan

Pelayanan sangat penting dan setiap bank ingin selalu dianggap yang terbaik dimata nasabahnya. Pada intinya nasabah ingin diberikan pelayanan yang terbaik. Adapun dimensi kualitas pelayanan sebagai berikut:²⁹

1) *Reliability* (kehandalan)

Reliability (kehandalan) merupakan kemampuan bank untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan.

2) *Responsiveness* (daya tanggap)

Responsiveness (daya tanggap) adalah kemampuan bank untuk menolong nasabah dan ketersediaan untuk melayani nasabah dengan baik.

3) *Assurance* (jaminan)

²⁸*Ibid.*, hlm. 57.

²⁹*Ibid.*, hlm. 221.

Assurance (jaminan) adalah kemampuan pegawai bank untuk menumbuhkan rasa percaya para nasabah kepada bank.

4) *Emphaty* (empati)

Emphaty (empati) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual yang diberikan kepada para nasabah dengan berupa memahami keinginan nasabah.

5) *Tangible* (bukti fisik)

Tangible (bukti fisik) adalah kemampuan bank dalam menunjukkan eksistensinya pada nasabah. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik bank dan lingkungan sekitarnya.

d. Sikap-sikap untuk melayani

Sikap yang kurang baik akan berpengaruh terhadap hasil pelayanan yang diberikan. Demikian pula sikap yang semestinya yang diberikan kepada nasabah akan membuat nasabah senang. Sikap dalam melayani nasabah terkadang timbul dalam naluri diri sendiri. Menurut Kasmir sikap-sikap yang terdapat untuk melayani nasabah ada beberapa macam, yaitu:³⁰

- 1) Beri kesempatan kepada nasabah berbicara untuk mengemukakan keinginannya,
- 2) Dengarkan baik-baik,
- 3) Jangan menyela pembicaraan sebelum nasabah selesai berbicara,

³⁰Kasmir, *Op, Cit.*, hlm. 231-232.

- 4) Ajukan pertanyaan setelah nasabah selesai berbicara,
- 5) Jangan marah dan mudah tersinggung,
- 6) Jangan mendebat nasabah,
- 7) Jaga sikap, sopan, ramah dan selalu berlaku tenang,
- 8) Jangan menangani hal-hal yang bukan merupakan pekerjaannya,
dan tunjukkan sikap perhatian dan sikap ingin membantu.

e. Pelayanan Menurut Pandangan Islam

Dalam Al-quran tentang pelayanan pegawai dan administrasi kepegawaian ini dituliskan dengan jelas dalam surah an-anfal berikut :

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَخُوْنُوْا اللّٰهَ وَالرَّسُوْلَ وَخُوْنُوْا اٰمَنَاتِكُمْ وَاَنْتُمْ

تَعْلَمُوْنَ

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul (Muhammad) dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui. (QS. AL-Anfal: 27).

Kepimpinan terhadap umat adalah amanah Allah yang harus kita jalankan dengan penuh kejujuran dan arif bijaksana. Begitu juga pelayanan yang harus diberikan pegawai kepada nasabahnya merupakan suatu amanah yang diberikan pimpinan suatu perusahaan terhadap pegawainya. Jika tidak sesuai

pelayanan yang diberikan berarti pegawai telah mengkhianati amanahnya.³¹

5. Tabungan Sahabat

Fungsi utama bank adalah sebagai penghimpun dana dan penyalur dana masyarakat yaitu sebagai perantara pihak-pihak yang kelebihan dana. Sebagai lembaga perantara inilah bank memiliki peran yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat terutama pada era sekarang ini. Dimana masyarakat membutuhkan wadah yang dapat menjaga dan menyalurkan dana mereka sebagai modal usaha untuk pihak-pihak yang memiliki keahlian tapi tidak memiliki biaya dalam usaha.

Ada banyak produk penghimpunan dana yang banyak dikembangkan di Bank Muamalat Indonesia Tbk. Tabungan sahabat adalah tabungan yang di khususkan untuk penjualan melalui aliansi, yang menghendaki fitur gratis biaya administrasi dan adanya ATM.³²

a. Manfaat Kelebihan Tabungan Sahabat

Ada beberapa manfaat dari tabungan sahabat antara lain yaitu :

- 1) Simpanan sukarela untuk pengaturan kas pribadi.
- 2) Bagi hasil menarik, dapat dengan leluasa dalam melakukan transaksi, bebas biaya, dapat dijadikan sebagai jaminan pembiayaan.
- 3) Dapat digunakan sebagai investasi, usaha, keperluan pribadi.

³¹ Inu Kencana Syafie, *Al-quran dan Ilmu Administrasi*.Ibid, Hlm 38.

³² Ahmad Arif Anur Rofik, “*Strategi Pemasaran Tabungan Sahabat (Simpanan Usaha Banyak Manfaat) di BMT Hudatama Semarang*” (Skripsi, IAIN Walisongo semarang, 2012), hlm. 34.

b. Tujuan Pemasaran Produk Tabungan Sahabat

Tujuan pemasaran produk Tabungan Sahabat adalah :

- 1) Memaksimumkan konsumsi atau dengan kata lain memudahkan dan merangsang konsumsi , sehingga dapat menarik nasabah untuk menggunakan produk tabungan sahabat yang ditawarkan Bank Muamalat Indonesia Tbk kantor Cabang Padangsidimpuan.
- 2) Memaksimumkan kepuasan pelanggan melalui berbagai layanan dan keunggulan produk tabungan sahabat yang diinginkan nasabah.
- 3) Memaksimumkan mutu dari produk tabungan sahabat dengan memberikan berbagai kemudahan kepada nasabah dan menciptakan iklim yang efisien.

B. Penelitian Terdahulu

Ada beberapa penelitian terdahulu untuk memperkuat penelitian ini, maka penulis mengambil penelitian terdahulu yang berhubungan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menabung pada Tabel 2.1 sebagai berikut:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Amir Hamzah (Skripsi Tahun 2015 Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan)	Faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam IAIN Padangsidimpuan	Ada pengaruh promosi dan bagi hasil minat mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam IAIN Padangsidimpuan menjadi nasabah di bank

		menjadi nasabah di Bank Syariah.	syariah.
2	Fitriana Siregar (Skripsi 2014 Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan)	Faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat membeli kendaraan (sepeda motor) di perbankan syariah (studi kasus pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan)	Hasil penelitiannya adalah faktor harga, dan promosi berpengaruh positif terhadap minat masyarakat membeli kendaraan sepeda motor.
3	Jeliana Lubis (Skripsi Tahun 2015 IAIN Padangsidimpuan)	Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Tabungan <i>Wadia'ah</i> di PT.Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan	Hasil penelitian diperoleh variabel Promosi (X_1), Pelayanan (X_2) dan Bonus (X_3) mempengaruhi minat nasabah (Y) terhadap tabungan <i>Wadia'h</i> di PT.Bank Sumut Cabang Syari'ah Padangsidimpuan.
4	Crisanty Sutristyaningtyas (2013)	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung Masyarakat Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (persero) TBK Cabang Bangkalan	Hasil penelitian diperoleh melalui variabel (X) : pendapatan, Suku bunga, Fasilitas, Keamanan, Lokasi, Reputasi bank. Variabel (Y) : Minat Menabung Masyarakat.

Perbedaan dan persamaan dengan penelitian ini adalah:

- a. Amir Hamzah membahas tentang minat mahasiswa menjadi nasabah Bank Syari'ah sedangkan penelitian ini membahas tentang minat nasabah memilih tabungan Sahabat pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Padangsidimpuan. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah memiliki 2 variabel *independent* yang sama yaitu, promosi dan pelayanan dan variabel *dependent* yang sama yaitu minat. Teknik analisa

data yang digunakan adalah analisi regresi berganda dan angket sebagai teknik pengumpulan data.

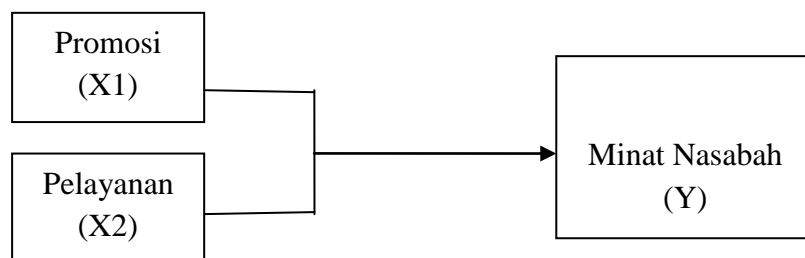
- b. Fitriana Siregar membahas tentang minat masyarakat membeli kendaraan bermotor di perbankan syariah, sedangkan penelitian ini membahas tentang minat nasabah memilih tabungan sahabat pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Padangsidempuan. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah memiliki 2 variabel *independent* yang sama yaitu, promosi dan pelayanan dan variabel *dependent* yang sama yaitu minat. Teknik analisa data yang digunakan adalah analisa regresi berganda dan angket sebagai teknik pengumpulan data.
- c. Jeliana Lubis membahas tentang tabungan Wadi'ah pada Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidempuan dengan variabel *independent* Promosi (X_1), Pelayanan (X_2), dan variabel *dependent* Minat Nasabah (Y). Sedangkan penelitian ini membahas tentang tabungan Muamalat Sahabat pada Bank Muamalat Cabang Padangsidempuan dengan variabel *independent* Pelayanan (X_1), Promosi (X_2) dan variabel *dependent* Minat Nasabah (Y). Persamaan penelitian ini adalah memiliki dua variabel *independent* dan satu variabel *dependent*. Analisis regresi berganda sebagai teknik analisa data dan angket sebagai teknik pengumpulan data.
- d. Crisanty Sutristyaningtyas membahas mengenai minat masyarakat pada Bank Rakyat Indonesia Cabang Bangkalan dengan variabel (X) pendapatan, Suku Bunga, Fasilitas, Keamanan, Lokasi, Dan Reputasi Bank, Dan variabel (Y) yaitu Minat. Sedangkan penelitian ini membahas tentang tabungan

Sahabat pada Bank Muamalat Cabang Padangsidimpuan dengan menggunakan 2 variabel (X) yaitu Promosi dan Pelayanan. Adapun persamaan pada kedua penelitian diatas yakni sama-sama menggunakan variabel (Y) yang sama Minat. Dan juga teknik pengumpulan data yaitu data primer dan menggunakan angket.

C. Kerangka Pikir

Berdasarkan kajian teori diatas peneliti mengkaji dan meneliti apakah faktor promosi dan pelayanan berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung. Maka peneliti membuat sebuah kerangka pikir sebagai berikut :

Gambar 1.1
Kerangka Pikir



Dari gambar diatas dapat kita simpulkan bahwa bank sebagai lembaga keuangan yang tugasnya memberikan jasa keuangan melalui penitipan, penyimpanan uang dan jasa-jasa lainnya harus dapat menjaga kepercayaan nasabahnya. Maka bank perlu menjaga citra positif dimata masyarakat. Citra ini dapat dibangun salah satunya dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan tingkat promosi yang keduanya dapat mempengaruhi minat masyarakat dala memilih tabungan sahabat.

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan perumusan sementara mengenai suatu hal yang dibuat untuk menjelaskan hal itu dan juga dapat menuntun atau mengarahkan penyelidikan selanjutnya.³³

Pengujian hipotesis adalah suatu prosedur yang akan menghasilkan suatu keputusan, yaitu keputusan menerimana atau menolak hipotesis tersebut. Dalam pengujian hipotesis, keputusan yang dibuat mengandung ketidakpastian. Artinya, keputusan bisa benar atau salah, sehingga menimbulkan resiko.

Berdasarkan kerangka berfikir dan landasan teori, maka hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. H_{a1} = promosi berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah memilih tabungan sahabat pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.
 H_{01} = promosi tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah memilih tabungan sahabat pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.
2. H_{a2} = pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah memilih tabungan sahabat pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.

³³ Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hlm. 104

H_{02} = pelayanan tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah memilih tabungan sahabat pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.

3. H_{a3} = promosi dan pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap minat nasabah memilih tabungan sahabat pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.

H_{03} = promosi dan pelayanan tidak berpengaruh secara simultan terhadap minat nasabah memilih tabungan sahabat pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan. Yang beralamat di Jalan Baginda Oloan/Gatot Subroto No.08 Padangsidimpuan/22718. Dan waktu penelitian dilaksanakan pada tanggal 18 Desember 2017 sampai dengan 19 Oktober 2019.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian survei. Penelitian survei adalah salah satu jenis penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data pokok. Penelitian survei digunakan untuk tujuan penjajagan (*eksplorasi*), deskriptif, penjelasan (*eksplanatori*), evaluasi, prediksi dan pengembangan sosial.¹

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Suharsimi Arikunto “populasi adalah keseluruhan subjek penelitian”. Apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada di wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi.² Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah yang menabung pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan

¹Masri Singarimbun, *Metode Penelitian Survei* (Jakarta: LP3ES, 2003), hlm.3-4.

²Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), hlm. 102.

yang berjumlah 2052 orang. Namun karena keterbatasan dana dan tenaga, dan waktu maka peneliti menggunakan sampel untuk penelitian ini yaitu nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Kantor Cabang Padangsidempuan yang dianggap mewakili.³

Tabel 3.1
Jumlah Nasabah Tabungan Sahabat BMI Kantor Cabang
Padangsidempuan Tahun 2011-2017

NO	TAHUN	JUMLAH	KETERANGAN
1	2011	2	
2	2012	4	Naik 100%
3	2013	678	Naik 16.850%
4	2014	1152	Naik 69.9%
5	2015	1640	Naik 42.3%
6	2016	1979	Naik 20.6%
7	2017	2052	Naik 3.73%

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada populasi misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.⁴ Penelitian ini menggunakan *Simple Random Sampling* atau sampel random sederhana. Menurut Sugiyono dikatakan *simple* (sederhana) karena pengambilan sampel populasi

³ Soekidjo, *Metodologi Penelitian Kesehatan* (Jakarta : Rineka Cipta, 2010), hlm. 155.

⁴Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Afabeta, 2012), hlm.116.

dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.⁵

Simple Random Sampling adalah teknik untuk mendapatkan sampel yang langsung dilakukan pada unit sampel. Dan jumlah sampel dalam penelitian ini dapat ditentukan dengan rumus yaitu :

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Persen kelonggaran ketidaktelitian karna kesalahan pengambilan

sampel yang dapat ditolelir atau diinginkan biasanya 10 %.⁶

$$n = \frac{2052}{1 + 2052(0,1)^2}$$

$$n = 95$$

$$n = 100$$

D. Sumber Data

Sumber data yang dibutuhkan untuk menunjang penelitian ini adalah :

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung dilapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang

⁵ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 64.

⁶ *Ibid.*, hlm. 64.

bersangkutan yang memerlukannya.⁷ Sesuai dengan asalnya darimana data tersebut diperoleh, maka jenis data ini sering disebut dengan istilah data mentah, berupa hasil angket. Dalam penyebaran kuisioner peneliti meminta kepada para nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Kantor Cabang Padangsidempuan yang dianggap mewakili para responden.

2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah sumber penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain).⁸ Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari perusahaan yang dapat dilihat pada dokumentasi perusahaan, buku-buku referensi dan informasi lain yang berhubungan dengan penelitian.

E. Teknik Pengumpulan Data

Adapun tehknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisioner (angket). Angket adalah salah satu teknik pengumpulan data dalam bentuk pengajuan pertanyaan tertulis melalui sebuah daftar pertanyaan yang sudah dipersiapkan sebelumnya, dan harus diisi oleh responden.⁹ Responden adalah orang yang memberikan tanggapan (Respons) terhadap pertanyaan-pertanyaan yang diajukan.

⁷ Husen Umar, *Desain Penelitian MSDM dan Perilaku Karyawan* (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2008), hlm.68.

⁸*Ibid.* hlm. 69.

⁹ Maman Abdurrahman dan Sambas Ali Muhidin, *Panduan Praktis Memahami Penelitian: Bidang Sosial-Administrasi-Pendidikan* (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2011), hlm. 95.

F. Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen merupakan alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah olehnya, atau alat bantu bagi peneliti di dalam menggunakan metode pengumpulan data.¹⁰ Penulis akan menyusun instrumen penelitian ini berdasarkan ketiga variabel, yaitu promosi sebagai variabel bebas (X_1), dan pelayanan sebagai variabel terikat (X_2) dan minat sebagai variabel (Y). Maka untuk teknik pengumpulan data, penulis melakukan penelitian dengan cara menyebar angket atau kuesioner.

Angket atau kuesioner merupakan salah satu teknik pengumpulan data dalam bentuk pengajuan pertanyaan tertulis melalui sebuah daftar pertanyaan yang sudah dipersiapkan sebelumnya, dan harus diisi oleh responden.¹¹ Tujuan penulis menggunakan angket atau kuesioner dalam pengumpulan data ini adalah agar mempermudah penulis dalam menganalisis kepuasan kerja karyawan terkait dengan lingkungan kerjanya.

Dalam menguji hipotesis diperlukan instrumen penelitian. Sebab instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan

¹⁰ Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1995), hlm. 134.

¹¹ Maman Abdurrahman dan Sambas Ali Muhidin, *Op. Cit.*, hlm. 95.

hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap dan sistematis sehingga lebih mudah diolah.¹² Dan instrumen pada penelitian ini adalah:

G. Kuisisioner

Kuisisioner merupakan metode dengan cara mengajukan formulir pertanyaan kepada responden atau nasabah yang diinginkan. Nasabah untuk menjawab pertanyaan sesuai kebutuhan dan keinginannya tanpa adanya tekanan dari pihak riset. Dalam formulir dijelaskan cara-cara untuk menjawab pertanyaan. Cara ini merupakan cara yang paling mudah yang biasa dilakukan kepada banyak orang, namun cara ini memiliki kelemahan karena terkadang karena responden menjawab seenaknya.

Kuisisioner yang digunakan sebagai instrument dalam penelitian ini menggunakan skala likert dengan rumusan sebagai berikut:

Tabel 3.1

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

Keterangan:

1. SS : Sangat Setuju
2. S : Setuju
3. KS : Kurang Setuju
4. TS : Tidak Setuju

¹² Margono, *Metodologi Penelitian* (Semarang: Rineka Cipta, 1996), hlm. 160.

5. STS : Sangat Tidak Setuju

Tabel 3.2

Kisi-Kisi Angket Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Memilih Tabungan Sahabat Di BMI Tbk Cabang Padangsidimpuan

No	Variabel	Indikator	Nomor Soal
1	Promosi	1. Kuantitas	1,2
		2. Kualitas	3,4,5
		3. Mengajak	6,7
		4. Membujuk	8,9,10
2	Pelayanan	1. Etika	13
		2. Sikap	15,19,20
		3. Menarik	11,12,17,18
		4. Kepuasan	14,16
3	Minat Nasabah Memilih Tabungan Sahabat	1. Kesukaan	24,25,29,30
		2. Keinginan	22,23,27,26
		3. Perhatian	21,
		4. Kecenderungan Hati	28,

Memperoleh data yang diperlukan data dalam menguji hipotesis diperlukan instrumen penelitian. Instrument dalam penelitian sangat penting sebab instrumen yang baik dapat menjamin pengambilan data yang akurat. Hal ini sejalan dengan pendapat Suharsimin Arikunto yang mengatakan bahwa” instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya

lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap dan sistematis sehingga lebih mudah diolah.¹³

Pengukuran kuisioner dengan menggunakan skala likert, dimana variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Metode ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau kelompok tentang fenomena sosial. Instrumen pertanyaan akan menghasilkan total skor bagi tiap-tiap anggota sampel yang mewakili oleh setiap nilai skor.

H. Teknik Analisis Data

Analisis data penelitian ini di olah dengan menggunakan bantuan *software SPSS (Statistical Productand Service Solution)* versi 22.0. Adapun tahap-tahap analisis data yang dilakukan sebagai berikut.

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu skala pengukuran disebut valid bila melakukan apa yang sebenarnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur. Bila skala pengukuran tidak valid, maka tidak bermanfaat bagi peneliti karena tidak mengukur atau melakukan apa yang seharusnya dilakukan.¹⁴

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Hasil perhitungan reliabilitas

¹³*Ibid.*,

¹⁴Mudjarat Kuncoro, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm 172.

dikonsultasikan dengan r_{tabel} *product momen* dengan taraf signifikan 5%.¹⁵

3. Analisis Deskriptif

Penelitian deskriptif adalah metode statistik yang berusaha menjelaskan atau menggambarkan berbagai karakteristik data.¹⁶ Seperti beberapa rata-ratanya, seberapa jauh data-data bervariasi, dan beberapa standar deviasinya, nilai maksimum dan minimum data.

4. Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk melihat apakah kelompok data berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas dapat digunakan dengan menggunakan teknik *Chi Kuadrat*, *Kolmogrove Smirnov*, dan *Liliefors*.¹⁷ Uji Normalitas ini merupakan uji yang dilakukan sebelum peneliti melakukan analisis data yang sesungguhnya. Sedangkan untuk dasar pengambilan keputusannya adalah jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka data berdistribusi normal, dan jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka data berdistribusi tidak normal.

5. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji

¹⁵Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi & Karya Ilmiah*(Jakarta: Kencana, 2011), hlm. 132.

¹⁶Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam* (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), hlm. 200.

¹⁷Ahmad Nizar Rangkuti, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, PTK, dan Penelitian Pengembangan* (Bandung: Cipta Pustaka Media, 2014), hlm. 71.

ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *Test for Linearity* dengan taraf signifikan 0,05, dengan syarat dua variabel dikatakan memiliki hubungan yang linear bila signifikansi (*Linearity*) kurang dari 0,05.¹⁸

6. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah di antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas.

Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Secara umum, koefisien determinasi untuk data silang tempat relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi tinggi.¹⁹

7. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel

¹⁸Dwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS* (Yogyakarta: Mediakom, 2008), hlm. 36.

¹⁹Mudrajad Kuncoro, *Op.Cit.*, hlm. 240-241.

dependent. Analisis regresi ganda akan dilakukan bila jumlah variabel independent dua atau lebih.²⁰

Persamaan regresi untuk tiga prediktor adalah;

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

atau

$$MN = a + b_1Bg + b_2Ply + b_3Pro + e$$

Keterangan:

Mn= Minat Nasabah

a = Konstanta

b₁,b₂,b₃ = Koefisien regresi linier berganda

Ply = Pelayanan

Pro = Promosi

e = *error*

8. Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Maka digunakan tingkat sigifikansi 0,05. Setelah t_{hitung} diperoleh, maka untuk menginterpretasikan hasilnya berlaku ketentuan sebagai berikut:

Jika $t_{hitung} >$ dari t_{tabel} , maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Jika $t_{hitung} <$ dari t_{tabel} , maka H_0 diterima atau H_a ditolak.²¹

9. Uji Koefisien Regresi Secara Bersama-sama (Uji F)

²⁰Sugiyono, *Op, Cit.*, hlm. 277.

²¹Syafrizal Helmi Situmorang, dkk, *Analisis Data Penelitian* (Medan: USU Pers, 2008), hlm.115

Uji f digunakan untuk menguji pengaruh dari variabel independen secara keseluruhan terhadap variabel dependen.

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima ($\alpha = 0,05$).

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak ($\alpha = 0,05$).²²

I. Sistematika Pembahasan

Sistematis pembahasan terdiri dari lima bab, yang masing-masing bab terbagi menjadi beberapa sub bab dengan rincian sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan. Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, batasan masalah, batasan istilah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian.

Bab II Tinjauan Pustaka. Bab ini menguraikan tentang landasan teori, kajian/penelitian terdahulu.

Bab III Metodologi Penelitian. Bab ini menguraikan tentang waktu dan lokasi penelitian, jenis penelitian, subjek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data dan analisis data.

Bab IV Hasil Penelitian. Bab ini menguraikan tentang deskripsi hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian.

Bab V Penutup. Bab ini berisi kesimpulan dari serangkaian pembahasan, keterbatasan penelitian dan saran-saran yang dapat penulis sampaikan.

²²*Ibid.*, hlm. 114.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Sejarah dan Perkembangan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan

Bank Muamalat Indonesia merupakan bank syariah pertama di Indonesia, pendirian bank Muamalat Indonesia, Tbk merupakan prakarsa majelis ulama Indonesia (MUI) dan pemerintah, yang muncul dalam lokarya pada tanggal 19 – 22 Agustus 1990 di Cisarua, Bogor.

Bank Muamalat mulai beroperasi pada tanggal 1 Mei 1992 bertepatan dengan tanggal 27 Syawal 1412 H, berdasarkan SK Menteri Keuangan RI No. 1223/MK.013/1991 tanggal 5 November 1991. Ijin usaha Bank diperoleh berdasarkan keputusan Menteri Keuangan RI No. 430/KMK.013/1992 tanggal 24 April 1992. Sejak 27 Oktober 1994 telah berpredikat sebagai Bank Devisa.¹

PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk membuka cabang di kota Padangsidimpuan pada tanggal 03 Juli 2003. Untuk peresmian pada saat itu juga yang dibuka secara resmi oleh Dewan Komisaris dari kantor pusat Jakarta beserta rombongan bersama bapak Andi Bukhari kepala cabang Medan dan disaksikan oleh Muspida, MUI, Kementerian Agama, Pejabat setempat serta seluruh Karyawan yang pada saat itu berjumlah 16 orang.

PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, Cabang Padangsidimpuan yang terletak di Jalan Baginda Oloan No.88 Padangsidimpuan 22718 Kota Padangsidimpuan. Lokasi ini sangat mudah untuk dijangkau karena tempat

¹www.bankmuamalat.co.id, diakses, 26 Februari 2018, pukul 14.25 WIB.

kantornya berada pada pusat kota Padangsidempuan, yang terletak pada Jl. Protokol disamping Horas Bakery dan dekat dengan lokasi perkantoran Polres, Pengadilan Negeri Kota Padangsidempuan, serta perkantoran lainnya.

Jumlah karyawan pada Cabang Padangsidempuan sebanyak 38 orang karyawan, sedangkan jumlah karyawan Kantor Cabang dan Kantor Cabang Pembantu (KCP) seluruhnya sebanyak 72 orang karyawan. Sedangkan jumlah ATM sebanyak 15 unit, diantaranya: 3 unit di cabang (1 unit di Goti, 1 unit di pesantren *Al-Azhar Bi' Ibadillah*, 1 unit di SPBU Padangmatinggi), 3 unit di Kantor Cabang Pembantu (Rantau Parapat), 2 unit di Panyabungan, 2 unit di Sibuhuan, dan 1 unit di Sibolga.²

2. Visi Misi PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan

Visi dari PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk adalah menjadi bank syariah utama di Indonesia, dominan di pasar spiritual, dikagumi di pasar rasional.

Misi dari PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk adalah menjadi *Role Model* Lembaga Keuangan Syariah di dunia dengan penekanan pada semangat kewirausahaan, keunggulan manajemen dan orientasi investasi yang inovatif untuk memaksimalkan nilai bagi *stakeholder*.

3. Struktur Organisasi

Struktur organisasi PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan senantiasa menyesuaikan diri dengan perkembangan bisnis, sekaligus juga mengantisipasi dinamika perubahan lingkungan bisnis.

³Rizky Fahlevi Dzulkarnain Deli, Karyawan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan, Jalan Baginda Oloan No. 88, Wawancara, 5 April 2018.

Manajemen Bank PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan melakukan restruksi, tujuannya untuk menjadikan organisasi lebih fokus dan efisien.

Adapun struktur organisasi pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan sebagai berikut : Lihat pada lampiran.

B. Karakteristik Responden

Pada penelitian ini dikumpulkan data primer untuk mengetahui sejauh mana pengaruh faktor Promosi dan Pelayanan terhadap minat nasabah memilih Tabungan Sahabat pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan. Melalui penyebaran kuisioner kepada 100 responden yang menjadi sampel penelitian. Data responden dalam penelitian ini sangat dibutuhkan untuk mengetahui latar belakang responden yang dapat dijadikan masukan untuk menjelaskan hasil yang diperoleh dari penelitian. Adapun proses penelitian dan penyebaran angket yang dilakukan peneliti yaitu dari tanggal 25 April sampai dengan 20 Juli 2018. Dan untuk menjelaskan identitas responden maka peneliti membuat analisis data responden ini dari 3 tabel tunggal dengan data sebagai berikut :

1. Jenis Kelamin

Tabel 4.1
Banyak Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Laki-Laki	39	39%
2	Perempuan	61	61%
Total		100	100%

Sumber Hasil Penelitian (Angket) 2018 (Data Diolah)

Tabel 4.1 menunjukkan banyaknya responden berdasarkan jenis kelamin dari hasil penelitian, mayoritas responden sebanyak 61 orang yaitu 61% adalah responden dengan jenis kelamin perempuan dan sisanya adalah responden laki-laki yakni sebanyak 39 orang atau sebesar 39%.

2. Usia (Tahun)

Tabel 4.2
Banyak Responden Berdasarkan Usia (Tahun)

NO	Usia (Tahun)	Frekuensi (Responden)	Persentase (%)
1	18-25 Tahun	29 Responden	1%
2	26-45 Tahun	57 Responden	11%
3	46-60 Tahun	14 Responden	68%
Total		100	100%

Sumber Hasil Penelitian (Angket) 2018 (Data Diolah)

Tabel 4.2 menunjukkan banyaknya responden berdasarkan usia. Mayoritas responden sebanyak 57 orang yakni yang usianya antara 26 sampai 45 tahun atau sebanyak 57% dari total keseluruhan responden.

3. Profesi/Pekerjaan

Tabel 4.2
Banyak Responden Berdasarkan Profesi/Pekerjaan

NO	Profesi/Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
1	Pelajar/Mahasiswa	19	1%
2	Pegawai/Karyawan	14	11%
3	Wiraswasta	54	68%
4	Lain-lain	13	4%
Total		100	100%

Sumber Hasil Penelitian (Angket) 2018 (Data Diolah)

Tabel 4.3 menunjukkan banyaknya responden berdasarkan Profesi/Pekerjaan. Mayoritas responden sebanyak 54 orang yaitu sebesar 54% adalah responden yang profesi/pekerjaannya sebagai wiraswasta.

C. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas dan uji Reliabilitas instrumen digunakan untuk menguji keabsahan dan kekonsistenan data dalam penelitian yang dapat memperkuat jawaban yang akan diperoleh dengan baik dan benar. Penulis mengambil 100 nasabah sebagai responden dengan mengajukan 30 butir pernyataan untuk variabel promosi (X_1) ada 10 butir pernyataan, pelayanan (X_2) ada 10 butir pernyataan dan 10 butir pernyataan untuk variabel minat menabung nasabah (Y) dengan tingkat signifikansi 5% sehingga r_{tabel} diperoleh 0,195.

Selanjutnya untuk mengetahui validitas pernyataan-pernyataan tersebut dapat dilihat pada tabel setiap hasil uji Validitas variabel yang diambil dari output SPSS di bawah ini:

1. Uji Validitas

a. Uji Validitas Promosi

Tabel 4.4
Uji Validitas Variabel Promosi
Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Promosi1	36.32	24.947	.557	.798
Promosi2	36.12	27.622	.391	.815
Promosi3	35.78	26.052	.736	.786
Promosi4	35.24	30.023	.502	.816
Promosi5	36.32	25.553	.691	.787
Promosi6	35.62	26.400	.713	.789
Promosi7	37.17	21.355	.741	.774
Promosi8	35.33	29.193	.580	.810
Promosi9	37.11	21.291	.706	.780
Promosi10	36.07	31.318	-.039	.863

Sumber: Hasil *Output* SPSS versi 22 (data diolah)

Dari hasil uji validitas promosi di atas, dapat dilihat bahwa pada item pernyataan 10 mempunyai nilai $r_{hitung} < \text{nilai } r_{tabel}$, nilai r_{tabel} diperoleh dari tabel *product momen*. Maka dapat disimpulkan pada butir soal 10 untuk variabel promosi adalah tidak valid, karena $n = 100 < 0,195$.

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Promosi

Item Pernyataan	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Interprestasi
Promosi1	0.557	Instrument dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 100$ pada taraf signifikan 5% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,195$	Valid
Promosi2	0.391		Valid
Promosi3	0.736		Valid
Promosi4	0.502		Valid
Promosi5	0.691		Valid
Promosi6	0.713		Valid
Promosi7	0.741		Valid
Promosi8	0.580		Valid
Promosi9	0.706		Valid
Promosi10	0.039		Tidak Valid

Sumber: Data diolah, 2018.

b. Uji Validitas Pelayanan

Tabel 4.6
Uji Validitas Variabel Pelayanan

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Pelayanan1	37.76	13.518	.602	.860
Pelayanan2	37.51	13.505	.660	.855
Pelayanan3	37.65	13.098	.658	.855
Pelayanan4	37.60	13.253	.661	.855
Pelayanan5	37.87	14.458	.535	.865
Pelayanan6	37.87	14.761	.505	.867
Pelayanan7	37.61	13.109	.602	.860

Pelayanan8	37.48	14.171	.465	.870
Pelayanan9	37.89	12.705	.704	.851
Pelayanan10	37.95	13.684	.551	.864

Sumber: Hasil *Output* SPSS versi 22 (data diolah)

Dari hasil uji validitas pelayanan dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-10 adalah valid. Berdasarkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dimana r_{tabel} untuk $n=100$ adalah 0,195, sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation*

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Pelayanan

Item Pernyataan	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Interprestasi
Pelayanan1	0.602	Instrument dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 100$ pada taraf signifikan 5% sehingga diperoleh r_{tabel} 0,195	Valid
Pelayanan2	0.660		Valid
Pelayanan3	0.658		Valid
Pelayanan4	0.661		Valid
Pelayanan5	0.535		Valid
Pelayanan6	0.505		Valid
Pelayanan7	0.602		Valid
Pelayanan8	0.465		Valid
Pelayanan9	0.704		Valid
Pelayanan10	0.551		Valid

Sumber: Data diolah, 2018.

c. Uji Validitas Minat Nasabah

Tabel 4.8
Uji Validitas Variabel Minat Nasabah

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Minat1	38.50	12.576	.537	.798
Minat2	39.26	11.305	.529	.797
Minat3	39.14	12.606	.458	.804
Minat4	38.94	12.340	.506	.799
Minat5	38.23	13.492	.486	.808
Minat6	38.69	13.065	.336	.815
Minat7	39.08	10.499	.617	.786
Minat8	38.55	11.563	.600	.788
Minat9	38.95	11.826	.471	.803
Minat10	38.83	11.900	.546	.794

Sumber: Hasil *Output* SPSS versi 22 (data diolah)

Dari hasil uji validitas minat nasabah dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-10 adalah valid. Berdasarkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dimana r_{tabel} untuk $n=100$ adalah 0,195, sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation*.

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Minat Nasabah

Item Pernyataan	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Interprestasi
Minat1	0.537	Instrument dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 100$ pada taraf signifikan 5% sehingga diperoleh r_{tabel} 0,195	Valid
Minat2	0.529		Valid
Minat3	0.458		Valid
Minat4	0.506		Valid
Minat5	0.486		Valid
Minat6	0.336		Valid
Minat7	0.617		Valid
Minat8	0.600		Valid
Minat9	0.471		Valid
Minat10	0.546		Valid

2. Uji Reliabilitas

a. Uji Reliabilitas Promosi

Tabel 4.10

Output Hasil Uji Reliabilitas Promosi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.820	9

Sumber: Hasil *Output* SPSS versi 22 (data diolah)

Dapat dilihat dari hasil tabel *Reliability statistic* diatas menunjukkan bahwa *Cronbach's Alpha* untuk variabel promosi adalah $0,820 > 0,60$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel promosi (X_1) adalah reliabel.

b. Uji Reliabilitas Pelayanan

Tabel 4.11
Ouput Hasil Uji Reliabilitas Pelayanan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.873	10

Sumber: Hasil *Output* SPSS versi 22 (data diolah)

Dapat dilihat dari hasil tabel *Reliability statistic* diatas menunjukkan bahwa *Cronbach's Alpha* untuk variabel pelayanan adalah $0,873 > 0,60$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel pelayanan (X_2) adalah reliabel.

c. Uji Reliabilitas Minat Nasabah

Tabel 4.12
Ouput Hasil Uji Reliabilitas Minat Nasabah

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.816	10

Sumber: Hasil *Output* SPSS versi 22 (data diolah)

Dapat dilihat dari hasil tabel *Reliability statistic* diatas menunjukkan bahwa *Cronbach's Alpha* untuk variabel minat nasabah adalah $0,816 > 0,60$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel minat nasabah (Y) adalah reliabel.

3. Analisis Deskriptif

a. Uji Multikolonieritas

Multikolonieritas adalah adanya hubungan linear yang sempurna, multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independent). Peneliti akan mengujinya melalui SPSS 22.

Suatu model regresi dinyatakan bebas dari multikolonieritas adalah: “jika nilai *Variance Inflation Vector* VIF < 5 dan nilai tolerance $> 0,1$.”

Tabel 4.13

Uji Multikolonieritas

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
1 (Constant)	13.229	2.605		5.078	.000		
Promosi	.081	.078	.119	1.030	.306	.304	3.293

Pelayanan	.636	.109	.677	5.857	.000	.304	3.293
-----------	------	------	------	-------	------	------	-------

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Hasil *Output* SPSS versi 22 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui nilai VIF dari variabel promosi adalah $3,293 < 5$, Variabel pelayanan adalah $3,293 < 5$. Jadi dapat disimpulkan bahwa nilai VIF dari kedua variabel diatas lebih kecil dari 5 ($VIF < 5$).

Sementara itu nilai *Tolerance* dari variabel promosi adalah $0,304 > 0,1$, variabel pelayanan adalah $0,304 > 0,1$. Jadi dapat disimpulkan bahwa nilai *Tolerance* dari kedua variabel diatas lebih besar dari 0,1 ($tolerance > 0,1$). Berdasarkan penilaian dari tabel diatas maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas.

b. Autokorelasi

Tujuan dari uji autokorelasi adalah untuk menguji apakah model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu dengan ketentuan nilai DW lebih besar dari -2 dan lebih kecil dari +2.

Tabel 4.14

Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.779 ^a	.607	.599	2.42595	1.449

a. Predictors: (Constant), Pelayanan, Promosi

b. Dependent Variable: Minat

Sumber: Hasil *Output* SPSS versi 22 (data diolah)

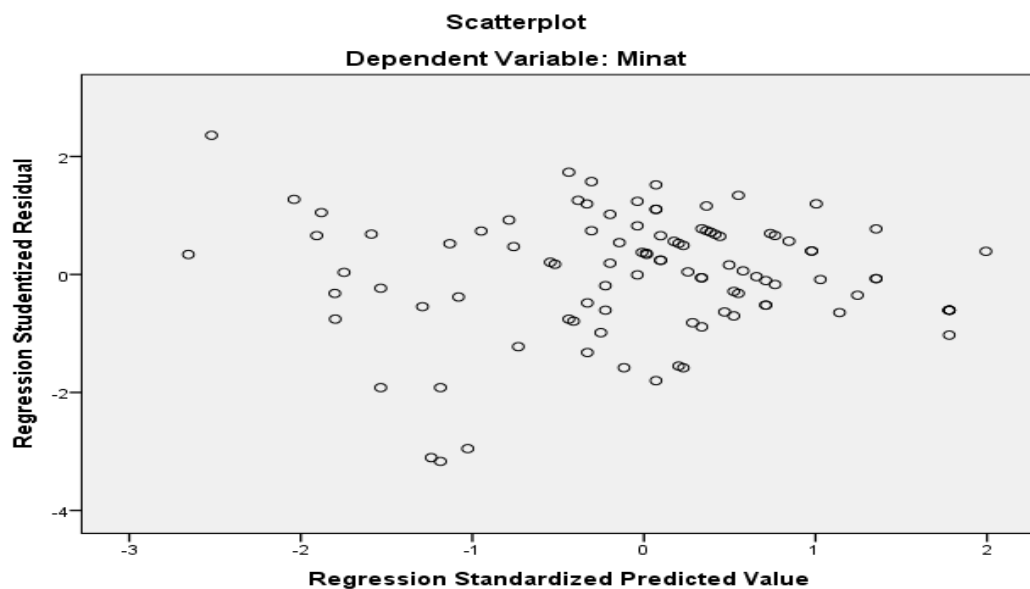
Berdasarkan tabel diatas nilai *Durbin Watson* sebesar 1,449 artinya tidak terjadi autokorelasi karena lebih besar dari -2 dan lebih kecil dari +2. ($-2 < 1,449 < +2$).

c. Uji Hetrokedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan salah satu bagian dari uji asumsi klasik dalam model regresi.

Gambar 4.1

Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Hasil *Output* SPSS versi 22 (data diolah)

Berdasarkan hasil output scatterplot di atas, terlihat bahwa titik-titik menyebar dan tidak membentuk pola tertentu yang jelas. Jadi dapat disimpulkan bahwa regresi terbebas dari kasus heteroskedastisitas.

4. Uji Normalitas

Untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal, maka uji yang perlu dilakukan adalah uji

Normalitas dengan pengujian SPSS 22 dengan menggunakan Kolmogrov Smirnov (KS) pada tarif signifikan 0,05.

Sig > 0,05 maka distribusi data bersifat normal.

Sig < 0,05 maka distribusi data tidak normal.

Tabel 4.15
Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.40131719
	Most Extreme Differences	Absolute
	Positive	.055
	Negative	-.072
Test Statistic		.072
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

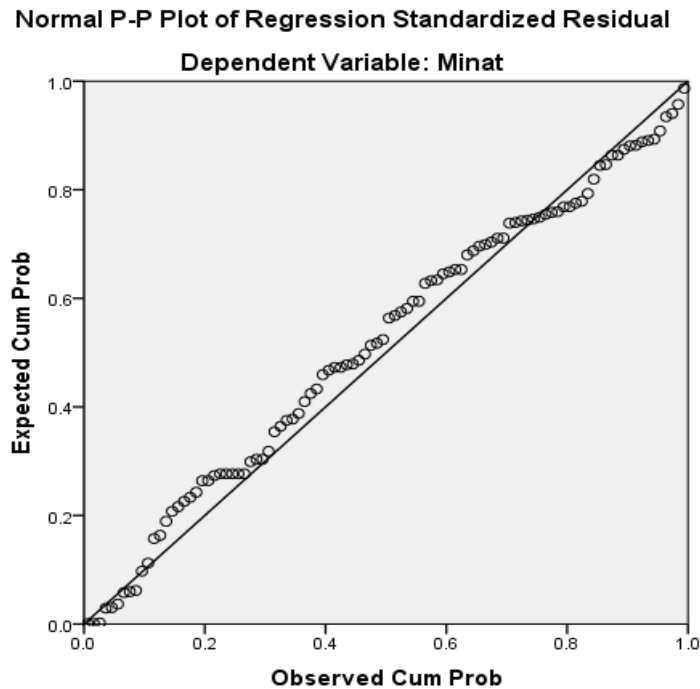
c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Hasil *Output* SPSS versi 22 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas terlihat nilai *Test Statistic* adalah 0,072 dan lebih besar dari nilai signifikan 0,05 ($0,072 > 0,05$). Jadi dapat disimpulkan bahwa data tersebut terdistribusi normal dengan menggunakan uji Kolmogrov Smirnov. Selain itu data yang baik juga dapat dilihat melalui kurva. Data yang memiliki kurva dengan pola titik mengikuti garis diagonal dapat dikatakan normal. Seperti yang terlihat pada kurva dibawah ini:

Gambar 4.2
Model Grafik Uji Normalitas



Sumber: Hasil *Output* SPSS versi 22 (data diolah)

Dilihat dari gambar grafik P-P Plot diatas dapat disimpulkan bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal maka data tersebut dikatakan normal.

5. Uji Linearitas

Untuk mengetahui keadaan dimana hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat bersifat linier dalam *range*, variabel terikat tertentu maka dilakukan uji linearitas. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *Test for Linearity* dengan taraf dignifikan 0,05, dengan syarat dua variabel dikatakan memiliki hubungan yang linear bila signifikansi (*Linearity*) kurang dari 0,05.

Tabel 4.16
Uji Linearitas Promosi terhadap Minat Nasabah

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat * Promosi	Between Groups	(Combined)	844.693	19	44.458	5.863	.000
		Linearity	678.546	1	678.546	89.486	.000
		Deviation from Linearity	166.147	18	9.230	1.217	.268
Within Groups			606.617	80	7.583		
Total			1451.310	99			

Sumber: Hasil *Output* SPSS versi 22 (data diolah)

Berdasarkan hasil output diperoleh bahwa nilai signifikansi pada *linearity* sebesar 0,000. Karena signifikansi kurang dari 0,05, maka dapat dinyatakan bahwa antara variabel Promosi dan Minat Nasabah terdapat hubungan yang linier.

Tabel 4.17
Uji Linearitas Pelayanan terhadap Minat Nasabah

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat * Pelayanan	Between Groups	(Combined)	1075.767	17	63.280	13.817	.000
		Linearity	874.205	1	874.205	190.883	.000
		Deviation from Linearity	201.562	16	12.598	2.751	.001
Within Groups			375.543	82	4.580		
Total			1451.310	99			

Sumber: Hasil *Output* SPSS versi 22 (data diolah)

Berdasarkan hasil output diperoleh bahwa nilai signifikansi pada *linearity* sebesar 0,000. Karena signifikansi kurang dari 0,05, maka dapat dinyatakan bahwa antara variabel Pelayanan dan Minat Nasabah terdapat hubungan yang linier.

6. Uji Hipotesis

a. Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t)

Uji koefisien regresi parsial (uji t) bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas (X) secara parsial berpengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Y). Dari uji T juga dapat diketahui keputusan hipotesis dalam penelitian ini diterima atau ditolak dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} atau dengan melihat nilai signifikansinya. Kesimpulan atas penerimaan hipotesis berdasarkan nilai t_{hitung} adalah sebagai berikut:

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak.
- 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_a ditolak dan H_0 diterima.

Untuk mengetahui nilai t_{hitung} dari uji t ini, dapat dilihat pada output dari hasil uji hipotesis di bawah ini:

Tabel 4.18
Hasil Uji Hipotesis (Uji t)

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
Model	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	13.229	2.605		5.078	.000
	Promosi	.081	.078	.119	1.030	.306
	Pelayanan	.636	.109	.677	5.857	.000

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Hasil *Output* SPSS versi 22 (data diolah)

Dari hasil output di atas dapat dilihat bahwa t_{hitung} untuk variabel promosi sebesar 1,030, sehingga diperoleh $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1,030 < 1,660$) maka H_a ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa secara parsial tidak ada

pengaruh yang signifikan antara promosi dengan minat nasabah untuk menabung.

Sedangkan t_{hitung} untuk variabel pelayanan pada perhitungan di atas sebesar 5,857 dan untuk t_{tabel} adalah 1,660, ini berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ (5,857 > 1,660) maka H_a diterima. Jadi, dapat disimpulkan secara parsial ada pengaruh yang signifikan antara pelayanan dengan minat nasabah untuk menabung.

b. Uji Koefisien Regresi Simultan (Uji F)

Uji koefisien regresi simultan atau uji f digunakan untuk menguji pengaruh dari variabel bebas (X) secara keseluruhan terhadap variabel terikat (Y). Adapun dibawah ini adalah hasil output dari uji f.

Tabel 4.19

Hasil Uji Hipotesis (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	880.444	2	440.222	74.801	.000 ^b
	Residual	570.866	97	5.885		
	Total	1451.310	99			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), Pelayanan, Promosi

Sumber: Hasil *Output* SPSS versi 22 (data diolah)

Dari hasil output di atas bahwa nilai F_{hitung} adalah 74,801 sedangkan F_{tabel} untuk signifikansi $\alpha = 0,05$ dengan df 1 (jumlah variabel – 1) = 2 dan df 2 (n-k-1) atau 100-2-1 = 97 (n adalah jumlah data dan k adalah jumlah variabel independent), hasil yang diperoleh untuk F_{tabel} sebesar

3,09. Dan hasil yang diperoleh dari tabel uji f di atas adalah $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($74,801 > 3,09$), maka H_a diterima. Selanjutnya untuk nilai sig. Sebesar 0,000 sehingga nilai sig. < dari 0,5 maka H_a diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa promosi, pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menabung di tabungan sahabat pada Bank Muamalat Tbk, Cabang Padangsidempuan.

7. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 4.20

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.779 ^a	.607	.599	2.426

a. Predictors: (Constant), Pelayanan, Promosi

b. Dependent Variable: Minat

Sumber: Hasil *Output* SPSS versi 22 (data diolah)

Berdasarkan output di atas diperoleh angka Adjusted R Square sebesar 0,599 atau 59,9%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent* sebesar 59,9% sedangkan sisanya sebesar 40,1% dipengaruhi oleh variabel lain Seperti Sarana Prasarana dan Nama Baik Bank. yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

8. Analisis Regresi Berganda

Tabel 4.21

Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	T	Sig.
-------	-----------------------------	---------------------------	---	------

	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	13.229	2.605		5.078	.000
Promosi	.081	.078	.119	1.030	.306
Pelayanan	.636	.109	.677	5.857	.000

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Hasil *Output* SPSS versi 22 (data diolah)

Adapun persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

$$\text{Minat} = a + b_1\text{promosi} + b_2\text{Pelayanan} + e$$

$$\text{Minat} = 13,229 + 0,081\text{promosi} + 0,636\text{pelayanan} + 2,605$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 13,229, artinya apabila variabel promosi dan pelayanan dianggap konstan atau 0 maka minat nasabah dalam memilih tabungan sahabat pada Bank Muamalat Indonesia Tbk, Cabang Padangsidempuan adalah sebesar 13,229 satuan.
2. Koefisien regresi variabel promosi sebesar 0,081, artinya apabila variabel promosi meningkat sebanyak 1 satuan maka minat nasabah dalam memilih tabungan sahabat pada Bank Muamalat Indonesia Tbk, Cabang Padangsidempuan akan bertambah sebesar 0,081 dengan catatan variabel yang lain bernilai tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan yang positif antara promosi dengan minat nasabah, semakin naik promosi maka semakin meningkat minat nasabah menabung pada tabungan sahabat di Bank Muamalat Indonesia Tbk, Cabang Padangsidempuan.
3. Koefisien regresi variabel pelayanan sebesar 0,636, artinya apabila variabel pelayanan meningkat sebanyak 1 satuan maka minat nasabah

dalam memilih tabungan sahabat pada Bank Muamalat Indonesia Tbk, Cabang Padangsidempuan akan bertambah sebesar 0,636 dengan catatan variabel yang lain bernilai tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan yang positif antara pelayanan dengan minat nasabah, semakin meningkat pelayanan maka semakin meningkat minat menjadi nasabah untuk menabung pada tabungan sahabat di Bank Muamalat Indonesia Tbk, Cabang Padangsidempuan.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini berjudul Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Memilih Tabungan Sahabat Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan. Setelah melalui berbagai analisis data terhadap model, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan uji parsial (uji t) pada promosi dengan taraf signifikansi 5% diperoleh nilai $t_{hitung} < t_{tabel} = 1,030 < 1,660$, maka H_a ditolak dan H_o diterima, artinya tidak terdapat pengaruh variabel Promosi terhadap minat menabung pada tabungan sahabat di Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Padangdimpuan. Hal ini tidak sejalan dengan apa yang dipaparkan oleh Danang Sunyoto dalam bukunya Dasar Dasar Manajemen Pemasaran, bahwa promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk.³ Pada dasarnya promosi merupakan usaha yang dilakukan oleh pihak bank syariah untuk memperkenalkan produknya kepada nasabahnya

³ Danang Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Caps, 2014), hlm. 154

dengan harapan nasabah dapat memilih tabungan tersebut. Dan pada penelitian ini promosi tidak berpengaruh terhadap minat nasabah memilih tabungan sahabat. Karena memang promosi bukanlah satu-satunya variabel yang dapat mempengaruhi nasabah memutuskan memilih tabungan sahabat.

2. Berdasarkan uji parsial (uji t) pada pelayanan dengan taraf signifikansi 5% diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel} = 5,857 > 1,660$, maka H_a diterima dan H_o ditolak, artinya terdapat pengaruh variabel Pelayanan terhadap minat menabung pada tabungan sahabat di Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Padangsidempuan. Hal ini sejalan dengan apa yang dipaparkan oleh Sedyana dalam buku perilaku konsumen bahwa pelayanan merupakan suatu kegiatan yang menolong, menyediakan segala apa yang diperlukan nasabah sehingga diperoleh kepuasan pelanggan dan usaha pembelian yang berulang-ulang.⁴ Jadi, dapat disimpulkan bahwa Promosi tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap minat untuk menabung. Sedangkan pelayanan terdapat pengaruh yang signifikan terhadap minat untuk menabung.
3. Sedangkan secara simultan promosi dan pelayanan dengan taraf signifikansi 5% dapat kita lihat dari hasil uji F diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel} (74,801 > 3,09)$ yang menunjukkan bahwa hipotesis diterima. Selanjutnya untuk nilai sig. Sebesar 0,000 sehingga nilai sig. < dari 0,5 maka H_a diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan Promosi, Pelayanan terdapat pengaruh yang signifikan terhadap Minat untuk Menabung pada tabungan

⁴ Sedyana, *Perilaku Konsumen* (Bandung: Presko, 1995), hlm. 2.

sahabat di Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Padangsidempuan. Hal ini sama dengan penelitian saudara Jeliana Lubis yang mengatakan bahwa promosi dan pelayanan itu berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menabung.

E. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini banyak keterbatasan-keterbatasan yang dialami peneliti meskipun penelitian ini telah dilaksanakan sesuai dengan langkah-langkah yang ditetapkan oleh metode penelitian. Namun, untuk mendapatkan hasil yang sempurna bukanlah hal yang mudah dikarenakan peneliti tidak mengetahui kejujuran ataupun keseriusan responden dalam mengisi setiap pertanyaan yang diberikan peneliti melalui kuisisioner yang diberikan dan tentunya dapat mempengaruhi validitas data yang diperoleh. Begitu juga kemampuan peneliti sendiri dalam menganalisis data yang sudah diperoleh.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan uji parsial (uji t) pada promosi dengan taraf signifikansi 5% diperoleh nilai $t_{hitung} < t_{tabel} = 1,030 < 1,660$, maka H_a ditolak dan H_o diterima, artinya tidak terdapat pengaruh variabel Promosi terhadap minat menabung pada tabungan sahabat di Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Padangdimpuan.
2. Berdasarkan uji parsial (uji t) pada pelayanan dengan taraf signifikansi 5% diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel} = 5,857 > 1,660$, maka H_a diterima dan H_o ditolak, artinya terdapat pengaruh variabel Pelayanan terhadap minat menabung pada tabungan sahabat di Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Padangsidimpuan.
3. Sedangkan secara simultan pada promosi dan pelayanan dengan taraf signifikansi 5% dapat kita lihat dari hasil uji F diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($74,801 > 3,09$) yang menunjukkan bahwa hipotesis diterima. Selanjutnya untuk nilai sig. Sebesar 0,000 sehingga nilai sig. $<$ dari 0,5 maka H_a diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan Promosi, Pelayanan terdapat pengaruh yang signifikan terhadap Minat untuk

Menabung pada tabungan sahabat di Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Padangsidempuan.

B. Saran

Adapun saran yang dapat diberikan setelah penelitian ini adalah:

1. Untuk penelitian selanjutnya agar dapat lebih mendalam ataupun spesifik dalam membahas faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam memilih tabungan sahabat karena masih banyak faktor lain yang dapat mempengaruhinya.
2. Dan untuk pihak Bank Muamalat Syariah Tbk. Cabang Padangsidempuan agar dapat mempertimbangkan kedua faktor pada penelitian ini dan juga faktor faktor lain. Karena seperti yang kita ketahui semakin hari semakin tinggi tingkat persaingan di dunia perbankan syariah maupun bank konvensional sehingga tingkat kepuasan dan pelayanan nasabah juga akan semakin tinggi.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama Lengkap : Zulfan Asmara

Tempat/Tgl. Lahir : Padangsidempuan/ 13 Desember 1993

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Agama : Islam

Alamat : Padangsidempuan

Nama Ayah : Jumin

Nama Ibu : Parsumi

Alamat : Padangsidempuan

Moto Hidup : Allah dulu, Allah Lagi, Allah Terus.

Latar Belakang Pendidikan :

1. Tahun 2006 tamat dari SDN 200311 Padangsidempuan
2. Tahun 2009 tamat dari SMPN 5 Padangsidempuan
3. Tahun 2012 tamat dari SMAN 3 Padangsidempuan
4. Tahun 2012 melanjutkan pendidikan Strata I (SI) Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di IAIN Padangsidempuan.

PENGANTAR KUESIONER

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Dengan hormat,

Saya adalah mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan yang sedang menyusun tugas proposal penelitian dengan judul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Memilih Tabungan Sahabat Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan”.

Berkenaan dengan hal tersebut, saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdra/I untuk bersedia mengisi kuesioner yang telah tersedia, dalam pengisian kuesioner tidak ada penilaian benar atau salah. Bapak/Ibu/Sdra/I dipersilahkan bebas menjawab sesuai dengan kenyataan yang Bapak/Ibu/Sdra/I ketahui. Jawaban yang diberikan tidak ada risiko apapun terhadap kepentingan Bapak/Ibu/Sdra/i. data yang didapatkan dari penelitian ini hanya dipergunakan untuk penelitian penulis semata. Atas kesediaan dan partisipasi Bapak/Ibu/Sdra/I dalam mengisi kuesioner ini, terlebih dahulu saya ucapkan terimakasih.

Hormat saya,

Zulan Asmara

Identitas Responden

Nama Responden : _____

Jenis Kelamin : _____

Usia : _____

Pekerjaan : _____

Petunjuk pengisian

1. Berilah tanda centang (√) pada jawaban yang dipilih.
2. Kuesioner ini ditujukan untuk Nasabah PT. Bank Muamalat Cabang Padangsidempuan.
3. Bapak/Ibu/Sdra/I diharapkan dapat memberikan jawaban yang paling sesuai dengan persepsi masing-masing terhadap penelitian ini.
4. Skor jawaban dibagi dalam 5 kriteria yaitu, Sangat Setuju (SS) diberi skor 5, Setuju (S) diberi skor 4, Kurang Setuju (KS) diberi skor 3. Tidak Setuju (TS) diberi skor 2, Dan Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor

Tanggapan Responden Terhadap Promosi (X₁)

No	Pernyataan	(SS)	(S)	(KS)	(TS)	(STS)
1	Saya tertarik memilih tabungan muamalat sahabat karena iklan yang dilakukan bank.					
2	Saya berminat membuka tabungan muamalat sahabat karena dapat informasi dari karyawan bank.					
3	Saya berminat membuka tabungan muamalat sahabat kerena brosuranya					

	informatif.					
4	Saya tertarik memilih tabungan sahabat karna biayanya yang murah.					
5	Saya tertarik membuka tabungan sahabat karena promosi bank secara langsung.					
6	Saya memilih tabungan sahabat karena informasi yang dibrikan sangat lengkap.					
7	Saya sering mendengar iklan tabungan sahabat lewat radio.					
8	Saya suka dengan ide kreatif yang dilakukan bank mengenai tabungan sahabat.					
9	Saya sering membaca iklan tabungan sahabat di media cetak maupun internet.					
10	Jika saya tidak dibritahu teman maka saya tidak mengetahui tabungan sahabat.					

Tanggapan Responden Terhadap Pelayanan (X₂)

No	Pernyataan	(SS)	(S)	(KS)	(TS)	(STS)
1	Saya merasa bangunan interior sudah bagus dan menarik.					
2	Kebersihan dan kenyamanan bank muamalat padangsidimpuan terjaga dengan baik.					
3	Karyawan bank muamalat padangsidimpuan berpenampilan bersih dan sopan.					
4	Saya senang dan puas dengan pelayanan yang diberikan karyawan bank muamalat padangsidimpuan.					
5	Masalah dan keluhan saya selalu ditanggapi dengan baik oleh pihak bank muamalat padangsidimpuan.					
6	Karyawan bank muamalat padangsidimpuan bersedia membantu ketika saya mengalami kendala.					
7	Saya tertarik membuka tabungan sahabat karena prosesnya cepat dan persyaratannya mudah.					
8	Saya berminat menabung di bank muamalat Indonesia karena fasilitasnya sangat memadai.					

9	Semua karyawan bank muamalat padangsidempuan sangat ramah tamah ketika menghadapi nasabah.					
10	Karyawan selalu mengucapkan salam kepada nasabahnya.					

Tanggapan Responden Terhadap Minat (Y)

No	Pernyataan	(SS)	(S)	(KS)	(TS)	(STS)
1	Bank muamalat padangsidempuan menggunakan prinsip syariah dalam setiap praktik perbankan.					
2	Teman dan sahabat saya membuka rekening tabungan sahabat.					
3	Saya tertarik membuka tabungan sahabat karena mampu memenuhi kebutuhan saya dalam menabung.					
4	Saya memilih tabungan sahabat karena saya merasa cocok sejak saya menjadi nasabah bank muamalat.					
5	Saya memilih tabungan sahabat karena biayanya sangat terjangkau.					
6	Saya memilih tabungan sahabat karena ada keuntungan lain yang tidak dimiliki tabungan lain.					
7	Saya berminat memilih tabungan sahabat karena saya tahu.					
8	Saya memilih tabungan sahabat karena dorongan dari hati.					
9	Saya tertarik menabung di bank muamalat karena lokasinya.					
10	Saya memilih tabungan sahabat karena saya merasa nyaman.					

Lampiran 5

Tabel untuk Perhitungan Statistik

Tabel Nilai – nilai r Product Moment

N	Tarf Signif		N	Tarf Signif		N	Tarf Signif	
	5 %	1 %		5 %	1 %		5 %	1 %
3	0,997	0,999	27	0,381	0,487	55	0,266	0,345
4	0,950	0,990	28	0,374	0,478	60	0,254	0,330
5	0,878	0,959	29	0,367	0,470	65	0,244	0,317
6	0,811	0,917	30	0,361	0,463	70	0,235	0,306
7	0,754	0,874	31	0,355	0,456	75	0,227	0,296
8	0,707	0,834	32	0,349	0,449	80	0,220	0,286
9	0,666	0,798	33	0,344	0,442	85	0,213	0,278
10	0,632	0,765	34	0,339	0,436	90	0,207	0,270
11	0,602	0,735	35	0,334	0,430	95	0,202	0,263
12	0,576	0,708	36	0,329	0,424	100	0,195	0,256
13	0,553	0,684	37	0,325	0,418	125	0,176	0,230
14	0,532	0,661	38	0,320	0,413	150	0,159	0,210
15	0,514	0,641	39	0,316	0,408	175	0,148	0,194
16	0,497	0,623	40	0,312	0,403	200	0,138	0,181
17	0,482	0,606	41	0,308	0,398	300	0,113	0,148
18	0,468	0,590	42	0,304	0,393	400	0,098	0,128
19	0,456	0,575	43	0,301	0,389	500	0,088	0,115

20	0,444	0,561	44	0,297	0,384	600	0,080	0,105
21	0,433	0,549	45	0,294	0,380	700	0,074	0,097
22	0,423	0,537	46	0,291	0,376	800	0,070	0,091
23	0,413	0,526	47	0,288	0,372	900	0,065	0,086
24	0,404	0,515	48	0,284	0,368	1000	0,062	0,081
25	0,396	0,505	49	0,281	0,364			
26	0,388	0,496	50	0,279	0,361			

Lampiran 6

Tabel untuk Perhitungan Statistik
Tabel Distribusi - t

	α					α			
df	0.10	0.05	0.02	0.01	df	0.10	0.05	0.02	0.01
1	6.314	12.706	31.821	63.657	51	1.675	2.008	2.402	2.676
2	2.920	4.303	6.965	9.925	52	1.675	2.007	2.400	2.674
3	2.353	3.182	4.541	5.841	53	1.674	2.006	2.399	2.672
4	2.132	2.776	3.747	4.604	54	1.674	2.005	2.397	2.670

5	2.015	2.571	3.365	4.032	55	1.673	2.004	2.396	2.668
6	1.943	2.447	3.143	3.707	56	1.673	2.003	2.395	2.667
7	1.895	2.365	2.998	3.499	57	1.672	2.002	2.394	2.665
8	1.860	2.306	2.896	3.355	58	1.672	2.002	2.392	2.663
9	1.833	2.262	2.821	3.250	59	1.671	2.001	2.391	2.662
10	1.812	2.228	2.764	3.169	60	1.671	2.000	2.390	2.660
11	1.796	2.201	2.718	3.106	61	1.670	2.000	2.389	2.659
12	1.782	2.179	2.681	3.055	62	1.670	1.999	2.388	2.657
13	1.771	2.160	2.650	3.012	63	1.669	1.998	2.387	2.656
14	1.761	2.145	2.624	2.977	64	1.669	1.998	2.386	2.655
15	1.753	2.131	2.602	2.947	65	1.669	1.997	2.385	2.654
16	1.746	2.120	2.583	2.921	66	1.668	1.997	2.384	2.652
17	1.740	2.110	2.567	2.898	67	1.668	1.996	2.383	2.651
18	1.734	2.101	2.552	2.878	68	1.668	1.995	2.382	2.650
19	1.729	2.093	2.539	2.861	69	1.667	1.995	2.382	2.649
20	1.725	2.086	2.528	2.845	70	1.667	1.994	2.381	2.648
21	1.721	2.080	2.518	2.831	71	1.667	1.994	2.380	2.647
22	1.717	2.074	2.508	2.819	72	1.666	1.993	2.379	2.646
23	1.714	2.069	2.500	2.807	73	1.666	1.993	2.379	2.645
24	1.711	2.064	2.492	2.797	74	1.666	1.993	2.378	2.644
25	1.708	2.060	2.485	2.787	75	1.665	1.992	2.377	2.643
26	1.706	2.056	2.479	2.779	76	1.665	1.992	2.376	2.642
27	1.703	2.052	2.473	2.771	77	1.665	1.991	2.376	2.641
28	1.701	2.048	2.467	2.763	78	1.665	1.991	2.375	2.640
29	1.699	2.045	2.462	2.756	79	1.664	1.990	2.374	2.640
30	1.697	2.042	2.457	2.750	80	1.664	1.990	2.374	2.639

31	1.696	2.040	2.453	2.744	81	1.664	1.990	2.373	2.638
32	1.694	2.037	2.449	2.738	82	1.664	1.989	2.373	2.637
33	1.692	2.035	2.445	2.733	83	1.663	1.989	2.372	2.636
34	1.691	2.032	2.441	2.728	84	1.663	1.989	2.372	2.636
35	1.690	2.030	2.438	2.724	85	1.663	1.988	2.371	2.635
36	1.688	2.028	2.434	2.719	86	1.663	1.988	2.370	2.634
37	1.687	2.026	2.431	2.715	87	1.663	1.988	2.370	2.634
38	1.686	2.024	2.429	2.712	88	1.662	1.987	2.369	2.633
39	1.685	2.023	2.426	2.708	89	1.662	1.987	2.369	2.632
40	1.684	2.021	2.423	2.704	90	1.662	1.987	2.368	2.632
41	1.683	2.020	2.421	2.701	91	1.662	1.986	2.368	2.631
42	1.682	2.018	2.418	2.698	92	1.662	1.986	2.368	2.630
43	1.681	2.017	2.416	2.695	93	1.661	1.986	2.367	2.630
44	1.680	2.015	2.414	2.692	94	1.661	1.986	2.367	2.629
45	1.679	2.014	2.412	2.690	95	1.661	1.985	2.366	2.629
46	1.679	2.013	2.410	2.687	96	1.661	1.985	2.366	2.628
47	1.678	2.012	2.408	2.685	97	1.661	1.985	2.365	2.627
48	1.677	2.011	2.407	2.682	98	1.661	1.984	2.365	2.627
49	1.677	2.010	2.405	2.680	99	1.660	1.984	2.365	2.626
50	1.676	2.009	2.403	2.678	100	1.660	1.984	2.364	2.626
					10000	1.645	1.960	2.327	2.576

```

RELIABILITY
/VARIABLES=P1 P2 P3 P4 P5 P6 P7 P8 P9 P10
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL.

```

Reliability

[DataSet0]

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.820	10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Promosi1	36.32	24.947	.557	.798
Promosi2	36.12	27.622	.391	.815
Promosi3	35.78	26.052	.736	.786
Promosi4	35.24	30.023	.502	.816
Promosi5	36.32	25.553	.691	.787
Promosi6	35.62	26.400	.713	.789
Promosi7	37.17	21.355	.741	.774
Promosi8	35.33	29.193	.580	.810
Promosi9	37.11	21.291	.706	.780
Promosi10	36.07	31.318	-.039	.863

NEW FILE.

DATASET NAME DataSet1 WINDOW=FRONT.

RELIABILITY

```

/VARIABLES=P11 P12 P13 P14 P15 P16 P17 P18 P19 P110
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL

```

```

/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL.

```

Reliability

[DataSet1]

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.873	10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Pelayanan1	37.76	13.518	.602	.860
Pelayanan2	37.51	13.505	.660	.855
Pelayanan3	37.65	13.098	.658	.855
Pelayanan4	37.60	13.253	.661	.855
Pelayanan5	37.87	14.458	.535	.865
Pelayanan6	37.87	14.761	.505	.867
Pelayanan7	37.61	13.109	.602	.860
Pelayanan8	37.48	14.171	.465	.870
Pelayanan9	37.89	12.705	.704	.851
Pelayanan10	37.95	13.684	.551	.864

```

NEW FILE.
DATASET NAME DataSet2 WINDOW=FRONT.
RELIABILITY
/VARIABLES=M1 M2 M3 M4 M5 M6 M7 M8 M9 M10
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL.

```


Minat * Promosi	100	100.0%	0	0.0%	100	100.0%
Minat * Pelayanan	100	100.0%	0	0.0%	100	100.0%

Report

Minat

Promosi	Mean	N	Std. Deviation
28	38.75	4	2.754
30	36.67	3	2.309
31	39.00	1	.
32	41.50	2	3.536
33	36.50	4	4.655
34	43.00	1	.
35	39.33	6	4.885
36	41.67	6	3.882
37	41.00	1	.
38	44.43	7	2.225
39	42.44	9	2.920
40	43.50	8	2.330
41	44.00	3	1.000
42	44.20	10	2.300
43	42.89	9	2.713
44	45.56	9	1.944
45	46.75	4	1.708
46	46.00	1	.
47	47.00	1	.
50	47.18	11	1.328
Total	43.13	100	3.829

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat * Promosi	Between	(Combined)	844.693	19	44.458	5.863	.000
	Groups	Linearity	678.546	1	678.546	89.486	.000
		Deviation from	166.147	18	9.230	1.217	.268
		Linearity					
	Within Groups		606.617	80	7.583		
	Total		1451.310	99			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Minat * Promosi	.684	.468	.763	.582

Report

Minat

Pelayanan	Mean	N	Std. Deviation
31	38.50	2	3.536
33	40.00	1	.
34	38.33	3	2.082
35	37.50	2	.707
36	37.50	4	2.517
37	35.00	4	4.243
38	36.00	2	4.243
39	41.25	4	2.217
40	41.88	8	2.475
41	42.90	10	2.331
42	44.42	12	2.065
43	43.85	13	2.230
44	44.91	11	1.514
45	45.50	8	1.309
46	47.00	4	1.633
47	47.00	5	1.225
49	46.83	6	.408
50	50.00	1	.
Total	43.13	100	3.829

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat *	Between	(Combined)	1075.767	17	63.280	13.817	.000
Pelayanan	Groups	Linearity	874.205	1	874.205	190.883	.000
		Deviation from Linearity	201.562	16	12.598	2.751	.001
Within Groups			375.543	82	4.580		
Total			1451.310	99			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Minat * Pelayanan	.776	.602	.861	.741

REGRESSION
/MISSING LISTWISE

```

/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT M
/METHOD=ENTER P P1
/SCATTERPLOT=(*ZRESID ,*SRESID)
/RESIDUALS DURBIN HISTOGRAM(ZRESID) NORMPROB(ZRESID)
/SAVE RESID.

```

Regression

[DataSet0]

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Pelayanan, Promosi ^b		Enter

- a. Dependent Variable: Minat
b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.779 ^a	.607	.599	2.426	1.449

- a. Predictors: (Constant), Pelayanan, Promosi
b. Dependent Variable: Minat

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	880.444	2	440.222	74.801	.000 ^b
	Residual	570.866	97	5.885		
	Total	1451.310	99			

- a. Dependent Variable: Minat
b. Predictors: (Constant), Pelayanan, Promosi

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics
-------	-----------------------------	---------------------------	---	------	-------------------------

	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	13.229	2.605		5.078	.000		
Promosi	.081	.078	.119	1.030	.306	.304	3.293
Pelayanan	.636	.109	.677	5.857	.000	.304	3.293

a. Dependent Variable: Minat

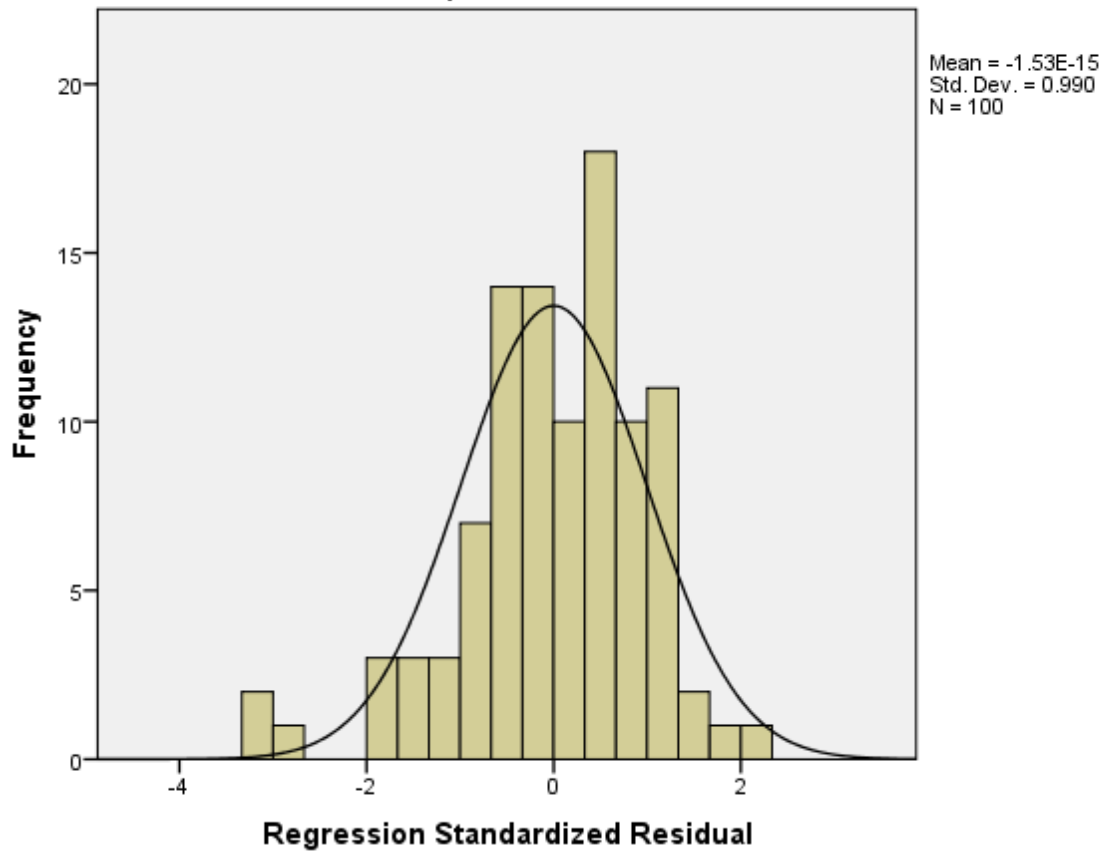
Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	35.21	49.07	43.13	2.982	100
Std. Predicted Value	-2.655	1.993	.000	1.000	100
Standard Error of Predicted Value	.243	.820	.399	.133	100
Adjusted Predicted Value	34.92	49.03	43.12	3.006	100
Residual	-7.593	5.386	.000	2.401	100
Std. Residual	-3.130	2.220	.000	.990	100
Stud. Residual	-3.170	2.359	.001	1.006	100
Deleted Residual	-7.788	6.080	.005	2.479	100
Stud. Deleted Residual	-3.331	2.417	-.003	1.023	100
Mahal. Distance	.006	10.307	1.980	2.177	100
Cook's Distance	.000	.239	.011	.028	100
Centered Leverage Value	.000	.104	.020	.022	100

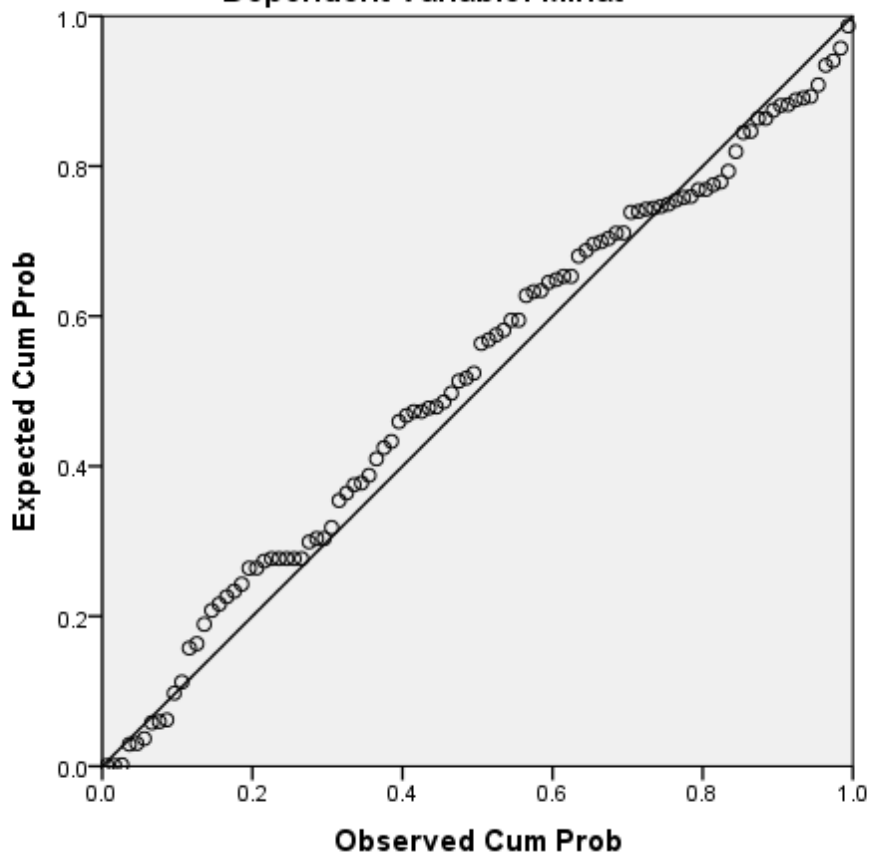
a. Dependent Variable: Minat

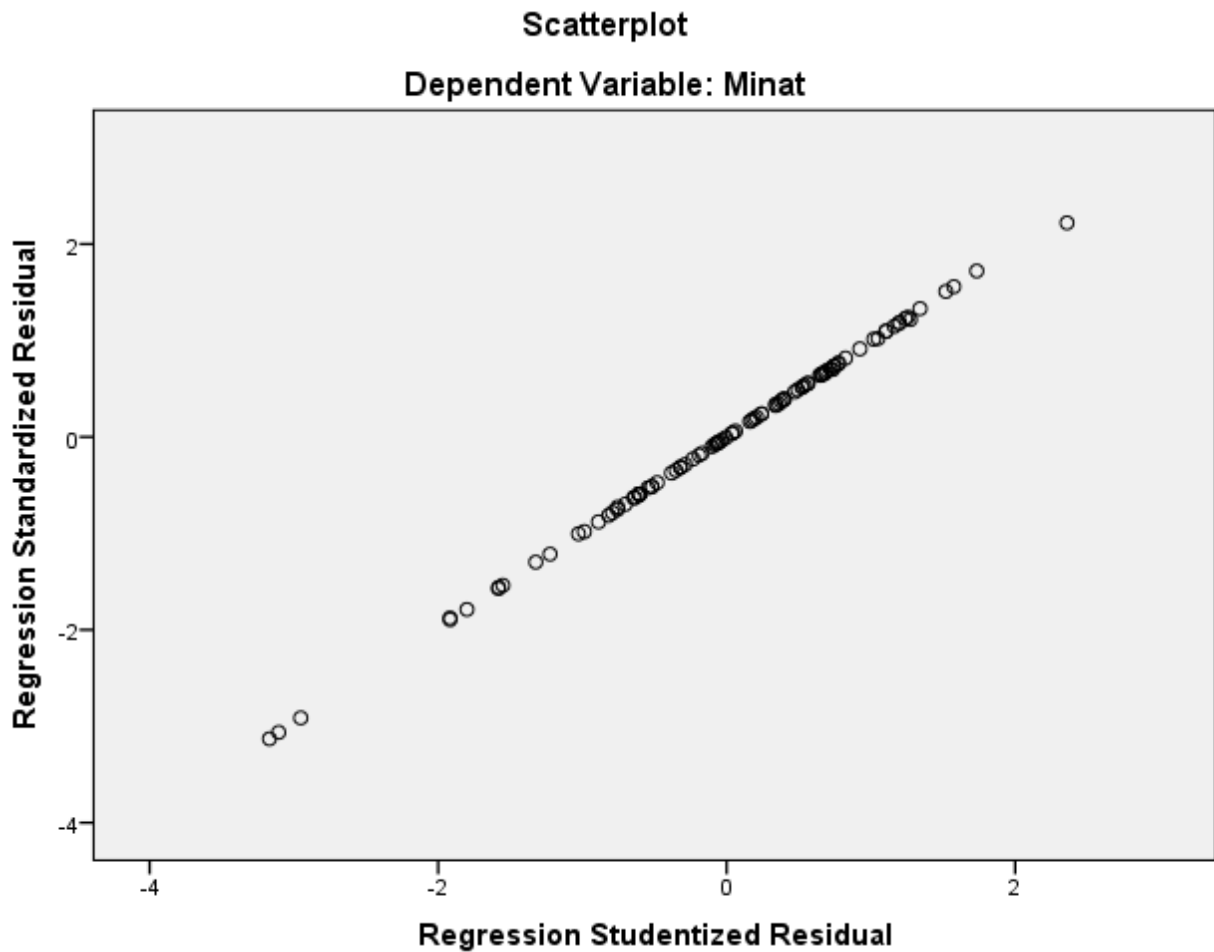
Histogram

Dependent Variable: Minat



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





One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.40131719
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.072
	Positive	.055
	Negative	-.072
Test Statistic		.072
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.



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

Jalan T.Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Padangsidimpuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

or : B- 239 /In.14/G/TL.00/4/2018
p. : -
: Mohon Izin Riset

05 April 2018

pinan Bank Muamalat Indonesia, Tbk
ang Padangsidimpuan

Padangsidimpuan

alamu'alaikum Wr.Wb

Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan
nerangkan bahwa:

Nama : Zulfan Asmara
NIM : 122200176
Semester : XII (Dua belas)
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan

adalah benar Mahasiswa Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN
adangsidimpuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul " **Faktor – Faktor yang
empengaruhi Minat Nasabah Memilih Tabungan Sahabat pada PT. Bank Muamalat
Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan** ".

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

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

Vassalamu'alaikum Wr.Wb.



Dekan,

[Signature]
Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag &
NIP.19731128 200112 1 001

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

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

: B- 76 /In.14/G.5a/PP.009/02/2017

Padangsidimpuan, 28 Februari 2017

: **Permohonan Kesediaan Menjadi Pembimbing**

finawati, MA

Ali Hardana M.Si

Padangsidimpuan

Wa'alaikum Wr.Wb

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

: ZULFAN ASMARA
: 12 220 0176
: Perbankan Syariah
: Ekonomi Dan Bisnis Islam
Skripsi : **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Memilih Tabungan Sahabat Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan**

Berdasarkan hasil sidang Tim Pengkajian Kelayakan Judul Skripsi, judul tersebut dapat di terima sebagai judul skripsi, untuk itu diharapkan kepada bapak/ibu membimbing mahasiswa tersebut dalam penyusunan proposal dan sekaligus penyempurnaan judul bila diperlukan.

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

Wa'alaikum Wr.Wb

Mengetahui:



Ketua Jurusan,



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- 239 /In.14/G/TL.00/4/2018
Temp. : -
Hal : Mohon Izin Riset

05 April 2018

th;
Pimpinan Bank Muamalat Indonesia, Tbk
Cabang Padangsidempuan

Padangsidempuan

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

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

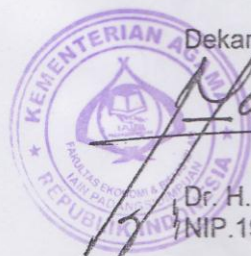
Nama : Zulfan Asmara
NIM : 122200176
Semester : XII (Dua belas)
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan

adalah benar Mahasiswa Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul " **Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Memilih Tabungan Sahabat pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan** ".

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

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

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.



Dekan,

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