



**PENGARUH STRATEGI PEMASARAN SIMPANAN
HAJI TERHADAP MINAT NASABAH DI PT. BANK
SUMUT SYARIAH KCP PANYABUNGAN**

SKRIPSI

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

Oleh

**ROSINAR
NIM. 12 220 0168**

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN
2017**



**PENGARUH STRATEGI PEMASARAN SIMPANAN
HAJI TERHADAP MINAT NASABAH DI PT. BANK
SUMUT SYARIAH KCP PANYABUNGAN**

SKRIPSI

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

Oleh

**ROSINAR
NIM. 12 220 0168**

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN**

2017



**PENGARUH STRATEGI PEMASARAN SIMPANAN
HAJI TERHADAP MINAT NASABAH DI PT. BANK
SUMUT SYARIAH KCP PANYABUNGAN**

SKRIPSI

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

Oleh:

**Rosinar
NIM. 12 220 0168**

Pembimbing I

**Budi Gautama Siregar, S.Pd., M.M
NIP. 19790720 201101 1 005**

Pembimbing II

Zulaika Matondang, M.Si

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN
2017**



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

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **Rosinar**
Lamp : 7 (Tujuh) Eksemplar

Padangsidimpuan, 3 Oktober 2017
Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
di-

Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti dan memberikan saran-saran untuk perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **ROSINAR**, yang berjudul **Pengaruh Strategi Pemasaran Simpanan Haji Terhadap Minat Nasabah di PT. Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan** maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Ilmu Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan.

Seiring dengan hal di atas, maka diharapkan kepada saudara tersebut dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggungjawabkan skripsinya ini.

Demikian kami sampaikan kepada Bapak Dekan atas kerja sama yang baik kami ucapkan terima kasih.

Pembimbing I

Budi Gautama Siregar, M.M
NIP. 19790720 201101 1 005

Pembimbing II

Zulaika Matondang, M.Si

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

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

Nama : **Rosinar**
NIM : 12 220 0168
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
Judul Skripsi : **Pengaruh Strategi Pemasaran Simpanan Haji Terhadap Minat Nasabah di PT. Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing, dan tidak melakukan plagiasi sesuai kode etik mahasiswa pasal 14 ayat 2 tahun 2014.

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

Padangsidempuan, 3 Oktober 2017

Saya yang Menyatakan,



ROSINAR
NIM : 12 220 0168

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

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

Nama : ROSINAR
NIM : 12 220 0168
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **Pengaruh Strategi Pemasaran Simpanan Haji Terhadap Minat Nasabah di PT. Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan.** Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan 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 : Padangsidempuan
Pada tanggal : 3 Oktober 2017
Yang menyatakan,



ROSINAR
NIM. 12 220 0168

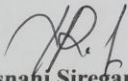


KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidempuan, 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

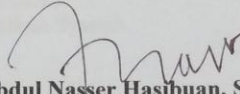
**DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

NAMA : ROSINAR
NIM : 12 220 0168
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN : PERBANKAN SYARIAH
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH STRATEGI PEMASARAN SIMPANAN
HAJI TERHADAP MINAT NASABAH PADA PT.
BANK SUMUT SYARIAH KCP PANYABUNGAN

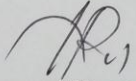
Ketua

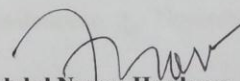

Rosnani Siregar, M.Ag
NIP. 19740626 200312 2 001


Sekretaris

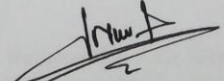

Abdul Nasser Hasibuan, SE., M.Si
NIP. 19790525200604 1 004

Anggota


Rosnani Siregar, M.Ag
NIP. 19740626 200312 2 001


Abdul Nasser Hasibuan, SE., M.Si
NIP. 19790525200604 1 004


Budi Gautama Siregar, S. Pd., MM
NIP. 19790720 201101 1 005


Noffnawati, SEI., M.A
NIP. 19821116 201101 2 003

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidempuan
Hari/Tanggal : Senin/ 30 Oktober 2017
Pukul : 09.00 WIB s/d Selesai
Hasil/Nilai : Lulus/ 71,25 (B)
IPK : 3,12
Predikat : Amat Baik



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

PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI : PENGARUH STRATEGI PEMASARAN SIMPANAN
HAJI TERHADAP MINAT NASABAH PADA PT.
BANK SUMUT SYARIAH KCP PANYABUNGAN.**

NAMA : ROSINAR
NIM : 122200168

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

Padangsidempuan, 16 Nopember 2017
Dekan,



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

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Syukur alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran Allah SWT atas curahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Kemudian shalawat dan salam penulis haturkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW dimana kelahirannya menjadi anugerah bagi ummat manusia serta rahmat bagi seluruh alam, sehingga terciptanya kedamaian dan ketinggian makna ilmu pengetahuan di dunia ini.

Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Strategi Pemasaran Simpanan Haji Terhadap Minat Nasabah di PT. Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan”**. Melalui kesempatan ini pula, dengan kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL selaku Rektor IAIN Padangsidempuan, serta Bapak Drs. H. Irwan Saleh Dalimunthe, M.A selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak H. Aswadi Lubis, S.E., M.Si selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Drs. Samsuddin Pulungan, M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
2. Bapak Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan, Bapak Dr. Darwis Harahap, M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Ibu Rosnani Siregar, M.Ag selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Bapak Abdul Nasser Hasibuan, SE., M.Si, selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah dan Ibu Nofinawati, SE.I., M.A selaku Sekretaris Jurusan Perbankan Syariah IAIN Padangsidempuan.

4. Bapak Budi Gautama Siregar, S.Pd., M.M selaku Pembimbing I dan Ibu Zulaika Matondang, M.Si selaku Pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Yusri Fahmi, MA selaku Kepala perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku selama proses perkuliahan dan penyelesaian penulisan skripsi ini.
6. Bapak/Ibu dosen beserta staf di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan, dorongan dan masukan kepada penulis dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.
7. Bapak Zainal Arifin Purba, M.Ag selaku penasihat akademik yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Bapak Aidil Fadli Mardia selaku pimpinan PT. Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan beserta seluruh karyawan yang selalu membantu penulis ketika membutuhkan data penelitian ini.
9. Penghargaan dan terima kasih yang tak ternilai kepada Ayahanda Habibuddin Rangkity beliau adalah salah satu semangat saya agar menjadi anak yang berguna bagi diri sendiri, keluarga dan bagi nusa dan bangsa sekaligus mendorong saya menjadi anak yang selalu mempunyai akhlakul karimah dan Ibunda Duma Sari Lubis yang telah banyak melimpahkan pengorbanan dan selalu berjuang untuk anak-anaknya, memberikan kasih sayang dan do'a yang senantiasa mengiringi langkah penulis. Terima kasih kepada kakak dan adek aku Helmi Safitri Rangkuty, Kholidah Rangkuty, Rizky Rangkuty dan Sahron Langgung Nasution yang telah memberikan do'a dan dukungannya kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
10. Terima kasih untuk sahabat Perbankan Syariah-4 angkatan 2012 yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, dan khususnya sahabat tersayang saya, Zuraidah Rambe, Asnapih Batubara, Eva Lestari Nasution, Eka Safitri, Elpi Anisa Sitompul, Yuliana Batubara, yang selalu memberikan bantuan,

dukungan dan motivasi sebagai sahabat dalam diskusi di kampus IAIN Padangsidempuan.

11. Terima kasih juga kepada teman kos saya Mora Hasonangan, Paridah sari, Elida Hafni, Patimah Husni, Nurazizah, dan Diana yang telah banyak membantu, memberi dukungan serta motivasi selama ini.
12. Buat teman-teman KKL dan Magang tahun 2015, khususnya Riski Ayu, Jamilah, Abdul Hamid, Halimatus Sakdiah, Evi Maya Sari dan Nelly yang selalu memberikan penulis semangat untuk terus menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan yang lebih baik atas amal kebaikan yang telah diberikan kepada penulis. Sungguh telah sangat berarti pelajaran dan pengalaman yang penulis temukan dalam proses perkuliahan dan penyusunan skripsi ini hingga menuju tahap ujian akhir.

Akhirnya penulis menyadari bahwa tulisan ini masih jauh dari sempurna, untuk itu saran dan kritikan yang sifatnya membangun sangat penulis butuhkan demi kesempurnaan tulisan ini.

Padangsidempuan, 3 Oktober 2017

Penulis,

ROSINAR
NIM. 12 220 0168

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

Fonemkonsonan 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 translit erasinya 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	‘	Komaterbalik 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 vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monofong dan vokal rangkap atau diftong.

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

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

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

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

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

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

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, translit erasinya 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 ditranslit erasikan dengan ha (h).

4. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid. Dalam translit erasiin itanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddahitu.

5. Kata Sandang

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

ﻻ . Namun dalam tulisan translit erasinya 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 hurufqamariah 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. Bilahamzahitu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupaalif.

7. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim, maupun 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 translit erasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata danbisa pula dirangkaikan.

8. Huruf Kapital

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

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

9. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian takterpisahkan 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 : Rosinar
NIM : 12 220 0168
Judul Skripsi : Pengaruh Strategi Pemasaran Simpanan Haji Terhadap Minat Nasabah di PT. Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan

Latar belakang pengangkatan judul ini adalah kurangnya sosialisasi atau promosi yang dilakukan pihak Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan khususnya mengenai simpanan haji. Jumlah nasabah simpanan haji pada PT. Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan periode 2012 sampai dengan 2016 sebanyak 92 nasabah. Jumlah nasabah memilih simpanan haji pada PT. Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan mengalami peningkatan pada tahun 2013 sebanyak 280 nasabah dan penurunan pada tahun 2014 sebanyak 175 nasabah. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah *product, price, place, promotion, people, physical evidence, process* berpengaruh terhadap minat nasabah di PT. Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan, yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *product, price, place, promotion, people, physical evidence, process* terhadap minat nasabah di PT. Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan.

Pembahasan ini berkaitan dengan ilmu pemasaran. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori perbankan syariah, perilaku konsumen, strategi pemasaran Bank Syariah dan minat nasabah.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode analisis regresi berganda, dan instrumen pengumpulan data menggunakan angket dan dokumentasi dengan sampel 92 nasabah. Pengolahan data dilakukan menggunakan SPSS versi 22.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial *product* berpengaruh terhadap minat nasabah dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,889 > 1,662$), kemudian secara parsial *price* berpengaruh terhadap minat nasabah dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,268 > 1,662$), kemudian secara parsial *place* berpengaruh terhadap minat nasabah dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,403 > 1,662$), kemudian secara parsial *promotion* berpengaruh terhadap minat nasabah dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1,897 > 1,662$), kemudian secara parsial *people* berpengaruh terhadap minat nasabah dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,275 > 1,662$), kemudian secara parsial *physical evidence* berpengaruh terhadap minat nasabah dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1,979 > 1,662$), kemudian secara parsial *process* berpengaruh terhadap minat nasabah dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1,911 > 1,662$). Secara *simultan product, price, place, promotion, people, physical evidence, process* berpengaruh terhadap minat nasabah di PT. Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan, dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($10,794 > 2,71$), dengan nilai *Adjusted R²* dalam penelitian ini sebesar 43% dan sisanya 57% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata Kunci : Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence, Process, Minat Nasabah.

DAFTAR ISI

Halaman Judul/Sampul.....	i
Halaman Pengesahan Pembimbing.....	ii
Surat Pernyataan Pembimbing.....	iii
Surat Pernyataan Menyusun Skripsi Sendiri.....	iv
Surat Pernyataan Bersedia Publikasi Skripsi.....	v
Berita Acara Ujian <i>Munaqasyah</i>	vi
Halaman Pengesahan Ketua.....	vii
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	xi
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xxii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	7
C. Batasan Masalah.....	7
D. Definisi Operasional Variabel.....	8
E. Rumusan Masalah.....	9
F. Tujuan Penelitian.....	10
G. Kegunaan Penelitian.....	11
H. Sistematika Pembahasan.....	12
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Kerangka Teori.....	13
1. Minat Nasabah.....	13
a. Pengertian Minat.....	13
b. Pengertian Nasabah.....	14
c. Ciri-Ciri Minat.....	15
2. <i>Product</i>	15
a. Pengertian <i>Product</i>	15
b. Klasifikasi <i>Product</i>	17
c. <i>Product</i> dalam Perspektif Islam.....	18
3. <i>Price</i>	18
a. Pengertian <i>Price</i> (Harga).....	18
b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga.....	19
c. Strategi Penetapan Harga.....	20
d. <i>Price</i> dalam Perspektif Islam.....	20
4. <i>Place</i>	21
a. Pengertian <i>Place</i> (Lokasi).....	21
b. Manfaat dari Pengelolaan <i>Place</i> yang Benar.....	21
c. <i>Place</i> dalam Perspektif Islam.....	22
5. <i>Promotion</i>	22
a. Pengertian <i>Promotion</i>	22
b. Macam-macam Sarana Promosi.....	23

c. <i>Promotion</i> dalam Perspektif Islam.....	25
6. <i>People</i>	26
a. Pengertian <i>People</i>	26
b. Kriteria Aspek <i>People</i> yang Mempengaruhi Pelanggan.....	27
7. <i>Physical Evidence</i>	27
a. Pengertian <i>Physical Evidence</i>	27
8. <i>Process</i> (Proses).....	28
a. Pengertian <i>Process</i>	28
b. Jenis Proses dalam Manajemen Pemasaran.....	29
9. Dana Talangan Haji.....	29
a. Pengertian Dana Talangan Haji.....	29
b. Pembiayaan Dana Talangan haji.....	30
10. <i>Product</i> (Produk) dengan Minat Nasabah.....	31
11. <i>Price</i> (Harga) dengan Minat Nasabah.....	32
12. <i>Place</i> (Lokasi) dengan Minat Nasabah.....	32
13. <i>Promotion</i> (Promosi) dengan Minta Nasabah.....	33
14. <i>People</i> (Orang) dengan Minat Nasabah.....	34
15. <i>Physical Evidence</i> (Bukti Fisik) dengan Minat Nasabah.....	34
16. <i>Process</i> (Proses) dengan Minat Nasabah.....	35
B. Penelitian Terdahulu.....	35
C. Kerangka Pikir.....	38
D. Hipotesis.....	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	42
B. Jenis Penelitian.....	42
C. Populasi dan Sampel.....	42
1. Populasi.....	42
2. Sampel.....	42
D. Instrumen Pengumpulan Data.....	44
1. Kuisisioner.....	45
2. Dokumentasi.....	45
E. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	47
1. Uji Validitas.....	47
2. Uji Reliabilitas.....	48
3. Analisis Data.....	48
a. Analisis Data Kuantitatif.....	48
1) Uji Asumsi Klasik.....	49
a) Uji Normalitas.....	49
b) Uji Linieritas.....	49
c) Uji Multikolinieritas.....	50
d) Uji Autokorelasi.....	50
e) Uji Heteroskedastisitas.....	50
b. Analisis Regresi Linier Berganda.....	51
c. Uji Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R Square</i>).....	52
d. Uji Hipotesis.....	53
e. 1) Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t).....	53
2) Uji Koefisien Regresi Secara Bersama-Sama (Uji F)....	53

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum PT. Bank SUMUT KCP Syariah Panyabungan..	55
1. Sejarah PT. Bank SUMUT KCP Syariah Panyabungan.....	55
2. Visi dan Misi PT. Bank SUMUT KCP Syariah Panyabungan..	57
3. Struktur Organisasi	58
4. Lokasi PT. Bank SUMUT KCP Syariah Panyabungan.....	65
5. Sarana dan Prasarana.	65
6. Produk PT. Bank SUMUT KCP Syariah Panyabungan.	66
B. Pembahasan Deskriptif Data Penelitian.....	69
1. Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian	69
a. Uji Validitas <i>Product</i>	69
b. Uji Validitas <i>Price</i>	70
c. Uji Validitas <i>Place</i>	71
d. Uji Validitas <i>Promotion</i>	71
e. Uji Validitas <i>People</i>	72
f. Uji Validitas <i>Physical Evidence</i>	73
g. Uji Validitas <i>Process</i>	74
h. Uji Validitas Minat.	74
2. Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	75
a. Uji Reliabilitas <i>Product</i>	75
b. Uji Reliabilitas <i>Price</i>	76
c. Uji Reliabilitas <i>Place</i>	76
d. Uji Reliabilitas <i>Promotion</i>	77
e. Uji Reliabilitas <i>People</i>	77
f. Uji Reliabilitas <i>Physical Evidence</i>	77
g. Uji Reliabilitas <i>Process</i>	78
h. Uji Reliabilitas Minat.....	78
3. Teknik Analisis Data.....	79
a. Uji Asumsi Klasik.....	79
1) Uji Normalitas.	79
2) Uji Linieritas.....	81
3) Uji Multikolinieritas.	86
4) Autokorelasi.....	88
5) Uji Heteroskedastisitas.	89
6) Analisis Regresi Berganda.	90
7) Uji Koefisien Determinasi.....	93
8) Uji t.....	93
9) Uji F.....	96
C. Pembahasan.	97
D. Keterbatasan Penelitian.....	105

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	107
B. Saran.....	108

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Jumlah Nasabah Tabungan IB Makbul Haji.....	5
Tabel I.2	Definisi Operasional Variabel.....	8
Tabel II.1	Penelitian Terdahulu.....	35
Tabel III.1	Skala Likert.....	46
Tabel III.2	Kisi-kisi Angket Variabel Produk.....	46
Tabel III.3	Kisi-kisi Angket Variabel <i>Price</i>	46
Tabel III.4	Kisi-Kisi Angket Variabel <i>Place</i>	46
Tabel III.5	Kisi-Kisi Angket Variabel <i>Promotion</i>	46
Tabel III.6	Kisi-Kisi Angket Variabel <i>People</i>	46
Tabel III.7	Kisi-Kisi Angket Variabel <i>Physical Evidence</i>	47
Tabel III.8	Kisi-Kisi Angket Variabel <i>Process</i>	47
Tabel III.9	Kisi-Kisi Angket Variabel Minat.....	47
Tabel IV.1	Uji Validitas <i>Product</i>	69
Tabel IV.2	Hasil Uji Validitas <i>Product</i>	70
Tabel IV.3	Uji Validitas <i>Price</i>	70
Tabel IV.4	Hasil Uji Validitas <i>Price</i>	70
Tabel IV.5	Uji Validitas <i>Place</i>	71
Tabel IV.6	Hasil Uji Validitas <i>Place</i>	71
Tabel IV.7	Uji Validitas <i>Promotion</i>	71
Tabel IV.8	Hasil Uji Validitas <i>Promotion</i>	72
Tabel IV.9	Uji Validitas <i>People</i>	72
Tabel IV.10	Hasil Uji Validitas <i>People</i>	73
Tabel IV.11	Uji Validitas <i>Physical Evidence</i>	73
Tabel IV.12	Hasil Uji Validitas <i>Physical Evidence</i>	73

Tabel IV.13	Uji Validitas <i>Process</i>	74
Tabel IV.14	Hasil Uji Validitas <i>Process</i>	74
Tabel IV.15	Uji Validitas <i>Minat</i>	74
Tabel IV.16	Hasil Uji Validitas <i>Minat</i>	75
Tabel IV.17	Uji Reliabilitas <i>Product</i>	75
Tabel IV.18	Uji Reliabilitas <i>Price</i>	76
Tabel IV.19	Uji Reliabilitas <i>Place</i>	76
Tabel IV.20	Uji Reliabilitas <i>Promotion</i>	77
Tabel IV.21	Uji Reliabilitas <i>People</i>	77
Tabel IV.22	Uji Reliabilitas <i>Physical Evidence</i>	77
Tabel IV.23	Uji Reliabilitas <i>Process</i>	78
Tabel IV.24	Uji Reliabilitas <i>Minat</i>	78
Tabel IV.25	Hasil Uji Reliabilitas.....	79
Tabel IV.26	Uji Kolmogrov-Smirnov.....	80
Tabel IV.27	Uji Linieritas <i>Product</i>	82
Tabel IV.28	Uji Linieritas <i>Price</i>	82
Tabel IV.29	Uji Linieritas <i>Place</i>	83
Tabel IV.30	Uji Linieritas <i>Promotion</i>	83
Tabel IV.31	Uji Linieritas <i>People</i>	84
Tabel IV.32	Uji Linieritas <i>Physical Evidence</i>	85
Tabel IV.33	Uji Linieritas <i>Process</i>	85
Tabel IV.34	Hasil Uji Linieritas.....	86
Tabel IV.35	Uji Multikolinieritas.....	87
Tabel IV.36	Hasil Uji Multikolinieritas.....	88
Tabel IV.37	Uji Autokorelasi.....	89

Tabel IV.38	Analisis Regresi Berganda.	90
Tabel IV.39	Koefisien Determinasi.	93
Tabel IV.40	Uji t.	94
Tabel IV.41	Uji F.	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1	Kerangka Pikir.....	38
Gambar IV.1	Struktur Organisasi.....	58
Gambar IV.2	Model Grafik Uji Normalitas.....	81
Gambar IV.3	Uji Heteroskedastisitas.....	89

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Angket Penelitian
- Lampiran 2 Hasil Tanggapan Responden *Product*
- Lampiran 3 Hasil Tanggapan Responden *Price*
- Lampiran 4 Hasil Tanggapan Responden *Place*
- Lampiran 5 Hasil Tanggapan Responden *Promotion*
- Lampiran 6 Hasil Tanggapan Responden *People*
- Lampiran 7 Hasil Tanggapan Responden *Physical Evidence*
- Lampiran 8 Hasil Tanggapan Responden *Process*
- Lampiran 9 Hasil Tanggapan Responden Minat
- Lampiran 10 Tabel Harga dari r Product-Moment
- Lampiran 11 T Tabel Statistik
- Lampiran 12 F Tabel Statistik
- Lampiran 13 Hasil Output SPSS Asli
- Lampiran 14 Pengesahan Judul oleh Pembimbing
- Lampiran 15 Surat Izin Riset dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
- Lampiran 16 Surat Balasan Riset
- Lampiran 17 Surat Keterangan Telah Selesai Melakukan Riset dari Bank SUMUT KCP Panyabungan

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Ekonomi dalam Islam membahas tentang dunia bisnis yang berhubungan dengan investasi. Hal ini bisa dicermati mulai dari tanda-tanda eksplisit untuk melakukan investasi (ajakan bisnis dalam Alquran dan Sunnah) hingga tanda-tanda implisit untuk menciptakan sistem yang mendukung iklim investasi (adanya sistem zakat sebagai alat disinsentif atas penumpukan harta, larangan riba untuk mendorong optimalisasi investasi, serta larangan *maysir* atau judi dan spekulasi untuk mendorong produktifitas atas setiap investasi). Dalam praktiknya, investasi dapat dilakukan baik oleh perorangan, kelompok, maupun institusi dapat menggunakan pola *non* bagi hasil (ketika investasi dilakukan dengan tidak bekerja sama dengan pihak lain) maupun pola bagi hasil (ketika investasi dilakukan dengan bekerja sama dengan pihak lain).¹

Lembaga perbankan merupakan salah satu instrumen penting dalam sistem ekonomi modern. Tidak satupun negara modern yang menjalankan ekonominya tanpa melibatkan lembaga perbankan. Persoalan muncul ketika terdapat sekelompok masyarakat Islam yang merasa sulit menerima kehadiran lembaga perbankan dalam kehidupannya dikarenakan adanya unsur yang dinilai tidak sesuai dengan ajaran agamanya, yaitu bunga.

Dengan situasi semacam itu umat Islam menghadapi dilema yang cukup sulit, disatu sisi mereka menyadari akan perlunya lembaga perbankan

¹Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), hlm. 1.

untuk menggalakan kegiatan ekonomi yang berarti juga untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, namun disisi lain mereka dihadapkan pada ajaran agama yang mengharuskan menghindari atau paling tidak membatasi keterlibatannya dengan bank. Untuk mengatasi dilema ini sejumlah ekonom muslim menawarkan konsep perbankan yang sesuai dengan ajaran Islam, yaitu sistem perbankan dengan mekanisme bagi hasil atau sistem *profit and loss sharing* (PLS).²

Prinsip bank syariah sama halnya dengan bank konvensional, bank syariah mempunyai fungsi utama sebagai lembaga yang usaha pokoknya menghimpun dana masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan dan atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Kondisi yang ideal untuk sebuah usaha perbankan adalah menghimpun dana masyarakat dengan meningkatkan jumlah dana pihak ketiga (giro, tabungan, dan deposito) dan penyaluran dana ke masyarakat melalui pembiayaan.

Masyarakat di negara maju dan berkembang sangat membutuhkan bank sebagai tempat untuk melakukan transaksi keuangannya. Mereka menganggap bank merupakan lembaga keuangan yang aman dalam melakukan sebagai macam aktivitas keuangan. Yang sering dilakukan masyarakat dinegara maju dan Negara berkembang antara lain aktivitas penyimpanan dan menyalurkan dana.³

²Lukman Dendawijaya, *Manajemen Pembiayaan Mudharabah* (Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 17-18.

³Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), hlm, 39.

Bank syariah merupakan bank yang kegiatannya mengacu pada hukum Islam. Dalam kegiatannya tidak membebankan bunga pada nasabah. Imbalan yang diterima oleh bank syariah maupun yang dibayarkan kepada nasabah tergantung dari akad dan perjanjian antara nasabah dan bank. Perjanjian (akad) yang terdapat di perbankan syariah harus tunduk pada syarat dan rukun akad sebagaimana diatur dalam syariah Islam.⁴

Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan adalah salah satu perbankan yang memakai konsep syariah dengan menggunakan beberapa jenis produk, baik berupa produk penghimpun dana dan produk penyaluran dana. Adapun produk penghimpun dana adalah giro, tabungan dan deposito.

Dalam fatwa dewan syariah nasional no. 01/DSN-MUI/IV/2000 disebutkan bahwa giro adalah simpanan dana yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana perintah lainnya, atau dengan pemindahbukuan dan menurut undang-undang perbankan syariah No. 21 tahun 2008 tabungan adalah simpanan berdasarkan akad wadi'ah atau investasi dana berdasarkan *mudharabah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan alat lainnya yang dipersamakan dengan itu, sedangkan deposito menurut undang-undang perbankan syariah nomor 21 tahun 2008 adalah investasi dana berdasarkan akad *mudharabah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya dapat

⁴M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 34-35.

dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan akad antara nasabah penyimpan dan bank syariah dan Unit Usaha Syariah (UUS).

Adapun produk penyaluran dana adalah *muḍārabah*, *musyārahah* dan *murābahah*. *muḍārabah* adalah kerjasama antara dua orang atau lebih pihak, pengelola modal (*shahibul māl*) mempercayakan sejumlah modal kepada pengelola (*muḍārib*) dengan suatu perjanjian pembagian keuntungan. dan *musyārahah* adalah akad kerjasama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan risiko akan ditanggung bersama sesuai kesepakatan. Sedangkan *murābahah* adalah jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati.

Haji adalah salah satu rukun Islam yang wajib di kerjakan oleh orang Islam bagi yang sanggup. dan haji merupakan berkunjung ke *baitullah* atau ka'bah untuk melakukan beberapa amalan lainnya seperti wukuf, tawaf, sa'i, dan lainnya demi memenuhi panggilan Allah SWT dan mengharapkan ridhanya.

Sedangkan minat nasabah Pada PT. Bank SUMUT KCP Syariah Panyabungan khususnya dalam hal pembiayaan dana talangan haji merupakan salah satu produk pembiayaan unggulan. Seharusnya bank harus lebih mengoptimalkan promosi produk penyaluran pembiayaan dana talangan haji tersebut, agar bisa mempertahankan dan menarik nasabah yang lebih banyak lagi, sehingga nantinya target pasar dapat terpenuhi. Selain itu, di PT. Bank SUMUT KCP Syariah Panyabungan belum mempunyai karyawan yang khusus dalam memasarkan ataupun mempromosikan produk penghimpunan

dana dan produk penyaluran pembiayaan. Bank tersebut hanya memiliki seksi pelayanan marketing yang hanya beroperasi dalam hal pelayanan pembiayaan nasabah dan menjalankan proses taksasi. Sedangkan untuk pemasaran langsung belum ada sama sekali.

Proses promosi untuk penyaluran pembiayaan dana talangan haji yang dilakukan PT. Bank SUMUT KCP Syariah Panyabungan yaitu melalui periklanan. Adapun periklanan yang dilakukan oleh Bank tersebut adalah melalui stasiun radio, brosur, surat kabar, dan spanduk. Selama ini PT. Bank SUMUT KCP Syariah Panyabungan melakukan promosi ketika nasabah sepi, dan pada saat itu juga karyawan yang ditunjuk untuk melakukan promosi akan terjun ke lapangan.

Tabel I.1
Jumlah Nasabah Tabungan IB Makbul (Haji)

No.	Tahun	Jumlah Nasabah
1	2012	65
2	2013	345
3	2014	170
4	2015	174
5	2016	92

Sumber data: PT. Bank SUMUT KCP Syariah Panyabungan

Berdasarkan tabel I.1 diatas dapat diketahui bahwa jumlah nasabah pembiayaan dana talangan haji pada PT. Bank SUMUT KCP Syariah Panyabungan mengalami kenaikan dan penurunan. Dari sampel ke lima tahun di atas pada tahun 2013 mengalami kenaikan jumlah nasabah sebesar 280 nasabah (81,15%) dan tahun 2014 mengalami penurunan jumlah nasabah sebesar 175 nasabah (102,94%). Jumlah nasabah tahun 2015 lebih banyak dibandingkan dengan tahun 2014 sesuai data di atas.

Neneng Pajriyah menyatakan dalam penelitiannya :

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, pengaruh promosi dan lokasi strategis terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan tabungan haji dengan melalui penyebaran kuesioner maka dapat disimpulkan hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan tabungan haji dengan nilai t_{hitung} (2,753) > nilai t_{tabel} (1,984).⁵

Sedangkan dalam penelitian Heni Husni Muasyaroh menyatakan :

Bahwa secara simultan produk, promosi dan proses mempunyai pengaruh terhadap minat nasabah, namun secara parsial hanya variabel proses yang berpengaruh positif terhadap minat nasabah, sedangkan produk, promosi dan proses tidak mempunyai pengaruh terhadap minat nasabah.⁶

Menurut hasil penelitian Neneng Nurhasanah bahwa terdapat pengaruh signifikan antara produk tabungan haji terhadap minat nasabah dalam melaksanakan ibadah haji sebesar 34.1%.

Berdasarkan fenomena yang telah dikemukakan di atas, maka penelitian ini dimaksudkan untuk menguji lebih lanjut tentang apakah strategi pemasaran simpanan haji berpengaruh terhadap minat nasabah pada PT. Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan dan seberapa besar strategi pemasaran (*product, price, place, promotion, people, physical evidence* dan *prosess*) mempengaruhi minat nasabah. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk membahas pengaruh variabel tersebut dalam penelitian skripsi yang berjudul

⁵Neneng Pajriyah, Pengaruh Promosi, Reputasi dan Lokasi Strategi Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji di Bank Mandiri KCP Tangerang Bintaro Sektor III, (Skripsi, UIN Hidayatulloh Jakarta, 2003), hlm. 29.

⁶Heni Husni Muasyaroh, "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Simpanan Haji", (Skripsi, UIN Sunan Kalijaya Yogyakarta, 2013) hlm. 93.

**“PENGARUH STRATEGI PEMASARAN SIMPANAN HAJI
TERHADAP MINAT NASABAH DI PT. BANK SUMUT SYARIAH
KCP PANYABUNGAN”.**

B. Identifikasi Masalah

Sehubungan dengan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, peneliti mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Adanya fluktuasi pada jumlah nasabah simpanan haji di PT. Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan.
2. Adanya minat masyarakat untuk menjadi nasabah simpanan haji pada PT. Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan dipengaruhi oleh faktor- faktor yang mempengaruhinya. Seperti lokasi Bank, pelayanan, biaya administrasi dan promosi.
3. Adanya perbedaan hasil penelitian dengan penelitian terdahulu.
4. Adanya nasabah kurang tahu tentang produk-produk yang ada pada Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan.

C. Batasan Masalah

Batasan masalah merupakan hal yang sangat penting untuk ditentukan terlebih dahulu sebelum sampai tahap pembahasan selanjutnya. Mengingat luasnya aspek yang dapat dihubungkan dengan judul diatas, maka batasan masalah yang akan peneliti bahas secara garis besar dibahas dalam penelitian ini adalah mengenai strategi pemasaran simpanan haji terhadap minat nasabah pada PT. Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan. Adapun strategi pemasaran yang terdapat dalam penelitian ini adalah *product, price, place, promotion, people, physical evidence* dan *process*.

D. Definisi Operasional Variabel

Untuk mengurangi kesalahpahaman istilah yang digunakan dalam penelitian ini, maka dibuatlah definisi operasional variabel untuk menerangkan beberapa istilah dalam penelitian yang berjudul strategi pemasaran simpanan haji terhadap minat nasabah pada PT. Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan.

Tabel I.2
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi operasional	Indikator	Skala pengukuran
<i>Produk (X1)</i>	Barang atau jasa yang dapat diperjual belikan.	1. Kebutuhan 2. Permintaan ⁷	Rasio
<i>Price (X2)</i>	Nilai tukar dari produk barang maupun jasa yang dinyatakan dalam satuan moneter.	1. Tingkat harga 2. Keuntungan Mengikuti harga saingan ⁸	Rasio
<i>Place (X3)</i>	Bidang atau tempat usaha yang dijalankan	1. Lokasi yang strategis 2. Tempat yang aman ⁹	Rasio
<i>Promotion (X4)</i>	Kegiatan yang mengkomunikasikan mamfaat produk yang ditawarkan.	1. Iklan 2. Brosur ¹⁰	Rasio
<i>People (X5)</i>	Orang yang terlibat dalam kegiatan pelayanan dan mempengaruhi persepsi pembeli.	1. Karyawan 2. Nasabah ¹¹	Rasio

⁷M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah, Op.Cit.*, hlm. 41.

⁸Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), hlm. 32.

⁹Buchory dan Djaslim Saladin, *Dasar-dasar Pemasaran Bank* (Bandung: cv. Yrama Widya .2011), hlm. 53.

¹⁰*Ibid*, hlm. 34-35.

¹¹*Ibid*, hlm. 42.

<i>Phisycal Evidence</i> (X6)	Bukti fisik atau adanya logo atau symbol perusahaan.	1. Simbol Perusahaan 2. Motto ¹²	Rasio
<i>Process</i> (X7)	Keterlibatan pelanggan dalam pelayanan jasa.	1. Prosedur kerja 2. Standard pelayanan ¹³	Rasio
Minat (Y)	Kecendrungan hati terhadap sesuatu, gairah, keinginan.	1. Kebutuhan 2. Keinginan ¹⁴	Rasio

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian mengenai latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas, maka peneliti merumuskan masalah yang akan dibahas yaitu:

1. Apakah ada pengaruh strategi *product* simpanan haji secara parsial terhadap minat nasabah di PT. Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan?
2. Apakah ada pengaruh strategi *price* simpanan haji secara parsial terhadap minat nasabah di PT. Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan?
3. Apakah ada pengaruh strategi *place* simpanan haji secara parsial terhadap minat nasabah di PT Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan?
4. Apakah ada pengaruh strategi *promotion* simpanan haji secara parsial terhadap minat nasabah di PT Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan?
5. Apakah ada pengaruh strategi *People* simpanan haji secara parsial terhadap minat nasabah di PT Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan?

¹²Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty, 2005), hlm. 67.

¹³Ibid, hlm.69-71.

¹⁴Djaali, *Psikologi Pendidikan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), hlm. 87.

6. Apakah ada pengaruh strategi *physical evidence* simpanan haji secara parsial terhadap minat nasabah di PT Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan?
7. Apakah ada pengaruh strategi *process* simpanan haji secara parsial terhadap minat nasabah di PT Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan?
8. Apakah ada pengaruh strategi *product, price, place, promotion, people, physical evidence* dan *process* secara simultan terhadap minat simpanan haji di PT. Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan?

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dituliskan peneliti maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *product* simpanan haji secara parsial terhadap minat nasabah pada PT. Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan.
2. Untuk mengetahui pengaruh *price* simpanan haji secara parsial terhadap minat nasabah pada PT. Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan.
3. Untuk mengetahui pengaruh *place* simpanan haji secara parsial terhadap minat nasabah pada PT. Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan.
4. Untuk mengetahui pengaruh *promotion* simpanan haji secara parsial terhadap minat nasabah pada PT. Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan.
5. Untuk mengetahui pengaruh *people* simpanan haji secara parsial terhadap minat nasabah pada PT. Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan.

6. Untuk mengetahui pengaruh *physical evidence* simpanan haji secara parsial terhadap minat nasabah pada PT. Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan.
7. Untuk mengetahui pengaruh *process* simpanan haji secara parsial terhadap minat nasabah pada PT. Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan.
8. Untuk mengetahui pengaruh *product, price, place, promotion, people, physical evidence* dan *process*, secara simultan terhadap minat simpanan haji pada PT. Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan.

G. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan pelatihan kemampuan yang diharapkan dapat memberikan informasi atas data-data yang dipergunakan dengan menerapkan teori yang telah diperoleh selama masa studi serta menambah wawasan, pengetahuan dan pengalaman.

2. Bagi Bank

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan informasi bagi pihak Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan. strategi pemasaran simpanan haji terhadap minat nasabah.

3. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini, masyarakat diharapkan lebih mengetahui dan memahami, serta dapat menjadi sebuah media pembelajaran bagi

masyarakat tentang strategi pemasaran simpanan haji terhadap minat nasabah di PT. Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan.

4. Bagi Pihak Kampus

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermamfaat bagi pihak kampus sebagai pengembangan keilmuan, khususnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam serta sebagai referensi tambahan bagi peneliti berikutnya.

H. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dibuat dengan tujuan untuk mempermudah penulisan dalam menyusun skripsi ini. Adapun sistematika pembahasan yang dibuat yaitu:

Bab pertama berisi mengenai dasar disebabkan dilakukan penelitian dilokasi yang telah ditentukan dan dijelaskan dibagian latar belakang masalah, serta didukung dengan bagian lainnya seperti: identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab kedua berisi mengenai penjelasan judul yang akan diteliti sesuai dengan teori, penelitian terdahulu, kerangka pikir dan hipotesis.

Bab ketiga merupakan berisi mengenai lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel serta metode yang akan ditentukan peneliti dalam memperoleh data penelitian.

Bab keempat membahas tentang profil mengenai strategi pemasaran simpanan haji terhadap minat nasabah pada PT. Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan.

Bab kelima adalah penutup yang memuat kesimpulan dan saran-saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Minat Nasabah

a. Pengertian Minat

Menurut Crow and Crow minat adalah “pendorong yang menyebabkan seseorang memberi perhatian terhadap orang, sesuatu, aktivitas-aktivitas tertentu”.¹

Sedangkan menurut Abdul Rahman Saleh:

Minat dapat diartikan sebagai suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang.²

Minat sebagai aspek kejiwaan bukan hanya mewarnai perilaku seseorang untuk melakukan aktifitas yang menyebabkan seseorang merasa tertarik kepada sesuatu. Menurut Kamus Lengkap Bahasa Indonesia, minat merupakan kesukaan, dan kecenderungan hati.³

Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar pula minatnya. *Crow and Crow* mengatakan bahwa minat mendorong seseorang untuk menghadapi atau berurusan dengan orang, benda, kegiatan, pengalaman yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri.⁴

¹Djaali, *Psikologi Pendidikan, Op.Cit.*, hlm. 98

²*Ibid.*, hlm. 99

³Poerwadarminta, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2007), hlm. 795.

⁴Djaali, *Psikologi Pendidikan, Op.Cit.*, hlm. 121

Minat merupakan suatu keadaan yang dirasakan tidak ada dalam diri seseorang atau keadaan dimana manusia merasa tidak memiliki kepuasan dasar, kebutuhan tidak diciptakan oleh masyarakat atau pemasar namun sudah ada terukir dalam hati manusia. Minat juga disebut hasrat akan pemuas tertentu dari kebutuhan tersebut. Keinginan manusia dibentuk oleh kekuatan dan institusi sosial. Kesimpulannya adalah minat merupakan kecenderungan perasaan yang dimiliki seseorang untuk memilih suatu (benda) dan melakukan hal-hal yang sesuai dengan minat yang ia miliki.

b. Pengertian Nasabah

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, nasabah diartikan sebagai perbandingan, pertalian, orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank, dalam hal keuangan.⁵

Nasabah adalah orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank (dalam hal keuangan).⁶

Sedangkan nasabah penyimpan adalah nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian pihak bank dengan nasabah yang bersangkutan.⁷

⁵DessyAnwar, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Surabaya: Karya Abditama, 2001), hlm. 281.

⁶Poerwadarminta, *Op.Cit.*, hlm. 795.

⁷EtiRoehaety dan RatihTresnati, *Kamus Istilah Ekonomi* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2005), hlm. 229.

c. Ciri-Ciri Minat

Minat tumbuh bersama dengan perkembangan fisik dan mental. Minat juga berubah selama terjadi perubahan fisik dan mental, contohnya perubahan minat karena perubahan usia.

- 1) Minat tergantung pada persiapan belajar. Kesiapan belajar merupakan salah satu faktor penyebab meningkatkan minat.
- 2) Minat tergantung pada kesempatan belajar. Minat anak-anak maupun dewasa bergantung pada kesempatan belajar yang ada.
- 3) Perkembangan minat mungkin terbatas. Hal ini disebabkan oleh keadaan fisik yang tidak memungkinkan. Perkembangan minat juga dibatasi oleh pengalaman sosial yang terbatas.
- 4) Minat dipengaruhi oleh pengaruh budaya. Kemungkinan minat akan lemah jika tidak diberi kesempatan untuk menekuni minat dianggap tidak sesuai oleh kelompok budaya mereka.
- 5) Minat berbobot emosional. Minat berhubungan dengan perasaan, bila suatu objek dihayati sebagai sesuatu yang sangat berharga maka timbul perasaan senang yang akhirnya diminati.

Strategi pemasaran atau konsep Bauran pemasaran terdiri dari (7P) yang terdiri dari *product, price, place, promotion, people, physical evidence and process*.

2. *Product* (Produk)

a. Pengertian *Product* (Produk)

Menurut Kasmir adalah

segala sesuatu yang memberikan mamfaat baik dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-hari atau sesuatu yang dimiliki oleh konsumen, Kelengkapan jenis produk yang ditawarkan sangat bergantung dari kemampuan bank dan jenis bank itu sendiri.⁸

Semakin lengkap produk yang ditawarkan akan semakin baik, sehingga untuk memperoleh produk bank nasabah cukup mendatangi satu bank saja.⁹

Menurut Khaerul umam, “Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan untuk dijual. Produk meliputi produk fisik, *service* atau jasa, orang, organisasi, tempat, ide dan hak paten (*rights*)”.¹⁰

Jadi dapat disimpulkan bahwa produk merupakan objek dalam pemasaran. Tanpa produk pemasaran tidak akan berjalan karena produk merupakan jumlah total kepuasan serta spiritual yang diperoleh dari pembelian atau penggunaannya, untuk itu perusahaan harus mampu mengetahui kebutuhan konsumen dengan meneliti pasar agar dapat menyesuaikan diri dalam menciptakan produk sesuai dengan kebutuhan konsumen.

⁸Kasmir, *Pemasaran Bank, Op.Cit.*, hlm. 54-55.

⁹*Ibid*,

¹⁰Khaerul Umam, *Manajemen Organisasi*, (Bandung: Pustaka Setia, 2012), hlm. 195.

b. Klasifikasi Produk

Produk dibagi menjadi dua kelas besar, menurut jenis konsumen yang menggunakan yaitu:¹¹

1) Produk Konsumen (*Consumer Product*). Produk ini berbeda dengan pembelian konsumen, dan oleh karena itu produk inipun berbeda dengan cara pemasarannya.

a) Produk sehari-hari adalah produk dan jasa konsumen yang biasanya sering dan cepat dibeli oleh pelanggan dan disertai dengan usaha yang sedikit dalam membandingkan dan membeli.

b) Produk Shopping adalah produk dan jasa konsumen yang jarang dibeli sehingga pelanggan membandingkan kecocokan, kualitas, harga dan gayanya dengan cermat.

c) Produk special adalah produk konsumen dengan karakteristik unik atau identifikasi merek yang dicari oleh kelompok pembeli tertentu, sehingga mereka mau mengeluarkan usaha khusus untuk memperolehnya.

d) Produk yang tidak dicari adalah produk konsumen yang mana keberadaannya tidak diketahui atau jika diketahui oleh konsumenpun tidak terpikir oleh mereka untuk membelinya.

2) Produk Industri (*Industrial Product*) adalah produk yang dibeli untuk prosesan lebihlanjut atau penggunaan yang terkait dengan bisnis. Jadi perbedaan antara produk konsumen dengan produk

¹¹Kasmir, *Op.,Cit*, hlm. 57.

industrial didasarkan pada tujuan dibelinya produk itu. Tiga kelompok produk dan jasa industrial meliputi:

- a) Bahan dan suku cadang
- b) Barang modal
- c) Perlengkapan dan jasa

c. *Product dalam Perspektif Islam*

Teistis (*Rabbaniyah*) Bersifat Relegius (*diniyah*) dan sipat ini memiliki dalam pemasaran konvensional. Kondisi ini tercipta tidak karena keterpaksaan, tetapi berangkat dari kesadaran akan nilai-nilai religius, yang dipandang penting dan mewarnai aktivitas pemasaran agar tidak terperosok kedalam perbuatan yang dapat merugikan orang lain.¹²

3. *Price (Harga)*

a. *Pengertian Price (Harga)*

Menurut M. Nur Rianto Al Arif adalah

Pada setiap produk atau jasa yang ditawarkan, bagian pemasaran dapat menentukan harga pokok dan harga jual suatu produk. harga merupakan hal yang paling penting dalam menentukan produk. Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam suatu penetapan harga antara lain biaya, keuntungan, harga yang ditetapkan oleh pesaing dan perubahan keinginan pasar.¹³

Tingkat harga adalah *rate* yaitu angka yang menunjukkan nilai harga, kecepatan perkembangan, dan produksi berdasarkan satuan ukur tertentu, biaya premi asuransi, beban biaya, ongkos/ harga.

¹²Gusti Sri Ardani, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta:PT. Bumi Aksara,2008) , hlm.38.

¹³M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah, Op.Cit.*, hlm. 15.

Keuntungan adalah suatu keuntungan atau laba yang diperoleh dari investasi dalam surat berharga/efek seperti saham, obligasi/dalam bidang proferti dimana nilainya melebihi harga pembelian.

Perusahaan harus menyadari bahwa jika harga yang ditawarkan terlalu tinggi, maka besar kemungkinan perusahaan tersebut akan kalah saing dengan kompetitornya. Oleh karena itu perusahaan harus menentukan harga yang menunjukkan keseimbangan.¹⁴

Dapat disimpulkan bahwa harga merupakan alat ukur yang dinyatakan dengan uang untuk mendapatkan atau memilih suatu barang atau jasa dengan jumlah yang lebih ditetapkan.

b. Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Harga

Menurut Basu Swasta, faktor-faktor yang mempengaruhi harga adalah:

- 1) Tujuan pemasaran perusahaan yaitu maksimalisasi laba, mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, meraih pangsa pasar yang besar, menciptakan kepemimpinan dalam hal kualitas, mengatasi persaingan, melaksanakan tanggung jawab sosial.
- 2) Strategi bauran pemasaran yaitu harga perlu dikoordinasikan dan saling mendukung dengan bauran pemasaran lainnya yaitu produk, distribusi dan promosi.

¹⁴Kasmir, *Op.,Cit*, hlm. 62.

3) Biaya yaitu merupakan faktor yang paling menentukan harga minimal yang harus ditetapkan agar perusahaan tidak mengalami kerugian.¹⁵

c. Strategi Penetapan Harga

Penetapan harga barang atau jasa merupakan suatu strategi kunci dalam berbagai perusahaan sebagai konsekuensi dan deregulasi, persaingan global, rendahnya pertumbuhan yang banyak dipasar, dan peluang bagi perusahaan untuk memantapkan posisi dipasar, dan peluang bagi perusahaan untuk memanfaatkan posisinya dipasar.¹⁶

Harga mempengaruhi kinerja keuangan dan juga sangat mempengaruhi persepsi pembelian penentuan posisi merek. Harga menjadi suatu ukuran tentang mutu produk bila pembeli mengalami kesulitan dalam mengevaluasi produk-produk yang kompleks.¹⁷

d. Price dalam Perspektif Islam

Etis (*akhlaqi'iyah*) keistimewaan yang lain dari syariah marketer selain karena teistis, juga karena sangat mengedepankan masalah-masalah akhlak (moral, etika) dalam seluruh aspek kegiatannya. Nilai-nilai etika dan moral harus menjadi pedoman dalam berbisnis.¹⁸

¹⁵Basu Swasta, *Manajemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta: Liberty, 1986), hlm. 67.

¹⁶William Stanton, *Prinsip Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 1984), hlm. 45.

¹⁷*Ibid*, hlm. 46.

¹⁸*Ibid*, hlm. 24.

4. *Place* (Lokasi)

a. Pengertian *Place* (Lokasi)

Menurut Swastha adalah

suatu struktur unit organisasi dalam perusahaan dan juga di luar perusahaan yang terdiri atas agen, dealer, perdagangan besar dan pengecer sebagai jalur yang digunakan komoditi, produk, sampai dipasarkan.¹⁹

Menurut Sutojo, “Distribusi atau lokasi adalah suatu usaha atau upaya agar suatu produk dapat tersedia di tempat-tempat yang memudahkan konsumen membelinya setiap saat konsumen membutuhkan”.²⁰

Dalam bauran pemasaran, makna tempat lebih ditunjukkan pada penyaluran produk kepada konsumen. Perusahaan harus mencari terbaik untuk mendekatkan produknya kepada konsumen.

Lokasi yang strategis adalah lokasi yang menguntungkan pengaruhnya terhadap keberadaan berbagai macam usaha/kegiatan lebih baik ekonomi maupun sosial.

Jadi distribusi dapat diartikan sebagai suatu kegiatan yang mengatur pemindahan barang dari produsen kekonsumen atau pemakai akhir. Jadi distribusi adalah jalur yang ditempuh pihak produsen dalam memasarkan produknya agar sampai ketangan konsumen.

b. Manfaat dari Pengelola *Place* yang Benar

Menurut Heri Sutanto dan Khaerul Umam, manfaat dari pengelolaan *place* yang benar adalah

¹⁹Swastha dan Anwar Prabu, *Prilaku Konsumen*, (Bandung: Penerbit PT. Revika Aditama, 2002), hlm. 28.

²⁰Sutojo, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Damar Mulia Pustaka, 2009), hlm. 11.

- 1) Konsumen mudah memperoleh produk anda dengan tempat atau wadah yang benar.
- 2) *Availability* atau ketersediaan produk. Banyaknya produk yang dapat dijumpai dimana-mana atau penyebarannya sangat luas hingga ketempat yang terpencil.
- 3) *Impulse Buying*. Keinginan konsumen untuk membeli suatu produk yang tidak direncanakan.²¹

c. *Place* dalam Perspektif Islam

Realistis (*al-waqi'iyah*) syariah marketing bukanlah konsep yang eksklusif, fanatic, anti modernitas dan kaku. Syariah marketing adalah konsep pemasaran yang fleksibel, sebagaimana keluasan syariah islamiyah yang melandasinya.²²

5. *Promotion* (Promosi)

a. Pengertian *Promotion* (Promosi)

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.²³

Promosi merupakan sarana komunikasi antara produsen dan konsumen untuk memperkenalkan warna, bentuk, jenis barang, harga serta kualitas dari suatu barang guna memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Promosi adalah arus informasi atau persuasi suatu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran atau pemasaran.

²¹Heri Susanto dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Pustaka Setia, 2013), hlm. 68

²²Khaerul Umam, *Manajemen Organisasi*, *Op.Cit*, hlm. 213.

²³Kasmir, *Pemasaran Bank*, *Op.Cit.*, hlm. 65.

b. Macam-Macam Sarana Promosi

Dalam praktiknya ada empat macam sarana promosi, secara garis besar keempat macam sarana promosi yang digunakan oleh perbankan adalah sebagai berikut:²⁴

1) Periklanan (*advertising*)

Yaitu sarana promosi yang digunakan oleh bank guna menginformasikan, segala sesuatu produk yang dihasilkan oleh bank. Informasi yang diberikan adalah manfaat produk, harga produk serta keuntungan produk.

Iklan adalah bentuk penyajian dan promosi ide, barang atau jasa secara non personal oleh suatu nin sponsor tertentu yang memerlukan pembayaran.

2) Promosi penjualan (*sales promotion*)

Selain promosi lewat iklan promosi lainnya bisa dilakukan melalui promosi penjualan yaitu berbagai insentif jangka pendek untuk mendorong keinginan mencoba atau membeli suatu produk atau jasa. Tujuan promosi penjualan adalah untuk meningkatkan penjualan atau meningkatkan jumlah nasabah.

Brosur adalah bahan informasi tertulis mengenai suatu masalah yang disusun secara sistem / cetakan yang hanya terdiri atas beberapa hal yang dilipat tanpa dijilid / selebaran cetakan yang berisi keterangan singkat tetapi lengkap.

²⁴Heri Susanto dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah, Op.Cit.*, hlm. 380.

Dalam praktiknya program promosi penjualan memiliki tiga macam cara yaitu: ²⁵

- a) Promosi konsumen, seperti penggunaan kupon, sampel produk, hadiah atau bentuk undian.
- b) Promosi dagang yaitu berupa bantuan peralatan atau intensif.
- c) Promosi wiramiaga, melalui kontes penjualan.

3) Publisitas (*publicity*)

Publisitas merupakan kegiatan promosi untuk memancing nasabah melalui kegiatan seperti pameran, bakti social serta kegiatan lainnya. Publisitas bertujuan mempromosikan dan melindungi citra bank untuk masing-masing produknya.

Selain itu tujuannya adalah agar nasabah mengenal bank lebih dekat. Dengan ikut kegiatan tersebut nasabah akan selalu mengingat bank tersebut dan diharapkan akan menarik nasabah kegiatan publisitas dapat dilakukan melalui:

- a) Ikut pameran.
- b) Ikut kegiatan amal.
- c) Ikut bakti sosial.
- d) *Sponsorship* kegiatan.²⁶

4) Penjualan perorangan (*personal sending*)

Penjualan perorangan yaitu interaksi langsung antara *salesman* bank yang satu lebih calon pembeli guna melakukan persentasi, menjawab pertanyaan dan menerima pesan.

²⁵ Kasmir, *Op.,Cit.* hlm. 155-156.

²⁶ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, *Op.Cit.*, hlm. 76.

c. *Promotion* dalam Perspektif Islam

Humanistis (*insaniyyah*) dalam keistimewaan humanistis adalah sipatnya yang humanis universal, artinya bahwa syariah diciptakan untuk manusia agar derajatnya terangkat, sipat kemanusiaannya terjaga dan terpelihara, serta sipat-sipat kehewanannya dapat terkekang dengan panduan syariah, dengan memiliki nilai humanities maka akan terjadi manusia terkontrol dan seimbang bukan manusia yang serakah, yang menghalalkan semua cara untuk meraih keuntungan yang sebesar-besarnya.²⁷ Firman Allah SWT dalam Al-Qur'an surah Al-Muthaffifin: 1-3.

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ۝ ۱ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ۝ ۲ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ۝ ۳

Artinya: kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang, (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi.²⁸

Penjelasan tentang ayat di atas adalah azab yang dahsyat di akherat. Itu adalah salah satu jurang dijahannam, tempat mengalirnya nanah-nanah penghuni neraka. Sementara makna pengurangan artinya sesuatu yang sedikit (pelakunya disebut *mutathaffif* karena tidaklah ia mencuri (mengambil) milik orang lain melalui proses penakaran dan penimbangan kecuali kadar yang sedikit.

6. People (Orang)

²⁷*Ibid*, hlm.82.

²⁸Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bogor: Sabiq:2009), hlm. 588.

a. Pengertian *People* (Orang)

Menurut Poerwa darminta adalah

People adalah semua orang yang terlibat dalam kegiatan produksi produk serta memberikan pelayanan produk kepada konsumen. Orang yang memproduksi dan memasarkan suatu produk juga memiliki penilaian dimata konsumen.²⁹

People atau Sumber Daya Manusia (SDM) mutlak diperlukan oleh bank untuk bertahan. Betapapun canggihnya peralatan bank tetapi membutuhkan campur tangan manusia. Manusia termasuk nasabah. Nasabah mempunyai perasaan dan emosi yang tidak terpuaskan bila hanya dilayani dengan mesin tetapi juga harus mendapat pelayanan secara manusiawi dan ramah. Karyawan adalah orang yang bekerja pada suatu lembaga (kantor perusahaan dan pegawainya) dengan mendapat gaji atau upah pegawai.

People adalah semua orang yang terlibat dalam kegiatan produksi produk serta memberikan pelayanan produk kepada konsumen.³⁰ Orang yang memproduksi dan memasarkan suatu produk juga memiliki penilaian dimata konsumen.

Nasabah adalah konsumen yang membeli dan menggunakan peoduk yang dijual/ditawarkan oleh bank. Dapat disimpulkan orang merupakan setiap orang yang dapat menjadi bagian dari suatu proses pemasaran barang maupun jasa untuk penentu dalam suatu ke²⁷ pelaksanaan jual beli ataupun transaksi barang dan jasa.

b. Kriteria Aspek *People* yang Mempengaruhi Pelanggan

²⁹Poerwa darminta, *Kamus Besar Bahasa Indonesia, Op.Cit.*, hlm. 810.

³⁰Kasmir, *Pemasaran Bank, Op.Cit.*, hlm. 74.

- 1) *Contactors*, yaitu berinteraksi langsung dengan pelanggan dalam frekuensi yang cukup sering, sangat mempengaruhi keputusan pelanggan pelanggan untuk membeli.
- 2) *Modifier*, yaitu mereka cukup sering berhubungan dengan pelanggan tetapi tidak secara langsung mempengaruhi pelanggan, misalnya resepsionis.
- 3) *Influencers*, yaitu mereka ini tidak secara langsung kontak dengan pelanggan tetapi tidak mempengaruhi konsumen dalam keputusan untuk membeli, misalnya tim kreatif pemuatan iklan.
- 4) *Isolateds people* dimaksudkan untuk tidak sering bertemu dengan pelanggan, tidak secara langsung ikut dalam marketing mix. Misalnya karyawan bagian administrasi penjualan.³¹

7. *Physical Evidence (Bukti Fisik)*

a. *Pengertian Physical Evidence (Bukti Fisik)*

Menurut Kasmir adalah

Physical Evidence adalah Perangkat-perangkat yang dibutuhkan untuk mendukung penampilan suatu produk sehingga memperlihatkan secara lansung kualitas produk serta pelayanan yang diberikan kepada nasabah dan suatu hal yang secara nyata turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk yang ditawarkan.³²

Selain bentuk fisik produk yang di jual, maka bentuk fisik dari *outlet* tempat pelayanan juga sangat mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah. Bentuk gedung kantor dan ruangan kerja serta *layout* yang

³¹Marius P. angipora, *Dasar-dasar Pemasaran*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1999), hlm. 13.

³²Kasmir, *Pemasaran Bank, Op.Cit.*, hlm. 31.

menarik maupun kelengkapan fasilitasnya dapat mempengaruhi *image* masyarakat atau nasabah.

Simbol perusahaan yaitu tanda yang membedakan satu merek dengan merek lain. Atau bagian dari branding yang merupakan aset perusahaan yang bernilai harganya.

Motto adalah sebuah kalimat ataupun kata yang dijadikan sebagai prinsip dan semboyan dalam kehidupan.

8. *Process* (proses)

***a. Pengertian process* (proses)**

Prosedur kerja adalah tahapan dalam tata kerja tentang bagaimana mengelola sebuah pekerjaan yang mengandung pengertian tentang apa, untuk apa, dan bagaimana pekerjaan harus diselesaikan.

Standart pelayanan yaitu tolak ukur yang digunakan sebagai pedoman penyelenggaraan pelayanan dan acuan penilaian kualitas, pelayanan sebagai kewajiban dan janji penyelenggaraan kepada masyarakat dalam rangka pelayanan yang berkualitas, cepat, mudah, terjangkau dan terukur.

Proses pelayanan juga sangat menentukan keberhasilan bank untuk memikat nasabah. Dalam hal ini factor kecepatan, kemudahan, keamanan dan kenyamanan dalam bertransaksi perlu diperhatikan.³³ Suatu proses bias berisi tentang metode atau prosedur yang berlaku untuk memperoleh produk yang dibutuhkan konsumen.

³³*Ibid.* hlm 31

Dapat disimpulkan bahwa proses suatu metode pengoperasian atau serangkaian tindakan yang diperlukan untuk menyajikan produk dan layana yang baik kepada pelanggan dalam suatu transaksi.

b. Jenis Proses dalam Manajemen Pemasaran

Proses merupakan gabungan semua aktifitas, umumnya terdiri atas prosedur, jadwal pekerjaan, mekanisme dan hal-hal rutin sampai jasa dihasilkan dan disampaikan kepada pelanggan. Proses dapat dibedakan menjadi 2 cara, yaitu sebagai berikut:³⁴

- 1) *Complexity*, berhubungan dengan langkah-langkah dan tahap dalam proses.
- 2) *Divergence*, berhubungan dengan adanya perubahan dalam langkah atau proses.

9. Dana Talangan Haji

Produk perbankan dana talangan haji yaitu nasabah yang ingin mendaftar naik haji, jadi nasabah menukarkan rekening talangan haji ke LKS dengan dua akad *qard* (pinjam meminjam) dan *ijaroh* (jual beli jasa).

a. Pengertian Dana Talangan Haji

Talangan adalah memberi pinjaman uang untuk membayar sesuatu. Dana talangan haji pada dasarnya adalah sebuah pinjaman bagi mereka (nasabah) yang ingin mendapatkan porsi haji namun dana yang mereka miliki tidak mencukupi untuk mendapatkan porsi haji di Kemenag.

³⁴Kasmir, *Pemasaran Bank, Op.Cit.*, hlm. 77.

b. Pembiayaan Dana Talangan Haji

Pembiayaan Dana Talangan Haji Perbankan Syariah merupakan pembiayaan dalam bentuk konsumtif yang ditujukan kepada nasabah untuk memenuhi kebutuhan biaya setoran awal Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPIH) yang ditentukan oleh Kemenag RI (Kementerian Agama Republik Indonesia) melalui Sistem Komputerisasi Haji Terpadu (SISKOHAT), untuk mendapatkan nomor *seat* porsihaji dengan menggunakan akad *qard* dan *ijarah*.

1) *Qardh* (pinjaman)

Merupakan fasilitas pembiayaan yang diberikanlah oleh bank syariah dalam membantu pengusaha kecil. Pembiayaan *qardh* diberikan tanpa adanya imbalan *qardh* juga merupakan pemberian harta kepada orang lain yang dapat ditagih atau diminta kembali sesuai dengan jumlah uang yang dipinjamkan, tanpa adanya tambahan atau imbalan yang diminta oleh bank syariah.³⁵

2) *Ijarah* (Sewa)

Berdasarkan terminologi, *ijarah* adalah memindahkan kepemilikan fasilitas dengan imbalan. Penyewa dalam sudut pandang Islam meliputi 2 hal, yaitu: Pertama, penyewaan terhadap potensi atau sumber daya manusia, misalnya adalah menyewa seseorang untuk membantu pekerjaan dalam waktu tertentu (dikategorikan oleh ahli fikih dengan pekerjaan pribadi) atau menyelesaikan satu pekerjaan tertentu (dikategorikan oleh ahli fikih

³⁵Ismail, *Perbankan Syariah, Op.Cit.*, hlm. 212.

dengan pekerjaan umum). Kedua, penyewaan terhadap suatu fasilitas, misalnya penyewaan fasilitas antara lain penyewaan tempat tinggal, tanah garapan atau mobil angkutan.³⁶

10. *Product* (Produk) dengan Minat Nasabah

Heni Husni Muasyaroh menyatakan bahwa:

Berdasarkan hasil pengujian pengaruh variabel produk terhadap minat nasabah diperoleh koefisien regresi sebesar 0.243. hipotesis yang dibangun pada variabel ini adalah produk berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah. Sedangkan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0.119 lebih besar dari 0.05. sehingga dapat disimpulkan bahwa produk tidak berpengaruh signifikan terhadap minat.³⁷

Detha Alfrian Fajri menyatakan bahwa:

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel produk merupakan variabel yang berpengaruh dominan terhadap minat nasabah yang ditunjukkan dengan koefisien beta tertinggi yaitu 0.274 dan nilai t hitung yang paling besar yaitu 2.493.³⁸

Muhammah Ramadhan Djamiluddin menyatakan: Berdasarkan hasil uji parsial yang telah dilakukan diperoleh temuan-temuan bahwa produk berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah.³⁹

Jadi, dari kesimpulan penelitian tersebut bahwa produk berpengaruh dan tidak berpengaruh terhadap minat nasabah

³⁶Rizal Yaya, Dkk, *Akuntansi Perbankan Syariah*, (Jakarta: Salembat Empat, 2009), hlm. 286.

³⁷Heni Husni Muasyaroh, *Op.Cit.*, hlm. 93.

³⁸Detha Alfrian Fajri, *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Nasabah*, (Skripsi, STAIN Kudus, 2013), hlm, 83.

³⁹Muhammah Ramadhan Djamiluddin, *Pengaruh Bauran Pemasaran (7P) Terhadap Minat Nasabah*, (Skripsi, Universitas Hasanuddin Makassar, 2014), hlm. 29.

11. *Price* (Harga) dengan Minat Nasabah

Heni Husni Muasyaroh menyatakan bahwa:

Berdasarkan hasil pengujian pengaruh variabel harga terhadap minat nasabah diperoleh koefisien regresi sebesar 0.394. hipotesis yang dibangun pada variabel ini adalah harga berpengaruh negatif signifikan terhadap minat nasabah.⁴⁰

Detha Alfrian Fajri Menyatakan bahwa “variabel *price* (harga) secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat nasabah”.⁴¹

Muhammah Ramadhan Djamiluddin menyatakan: Berdasarkan hasil uji parsial yang telah dilakukan diperoleh temuan-temuan bahwa *price* berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah.⁴²

Jadi, variabel *price* berpengaruh dan tidak berpengaruh terhadap minat nasabah.

12. *Place* (Lokasi) dengan Minat Nasabah

Neneng Pajriyah menyatakan:

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel lokasi strategis secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan tabungan haji. Dengan nilai t hitung (2.708) > nilai t table (1.984).⁴³

Muhammah Ramadhan Djamiluddin menyatakan: Berdasarkan hasil uji parsial yang telah dilakukan diperoleh temuan-temuan bahwa *place* berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah.⁴⁴ Jadi, variabel *place* berpengaruh terhadap minat nasabah.

⁴⁰Heni Husni Muasyaroh, *Op., Cit.*, hlm. 30.

⁴¹Detha Alfrian Fajri, *Op., Cit.*, hlm. 83.

⁴²Muhammah Ramadhan Djamiluddin, *Op., Cit.*, hlm. 30.

⁴³Neneng Pajriyah, *Op.Cit.*, hlm. 29.

⁴⁴Muhammah Ramadhan Djamiluddin, *Op., Cit.*, hlm. 32.

13. *Promotion* (Promosi) dengan Minat Nasabah

Zulpia menyatakan bahwa:

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa berdasarkan pengolahan data bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dimana uji t diperoleh t_{hitung} sebesar 4.056, artinya $t_{hitung} (4.056) > t_{tabel} (1.771)$ dan $P_{value} (0.02) < \alpha (0.05)$.⁴⁵

Neneng Pajriyah menyatakan bahwa:

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan tabungan haji dengan nilai t hitung (2.753) > nilai t table (1.984).⁴⁶

Heni Husni Muasyaroh menyatakan bahwa:

Berdasarkan hasil pengujian pengaruh variabel promosi terhadap minat nasabah diperoleh koefisien regresi sebesar 0.028. hipotesis yang dibangun pada variabel ini adalah promosi berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah.⁴⁷

Detha Alfrian Fajri menyatakan bahwa: “variabel *promotion* (promosi) secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat nasabah”.⁴⁸

Muhammah Ramadhan Djamiluddin menyatakan: Berdasarkan hasil uji parsial yang telah dilakukan diperoleh temuan-temuan bahwa *promotion* berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah.⁴⁹

Jadi, dari penelitian diatas terdapat perbedaan penelitian dimana *promotion* berpengaruh terhadap minat nasabah dan tidak berpengaruh.

⁴⁵Zulpia, Pengaruh Promosi Terhadap Minat Nasabah Dana Talangan Haji Pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan (Skripsi, IAIN Padangsidempuan, 2013), hlm. 84.

⁴⁶Neneng Pajriyah, *Op., Cit*, hlm. 30.

⁴⁷Heni Husni Muasyaroh, *Op., Cit*, hlm. 35.

⁴⁸Detha Alfrian Fajri, *Op., Cit*, hlm. 84.

⁴⁹Muhammah Ramadhan Djamiluddin, *Op., Cit*, hlm. 34.

14. *People* (Orang) dengan Minat Nasabah

Neneng Pajriyah menyatakan:

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel *people* (orang) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan tabungan haji. Dengan nilai t hitung (2,024) > nilai t table (1.53).⁵⁰

Muhammah Ramadhan Djamiluddin menyatakan: Berdasarkan hasil uji parsial yang telah dilakukan diperoleh temuan-temuan bahwa *people* berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah.⁵¹

Jadi, dari penelitian diatas bahwa dari variabel *people* berpengaruh terhadap minat nasabah.

15. *Physical Evidence* (Bukti Fisik) dengan Minat Nasabah

Heni Husni Muasyaroh menyatakan bahwa:

Berdasarkan hasil pengujian tidak berpengaruh pada variabel *Physical Evidence* terhadap minat nasabah diperoleh koefisien regresi sebesar 0.293. hipotesis yang dibangun pada variabel ini adalah harga berpengaruh negatif signifikan terhadap minat nasabah.⁵²

Muhammad Ramadhan Djamiluddin menyatakan: Berdasarkan hasil uji parsial yang telah dilakukan diperoleh temuan-temuan bahwa *place* berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah.⁵³

Jadi, dari penelitian di atas bahwa terdapat perbedaan penelitian dimana *Physical Evidence* berpengaruh terhadap minat nasabah dan tidak berpengaruh terhadap minat nasabah.

⁵⁰Neneng Pajriyah, *Op., Cit*, hlm. 32.

⁵¹Muhammah Ramadhan Djamiluddin, *Op., Cit*, hlm. 36.

⁵²Heni Husni Muasyaroh, *Op., Cit*, hlm. 36.

⁵³Muhammah Ramadhan Djamiluddin, *Op., Cit*, hlm. 38.

16. *Process* (Proses) dengan Minat Nasabah

Heni Husni Muasyaroh menyatakan bahwa:

Berdasarkan hasil pengujian pengaruh variabel proses terhadap minat nasabah diperoleh koefisien regresi sebesar 0.367. hipotesis yang dibangun pada variabel ini adalah proses berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah.⁵⁴

Muhammah Ramadhan Djamiluddin menyatakan: Berdasarkan hasil uji parsial yang telah dilakukan diperoleh temuan-temuan bahwa *place* berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah.⁵⁵Jadi, variabel proses berpengaruh terhadap minat nasabah.

B. Penelitian terdahulu

Sebagai bahan perbandingan dalam penulisan skripsi ini peneliti mengambil penelitian terdahulu yang dapat menunjang dan membantu dalam penyempurnaan hasil penelitian ini.

Tabel II.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Skripsi	Analisis Data	Variabel Penelitian
1	Zulpia (Skripsi, IAIN Padangsidimpuan, 2015).	Pengaruh promosi terhadap minat nasabah dana talangan haji pada PT. Bank SUMUT cabang syariah Padangsidimpuan.	Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi sederhana.	Variabel (X): pengaruh promosi dana talangan haji. Variabel (Y): Minat Nasabah

⁵⁴Heni Husni Muasyaroh, *Op., Cit*, hlm. 38.

⁵⁵Muhammah Ramadhan Djamiluddin, *Op., Cit*, hlm. 40.

2	Maria Ulfah (Skripsi UIN Syarif hidayatullah, 2012)	Analisis pengaruh marketing syariah terhadap Minat nasabah dana talangan haji (studi kasus di Bank Muamalat cabang Semarang)	Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear dengan alpha 5%.	Variabel (X): marketing syariah Variabel (Y): Minat nasabah
3	Neneng Fajriyah (Skripsi UIN Syarif hidayatullah, 2013)	Pengaruh Promosi, Reputasi, dan Lokasi Strategis terhadap Minat Nasabah Menggunakan Tabungan Haji Bank Mandiri Kcp tangerang Bintaro Sektor III	Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda.	Variabel (X): motivasi promosi, reputasi, dan lokasi strategis Variabel (Y): Minat Nasabah
4	Dheta Alfrian Fajri (Skripsi UIN Malang, 2013)	Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa terhadap Minat Nasabah (survey pada Bank Muamalat Cabang Malang).	Metode yang digunakan dalam penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif.	Variabel (X) Bauran Pemasaran. Variabel (Y) Minat Nasabah
5	Mhd. chusni mubarok (Skripsi UIN Malang, 2013)	Pengaruh strategi pemasaran produk koperasi jasa syariah insane sejahtera cepiring terhadap minat nasabah.	Metode yang digunakan dalam penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif.	Variabel (X) Strategi pemasaran . Variabel (Y) Produk.
6	Faza amalia (Skripsi UIN Syarif hidayatullah, 2013)	Pengaruh bauran promosi dan citra merek syariah terhadap minat nasabah Tabungan Haji di BPRS Mitra Harmoni Semarang.	Metode yang digunakan dalam penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif.	Variabel (X) Bauran Promosi, Variabel (Y) Minat Nasabah

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini dapat di jelaskan sebagai berikut:

Zulpia dengan judul pengaruh promosi terhadap minat nasabah dana talangan haji pada PT. Bank SUMUT cabang syariah padangsidempuan dengan menggunakan analisis regresi sederhana dan variabel penelitiannya pengaruh promosi dana talangan haji dan minat nasabah. Sedangkan penelitian saya variabelnya adalah strategi pemasaran simpanan haji dan minat nasabah.

Maria ulfah dengan judul analisis pengaruh marketing syariah terhadap minat nasabah dana talangan haji (studi kasus di bank muamalat cabang semarang). Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier. Variabelnya adalah marketing syariah dan minat nasabah.

Neneng pajriyah, pengaruh promosi, reputasi dan lokasi strategis terhadap kebutuhan nasabah menggunakan tabungan haji bank mandiri KCP Tangerang bintaro sektor III. Variabelnya adalah pengaruh promosi, lokasi strategis dan minat nasabah.

Dheta Alfrian Fajri, variabel *independen* yang diteliti berbeda yaitu variabel independennya produk, harga, promosi, proses, orang, bukti fisik, dan lokasi. Sedangkan penelitian ini tentang pengaruh kualitas pelayanan, nisbah bagi hasil, lokasi dan promosi.

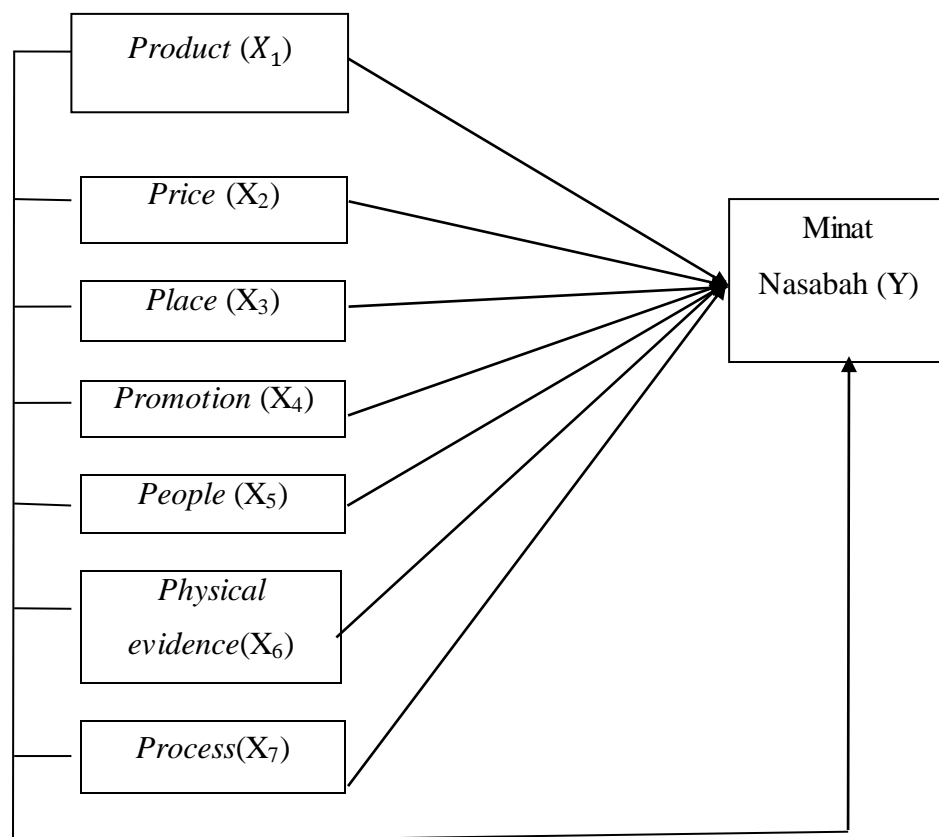
Muhammad Chusni Mubbarok, Variabel *independen* yang diteliti berbeda yaitu strategi pemasaran, sedangkan penelitian ini tentang pengaruh kualitas pelayanan, nisbah bagi hasil, lokasi dan promosi. Lokasi penelitian ini berbeda dengan penelitian sekarang.

Faza Amalia, menyatakan bahwa hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel bauran promosi mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat nasabah pembiayaan murabahah di BPRS Mitra Harmoni Semarang.

C. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir atau construct adalah abstraksi dari fenomena-fenomena kehidupan nyata yang diamati. Berikut adalah kerangka berfikir dalam penelitian ini:

Gambar II.1
Kerangka Berfikir



D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis menurut Arikunto adalah suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap suatu permasalahan penelitian sampai terbukti melalui

data terkumpul.⁵⁶ Hipotesis dari penelitian ini adalah hipotesis asosiatif yang menunjukkan hubungan atau pengaruh antar dua variabel atau lebih. Dengan pernyataan hipotesis nol (H_0) tidak ada pengaruh yang signifikan antara strategi pemasaran dengan minat nasabah, dan hipotesis alternatif (H_1) ada pengaruh yang signifikan antara strategi pemasaran dengan minat nasabah.

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. H_{a1} = *Product* simpanan haji berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah di PT. Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan.

H_{o1} = *Product* simpanan haji tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah di PT. Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan.

2. H_{a1} = *Price* simpanan haji berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah di PT. Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan.

H_{o1} = *Price* simpanan haji tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah di PT. Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan.

3. H_{a1} = *Place* simpanan haji berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah di PT. Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan.

H_{o1} = *Place* simpanan haji tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah di PT. Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan.

4. H_{a1} = *Promotion* simpanan haji berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah di PT. Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan.

⁵⁶Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Paktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hlm. 110.

$H_{o1} = Promotion$ simpanan haji tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah di PT. Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan.

5. $H_{a1} = People$ simpanan haji berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah di PT. Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan.

$H_{o1} = People$ simpanan haji tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah di PT. Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan.

6. $H_{a1} = Physical Evidence$ simpanan haji berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah di PT. Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan.

$H_{o1} = Physical Evidence$ simpanan haji tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah di PT. Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan.

7. $H_{a1} = Process$ simpanan haji berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah di PT. Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan.

$H_{o1} = Process$ simpanan haji tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah di PT. Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan.

8. $H_{a4} = Product, price, place, promotion, people, physical evidence, process$ berpengaruh secara simultan terhadap minat nasabah di PT. Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan.

$H_{o4} = Product, price, place, promotion, people, physical evidence, process$ tidak berpengaruh secara simultan terhadap minat nasabah di PT. Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di PT. Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan, yang beralamat di Jl. Willem Iskandar No. 176 sipolu-polu panyabungan. Kecamatan panyabungan kota, Kabupaten Mandailing Natal, dan waktu penelitian dilakukan dari bulan Maret 2017 sampai selesai.

B. Jenis Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif untuk memperoleh signifikan pengaruh antara variabel yang diteliti yaitu strategi pemasaran simpanan haji (*product, place, price, promotion, people, physical evidence* dan *process*) terhadap minat nasabah pada PT. Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan.

Penelitian kuantitatif merupakan penelitian dengan meneliti berapa besar pengaruh variabel bebas (*independent*) terhadap variabel terikat (*dependent*). Metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/ statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

C. Populasi dan Sampel

Populasi adalah serumpun atau sekelompok objek yang menjadi sasaran penelitian dan sampel sebagian objek yang mewakili populasi yang dipilih dengan cara tertentu. Dan menurut Suharsimi Arikunto “populasi adalah

subjek penelitian”.¹ pada penelitian ini populasinya adalah nasabah yang melakukan simpanan haji pada PT. Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan yaitu sebanyak 92 Nasabah.

Sedangkan Sampel adalah “sebagian atau wakil populasi yang diteliti”. Penetapan sampel pada penelitian ini berpedoman pada Suharsimi Arikunto, jika jumlah populasi lebih dari 100 orang dapat diambil diantara 10% - 25%. Jika kurang dari 100 maka diambil dari seluruh populasi.

D. Sumber Data

Dalam sebuah penelitian, data berguna sebagai dasar objektif dalam mengambil suatu keputusan atau kebijakan yang diambil oleh pemuat kebijakan. Data merupakan keterangan suatu hal, dapat berupa sesuatu yang diketahui atau yang dianggap suatu fakta yang digambarkan lewat angka, simbol, kode dan lain-lain. Jenis data yang digunakan adalah data primer, yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti dari sumber pertamanya. Adapun cara untuk mendapatkan data primer, yaitu dengan cara langsung yang menjadi objek penelitiannya dengan cara memuat angket.

Sumber data penelitian merupakan faktor penting yang menjadi pertimbangan dalam penentuan metode pengumpulan data. Data dalam penelitian ini dikumpulkan dari dua sumber yakni data primer dan data sekunder yang dilakukan pengambilan dengan metode wawancara dan angket/kuesioner.

Dalam pengumpulan data, jenis dan sumber data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

¹Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*, Op.Cit., hlm. 173.

1. Data primer

Data yang diperoleh secara langsung dari masyarakat baik dilakukan melalui wawancara, observasi dan alat lainnya. Dalam penelitian ini untuk mendapatkan data primer dapat dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner langsung kepada nasabah pada PT. Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan. Kuesioner dilakukan dengan mengumpulkan data tertulis berdasarkan jawaban dari responden atas pertanyaan-pertanyaan.

2. Data sekunder

Data yang di peroleh berasal dari kepustakaan. Data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan dari sumber- sumber yang telah ada selain itu data ini biasanya diperoleh dari perpustakaan atau dari laporan-laporan penelitian terdahulu. Pengambilan data sekunder dalam penelitian ini dimaksudkan menggali informasi dari pihak *intern* bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan.

E. Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen merupakan alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan data agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah olehnya, atau alat bantu bagi peneliti didalam menggunakan metode pengumpulan data.²

Instrumen sebagai pegangan para petugas lapangan merupakan pedoman satu-satunya yang sengaja disiapkan dalam bentuk yang dikehendaki untuk dipakai secara serempak dalam waktu yang ditentukan.

²Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian* (Jakarta: Rineka Cipta,2009), hlm.101.

Adapun instrumen pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sistem angket/kuesioner. Sistem angket atau keuisioner merupakan suatu bentuk teknik pengumpulan data yang sangat fleksibel dan relatif mudah digunakan, data yang diperoleh melalui penggunaan kuesioner adalah data yang dikategorikan sebagai data faktual.³

Kuesioner harus mempunyai *center* atau pusat perhatian, yaitu masalah yang ingin dipecahkan. Tiap pertanyaan harus merupakan bagian dari hipotesis yang ingin diuji. Dalam memperoleh keterangan yang berkisar pada masalah yang ingin dipecahkan itu. Maka, secara umum isi dari kuesioner dapat berupa pertanyaan, pendapat (*opinion*) dan tentang persepsi sendiri.⁴

Untuk teknik pengolahan menggunakan *Skala ordinal*. *Skala ordinal* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.

Dengan *Skala ordinal*, maka variabel yang akan diukur, dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan.

³Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), hlm.203.

⁴Moh Nasir, *Metode Penelitian* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2005), hlm. 223.

Tabel III.1.
Skala Likert

Indikator	Skor
Sangat setuju	5
Setuju	4
Kurang setuju	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

Tabel III.2
Kisi – Kisi Angket Variabel *Produk*

No	Indikator	Nomor soal
1	Kebutuhan	1
2	Permintaan	2

Table III.3
Kisi Kisi Angket Variabel *Price*

No	Indikator	Nomor soal
1	Tingkat harga	3
2	Keuntungan	4
3	Mengikuti harga saingan	5

Tabel III.4
Kisi – Kisi Angket Variabel *Place*

No	Indikator	Nomor soal
1	Lokasi yang strategis	6
2	Tempat yang aman	7,8

Tabel III.5
Kisi –Kisi Angket Variabel *Promotion*

No	Indikator	Nomor soal
1	Iklan	10,11
2	Brosur	9

Tabel III.6
Kisi –Kisi Angket Variabel *People*

No	Indikator	Nomor soal
1	Karyawan	12,13
2	Nasabah	14,15

Tabel III.7
Kisi –Kisi Angket Variabel *Physical Evidence*

No	Indikator	Nomor soal
1	Simbol perusahaan	16,17
2	Motto	18

Tabel III.8
Kisi –Kisi Angket Variabel *Process*

No	Indikator	Nomor soal
1	Prosedur kerja	20
2	Standard pelayanan	19,21

Tabel III.9
Kisi –Kisi Angket Variabel *Minat*

No	Indikator	Nomor soal
1	Prosedur kerja	23
2	Standard pelayanan	22,24

F. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Validitas Instrumen

Validitas suatu instrumen penelitian adalah derajat yang menunjukkan dimana suatu tes mengukur apa yang hendak diukur.⁵ Dikatakan valid apabila instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam penelitian ini uji validitas dilakukan dengan bantuan aplikasi *software SPSS versi 22.0* untuk memperoleh hasil yang terarah, dengan taraf signifikan 0,05 berdasarkan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total pernyataan tersebut (dinyatakan valid).

⁵Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2004), hlm. 122.

- b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total pernyataan tersebut (dinyatakan tidak valid).⁶

2. Reliabilitas Instrumen

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur. Suatu instrumen penelitian dikatakan memiliki nilai reliabilitas yang tinggi apabila tes yang dibuat mempunyai hasil yang konsisten dalam mengukur apa yang hendak diukur. Uji reliabilitas dilakukan dengan bantuan aplikasi *software SPSS versi 22.0* untuk memperoleh hasil yang terarah. Uji signifikan dilakukan dengan taraf signifikan 0,05. Artinya instrumen dapat dikatakan reliabel bila nilai alpha lebih besar dari (r) kritis *Product Moment* atau kita menggunakan batasan tertentu seperti 0,6.⁷

G. Teknik Analisis Data

Data yang telah dikumpulkan agar dapat dipergunakan dengan baik, maka data tersebut harus diolah dan dianalisis terlebih dahulu sehingga dapat dijadikan dasar guna mengetahui keputusan untuk menjadi nasabah. Adapun teknik analisis yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Analisis Data Kuantitatif

Analisis data kuantitatif adalah bentuk analisis yang menggunakan angka-angka dan perhitungan dengan metode statistik, data tersebut harus diklasifikasikan dalam kategori tertentu dengan menggunakan tabel-tabel tertentu. Untuk mempermudah dalam menganalisis, maka pengolahan data

¹⁰Duwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS*, (Yogyakarta: Mediakom, 2008), hlm.23.

¹¹*Ibid.*, hlm. 26.

akan dilakukan dengan menggunakan alat bantu aplikasi *software SPSS 22.0 for windows*.

Sedangkan metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data secara ordinal, interval maupun rasio. Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan rumus *kolmogorov-Smirnov*, dengan menggunakan taraf signifikan 0,05. Data yang dinyatakan berdistribusi normal jika signifikan lebih besar dari 5% atau 0,05.⁸

2) Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji 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 0,05.⁹

¹²Duwi Priyatno, *Op.Cit.*, hlm. 28.

¹³Dwi Priyatno., *Op.Cit*, hlm. 36.

3) Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah adanya hubungan linier yang sempurna atau pasti diantara beberapa atau semua variabel penjelasan (bebas) dari model regresi berganda.¹⁰ Peneliti akan mengujinya melalui SPSS 22.

Suatu model regresi dinyatakan bebas dari multikolinearitas adalah: “ Jika nilai *Variance Inflation Factor* $VIF < 5$ dan nilai *tolerance* $> 0,1$.¹¹

4) Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui apakah dalam persamaan regresi terdapat kondisi serial atau tidak antara variabel pengganggu.¹² Ukuran dalam menentukan ada tidaknya masalah autokorelasi dengan uji *Durbin-Watson* (DW), dengan ketentuan nilai DW sebagai berikut:¹³

- a) Terjadi autokorelasi jika angka *Durbin Watson* (DW) di bawah -2 atau di atas +2.
- b) Tidak terjadi autokorelasi jika angka *Durbin Watson* (DW) diantara -2 dan +2.

5) Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak konstan pada regresi sehingga akurasi hasil prediksi menjadi meragukan.

¹⁴Setiawan dan Dwi Endah Kusri, *Ekonomi* (Yogyakarta: CV Andi, 2010), hlm. 82.

¹⁵Nur Asnawi dan Masyhur, *Metodologi Riset dan Manajemen Pemasaran* (Malang: UIN-Maliki Pers, 2011), hlm. 176.

¹⁶*Ibid.*, hlm. 177-178.

¹⁷*Ibid.*, hlm. 178.

Heteroskedastisitas dapat diartikan sebagai ketidaksamaan variasi variabel pada semua pengamatan, dan kesalahan yang terjadi memperlihatkan hubungan yang sistematis sesuai dengan besarnya satu atau lebih variabel bebas sehingga kesalahan tersebut tidak random (acak). Suatu regresi dikatakan terdeteksi heteroskedastisitas-nya apabila diagram pencar residual membentuk pola tertentu.¹⁴

b. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi atau peramalan adalah suatu proses memperkirakan secara sistematis tentang apa yang paling mungkin terjadi dimasa yang akan datang berdasarkan informasi masalalu dan sekarang dimiliki agar kesalahannya dapat diperkecil. Analisis regresi digunakan untuk memprediksi bagaimana perubahan variabel dependen bila variabel independen diubah nilainya.¹⁵

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel

¹⁸Triton Prawira Budi, *SPSS 13.0 Terapan: Riset Statistik Parametrik* (Yogyakarta: CV. Andi Offse, 2006), hlm.154.

¹⁹Damodar N. Gujarati, *Ekonometrika Jilid Ketiga*, Diterjemahkan dari "*Essentials of Econometrics*" oleh Julius A. Mulyadi, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2006), hlm. 180.

independen mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio.¹⁶

$$Y = a + b_1x_{1pr} + b_2x_{2pc} + b_3x_{3pt} + b_4x_{4pm} + b_5x_{5pe} + b_6x_{6ps} + b_7x_{67pro} + e.$$

Dimana:	Y	:Minat nasabah
	X_{1pr}	: <i>product</i>
	X_{2pc}	: <i>price</i>
	X_{3pt}	: <i>place</i>
	X_{4pm}	: <i>promotion</i>
	X_{5peo}	: <i>people</i>
	X_{6ps}	: <i>physical evidence</i>
	X_{7pro}	: <i>process</i>
	e	: <i>Standar of error</i>
	a	:konstanta,perpotongan pada garis sumbu x

$b_1, b_2, b_3, b_4, b_5, b_6, b_7$. : koefisien regresi.

c. Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*)

Menurut Duwi Priyatno koefisien determinasi adalah merupakan ukuran (besaran) untuk menyatakan tingkat kekuatan hubungan dalam bentuk persen.¹⁷ Besaran ini dinyatakan dalam notasi R. Jika koefisien determinasi (R^2) semakin besar (mendekati satu) maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel independen besar terhadap variabel dependen. Ini berarti instrumen yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan pengaruh variabel independen yang diteliti terhadap variabel dependen. Makin banyak variabel yang tercakup dalam model,

²⁰Duwi Priyanto, *Op.Cit.*, hlm. 73.

²¹Duwi Priyatno, *Op.Cit.*, hlm. 79.

makin menarik fungsi tersebut, artinya makin besar nilai R^2 tersebut. Jadi, setiap penambahan variabel bebas dalam model akan memperbesar nilai R^2 .¹⁸

d. Uji Hipotesis

Untuk uji hipotesis pengujian dapat dilakukan dengan menggunakan:

1) 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.¹⁹

2) Uji Koefisien Regresi Secara Bersama-sama (Uji F)

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 ($\alpha = 0,05$).²⁰

²²Muhammad Firdaus, *Ekonometrika: Suatu Pendekatan Aplikatif* (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), hlm. 131.

²³Duwi Priyatno, *Op.Cit.*, hlm. 85.

²⁴*Ibid.*, hlm. 81.

Adapun, hipotesis dari penelitian ini adalah:

$H_a =$ *Product, price, place, promotion, people, physical evidence, process* berpengaruh secara simultan terhadap minat nasabah di PT. Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan.

$H_o =$ *Product, price, place, promotion, people, physical evidence, process* tidak berpengaruh secara simultan terhadap minat nasabah di PT. Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum tentang PT. Bank SUMUT KCP Syariah Panyabungan

1. Sejarah PT. Bank SUMUT KCP Syariah Panyabungan

Bank pembangunan Daerah Sumatera Utara didirikan pada tanggal 04 November 1961 dengan Akte Notaris Rusli No. 22 dalam bentuk Perseroan Terbatas. Berdasarkan UU No. 13/1962 tentang ketentuan pokok Bank Pembangunan Daerah, bentuk usaha diubah menjadi Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) Sesuai perda Tk. 1 Sumatera Utara No. 5/1965, dengan modal dan saham yang dimiliki PEMDA Tk. 1 dan PEMDA Tk. II Sumatera Utara.

Dalam perkembangannya sesuai dengan kebutuhan maka pada tanggal 16 April 1999 bentuk hukum di ubah menjadi Perseroan Terbatas sesuai dengan Akte Pendirian Persero Terbatas No. 38/1999 dan telah diumumkan dalam berita Negara RI No. 54 tanggal 06 Juli 1999. Dasar perubahan bentuk hukum sebelumnya telah di tuangkan dalam perda Tk. 1 Sumatera Utara No. 2/1999. Sesuai dengan kebutuhan dan perkembangan selanjutnya dengan Akte No. 31 tanggal 31 Desember 1999.

Kebijakan dan gagasan untuk mendirikan Unit Usaha Syariah didasari dengan tingginya minat masyarakat di Sumatera Utara untuk mendapatkan layanan berbasis syariah dan telah berkembang cukup lama dikalangan Bank SUMUT, terutama sejak dikeluarkannya UU. No. Tahun 1998 yang memberi peluang bagi Bank Konvensional untuk mendirikan

Unit Usaha Syariah, karena akibat krisis moneter pada tahun 1987. Selain Bank Umum yang membuka Devisi Usaha Syariah Bank Konvensional seperti Bank SUMUT juga berperan didalamnya untuk membuka Unit Usaha Syariah.

Pendirian Unit Usaha Syariah juga didasarkan pada kultur masyarakat Sumatera Utara yang amat religius, khususnya umat Islam yang semakin sadar akan pentingnya menjalankan ajaran Islam dalam aspek kehidupan terutama dalam kajian ekonomi. Komitmen untuk mendirikan Unit Usaha Syariah semakin menguat seiring keluarnya fatwa MUI yang menyatakan bunga Bank haram. Tentunya fatwa MUI itu akan sangat mendorong masyarakat muslim untuk mendapatkan layanan jasa perbankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah.

Hasil survei yang dilakukan di delapan kota provinsi Sumatera Utara menunjukkan minat masyarakat terhadap pelayanan bank cukup tinggi yakni 70% untuk tingkat ketertarikan dan dari 50% untuk keinginan mendapatkan pelayanan Perbankan Syariah.¹ Atas dasar itulah akhirnya pada tanggal 04 November 2004 Bank SUMUT membuka Unit Usaha Syariah dengan dua Kantor Cabang Syariah (KCSy). Yaitu KCSy Medan dan Padangsidempuan. Kemudian pada tanggal 26 Desember 2005 juga dibuka KCSy Tebing Tinggi dilanjutkan dengan KCSy Stabat pada tanggal 26 Desember 2006. Selanjutnya pada tahun 2007, Bank SUMUT telah

¹Wawancara dengan Bapak Zul Bahri Lumban Tobing, Wakil Pimpinan Cabang Pembantu PT. Bank SUMUT KCP Syariah Panyabungan, Kamis 8 juni 2017 pukul 02:45.

membuka layanan Syariah (*Officer Chanelling*) pada 66 unit Kantor Cabang Konvensional yang lain.

PT. Bank SUMUT KCP Syariah Panyabungan resmi dibuka pada bulan September 2011 berdasarkan SK. Direksi PT. Bank SUMUT No. 256/Dir/DPr-PP/SK/2011 tanggal 07 September 2011 perihal pembukaan Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan. KCP ini merupakan kelas III.²

2. Visi dan Misi PT. Bank SUMUT KCP Syariah Panyabungan

a. Visi

Visi Kantor Bank SUMUT Syariah Panyabungan adalah meningkatkan keunggulan Bank SUMUT dengan memberikan layanan lebih luas berdasarkan prinsip syariah sehingga mendorong partisipasi masyarakat secara luas dalam pembangunan daerah dalam rangka mewujudkan masyarakat yang sejahtera.³

b. Misi

Misi Kantor Bank SUMUT Syariah Panyabungan adalah meningkatkan posisi PT. Bank SUMUT KCP Syariah Panyabungan melalui prinsip layanan Perbankan Syariah yang aman, adil dan saling menguntungkan serta dikelola secara professional dan amanah.⁴

²Wawancara dengan Bapak Zul Bahri Lumban Tobing, Wakil Pimpinan Cabang Pembantu PT. Bank SUMUT KCP Syariah Panyabungan, Kamis 8 juni 2017 pukul 02:45.

³Wawancara dengan Bapak Wandu Azhari sagala, Admin Pembiayaan PT. Bank SUMUT KCP Syariah Panyabungan, Kamis 8 juni 2017 pukul 02:45

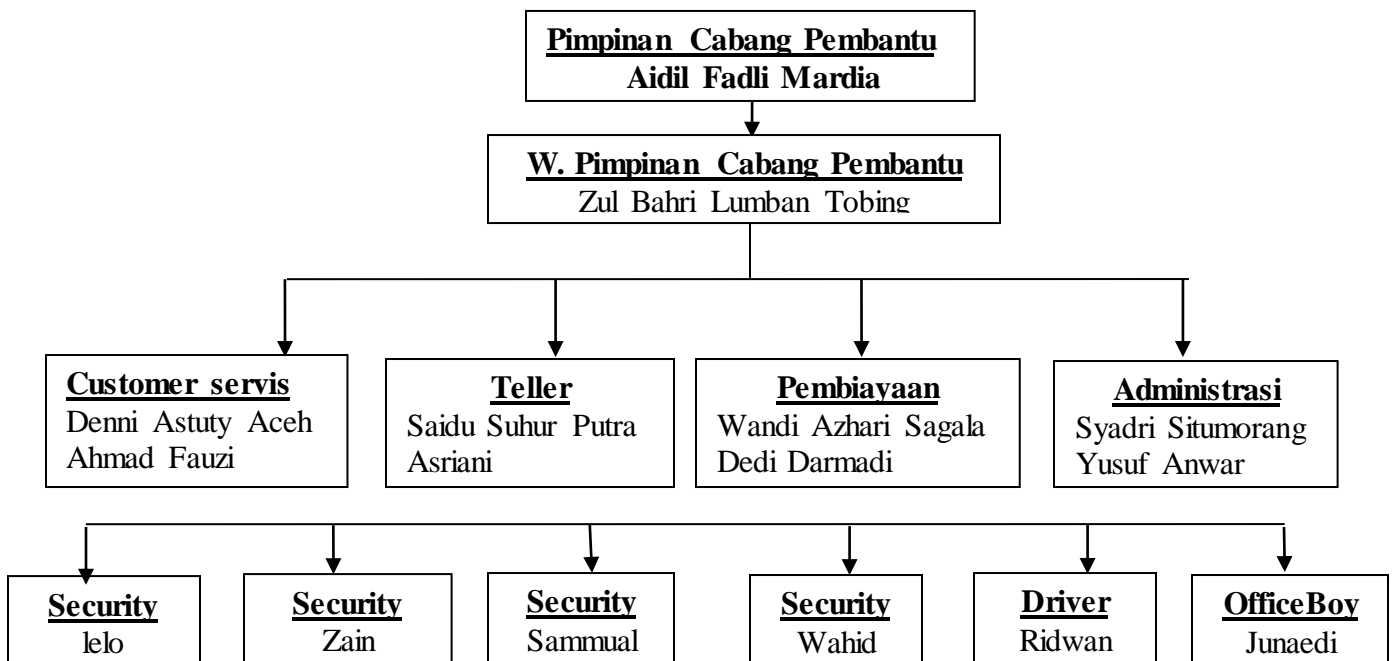
⁴Wawancara dengan Bapak Wandu Azhari Sagala, Admin Pembiayaan PT. Bank SUMUT KCP Syariah Panyabungan, Kamis 8 juni 2017 pukul 02:45.

3. Struktur Organisasi PT. Bank SUMUT KCP Syariah Panyabungan.

Struktur organisasi PT. Bank SUMUT KCP Syariah Panyabungan senantiasa menyesuaikan diri dengan perkembangan bisnis, sekaligus juga mengantisipasi dinamika perubahan lingkungan bisnis. Manajemen Bank PT. Bank SUMUT KCP Syariah Panyabungan melakukan restruksi. Tujuannya untuk menjadikan organisasi lebih fokus dan efisien.

Adapun struktur organisasi pada PT. Bank SUMUT KCP Syariah Panyabungan sebagai berikut :

Gambar IV.1
Struktur Organisasi
PT. Bank SUMUT KCP Syariah Panyabungan



Pembagian tugas di PT. Bank SUMUT KCP Syariah Panyabungan adalah sebagai berikut:

c. Tugas Pimpinan Cabang Pembantu

Adapun tugas dari seorang Pimpinan Cabang Pembantu Adalah sebagai berikut:

- 1) Mengarah dan mengontrol terlaksananya fungsi otorisasi aktivitas finansial dan non finansial sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- 2) Mengarahkan dan mengontrol system operasional kantor agar berjalan dengan efektif dan sesuai dengan ketentuan.
- 3) Mengarahkan dan mengontrol system pelayanan nasabah sesuai regulasi.
- 4) Memonitor dan mengevaluasi kinerja kantor cabang binaan unit pemasaran sesuai kewenangannya dalam rangka memaksimalkan kinerja Kantor Cabang binaan unit pemasaran.
- 5) Memonitor dan mengevaluasi pengelolaan dana promosi dalam rangka mengoptimalkan kegiatan penjualan agar tercapainya target bisnis cabang.
- 6) Mengarahkan pembuatan peta potensi bisnis di produk dana dan jasa serta pembiayaan dalam rangka memastikan ketersediaan peta potensi bisnis yang akurat.
- 7) Merencanakan dan mengontrol pengelolaan program pemasaran dan penjualan produk dana dan jasa serta pembiayaan agar tercapainya target bisnis.

- 8) Mengarahkan strategi bisnis dalam pemberian pembiayaan sesuai dengan kebijakan kepada unit kerja dalam rangka terciptanya kualitas dana dan jasa serta pembiayaan yang sehat.
- 9) Merencanakan dan menetapkan serta mengarahkan program kerja dan anggaran untuk tercapainya target kinerja di unit kerjanya.
- 10) Merencanakan kebutuhan SDI untuk memastikan kesiapan karyawan dan unit kerjanya.
- 11) Mengarahkan kepatuhan kebijakan, system dan prosedur dalam rangka terlaksananya penerapan *Standart Operating Prosedur* di unit kerjanya.
- 12) Mengarahkan terlaksananya penerapan prinsip-prinsip GCG dalam rangka terciptanya standar kelola *Good Corporate Governance* di unit kerjanya.
- 13) Mengontrol dan mengarahkan pengelolaan serta mitigasi atas resiko dalam rangka terciptanya manajemen resiko yang baik dan benar di unit kerjanya.
- 14) Mengarahkan kegiatan budaya kepatuhan dalam rangka terpenuhinya kepatuhan terhadap ketentuan divisinya.
- 15) Mengarahkan kegiatan budaya kepatuhan dalam rangka terciptanya kualitas layanan divisinya.
- 16) Mengontrol pengelolaan dokumen, arsip dan inventaris dalam rangka menjaga kerahasiaan dokumen dan *asset* di divisinya.
- 17) Mengontrol keterbukaan informasi divisinya dalam rangka menjaga kerahasiaan jabatan dan rahasia Bank.

d. Wakil Pimpinan Cabang Pembantu.

Adapun tugas dari seorang wakil pimpinan cabang pembantu adalah sebagai berikut:

- 1) Memonitor system pendapatan nasabah agar memenuhi aspek kehati-hatian dan regulasi.
- 2) Memonitor proses pelayanan nasabah untuk meningkatkan kepuasan nasabah.
- 3) Mengkoordinasikan pemenuhan saldo kas dalam rangka memenuhi kewajiban *liquiditas* bank.
- 4) Memonitor dan mengevaluasi aktivitas transaksi keuangan sesuai ketentuan berlaku.
- 5) Memonitor kelancaran system manajemen teknologi, system informasi untuk mendukung kelancaran operasional.
- 6) Memonitor dan mengevaluasi kinerja operasional unit kantor dibawahnya sesuai kewenangannya dalam rangka memaksimalkan kinerja operasional.
- 7) Mendukung kegiatan keputusan permohonan pembiayaan untuk mempertahankan kualitas portofolio pembiayaan yang sehat.
- 8) Mengevaluasi kinerja bawahan untuk memastikan pencapaian target kinerja.
- 9) Memonitor kepatuhan kebijakan, system dan prosedur dalam rangka terlaksananya penerapan *Standard Operating Procedure* di unit kerjanya.

- 10) Memonitor pengelolaan risiko dalam rangka tercipta manajemen risiko yang baik dan benar di unit kerjanya.
- 11) Menerapkan kegiatan budaya kepatuhan dalam rangka terpenuhinya kepatuhan terhadap ketentuan di unit kerjanya.
- 12) Menerapkan pengelolaan dokumen, arsip dan inventaris dalam rangka menjaga kerahasiaan dokumen dan *asset* di unit kerjanya.
- 13) Mengidentifikasi ketebukaan informasi di unit kerjanya dalam rangka menjaga kerahasiaan jabatan dan rahasia bank.

e. Seksi pelayanan nasabah.

Adapun tugas dari seorang seksi pelayanan nasabah (*Customer Service dan Teller*) adalah sebagai berikut:

- 1) Mengkoordinasikan rekapitulasi kebutuhan/kelebihan uang tunai kantor di bawah kantor cabang kelas 1 agar sesuai dengan kebutuhan dan regulasi.
- 2) Mengkoordinasikan distribusi uang internal sesuai dengan kebutuhan dan regulasi.
- 3) Mengkoordinasikan perhitungan posisi keuangan agar sesuai dengan target.
- 4) Mengkoordinasikan pengisian uang tunai di mesin ATM untuk meningkatkan pelayanan nasabah.
- 5) Mengkoordinasikan keamanan brankas bersama wapim cabang untuk meningkatkan keamanan isi brankas.
- 6) Mengkoordinasi otorisasi tunai dan non tunai agar sesuai dengan ketentuan.

- 7) *Me-review* proses administrasi transaksi untuk memastikan keakuratan transaksi.
 - 8) *Me-review* proses administrasi SP 2D (Bank SUMUT dan bank lain) termasuk dengan dokumen pembanding untuk memastikan keakuratan transaksi.
 - 9) Mengkoordinasi rekonsiliasi rekening untuk memastikan keakuratan transaksi.
 - 10) Mengkoordinasi proses pemberian kartu ATM untuk meningkatkan kepuasan nasabah.
 - 11) Mengkoordinasi proses pengkinian informasi data dan rekening nasabah agar sesuai regulasi.
- f. Seksi Administrasi dan pembiayaan

Adapun tugas dari seorang seksi administrasi dan pembiayaan adalah seagai berikut:

- 1) Mengkoordinasi dan monitor proses realisasi pembiayaan dalam rangka *prudential banking*.
- 2) Mengkoordinasi dan memonitor proses peningkatan pembiayaan dalam rangka mendukung tersedianya legalitas dokumen permohonan pembiayaan yang lengkap dan sah.
- 3) Mengkoordinasi proses pemantauan peningkatan status kepemilikan dokumen barang agunan untuk peningkatan pembiayaan.
- 4) Mengkoordinasi dan menindak lanjuti proses monitoring pembayaran pembiayaan oleh debitur agar terciptanya pembayaran yang lancer.

- 5) Mengkoordinasi permintaan penyimpanan dan pengambilan barang agunan agar terciptanya keamanan barang agunan sesuai dengan prosedur.
- 6) Mengkoordinasi dan memonitor program penagihan agar tercapainya target perbaikan kualitas pembiayaan.
- 7) Mengkoordinasi dan memonitor proses penyelamatan pembiayaan untuk mencegah pembiayaan macet yang semakin meningkat.
- 8) Mengkoordinasi program kunjungan ke debitur agar rangka penanganan restrukturisasi pembiayaan bermasalah berjalan dengan efektif.
- 9) Mengkoordinasi dan menilai hasil proses permohonan restrukturisasi dalam rangka mencegah penurunan kualitas pelayanan.

g. Security

Adapun tugas dari *security* adalah sebagai berikut:

- 1) Menjaga kenyamanan para karyawan terutama nasabah saat berada di bank SUMUT.
- 2) Menjaga keamanan bank SUMUT 24 jam agar terhindar dari hal-hal yang tidak diinginkan.

h. Driver

Adapun tugas dari *driver* adalah sebagai berikut:

Membantu karyawan dalam operasional pembiayaan termasuk saat seksi pembiayaan turun lapangan memantau dan melakukan *monitoring* nasabah pembiayaan.

i. *Office Boy*

Adapun tugas dari *office boy* adalah sebagai berikut:

Memberikan kenyamanan kepada para karyawan dan nasabah dengan terus menjaga kebersihan dan kerapian kantor.⁵

4. Lokasi PT. Bank SUMUT KCP Syariah Panyabungan

Lokasi Bank SUMUT KCP Syariah Panyabungan terletak di Jl. Williem Iskandar No. 176, sipolu-polu, Kecamatan Panyabungan Kota, Kabupaten Mandailing Natal, Sumatera Utara. Lokasi bank ini sangat strategis karena tersedia sarana transportasi, dekat dengan lokasi sekolah dan dekat dengan lokasi pasar. Lokasi yang strategis ini juga memudahkan bank untuk mensosialisasikan dan memasarkan produknya.⁶

5. Sarana dan Prasarana PT. Bank SUMUT KCP Syariah Panyabungan

Sarana dan prasarana yang dimaksudkan dalam hal ini adalah *layout* gedung dan ruangan, kenyamanan ruangan, dan kelengkapan kantor dan pendukung.

a. *Layout* Gedung dan Ruangan

Bentuk gedung PT. Bank SUMUT KCP Syariah Panyabungan sama dengan bentuk gedung bank pada umumnya. Bank ini juga dilengkapi dengan lokasi parkir kendaraan praktisi bank dan nasabah yang aman. Bank ini juga menyediakan ruang tunggu untuk nasabah ketika ingin melakukan transaksi. Ruang tunggu ini dilengkapi dengan tata letak kursi yang tersusun dengan rapi. Bank ini juga dilengkapi

⁵Wawancara dengan Bapak Wandiazhari Sagala, Administrasi PT. Bank SUMUT KCP Syariah panyabungan, Kamis 8 juni 2017 pukul 02:45.

⁶Observasi tentang letak berdirinya PT. Bank SUMUT KCP Syariah Panyabungan

dengan televisi untuk menghilangkan kebosanan nasabah ketika menunggu antrian.⁷

b. Kenyamanan Ruangan

Ruangan PT. Bank SUMUT KCP Syariah Panyabungan mengutamakan kenyamanan nasabah. Hal ini dapat dibuktikan dari lantai yang bersih dari debu/kotoran dan kondisi lantainya baik (tidak cacat), ruangan bank ini juga selalu diberi pengharum ruangan setiap hari, AC yang ada di setiap ruangan juga berfungsi dengan baik sehingga memberikan rasa sejuk dan nyaman, dan penerangan yang ada dalam ruangan juga berfungsi dengan baik.⁸

c. Kelengkapan Kantor dan Pendukung

PT. Bank SUMUT KCP Syariah Panyabungan dilengkapi dengan CCTV di setiap sudut ruangan untuk menjaga keamanan. Bank ini juga dilengkapi dengan komputer, mesin *fotocopy* dan *printer* yang masih berfungsi dengan baik. Bank ini juga dilengkapi dengan ruangan khusus penyimpanan asset-aset dan berkas. Dan sebagaimana bank lainnya, bank ini juga menyediakan dengan brosur produk *funding* dan *landing* yang ditawarkan Bank SUMUT KCP Syariah Panyabungan.⁹

6. Produk PT. Bank SUMUT KCP Syariah Panyabungan

Adapun produk dan jasa keuangan yang ditawarkan oleh Bank SUMUT KCP Syariah Panyabungan adalah:

⁷Observasi tentang letak berdirinya PT. Bank SUMUT KCP Syariah Panyabungan

⁸Observasi tentang letak berdirinya PT. Bank SUMUT KCP Syariah Panyabungan

⁹Observasi tentang letak berdirinya PT. Bank SUMUT KCP Syariah Panyabungan

a. Produk Penghimpun Dana

1) Giro

a) Simpanan Giro *Wadiah*

Simpanan giro wadiah berdasarkan Fatwa MUI No. 02/DSN/MUI/IV/2000 tanggal 26 Dzulhijjah 1420 H/I April 2000. Simpanan giro adalah tabungan yang hanya bersifat titipan saja oleh pihak pengelola dana.

b) Simpanan Giro *Mudharabah*

Simpanan giro mudharabah berdasarkan Fatwa MUI No. 02/DSN/MUI/IV/2000 Dzulhijjah 1420 H/I April 2000. Simpanan giro adalah tabungan yang menitipkan dana dengan menggunakan akad mudharabah dan mengelolanya secara professional.

2) Tabungan

a) Tabungan *Marhamah*

Tabungan marhamah berdasarkan Fatwa MUI No. 02/DSN/MUI/IV/2000 Dzulhijjah 1420 H/I April 2000. Tabungan marhamah berdasarkan prinsip mudharabah mutlaqah yaitu investasi yang dilakukan oleh nasabah dan sebagai pengelola adalah pihak bank.

b) Tabungan *Marwah*

Tabungan marwah berdasarkan Fatwa MUI No. 02/DSN/MUI/IV/2000 Dzulhijjah 1420 H/I April 2000. Tabungan marwah adalah tabungan yang hanya bersifat titipan saja oleh pihak pengelola dana.

c) *Tabungan Makbul*

Tabungan makbul adalah tabungan yang hanya dikhususkan untuk para nasabah yang ingin menunaikan ibadah haji.

3) Deposito

Deposito menurut Undang-Undang No. 21 tahun 2008 adalah investasi dana berdasarkan akad mudharabah yang penarikannya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan akad antara nasabah penyimpan dan bank syariah dan/atau UUS.

b. Produk Penyaluran Dana (Pembiayaan)

1) Pembiayaan *Murabahah*

a) *Murabahah KPR iB-Griya*

Murabahah KPR iB-Griya ini merupakan pembiayaan yang digunakan oleh nasabah yang ingin membeli rumah baru dengan memohon pembiayaan kepada pihak bank untuk pembayaran di muka oleh bank yang bersangkutan, kemudian nasabah yang akan menyicil kepada pihak perusahaan.

b) *Murabahah iB Serbaguna*

Murabahah iB Serbaguna merupakan bentuk pembiayaan yang digunakan untuk keperluan serbaguna yang dibutuhkan oleh nasabah dalam usaha ataupun keperluan lainnya guna mencukupi kebutuhan hidup. *Murabahah iB Serbaguna* terdiri dari *murabahah* investasi dan *murabahah* konsumsi.

2) Pembiayaan IB Modal Kerja Umum

Pembiayaan iB modal kerja umum menggunakan prinsip bagi hasil yaitu dengan akad *mudharabah* dan *musyarakah*.

3) Gadai Emas

Gadai emas merupakan pembiayaan yang bisa digunakan bilamana nasabah yang memohon mempunyai emas untuk digadaikan. Dimana jumlah uang yang dapat dipinjam sesuai dengan berat dan harga emas tersebut.

B. Pembahasan Deskriptif Data Penelitian

1. Uji Validitas

Untuk mengetahui validitas dari pernyataan-pernyataan dalam angket penelitian dapat dilihat dari nilai *Corrected Item-Total Correlation* pada *output* SPSS Versi 22.0 yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

a. Uji Validitas *Product*

Tabel IV.1
Uji Validitas *Product*

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Product1	4,54	,383	,219	,683
Product2	3,96	,591	,319	,556

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

Dari hasil uji validitas *Product* dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-2 adalah valid. Berdasarkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dimana r_{tabel} untuk $n = 92$ adalah 0,205, sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation* (lihat pada tabel IV.1 di atas).

Tabel IV.2
Hasil Uji Validitas *Product*

Item Pernyataan	r hitung	r table	Keterangan
<i>Product 1</i>	,219	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n=92$. Pada taraf signifikan 5% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,205$	Valid
<i>Product 2</i>	,319		Valid

Sumber: Data diolah, 2017.

b. Uji Validitas *Price*

Tabel IV.3
Uji Validitas *Price*

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Price1	7,89	1,900	,356	,683
Price2	8,13	1,609	,551	,406
Price3	7,78	1,842	,468	,530

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

Dari hasil uji validitas *Price* dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-3 adalah valid. Berdasarkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dimana r_{tabel} untuk $n= 92$ adalah 0,205, sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation* (lihat pada tabel IV.3 di atas).

Tabel IV.4
Hasil Uji Validitas *Price*

Item Pernyataan	r hitung	r table	Keterangan
<i>Price 1</i>	,356	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n=92$. Pada taraf signifikan 5% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,205$	Valid
<i>Price 2</i>	,551		Valid
<i>Price 3</i>	,468		Valid

Sumber: Data diolah, 2017.

c. Uji Validitas Place

Tabel IV.5
Uji Validitas Place

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Place1	7,35	2,801	,572	,747
Place2	6,87	2,225	,735	,556
Place3	6,74	3,030	,554	,764

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

Dari hasil uji validitas *Place* dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-3 adalah valid. Berdasarkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dimana r_{tabel} untuk $n= 92$ adalah 0,205, sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation* (lihat pada tabel IV.5 di atas).

Tabel IV.6
Hasil Uji Validitas Place

Item Pernyataan	r hitung	r table	Keterangan
Place 1	,572	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n=92$. Pada taraf signifikan 5% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,205$	Valid
Place 2	,735		Valid
Place 3	,554		Valid

Sumber: Data diolah, 2017.

d. Uji Validitas Promotion

Tabel IV.7
Uji Validitas Promotion

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Promotion1	7,26	2,437	,534	,288
Promotion2	7,38	2,722	,561	,269
Promotion3	6,77	3,936	,378	,789

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

Dari hasil uji validitas *Promotion* dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-3 adalah valid. Berdasarkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dimana r_{tabel} untuk $n= 92$ adalah 0,205, sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation* (lihat pada tabel IV.7 di atas).

Tabel IV.8
Hasil Uji Validitas *Promotion*

Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
<i>Promotion 1</i>	,534	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n=92$. Pada taraf signifikan 5% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,205$	Valid
<i>Promotion 2</i>	,561		Valid
<i>Promotion 3</i>	,378		Valid

Sumber: Data diolah, 2017.

e. Uji Validitas *People*

Tabel IV.9
Uji Validitas *People*

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
People1	10,61	3,581	,488	,449
People2	10,45	4,162	,423	,513
People3	10,73	3,585	,415	,503
People4	10,38	3,821	,249	,651

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

Dari hasil uji validitas *People* dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-4 adalah valid. Berdasarkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dimana r_{tabel} untuk $n= 92$ adalah 0,205, sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation* (lihat pada tabel IV.9 di atas).

Tabel IV.10
Hasil Uji Validitas *People*

Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
<i>People 1</i>	,488	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n=92$. Pada taraf signifikan 5% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,205$	Valid
<i>People 2</i>	,423		Valid
<i>People 3</i>	,415		Valid
<i>People 4</i>	,249		Valid

Sumber: Data diolah, 2017.

f. Uji Validitas *Physical Evidence*

Tabel IV.11
Uji Validitas *Physical Evidence*

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Physical Evidence1	7,35	2,405	,554	,791
Physical Evidence2	7,50	1,857	,713	,618
Physical Evidence3	7,54	1,965	,635	,710

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

Dari hasil uji validitas *Physical Evidence* dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-3 adalah valid. Berdasarkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dimana r_{tabel} untuk $n=92$ adalah 0,205, sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation* (lihat pada tabel IV.11 di atas).

Tabel IV.12
Hasil Uji Validitas *Place*

Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
<i>Physical Evidence 1</i>	,554	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n=92$. Pada taraf signifikan 5% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,205$	Valid
<i>Physical Evidence 2</i>	,713		Valid
<i>Physical Evidence 3</i>	,635		Valid

Sumber: Data diolah, 2017.

g. Uji Validitas *Process*

Tabel IV.13
Uji Validitas *Process*

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Process1	6,65	1,438	,212	,024
Process2	6,62	1,535	,276	,110
Process3	6,64	1,639	,240	,605

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

Dari hasil uji validitas *Process* dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-3 adalah valid. Berdasarkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dimana r_{tabel} untuk $n= 92$ adalah 0,205, sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation* (lihat pada tabel IV.13 di atas).

Tabel IV.14
Hasil Uji Validitas *Place*

Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
<i>Process 1</i>	,212	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n=92$. Pada taraf signifikan 5% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,205$	Valid
<i>Process 2</i>	,276		Valid
<i>Process 3</i>	,240		Valid

Sumber: Data diolah, 2017.

h. Uji Validitas Minat

Tabel IV.15
Uji Validitas Minat

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Minat1	8,73	1,145	,436	,668
Minat2	8,80	,972	,650	,381
Minat3	8,97	1,197	,421	,684

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

Dari hasil uji validitas Minat dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-3 adalah valid. Berdasarkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dimana r_{tabel} untuk $n= 92$ adalah 0,205, sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation* (lihat pada tabel IV.15 di atas).

Tabel IV.16
Hasil Uji Validitas Minat Nasabah

Item Pernyataan	r hitung	r table	Keterangan
Minat Nasabah1	,436	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n=92$. Pada taraf signifikan 5% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,205$	Valid
Minat Nasabah2	,650		Valid
Minat Nasabah3	,421		Valid

Sumber: Data diolah, 2016.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas instrumen angket yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan program aplikasi SPSS Versi 22.0 dengan rumus jika *Cronbach Alpha* $> 0,60$ maka semua item pernyataan yang dianalisis dengan metode *Alpha* adalah reliabel. Nilai reliabilitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

a. Uji Reliabilitas *Product* (X_1)

Tabel IV.17
Uji Reliabilitas *Product*
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,638	2

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

Dari hasil tabel *Reliability statistic* diatas menunjukkan bahwa *Cronbach's Alpha* untuk variabel *Product* (X_1) adalah $0,638 > 0,60$

sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel *Product* (X_1) adalah reliabel.

b. Uji Reliabilitas *Price* (X_2)

Tabel IV.18
Uji Reliabilitas *Price*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,644	3

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

Dari hasil tabel *Reliability statistic* diatas menunjukkan bahwa *Cronbach's Alpha* untuk variabel *Price* (X_2) adalah $0,644 > 0,60$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel *Price* (X_2) adalah reliabel.

c. Uji Reliabilitas *Place* (X_3)

Tabel IV.19
Uji Reliabilitas *Place*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,778	3

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

Dari hasil tabel *Reliability statistic* diatas menunjukkan bahwa *Cronbach's Alpha* untuk variabel *Place* (X_3) adalah $0,778 > 0,60$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel *Place* (X_3) adalah reliabel.

d. Uji Reliabilitas *Promotion* (X_4)

Tabel IV.20
Uji Reliabilitas *Promotion*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,699	3

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

Dari hasil tabel *Reliability statistic* diatas menunjukkan bahwa *Cronbach's Alpha* untuk variabel *Promotion* (X_4) adalah $0,699 > 0,60$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel *Promotion* (X_4) adalah reliable.

e. Uji Reliabilitas *People* (X_5)

Tabel IV.21
Uji Reliabilitas *People*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,601	4

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

Dari hasil tabel *Reliability statistic* diatas menunjukkan bahwa *Cronbach's Alpha* untuk variabel *People* (X_5) adalah $0,601 > 0,60$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel *People* (X_5) adalah reliable.

f. Uji Reliabilitas *Physical Evidence* (X_6)

Tabel IV.22
Uji Reliabilitas *Physical Evidence*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,789	3

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

Dari hasil tabel *Reliability statistic* diatas menunjukkan bahwa *Cronbach's Alpha* untuk variabel *Physical Evidence* (X_6) adalah $0,789 > 0,60$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel *Physical Evidence* (X_6) adalah reliable.

g. Uji Reliabilitas *Process* (X_7)

Tabel IV.23
Uji Reliabilitas *Process*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,637	3

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

Dari hasil tabel *Reliability statistic* diatas menunjukkan bahwa *Cronbach's Alpha* untuk variabel *Process* (X_7) adalah $0,637 > 0,60$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel *Process* (X_7) adalah reliabel.

h. Uji Reliabilitas Minat (Y)

Tabel IV.24
Uji Reliabilitas Minat

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,683	3

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

Dari hasil tabel *Reliability statistic* diatas menunjukkan bahwa *Cronbach's Alpha* untuk variabel Minat (Y) adalah $0,683 > 0,60$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel Minat (Y) adalah reliabel.

Tabel IV.25
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Tingkat Kepercayaan	Keterangan
<i>Product (X₁)</i>	0,638	0,60	Reliabel
<i>Price (X₂)</i>	0,644	0,60	Reliabel
<i>Place (X₃)</i>	0,778	0,60	Reliabel
<i>Promotion (X₄)</i>	0,699	0,60	Reliabel
<i>People (X₅)</i>	0,601	0,60	Reliabel
<i>Physical Evidence (X₆)</i>	0,789	0,60	Reliabel
<i>Process (X₇)</i>	0,637	0,60	Reliabel
Minat (Y)	0,683	0,60	Reliabel

Sumber: Data diolah, 2017.

3. Teknik Analisis Data

a. Pengujian Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menyelidiki apakah data yang dikumpulkan mengikuti dugaan normal atau tidak. Untuk melakukan uji normalitas dapat dilakukan dengan pengujian SPSS 22 dengan menggunakan Kolmogrov Smirnov (KS) pada taraf signifikan 0,05.

Sig > 0,05 maka distribusi data bersifat normal.

Sig < 0,05 maka distribusi data tidak normal.

Tabel IV.26
Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test										
		Pr	Pc	Pl	Pm	Peo	Ps	Pro	Y	Unstandardized Residual
N		92	92	92	92	92	92	92	92	92
Normal Parameters ^{a,d}	Mean	8,50	11,90	10,48	10,71	14,05	11,20	9,96	13,25	,0000000
	Std. Deviation	,978	1,846	2,332	2,384	2,438	2,055	1,582	1,465	1,06279828
Most Extreme Differences	Absolute	,272	,141	,139	,138	,111	,120	,174	,167	,058
	Positive	,196	,131	,139	,138	,088	,107	,141	,129	,058
	Negative	-,272	-,141	-,102	-,085	-,111	-,120	-,174	-,167	-,046
Test Statistic		,272	,141	,139	,138	,111	,120	,174	,167	,058
Asymp. Sig. (2-tailed)		,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c	,007 ^c	,002 ^c	,000 ^c	,000 ^c	,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

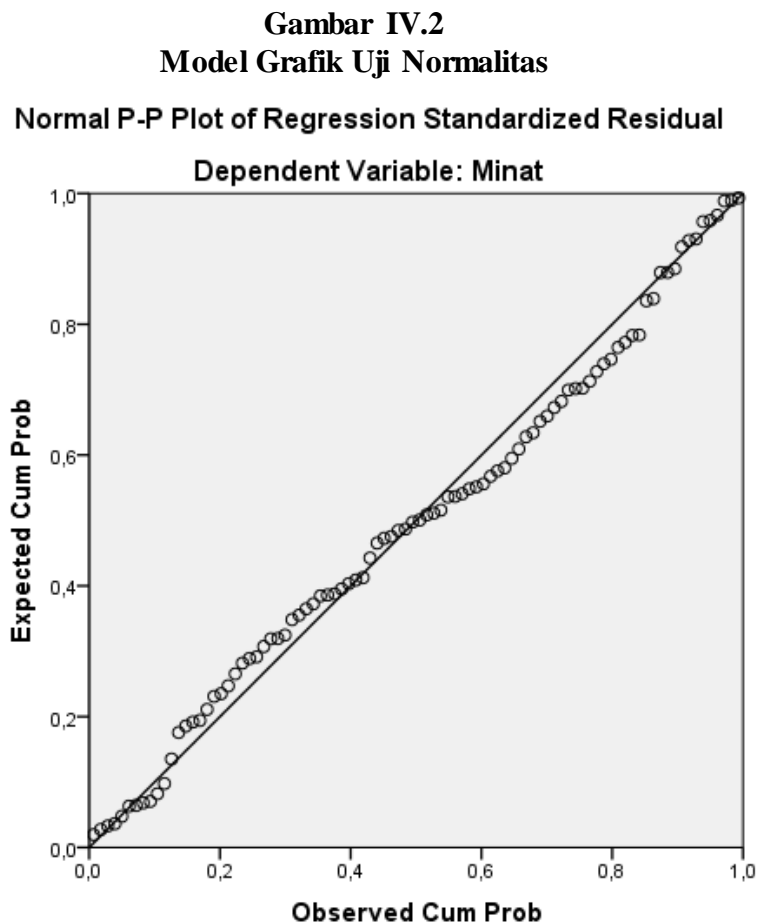
b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

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

Berdasarkan tabel di atas terlihat nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* adalah 0,21 dan lebih besar dari nilai signifikan 0,05 ($0,20 > 0,05$). Jadi dapat disimpulkan bahwa data 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:



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

Dari gambar diatas dapat disimpulkan bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal maka data tersebut dapat dikatakan normal.

2) Hasil Uji Linearitas

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

a) Uji Linieritas *Product* (X_1) terhadap minat (Y)

Tabel IV.27
Uji Linearitas *Product* (X_1) terhadap minat (Y)

ANOVA Table			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat * Product	Between	(Combined)	35,222	5	7,044	3,786	,004
	Groups	Linearity	14,486	1	14,486	7,785	,006
		Deviation from Linearity	20,736	4	5,184	2,786	,031
Within Groups			160,028	86	1,861		
Total			195,250	91			

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

Berdasarkan hasil output diperoleh bahwa nilai signifikansi pada *linearity* sebesar 0,006. Karena signifikansi kurang dari 0,05, maka dapat dinyatakan bahwa antara variabel *Product* (X_1) terhadap minat (Y) terdapat hubungan yang linier.

b) Uji Linieritas *Price* (X_2) terhadap minat (Y)

Tabel IV.28
Uji Linieritas *Price* (X_2) terhadap minat (Y)

ANOVA Table			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat * Price	Between	(Combined)	42,984	7	6,141	3,388	,003
	Groups	Linearity	22,348	1	22,348	12,329	,001
		Deviation from Linearity	20,636	6	3,439	1,897	,091
Within Groups			152,266	84	1,813		
Total			195,250	91			

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

Berdasarkan hasil output diperoleh bahwa nilai signifikansi pada *linearity* sebesar 0,001. Karena signifikansi kurang dari 0,05,

maka dapat dinyatakan bahwa antara variabel *Price* (X_2) terhadap minat (Y) terdapat hubungan yang linier.

c) Uji Linieritas *Place* (X_3) terhadap minat (Y)

Tabel IV.29
Uji Linieritas *Place* (X_3) terhadap minat (Y)

ANOVA Table			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat * Place	Between	(Combined)	41,679	7	5,954	3,257	,004
	Groups	Linearity	25,798	1	25,798	14,111	,000
		Deviation from Linearity	15,881	6	2,647	1,448	,206
	Within Groups		153,571	84	1,828		
Total		195,250	91				

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 *Place* (X_3) terhadap minat (Y) terdapat hubungan yang linier.

d) Uji Linieritas *Promotion* (X_4) terhadap minat (Y)

Tabel IV.30
Uji Linieritas *Promotion* (X_4) terhadap minat (Y)

ANOVA Table			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat * Promotion	Between	(Combined)	36,462	10	3,646	1,860	,063
	Groups	Linearity	21,627	1	21,627	11,032	,001
		Deviation from Linearity	14,834	9	1,648	,841	,581
	Within Groups		158,788	81	1,960		
Total		195,250	91				

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

Berdasarkan hasil output diperoleh bahwa nilai signifikansi pada *linearity* sebesar 0,001. Karena signifikansi kurang dari 0,05, maka dapat dinyatakan bahwa antara variabel *Promotion* (X_4) terhadap minat (Y) terdapat hubungan yang linier.

e) Uji Linieritas *People* (X_5) terhadap minat (Y)

Tabel IV.31
Uji Linieritas *People* (X_5) terhadap minat (Y)

ANOVA Table			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat * People	Between	(Combined)	47,227	11	4,293	2,320	,016
	Groups	Linearity	34,080	1	34,080	18,419	,000
		Deviation from Linearity	13,147	10	1,315	,711	,712
	Within Groups		148,023	80	1,850		
	Total		195,250	91			

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 *People* (X_5) terhadap minat (Y) terdapat hubungan yang linier.

f) Uji Linieritas *Physical Evidence* (X_6) terhadap minat (Y)

Tabel IV.32
Uji Linieritas *Physical Evidence* (X_6) terhadap minat (Y)

ANOVA Table			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat * Physical Evidence	Between Groups	(Combined)	41,464	8	5,183	2,797	,009
		Linearity	23,227	1	23,227	12,536	,001
		Deviation from Linearity	18,237	7	2,605	1,406	,214
Within Groups			153,786	83	1,853		
Total			195,250	91			

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

Berdasarkan hasil output diperoleh bahwa nilai signifikansi pada *linearity* sebesar 0,001. Karena signifikansi kurang dari 0,05, maka dapat dinyatakan bahwa antara variabel *Physical Evidence* (X_6) terhadap minat (Y) terdapat hubungan yang linier.

g) Uji Linieritas *Process* (X_7) terhadap minat (Y)

Tabel IV.33
Uji Linieritas *Process* (X_7) terhadap minat (Y)

ANOVA Table			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat * Process	Between Groups	(Combined)	23,161	7	3,309	1,615	,142
		Linearity	7,743	1	7,743	3,779	,045
		Deviation from Linearity	15,418	6	2,570	1,254	,287
Within Groups			172,089	84	2,049		
Total			195,250	91			

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

Berdasarkan hasil output diperoleh bahwa nilai signifikansi pada *linearity* sebesar 0,045. Karena signifikansi kurang dari 0,05, maka dapat dinyatakan bahwa antara variabel *Process* (X_7) terhadap minat (Y) terdapat hubungan yang linier.

Tabel IV.34
Hasil Uji Linearitas

Variabel	<i>Linearity</i>	Taraf Signifikan	Keterangan
<i>Product</i> (X_1) terhadap minat (Y)	0,006	0,05	Linier
<i>Price</i> (X_2) terhadap minat (Y)	0,001	0,05	Linier
<i>Place</i> (X_3) terhadap minat (Y)	0,000	0,05	Linier
<i>Promotion</i> (X_4) terhadap minat (Y)	0,001	0,05	Linier
<i>People</i> (X_5) terhadap minat (Y)	0,000	0,05	Linier
<i>Physical Evidence</i> (X_6) terhadap minat (Y)	0,001	0,05	Linier
<i>Process</i> (X_7) terhadap minat (Y)	0,045	0,05	Linier

Sumber: Data diolah, 2017.

3) Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah adanya hubungan linier yang sempurna atau pasti diantara beberapa variabel penjelasan (bebas) dari model regresi berganda. Peneliti akan mengujinya melalui SPSS 22.

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

Tabel IV.35
Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	,573	1,600		,358	,721		
Product	,373	,129	,249	2,889	,005	,842	1,188
Price	,153	,068	,193	2,268	,026	,866	1,155
Place	,129	,054	,206	2,403	,018	,852	1,174
Promotion	,098	,052	,159	1,897	,061	,887	1,128
People	,176	,054	,292	3,275	,002	,786	1,272
Physical Evidence	,122	,062	,172	1,979	,051	,833	1,201
Process	,144	,075	,156	1,911	,059	,943	1,060

a. Dependent Variable: Minat
Sumber: Hasil *Output* SPSS versi 22 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui nilai VIF dari variabel *Product* (X_1) adalah $1,118 < 5$, variabel *Price* (X_2) adalah $1,155 < 5$. variabel *Place* (X_3) adalah $1,174 < 5$, variabel *Promotion* (X_4) adalah $1,128 < 5$, variabel *People* (X_5) adalah $1,272 < 5$, variabel *Physical Evidence* (X_6) adalah $1,201 < 5$ dan variabel *Process* (X_7) adalah $1,060 < 5$. Jadi dapat disimpulkan bahwa nilai VIF dari ketujuh variabel diatas lebih kecil dari 5 ($VIF < 5$).

Sementara itu nilai *Tolerance* dari variabel *Product* (X_1) adalah $0,842 > 0,1$, variabel *Price* (X_2) adalah $0,866 > 0,1$, variabel *Place* (X_3) adalah $0,852 > 0,1$, variabel *Promotion* (X_4) adalah $0,887 > 0,1$, variabel *People* (X_5) adalah $0,786 > 0,1$, variabel *Physical Evidence* (X_6) adalah $0,833 > 0,1$ dan variabel *Process* (X_7) adalah $0,943 > 0,1$.

Jadi dapat disimpulkan bahwa nilai *Tolerance* dari ketujuh tabel diatas lebih besar dari 0,1 ($\text{tolerance} > 0,1$).

Berdasarkan penilaian dari tabel diatas maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas.

Tabel IV.36
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	VIF	Tolerance	Tingkat Kepercayaan	Keterangan
<i>Product</i> (X_1)	1,118	,842	VIF < 5 dan nilai tolerance > 0,1	Tidak Terjadi Multikolinearitas
<i>Price</i> (X_2)	1,155	,866		Tidak Terjadi Multikolinearitas
<i>Place</i> (X_3)	1,174	,852		Tidak Terjadi Multikolinearitas
<i>Promotion</i> (X_4)	1,128	,887		Tidak Terjadi Multikolinearitas
<i>People</i> (X_5)	1,272	,786		Tidak Terjadi Multikolinearitas
<i>Physical Evidence</i> (X_6)	1,201	,833		Tidak Terjadi Multikolinearitas
<i>Process</i> (X_7)	1,060	,943		Tidak Terjadi Multikolinearitas

Sumber: Data diolah, 2017.

4) Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui apakah dalam persamaan regresi terdapat kondisi serial atau tidak antara variabel pengganggu dengan ketentuan nilai DW lebih besar dari -2 dan lebih kecil dari +2.

Tabel IV.37
Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,688 ^a	,474	,430	1,106	1,074

a. Predictors: (Constant), Process, Place, Product, Price, Promotion, Physical Evidence, People

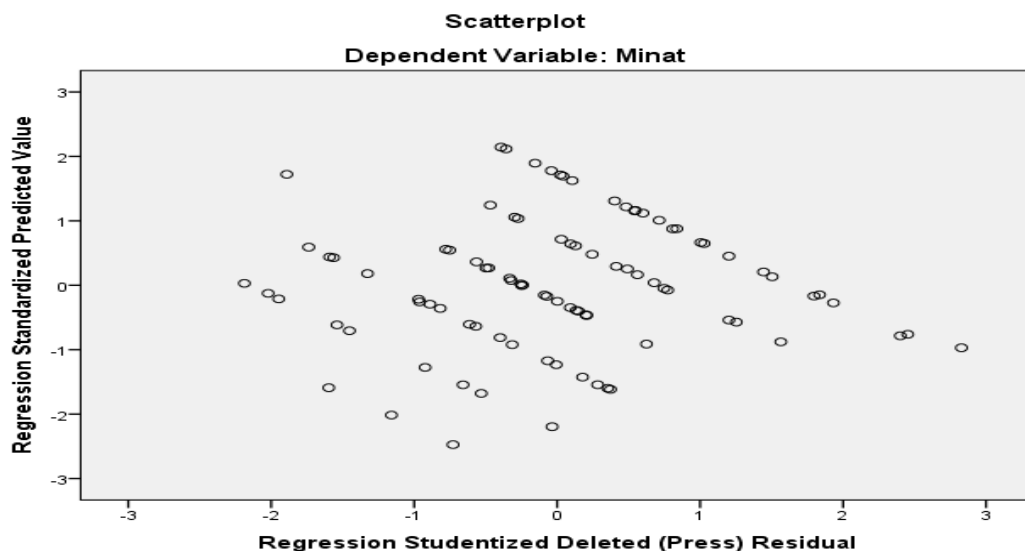
b. Dependent Variable: Minat

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

Berdasarkan tabel diatas nilai *Durbin Watson* sebesar 1,074 artinya tidak terjadi autokorelasi karena lebih besar dari -2 dan lebih kecil dari +2. ($-2 < 1,074 < +2$).

5) Uji Heteroskedastisitas

Gambar IV.3
Uji Heteroskedastisitas



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

Suatu regresi dikatakan terdeteksi heteroskedastisitasnya apabila diagram pencar residual membentuk pola tertentu. Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa diagram pencar residual tidak membentuk

suatu pola tertentu. Jadi dapat disimpulkan bahwa regresi terbebas dari kasus heteroskedastisitas.

6) Analisis Regresi Berganda

Tabel IV.38
Analisis Regresi Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	,573	1,600		,358	,721		
Product	,373	,129	,249	2,889	,005	,842	1,188
Price	,153	,068	,193	2,268	,026	,866	1,155
Place	,129	,054	,206	2,403	,018	,852	1,174
Promotion	,098	,052	,159	1,897	,061	,887	1,128
People	,176	,054	,292	3,275	,002	,786	1,272
Physical Evidence	,122	,062	,172	1,979	,051	,833	1,201
Process	,144	,075	,156	1,911	,059	,943	1,060

a. Dependent Variable: Minat

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

Persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

$$Mn = a + b_1Pr + b_2Pc + b_3Pt + b_4Pm + b_5Peo + b_6Ps + b_7Pro + e.$$

$$Mn = 0,573 + 0,373Pr + 0,153Pc + 0,129Pt + 0,098Pm + 0,176Peo + 0,122Ps + 0,144Pro$$

Keterangan:

Mn = Minat

a = Konstanta

$b_1, b_2, b_3, b_4, b_5, b_6, b_7$ = Koefisien regresi

Pr = *Product*

Pc = *Price*

Pl = *Place*

Pm	= <i>Promotion</i>
Peo	= <i>People</i>
Ps	= <i>Physical Evidence</i>
Pro	= <i>Process</i>
e	= <i>Error</i>

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a) Konstanta sebesar 0,573, artinya apabila variabel *product*, *price*, *place*, *promotion*, *people*, *physical evidence* dan *process* dianggap konstan atau 0 maka minat nasabah dalam memilih simpanan haji pada Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Panyabungan adalah sebesar 0,573 satuan.
- b) Koefisien regresi variabel *product* sebesar 0,373 artinya apabila variabel *product* ditambah 1 satuan maka minat nasabah dalam memilih simpanan haji pada Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Panyabungan akan bertambah sebesar 0,373 dengan catatan variabel yang lain bernilai tetap.
- c) Koefisien regresi variabel *Price* sebesar 0,153 artinya apabila variabel *Price* ditambah 1 satuan maka minat nasabah dalam memilih simpanan haji pada Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Panyabungan akan bertambah sebesar 0,153 dengan catatan variabel yang lain bernilai tetap.
- d) Koefisien regresi variabel *Place* sebesar 0,129 artinya apabila variabel *Place* ditambah 1 satuan maka minat nasabah dalam memilih simpanan haji pada Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu

- Penyabungan akan bertambah sebesar 0,129 dengan catatan variabel yang lain bernilai tetap.
- e) Koefisien regresi variabel *Promotion* sebesar 0,098 artinya apabila variabel *Promotion* ditambah 1 satuan maka minat nasabah dalam memilih simpanan haji pada Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Penyabungan akan bertambah sebesar 0,098 dengan catatan variabel yang lain bernilai tetap.
- f) Koefisien regresi variabel *People* sebesar 0,176 artinya apabila variabel *People* ditambah 1 satuan maka minat nasabah dalam memilih simpanan haji pada Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Penyabungan akan bertambah sebesar 0,176 dengan catatan variabel yang lain bernilai tetap.
- g) Koefisien regresi variabel *physical evidence* sebesar 0,122 artinya apabila variabel *physical evidence* ditambah 1 satuan maka minat nasabah dalam memilih simpanan haji pada Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Penyabungan akan bertambah sebesar 0,122 dengan catatan variabel yang lain bernilai tetap.
- h) Koefisien regresi variabel *Process* sebesar 0,144 artinya apabila variabel *Process* ditambah 1 satuan maka minat nasabah dalam memilih simpanan haji pada Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Penyabungan akan bertambah sebesar 0,144 dengan catatan variabel yang lain bernilai tetap.

7) Uji Koefisien Determinansi (Adjusted R Square)

Tabel IV.39
Koefisien Determinansi (R^2)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,688 ^a	,474	,430	1,106	1,074

a. Predictors: (Constant), Process, Place, Product, Price, Promotion, Physical Evidence, People

b. Dependent Variable: Minat

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

Berdasarkan output di atas diperoleh angka Adjusted R Square sebesar 0,430 atau 43%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent* sebesar 43%, sedangkan sisanya sebesar 57% dipengaruhi variabel atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

8) Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah model regresi variabel *independent* (*product, price, place, promotion, people, physical evidence dan process*) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel *dependent* (minat nasabah), dengan taraf signifikan 0,05 dengan ketentuan:

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

Adapun hasil analisis regresi output sebagai berikut:

Tabel IV.40
Uji Hipotesis (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	,573	1,600		,358	,721		
Product	,373	,129	,249	2,889	,005	,842	1,188
Price	,153	,068	,193	2,268	,026	,866	1,155
Place	,129	,054	,206	2,403	,018	,852	1,174
Promotion	,098	,052	,159	1,897	,061	,887	1,128
People	,176	,054	,292	3,275	,002	,786	1,272
Physical Evidence	,122	,062	,172	1,979	,051	,833	1,201
Process	,144	,075	,156	1,911	,059	,943	1,060

a. Dependent Variable: Minat

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

a) Pengaruh *product* terhadap Minat

Dari hasil output di atas dapat dilihat bahwa t hitung untuk variabel *Product* sebesar 2,889 sedangkan t tabel diperoleh dari daftar ini berarti t hitung > t tabel ($2,889 > 1,662$) maka H_a diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa secara parsial ada pengaruh antara *Product* dengan minat nasabah.

b) Pengaruh *price* terhadap minat

Dari hasil output di atas dapat dilihat bahwa t hitung untuk variabel *Price* sebesar 2,268 sedangkan t tabel diperoleh dari daftar ini berarti t hitung > t tabel ($2,268 > 1,662$) maka H_a diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa secara parsial ada pengaruh antara *Price* dengan minat nasabah.

c) Pengaruh *place* terhadap minat

Dari hasil output di atas dapat dilihat bahwa t hitung untuk variabel *Place* sebesar 2,403 sedangkan t tabel diperoleh dari daftar ini berarti t hitung $>$ t tabel ($2,403 > 1,662$) maka H_a diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa secara parsial ada pengaruh antara *Place* dengan minat nasabah.

d) Pengaruh *Promotion* terhadap minat

Dari hasil output di atas dapat dilihat bahwa t hitung untuk variabel *Promotion* sebesar 1,897 sedangkan t tabel diperoleh dari daftar ini berarti t hitung $>$ t tabel ($1,897 > 1,662$) maka H_a diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa secara parsial ada pengaruh antara *Promotion* dengan minat nasabah.

e) Pengaruh *People* terhadap minat

Dari hasil output di atas dapat dilihat bahwa t hitung untuk variabel *People* sebesar 3,275 sedangkan t tabel diperoleh dari daftar ini berarti t hitung $>$ t tabel ($3,275 > 1,662$) maka H_a diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa secara parsial ada pengaruh antara *People* dengan minat nasabah.

f) Pengaruh *Physical Evidence* terhadap minat

Dari hasil output di atas dapat dilihat bahwa t hitung untuk variabel *Physical Evidence* sebesar 1,979 sedangkan t tabel diperoleh dari daftar ini berarti t hitung $>$ t tabel ($1,979 > 1,662$) maka H_a diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa secara parsial ada pengaruh antara *Physical Evidence* dengan minat nasabah.

g) Pengaruh *Process* terhadap minat

Dari hasil output di atas dapat dilihat bahwa t hitung untuk variabel *Process* sebesar 1,911 sedangkan t tabel diperoleh dari daftar ini berarti t hitung $>$ t tabel ($1,911 > 1,662$) maka H_a diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa secara parsial ada pengaruh antara *Process* dengan minat nasabah.

9) Uji Koefisien Regresi Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh dari variabel independent secara keseluruhan terhadap variabel dependen, dengan ketentuan:

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 ($\alpha = 0,05$).

Adapun, hipotesis dari penelitian ini adalah:

$H_a =$ *Product, price, place, promotion, people, physical evidence, process* berpengaruh secara simultan terhadap minat nasabah di PT. Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan.

$H_0 =$ *Product, price, place, promotion, people, physical evidence, process* tidak berpengaruh secara simultan terhadap minat nasabah di PT. Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan.

Tabel IV.41
Uji Hipotesis (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	92,462	7	13,209	10,794	,000 ^b
	Residual	102,788	84	1,224		
	Total	195,250	91			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), Process, Place, Product, Price, Promotion, Physical Evidence, People
Sumber: Hasil *Output* SPSS versi 22 (data diolah)

Dari hasil output di atas dapat dilihat bahwa nilai F hitung adalah 9,853 sedangkan F tabel untuk signifikansi $\alpha = 0,05$ dengan df 1 (jumlah variabel - 1) = 7 dan df 2 (n-k-1) atau $92-7-1 = 84$ (n adalah jumlah data dan k adalah jumlah variabel independent), hasil yang diperoleh untuk F tabel sebesar 2,71. Karena F hitung > F tabel (10,794 > 2,71) maka H_a diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa *product, price, place, promotion, people, physical evidence dan process* berpengaruh secara simultan terhadap minat nasabah di PT. Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan.

C. Pembahasan

Penelitian ini berjudul pengaruh strategi pemasaran simpanan haji terhadap minat nasabah di PT. Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan. Setelah melalui berbagai analisis data terhadap model, maka dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi yang digunakan telah cukup baik karena telah memenuhi persyaratan *BLUE (Best Linear Unbiased Estimator)* yaitu data yang diuji berdistribusi normal, tidak terdapat multikolinearitas,

tidak terdapat autokorelasi dan memiliki hubungan yang linier. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat melalui penjelasan di bawah ini:

1. Pengaruh *product* terhadap minat nasabah menggunakan simpanan haji di PT. Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan

Menurut Khaerul umam, produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan untuk dijual. Produk meliputi produk fisik, *service* atau jasa, orang, organisasi, tempat, ide dan hak paten (*rights*). Produk juga dapat mempengaruhi nasabah dalam penggunaan jasa suatu bank, atau dengan kata lain produk dapat mempengaruhi minat nasabah dalam penggunaan jasa bank. *Product* merupakan semua yang ditawarkan pada pasar untuk dipertahankan, dimiliki, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan pemakainya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh *product* terhadap minat nasabah menggunakan simpanan haji di PT. Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan bernilai positif dan signifikan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan yang positif antara *product* dengan minat nasabah dalam memilih simpanan haji pada Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Panyabungan, semakin naik *product* maka semakin meningkat minat nasabah dalam memilih simpanan haji pada Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Panyabungan.

Hasil penelitian Pengaruh *product* terhadap minat nasabah menggunakan simpanan haji di PT. Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan dari hasil uji t bahwa t hitung untuk variabel *Product* sebesar 2,889 sedangkan t tabel diperoleh dari daftar t tabel ini berarti t hitung > t

tabel ($2,889 > 1,662$) maka H_a diterima, jadi dapat disimpulkan bahwa secara parsial ada pengaruh antara *Product* dengan minat nasabah. Hal ini sejalan dengan penelitian Heni Husni Muasyaroh dalam penelitiannya, bahwa *product* berpengaruh terhadap minat nasabah.

2. Pengaruh *price* terhadap minat nasabah menggunakan simpanan haji di PT. Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan

Menurut M. Nur Rianto Al-Arif harga merupakan alat ukur yang dinyatakan dengan uang untuk mendapatkan atau memilih suatu barang atau jasa dengan jumlah yang lebih ditetapkan, yang hal tersebut dapat dijadikan tolak ukur nasabah dalam memilih jasa suatu bank, atau dengan kata lain *price* itu sangat berpengaruh terhadap minat nasabah dalam penggunaan jasa bank. Hasil penelitian menunjukkan bahwa antara *price* dan minat nasabah memiliki hubungan yang positif dan signifikan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan yang positif antara *Price* dengan minat nasabah dalam memilih simpanan haji pada Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Panyabungan, semakin naik *Price* maka semakin meningkat minat nasabah dalam memilih simpanan haji pada Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Panyabungan.

Dari hasil uji t menunjukkan bahwa t hitung untuk variabel *Price* sebesar 2,268 sedangkan t tabel diperoleh dari daftar ini berarti t hitung $>$ t tabel ($2,268 > 1,662$) maka H_a diterima, jadi dapat disimpulkan bahwa secara parsial ada pengaruh antara *Price* dengan minat nasabah. Hal ini sejalan dengan penelitian Heni Husni Muasyaroh dalam penelitiannya, bahwa *price* berpengaruh terhadap minat nasabah.

3. Pengaruh *place* terhadap minat nasabah menggunakan simpanan haji di PT. Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan

Place merupakan suatu struktur organisasi dalam perusahaan dan juga di luar perusahaan yang terdiri atas agen, *dealer*, perdagangan bebas dan pengecer sebagai jalur yang digunakan komoditi produk sampai dipasaran. Menurut Sutojo, distribusi atau lokasi adalah suatu usaha atau upaya agar suatu produk dapat tersedia di tempat-tempat yang memudahkan konsumen membelinya setiap saat konsumen membutuhkan, yang hal tersebut dapat mempengaruhi minat nasabah dalam pemilihan jasa bank. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan yang positif antara *Place* dengan minat nasabah dalam memilih simpanan haji pada Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Panyabungan, semakin naik *Place* maka semakin meningkat minat nasabah dalam memilih simpanan haji pada Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Panyabungan.

Dari hasil uji t menunjukkan t hitung untuk variabel *Place* sebesar 2,403 sedangkan t tabel diperoleh dari daftar ini berarti t hitung > t tabel (2,403 > 1,662) maka H_a diterima, jadi dapat disimpulkan bahwa secara parsial ada pengaruh antara *Place* dengan minat nasabah.

4. Pengaruh *promotion* terhadap minat nasabah menggunakan simpanan haji di PT. Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan

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.

Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan yang positif antara *Promotion* dengan minat nasabah dalam memilih simpanan haji pada Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Panyabungan, semakin naik *Promotion* maka semakin meningkat minat nasabah dalam memilih simpanan haji pada Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Panyabungan.

Dari hasil uji t menunjukkan bahwa t hitung untuk variabel *Promotion* sebesar 1,897 sedangkan t tabel diperoleh dari daftar ini berarti t hitung > t tabel (1,897 > 1,662) maka H_a diterima, jadi dapat disimpulkan bahwa secara parsial ada pengaruh antara *Promotion* dengan minat nasabah.

5. Pengaruh *people* terhadap minat nasabah menggunakan simpanan haji di PT. Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan

Menurut Poerwa Darminta *people* adalah semua orang yang terlibat dalam kegiatan produksi produk serta memberikan pelayanan produk kepada konsumen. Orang yang memproduksi dan memasarkan suatu produk juga memiliki penilaian dimata konsumen, sehingga hal tersebut dapat mempengaruhi minat nasabah dalam penggunaan jasa bank.

Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan yang positif antara *People* dengan minat nasabah dalam memilih simpanan haji pada Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Panyabungan, semakin naik *People* maka semakin meningkat minat nasabah dalam memilih simpanan haji pada Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Panyabungan.

Dari hasil uji t menunjukkan bahwa t hitung untuk variabel *People* sebesar 3,275 sedangkan t tabel diperoleh dari daftar ini berarti t hitung >

t tabel ($3,275 > 1,662$) maka H_a diterima, jadi dapat disimpulkan bahwa secara parsial ada pengaruh antara *People* dengan minat nasabah.

6. Pengaruh *physical evidence* terhadap minat nasabah menggunakan simpanan haji di PT. Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan

Menurut Kasmir *physical evidence* adalah Perangkat-perangkat yang dibutuhkan untuk mendukung penampilan suatu produk sehingga memperlihatkan secara langsung kualitas produk serta pelayanan yang diberikan kepada nasabah dan suatu hal yang secara nyata turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk yang ditawarkan. Bentuk fisik produk yang di jual, maka bentuk fisik dari *outlet* tempat pelayanan juga sangat mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah. Bentuk gedung kantor dan ruangan kerja serta *layout* yang menarik maupun kelengkapan fasilitasnya dapat mempengaruhi *image* masyarakat atau nasabah. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan yang positif antara *physical evidence* dengan minat nasabah dalam memilih simpanan haji pada Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Panyabungan, semakin naik *physical evidence* maka semakin meningkat minat nasabah dalam memilih simpanan haji pada Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Panyabungan.

Dari hasil uji t menunjukkan bahwa t hitung untuk variabel *Physical Evidence* sebesar 1,979 sedangkan t tabel diperoleh dari daftar ini berarti t hitung $>$ t tabel ($1,979 > 1,662$) maka H_a diterima, jadi dapat disimpulkan bahwa secara parsial ada pengaruh antara *Physical Evidence* dengan minat nasabah.

7. Pengaruh *process* terhadap minat nasabah menggunakan simpanan haji di PT. Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan

Menurut Kasmir standart pelayanan yaitu tolak ukur yang digunakan sebagai pedoman penyelenggaraan pelayanan dan acuan penilaian kualitas, pelayanan sebagai kewajiban dan janji penyelenggaraan kepada masyarakat dalam rangka pelayanan yang berkualitas, cepat, mudah, terjangkau dan terukur. Proses pelayanan juga sangat menentukan keberhasilan bank untuk memikat nasabah. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan yang positif antara *Process* dengan minat nasabah dalam memilih simpanan haji pada Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Panyabungan, semakin naik *Process* maka semakin meningkat minat nasabah dalam memilih simpanan haji pada Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Panyabungan.

Dari hasil uji t menunjukkan bahwa t hitung untuk variabel *Process* sebesar 1,911 sedangkan t tabel diperoleh dari daftar ini berarti t hitung > t tabel ($1,911 > 1,662$) maka H_a diterima, jadi dapat disimpulkan bahwa secara parsial ada pengaruh antara *Process* dengan minat nasabah.

8. Pengaruh *product, price, place, promotion, people, physical evidence, process* secara simultan terhadap minat nasabah di PT. Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan

Hasil yang diperoleh untuk F tabel sebesar 2,71. Karena F hitung > F tabel ($10,794 > 2,71$) maka H_a diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa *product, price, place, promotion, people, physical evidence dan process* berpengaruh secara simultan terhadap minat nasabah di PT. Bank SUMUT

Syariah KCP Panyabungan. Hal ini sama dengan penelitian saudara Neneng Fajriah yang mengatakan bahwa strategi pemasaran itu berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah simpanan haji.

Besarnya R menyatakan korelasi antara variabel bebas terhadap variabel terikat sebesar 0,688 artinya korelasi antara variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 0,688, sedangkan R Square sebesar 0,474 artinya pengaruh variabel independen terhadap dependen sebesar 47,4%. Sementara itu, kontribusi linier berganda menggunakan *Adjusted R Square* sebesar 0,430. Hal ini berarti 43% penambahan nasabah dapat dijelaskan oleh variabel bebas yaitu *product, price, place, promotion, people, physical evidence dan process* terhadap minat nasabah, sedangkan sisanya sebesar 43% (100-43%) dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa semakin baik strategi pemasaran tentang suatu produk maka akan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan produk simpanan haji PT. Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan tersebut. Hal tersebut jelas sama antara teori dan praktek dilapangan, karena strategi pemasaran yang baik yang dilakukan oleh perusahaan akan berdampak baik juga terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk bank. Bagi seorang konsumen adalah mereka tahu dimana akan melakukan pembelian (transaksi) dan produk yang mereka gunakan (beli) berguna bagi kelangsungan hidup mereka.

Artinya variabel independen berpengaruh positif terhadap minat nasabah pada PT. Bank SUMUT Syariah Cabang Panyabungan sehingga, ketujuh variabel bebas dalam penelitian ini yakni *product*, *price*, *place*, *promotion*, *people*, *physical evidence* dan *process* terhadap variabel terikat yaitu minat nasabah terdapat pengaruh yang signifikan.

Hasil analisis regresi linier berganda dapat disimpulkan bahwa jika *product*, *price*, *place*, *promotion*, *people*, *physical evidence* dan *process* berpengaruh terhadap minat nasabah dalam melakukan simpanan haji pada PT. Bank Sumut Syariah KCP Panyabungan, dan yang lebih dominan adalah variabel X_1 (*product*) dengan nilai signifikan 0,373, variabel X_5 (*people*) dengan nilai signifikan 0,176, dan variabel X_2 (*price*) dengan nilai signifikan 0,153.

D. Keterbatasan Penelitian

Seluruh rangkaian kegiatan dalam penelitian ini telah dilaksanakan sesuai dengan langkah-langkah yang sudah ditetapkan dalam metodologi penelitian hal ini dimaksud agar hasil yang diperoleh benar-benar objektif dan sistematis. Namun untuk mendapatkan hasil yang sempurna dari suatu penelitian sangat sulit karena berbagai keterbatasan.

Adapun keterbatasan-keterbatasan yang dihadapi peneliti selama penelitian dan penyusunan skripsi ini adalah:

1. Keterbatasan ilmu pengetahuan dan wawasan peneliti yang masih kurang.
2. Keterbatasan waktu, tenaga, serta dana peneliti yang tidak mencukupi untuk penelitian lebih lanjut.

3. Dalam menyebarkan angket peneliti tidak mengetahui kejujuran responden responden dalam menjawab setiap pertanyaan yang diberikan sehingga mempengaruhi validitas data yang diperoleh.
4. Keterbatasan kemampuan dalam menganalisis data yang sudah diperoleh.

Walaupun demikian, peneliti berusaha sekuat tenaga agar keterbatasan yang dihadapi tidak mengurangi makna penelitian ini. Akhirnya dengan segala upaya, kerja keras dan bantuan semua pihak skripsi ini dapat diselesaikan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dalam skripsi ini, maka peneliti mengambil beberapa kesimpulan :

1. Berdasarkan uji parsial (uji-t) pada *product* dengan taraf signifikansi 5 % diperoleh t_{hitung} sebesar $2,889 > t_{tabel}$ 1,662. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial ada pengaruh *product* terhadap minat nasabah di Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan.
2. Berdasarkan uji parsial (uji-t) pada *price* dengan taraf signifikansi 5 % diperoleh t_{hitung} sebesar $2,268 > t_{tabel}$ 1,662. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial ada pengaruh *price* terhadap minat nasabah di Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan.
3. Berdasarkan uji parsial (uji-t) pada *place* dengan taraf signifikansi 5 % diperoleh t_{hitung} sebesar $2,403 > t_{tabel}$ 1,662. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial ada pengaruh *place* terhadap minat nasabah di Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan.
4. Berdasarkan uji parsial (uji-t) pada *promotion* dengan taraf signifikansi 5 % diperoleh t_{hitung} sebesar $1,897 > t_{tabel}$ 1,662. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial ada pengaruh *promotion* terhadap minat nasabah di Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan.
5. Berdasarkan uji parsial (uji-t) pada *people* dengan taraf signifikansi 5 % diperoleh t_{hitung} sebesar $3,275 > t_{tabel}$ 1,662. Hal ini menunjukkan bahwa

secara parsial ada pengaruh *people* terhadap minat nasabah di Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan.

6. Berdasarkan uji parsial (uji-t) pada *physical evidence* dengan taraf signifikansi 5 % diperoleh t_{hitung} sebesar $1,979 > t_{tabel}$ 1,662. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial ada pengaruh *physical evidence* terhadap minat nasabah di Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan.
7. Berdasarkan uji parsial (uji-t) pada *process* dengan taraf signifikansi 5 % diperoleh t_{hitung} sebesar $1,911 > t_{tabel}$ 1,662. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial ada pengaruh *process* terhadap minat nasabah di Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan.
8. Berdasarkan uji simultan (uji-F) dengan taraf signifikansi 5% maka yang diperoleh adalah F_{hitung} sebesar $10,794 > F_{tabel}$ 2,71 maka variabel *product*, *price*, *place*, *promotion*, *people*, *physical evidence* dan *process* berpengaruh secara simultan terhadap minat nasabah di PT. Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan.

B. Saran

Adapun saran yang bisa diberikan setelah melakukan penelitian ini adalah:

1. Untuk peneliti selanjutnya yang tertarik terhadap judul pengaruh strategi pemasaran simpanan haji terhadap minat nasabah di PT. Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan agar lebih menggali lagi strategi pemasaran selain dari strategi pemasaran yang sudah dimuat dalam penelitian ini.
2. Untuk pihak bank agar lebih meningkatkan strategi pemasaran yang akan membuat nasabah menggunakan atau berminat terhadap produk yang

dimiliki oleh perusahaan kita, khususnya mengenai strategi pemasaran simpanan haji yang terdapat di PT. Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, Jakarta: Rajawali Pers, 2011.
- Basu Swasta, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty, 1986.
- Buchory dan Djaslim Saladin, *Dasar-dasar Pemasaran Bank*, Bandung: CV. Yrama Widya .2011.
- Damodar N. Gujarati, *Ekonometrika Jilid Ketiga*, Diterjemahkan dari “*Essentials of Econometrics*” oleh Julius A. Mulyadi, Jakarta: Penerbit Erlangga, 2006.
- Departemen Agama, *Alquran dan Terjemahan*, Bogor: Sabiq, 2009.
- Dessy Anwar, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Surabaya: Karya Abdi tama, 2001.
- Detha Alfrian Fajri, Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Nasabah, (Skripsi, STAIN Kudus, 2013).
- Djaali, *Psikologi Pendidikan*, Jakarta: Bumi Aksara, 2012.
- Dwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS*, Yogyakarta: Media Kom, 2008.
- Eti Roehaety dan Ratih Tresnati, *Kamus Istilah Ekonomi* Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2005.
- Gusti Sri Ardani, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2008.
- Heri Susanto dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Pustaka Setia, 2013.
- Heni Husni Muasyaroh, “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Simpanan Haji”, (Skripsi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2013).
- Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty, 2005.
- Ismail, *Perbankan Syariah*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011.
- Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010.
- Khaerul Umam, *Manajemen Organisasi*, Bandung: Pustaka Setia, 2012.

- Lukman Denda wijaya, *Manajemen Pembiayaan Mudharabah* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008.
- Marius P. angipora, *Dasar-dasar Pemasaran*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1999.
- Moh Nasir, *Metode Penelitian* Bogor: Ghalia Indonesia, 2005.
- Muhammad Firdaus, *Ekonometrika: Suatu Pendekatan Aplikatif*, Jakarta: Bumi Aksara, 2011.
- Muhammad Ramadhan Djamiluddin, Pengaruh Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Minat Nasabah, (Skripsi, Universitas Hasanuddin Makassar, 2014).
- M. Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- Neneng Pajriyah, Pengaruh Promosi, Reputasi dan Lokasi Strategis Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji di Bank Mandiri KCP Tangerang Bintaro Sektor III, (Skripsi, UIN Hidayatullah Jakarta, 2003).
- Nur Asnawi dan Masyhur, *Metodologi Riset dan Manajemen Pemasaran*, Malang: UIN-Maliki Pers, 2011.
- Observasi tentang letak berdirinya PT. Bank SUMUT KCP Syariah Panyabungan.
- Poerwa darminta, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2007.
- Rizal Yaya, Dkk, *Akuntansi Perbankan Syariah*, Jakarta: Salembat Empat, 2009.
- Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004.
- Setiawan dan Dwi Endah Kusri, *Ekonometrik*, Yogyakarta: CV Andi, 2010.
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Paktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2010.
- _____, *Manajemen Penelitian*, Jakarta: Rineka Cipta, 2009.
- Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, Jakarta: Bumi Aksara, 2004.
- Sutojo, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. Damar Mulia Pustaka, 2009.
- Swastha dan Anwar Prabu, *Prilaku Konsumen*, Bandung: PT.Revika Aditama, 2002.

Triton Prawira Budi, *SPSS 13.0 Terapan: Riset Statistik Parametrik*, Yogyakarta: CV. Andi Offse, 2006.

Wawancara dengan Bapak Zul Bahri Lumban Tobing, Wakil Pimpinan Cabang Pembantu PT. Bank SUMUT KCP Syariah Panyabungan.

Wawancara dengan Bapak Wandu Azhari Sagala, Admin Pembiayaan PT. Bank SUMUT KCP Syariah Panyabungan.

William Stanton, *Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 1984.

Zulpia, Pengaruh Promosi Terhadap Minat Nasabah Dana Talangan Haji Pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan, (Skripsi, IAIN Padangsidempuan, 2013).

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTITAS PRIBADI

1. Nama : Rosinar
2. Tempat/Tgl. Lahir : Simpanggambir/ 28 Juni 1994
3. Agama : Islam
4. Jenis Kelamin : Perempuan
5. Anak ke : 3 (Tiga) dari 4 (Empat) bersaudara.
6. Kewarganegaraan : Indonesia
7. Alamat : Simpanggambir
8. No. Telepon/HP : 0822 7647 4779

II. PENDIDIKAN

1. Tahun 2000-2006 : SDN Impres Sipanggambir
2. Tahun 2006-2009 : MTSN Simpanggambir
3. Tahun 2009-2012 : MAN Simpanggambir
4. Tahun 2012-2017 : Program Sarjana (S-1) Perbankan Syariah IAIN
Padangsidempuan

LAMPIRAN 1

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH STRATEGI PEMASARAN SIMPANAN HAJI TERHADAP MINAT NASABAH DI PT. BANK SUMUT SYARIAH KCP PANYABUNGAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka menunjang kegiatan penelitian yang akan saya lakukan untuk meraih gelar Sarjana Program Strata-1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan, saya sangat mengharapkan Bapak/Ibu/Saudara/I bersedia meluangkan waktu untuk memberikan pendapat **Pengaruh Strategi Pemasaran Simpanan Haji Terhadap Minat Nasabah di PT. Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan** melalui kuesioner yang telah disediakan.

Bapak/Ibu/Saudara/I kami harapkan bisa memberikan informasi yang sebenarnya secara jujur sesuai dengan kenyataannya yang ada (kerahasiaan identitas dan jawaban Bapak/Ibu/Saudara/I saya jamin sepenuhnya), sehingga dapat memberikan sumbangan yang berarti pada penelitian ini.

Atas bantuan dan kerjasama yang telah Bapak/Ibu/Saudara/I berikan, kami mengucapkan banyak terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Hormat saya,
Peneliti

Rosinar

IDENTITAS RESPONDEN

PENGARUH STRATEGI PEMASARAN SIMPANAN HAJI TERHADAP MINAT NASABAH DI PT. BANK SUMUT SYARIAH KCP PANYABUNGAN

A. PROFIL RESPONDEN

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
3. Usia :
4. Pendidikan Terakhir
 - a. SLTA/Sederajat c. S1
 - b. D3 d. \geq S2

B. Pada pernyataan selanjutnya, Bapak/Ibu cukup mencantumkan tanda centang (\surd) pada salah satu jawaban dibawah ini sesuai dengan pendapat/penilaian Bapak/Ibu.

Keterangan:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

KS : Kurang Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

KUESIONER PENELITIAN

Variabel	Pernyataan	Tanggapan Respon				
		SS	S	KS	TS	STS
<i>Product</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tabungan simpanan haji dapat membantu nasabah serta memberikan kemudahan dalam memenuhi rukun islam yang kelima. 2. Kurang pahamiannya nasabah dalam memilih prodak simpanan haji 					
<i>Price</i>	<ol style="list-style-type: none"> 3. Harga yang ditawarkan dalam prodak tabungan haji bersaing dengan bank lain. 4. Tabungan haji memiliki biaya administrasi yang murah. 5. Jumlah pembayaran tiap bulan lebih banyak. 					
<i>Place</i>	<ol style="list-style-type: none"> 6. lokasi bank SUMUT syariah KCP panyabungan berada di tempat yang mudah dijangkau oleh sarana transfortasi. 7. lokasi bank memiliki tempat parkir yang aman. 8. Lokasi bank dekat dengan rumah anda. 					
<i>promotion</i>	<ol style="list-style-type: none"> 9. Adanya brosur tabungan haji dan pemberian hadiah (cendramata) dari bank untuk nasabah. 10. Saya mengenal tabungan haji melalui mulut ke mulut (<i>word of mouth</i>) 11. Pihak bank memberikan informasi simpanan haji kepada nasabah secara jelas dan tepat, dan saya berminat gabung karena iklan dari televisi radio dan media cetak. 					

<i>People</i>	<p>12. Pimpinan beserta karyawan terdiri dari orang-orang yang profesional.</p> <p>13. Karyawan bank yang ramah dan sopan terhadap nasabah.</p> <p>14. Semua karyawan mengutamakan kepuasan nasabah.</p> <p>15. Kurang pelayanan bank terhadap nasabah.</p>					
<i>Physical evidence</i>	<p>16. tersedianya kamar mandi untuk nasabah.</p> <p>17. Tersedianya ruangan yang tersusun rapi dan bersih untuk bertransaksi.</p> <p>18. Kurangnya ruangan tunggu untuk bertransaksi.</p>					
<i>Process</i>	<p>19. Pihak bank memberikan informasi yang tepat dan akurat kepada setiap nasabah.</p> <p>20. Pihak bank harus teliti dalam pencatatan data transaksi nasabah.</p> <p>21. Kurangnya kepuasan nasabah terhadap informasi yang diberikan karyawan bank.</p>					
Minat	<p>22. Saya memilih prodak tabungan haji karena suatu kebutuhan untuk menunaikan ibadah.</p> <p>23. Nasabah berminat karena produk tabungan haji memiliki keunggulan dibandingkan bank lainnya dan alasan ingin memiliki tabungan haji atas dasar kesadaran sendiri.</p> <p>24. Merekomendasikan prodak tabungan haji kepada orang lain.</p>					

LAMPIRAN 2

Hasil Tanggapan Responden *Product* (X₁)

No.	<i>Product</i> (X₁)		Total
	Pr1	Pr2	
1	5	4	9
2	5	4	9
3	2	5	7
4	4	4	8
5	4	5	9
6	4	5	9
7	4	5	9
8	4	4	8
9	4	5	9
10	5	3	8
11	4	5	9
12	4	5	9
13	4	4	8
14	4	5	9
15	3	5	8
16	3	5	8
17	4	4	8
18	4	4	8
19	2	3	5
20	4	5	9
21	4	4	8
22	2	5	7
23	4	5	9
24	4	5	9
25	3	3	6
26	2	5	7
27	3	4	7
28	4	4	8
29	3	4	7
30	4	3	7
31	3	4	7
32	4	4	8
33	3	4	7
34	4	5	9
35	4	4	8
36	5	5	10
37	4	5	9
38	4	5	9
39	5	5	10
40	3	4	7
41	5	4	9
42	2	4	6
43	4	4	8
44	5	4	9
45	5	4	9

46	5	5	10
47	4	5	9
48	3	5	8
49	4	5	9
50	2	5	7
51	3	5	8
52	5	3	8
53	5	5	10
54	4	5	9
55	4	4	8
56	4	4	8
57	4	5	9
58	5	5	10
59	4	5	9
60	4	5	9
61	4	5	9
62	3	5	8
63	5	5	10
64	4	4	8
65	4	5	9
66	4	5	9
67	4	5	9
68	4	5	9
69	5	5	10
70	4	5	9
71	4	5	9
72	4	5	9
73	4	4	8
74	4	5	9
75	4	4	8
76	4	5	9
77	4	4	8
78	4	5	9
79	5	3	8
80	4	4	8
81	4	5	9
82	5	5	10
83	4	5	9
84	4	4	8
85	4	5	9
86	4	5	9
87	4	5	9
88	5	4	9
89	5	5	10
90	4	5	9
91	5	5	10
92	4	5	9

LAMPIRAN 3

Hasil Tanggapan Responden *Price* (X_2)

No.	<i>Price</i> (X_2)			Total
	Pc1	Pc2	Pc3	
1	4	3	4	11
2	4	2	4	10
3	4	3	4	11
4	4	4	4	12
5	4	4	4	12
6	4	3	4	11
7	5	5	5	15
8	4	4	4	12
9	3	2	3	8
10	5	4	3	12
11	5	5	5	15
12	4	4	4	12
13	3	4	4	11
14	4	4	2	10
15	5	2	2	9
16	4	4	4	12
17	5	3	3	11
18	4	5	5	14
19	4	4	4	12
20	4	4	5	13
21	4	4	4	12
22	4	4	5	13
23	5	5	5	15
24	4	4	5	13
25	5	5	5	15
26	5	4	4	13
27	4	3	4	11
28	4	3	4	11
29	4	3	4	11
30	4	4	5	13
31	3	3	3	9
32	4	4	4	12
33	4	3	4	11
34	5	5	5	15
35	5	4	3	12
36	4	3	3	10
37	4	2	3	9
38	3	3	5	11
39	5	4	5	14
40	4	4	3	11
41	5	5	5	15
42	5	5	5	15
43	3	4	4	11
44	4	4	4	12
45	3	2	3	8
46	2	2	4	8

47	4	4	5	13
48	2	4	4	10
49	5	4	4	13
50	5	4	4	13
51	4	3	4	11
52	4	2	3	9
53	2	4	2	8
54	5	4	4	13
55	4	4	4	12
56	4	4	4	12
57	5	5	5	15
58	4	3	5	12
59	5	4	5	14
60	4	3	4	11
61	3	4	4	11
62	4	4	3	11
63	4	5	5	14
64	4	4	4	12
65	4	4	4	12
66	3	5	4	12
67	1	3	4	8
68	4	4	4	12
69	4	4	5	13
70	4	4	5	13
71	5	4	5	14
72	2	4	4	10
73	4	4	4	12
74	4	4	4	12
75	3	3	4	10
76	5	5	5	15
77	4	4	4	12
78	3	2	3	8
79	5	4	3	12
80	4	4	4	12
81	5	5	5	15
82	4	3	5	12
83	5	4	5	14
84	4	3	4	11
85	4	3	4	11
86	4	4	5	13
87	4	5	5	14
88	4	4	4	12
89	2	4	4	10
90	5	4	4	13
91	4	4	5	13
92	4	4	5	13

LAMPIRAN 4

Hasil Tanggapan Responden *Place* (X₃)

No.	<i>Place</i> (X ₃)			Total
	PI1	PI2	PI3	
1	4	4	4	12
2	1	2	4	7
3	4	2	4	10
4	4	4	4	12
5	4	3	4	11
6	3	3	2	8
7	2	4	4	10
8	2	3	3	8
9	2	4	4	10
10	1	2	4	7
11	3	3	2	8
12	2	4	4	10
13	3	4	4	11
14	2	2	4	8
15	4	5	5	14
16	3	3	3	9
17	4	5	4	13
18	3	2	3	8
19	5	5	4	14
20	4	4	4	12
21	2	2	3	7
22	4	4	4	12
23	5	5	4	14
24	3	4	3	10
25	1	4	3	8
26	4	4	4	12
27	2	3	2	7
28	2	2	3	7
29	4	4	4	12
30	3	4	5	12
31	3	3	2	8
32	4	3	3	10
33	3	3	4	10
34	3	4	4	11
35	2	3	4	9
36	4	4	4	12
37	4	4	4	12
38	4	4	3	11
39	4	4	4	12
40	4	4	3	11
41	2	2	3	7
42	2	2	3	7
43	4	5	5	14
44	3	4	5	12
45	3	4	3	10
46	2	3	4	9

47	4	4	3	11
48	3	4	4	11
49	2	2	4	8
50	4	5	5	14
51	4	4	5	13
52	2	3	3	8
53	5	5	4	14
54	5	4	5	14
55	4	5	5	14
56	3	4	4	11
57	4	5	5	14
58	4	5	5	14
59	3	4	4	11
60	3	3	4	10
61	3	3	3	9
62	4	5	5	14
63	4	5	5	14
64	4	4	4	12
65	3	5	4	12
66	3	2	3	8
67	3	4	3	10
68	3	4	4	11
69	3	3	2	8
70	3	3	4	10
71	4	3	2	9
72	2	2	4	8
73	3	5	5	13
74	3	4	4	11
75	4	4	4	12
76	4	5	5	14
77	2	3	3	8
78	4	5	5	14
79	2	2	3	7
80	3	4	4	11
81	4	5	5	14
82	3	4	3	10
83	3	4	4	11
84	2	2	3	7
85	2	2	3	7
86	3	4	4	11
87	3	2	3	8
88	3	3	4	10
89	3	2	2	7
90	2	3	2	7
91	2	4	3	9
92	3	5	5	13

LAMPIRAN 5

Hasil Tanggapan Responden *Promotion* (X₄)

No.	<i>Promotion</i> (X ₄)			Total
	Pm1	Pm2	Pm3	
1	5	4	2	11
2	2	2	5	9
3	4	2	4	10
4	4	3	4	11
5	2	2	4	8
6	5	5	5	15
7	5	5	5	15
8	3	3	3	9
9	4	5	5	14
10	1	2	5	8
11	5	5	5	15
12	3	3	2	8
13	3	3	2	8
14	5	5	5	15
15	4	3	4	11
16	4	3	3	10
17	5	5	5	15
18	5	5	5	15
19	2	2	4	8
20	4	5	4	13
21	2	4	2	8
22	2	1	5	8
23	4	3	4	11
24	5	3	4	12
25	3	3	2	8
26	5	5	5	15
27	3	3	5	11
28	3	3	4	10
29	4	3	3	10
30	4	4	2	10
31	3	3	3	9
32	5	3	4	12
33	3	3	3	9
34	2	2	5	9
35	5	5	5	15
36	2	3	5	10
37	2	3	4	9
38	4	2	4	10
39	4	3	5	12
40	3	2	4	9
41	2	3	5	10
42	2	3	5	10
43	2	2	5	9
44	5	5	5	15
45	2	3	5	10
46	4	3	4	11

47	2	2	5	9
48	4	4	4	12
49	5	4	5	14
50	4	3	4	11
51	4	4	4	12
52	3	3	5	11
53	4	2	4	10
54	5	4	5	14
55	4	4	4	12
56	3	2	4	9
57	4	4	5	13
58	4	4	4	12
59	3	3	5	11
60	2	3	4	9
61	3	3	5	11
62	2	4	5	11
63	5	5	5	15
64	5	4	4	13
65	3	3	3	9
66	2	5	3	10
67	4	3	3	10
68	3	4	3	10
69	5	5	3	13
70	3	3	3	9
71	2	2	4	8
72	4	2	2	8
73	2	2	3	7
74	4	3	3	10
75	5	5	4	14
76	4	4	4	12
77	3	3	2	8
78	4	5	4	13
79	1	2	2	5
80	1	2	3	6
81	4	4	4	12
82	4	4	3	11
83	3	3	3	9
84	1	2	2	5
85	4	4	2	10
86	4	4	4	12
87	3	3	5	11
88	3	3	3	9
89	4	2	4	10
90	5	4	5	14
91	3	3	4	10
92	3	3	5	11

LAMPIRAN 6

Hasil Tanggapan Responden *People* (X_5)

No.	<i>People</i> (X_5)				Total
	Peo1	Peo2	Peo3	Peo4	
1	5	5	3	4	17
2	4	3	2	3	12
3	5	3	5	5	18
4	4	4	2	4	14
5	2	3	2	4	11
6	4	3	4	3	14
7	3	5	4	2	14
8	3	3	3	4	13
9	4	4	4	3	15
10	2	3	2	2	9
11	2	5	5	4	16
12	3	3	2	5	13
13	4	3	3	5	15
14	2	2	3	4	11
15	2	4	3	4	13
16	4	4	3	3	14
17	5	5	5	4	19
18	3	4	3	5	15
19	5	4	5	5	19
20	5	5	5	4	19
21	2	2	2	2	8
22	5	5	3	4	17
23	4	4	3	2	13
24	3	3	3	2	11
25	3	5	5	4	17
26	4	4	2	4	14
27	3	3	2	4	12
28	3	4	4	5	16
29	3	4	3	5	15
30	2	3	3	5	13
31	4	4	4	4	16
32	4	4	4	5	17
33	3	3	4	4	14
34	5	4	4	5	18
35	3	4	3	4	14
36	3	3	2	4	12
37	4	4	4	4	16
38	4	3	2	4	13
39	2	3	3	4	12
40	3	4	5	5	17
41	4	4	3	3	14
42	3	3	3	4	13
43	3	3	3	3	12
44	4	4	4	2	14
45	3	3	3	3	12
46	2	2	4	2	10

47	2	3	3	2	10
48	3	4	4	2	13
49	4	4	4	3	15
50	3	3	3	2	11
51	4	3	5	5	17
52	2	2	2	2	8
53	4	4	1	4	13
54	4	2	2	5	13
55	3	3	3	4	13
56	4	4	4	5	17
57	4	4	4	3	15
58	4	3	3	4	14
59	4	4	4	5	17
60	4	3	3	4	14
61	2	3	3	3	11
62	3	4	4	4	15
63	4	4	4	4	16
64	4	4	4	3	15
65	4	3	3	2	12
66	3	3	3	3	12
67	3	3	2	2	10
68	3	4	3	5	15
69	4	4	4	5	17
70	4	4	3	3	14
71	3	4	4	2	13
72	4	4	3	4	15
73	4	4	4	3	15
74	4	4	3	3	14
75	4	3	3	4	14
76	4	4	5	4	17
77	3	3	3	2	11
78	4	4	4	4	16
79	2	3	2	5	12
80	4	4	4	4	16
81	4	3	3	5	15
82	4	3	3	5	15
83	4	4	5	4	17
84	3	4	4	4	15
85	3	4	3	4	14
86	4	3	3	5	15
87	3	4	3	4	14
88	4	4	3	4	15
89	2	4	1	2	9
90	2	4	4	1	11
91	3	5	4	3	15
92	5	4	4	4	17

LAMPIRAN 7

Hasil Tanggapan Responden *Physical Evidence* (X_6)

No.	<i>Physical Evidence</i> (X_6)			Total
	Ps1	Ps2	Ps3	
1	4	5	4	13
2	5	5	5	15
3	3	3	4	10
4	3	3	3	9
5	4	4	4	12
6	3	3	3	9
7	5	5	4	14
8	3	3	3	9
9	3	3	4	10
10	5	4	4	13
11	3	3	3	9
12	4	4	4	12
13	4	4	4	12
14	5	5	5	15
15	4	4	5	13
16	5	5	5	15
17	3	4	2	9
18	5	5	5	15
19	5	4	4	13
20	5	5	4	14
21	3	3	3	9
22	4	5	4	13
23	5	4	3	12
24	4	4	5	13
25	4	3	4	11
26	5	5	5	15
27	3	3	3	9
28	3	3	3	9
29	5	3	2	10
30	3	3	3	9
31	3	3	3	9
32	4	3	3	10
33	4	4	3	11
34	5	5	5	15
35	3	3	3	9
36	4	3	4	11
37	3	4	4	11
38	4	4	3	11
39	5	5	5	15
40	4	3	4	11
41	4	4	3	11
42	4	4	3	11
43	4	2	4	10
44	3	4	4	11
45	3	4	4	11
46	3	4	3	10

47	3	4	3	10
48	4	4	4	12
49	4	2	3	9
50	4	4	3	11
51	4	4	3	11
52	3	1	3	7
53	4	4	4	12
54	4	2	2	8
55	3	4	4	11
56	4	5	5	14
57	4	4	5	13
58	4	4	4	12
59	4	4	4	12
60	3	4	3	10
61	4	3	3	10
62	4	4	4	12
63	5	5	4	14
64	3	3	3	9
65	3	4	5	12
66	2	3	2	7
67	4	4	4	12
68	4	4	4	12
69	5	5	5	15
70	4	4	4	12
71	3	4	4	11
72	4	3	2	9
73	3	2	2	7
74	4	4	4	12
75	3	2	3	8
76	4	4	5	13
77	3	3	3	9
78	3	3	4	10
79	5	4	4	13
80	4	3	3	10
81	4	4	5	13
82	4	4	4	12
83	4	4	4	12
84	3	3	3	9
85	3	3	2	8
86	4	3	3	10
87	5	4	3	12
88	5	4	4	13
89	4	4	4	12
90	4	2	2	8
91	4	4	4	12
92	4	4	4	12

LAMPIRAN 8

Hasil Tanggapan Responden *Process* (X₇)

No.	<i>Process</i> (X ₇)			Total
	Pro1	Pro2	Pro3	
1	4	3	4	11
2	3	2	5	10
3	3	2	5	10
4	2	3	4	9
5	5	3	5	13
6	3	4	4	11
7	4	4	5	13
8	3	4	5	12
9	3	4	5	12
10	2	2	5	9
11	4	4	4	12
12	3	4	2	9
13	4	4	2	10
14	3	4	4	11
15	4	4	3	11
16	3	4	3	10
17	3	4	2	9
18	3	4	4	11
19	4	3	3	10
20	3	3	2	8
21	4	4	2	10
22	3	2	2	7
23	4	4	2	10
24	3	3	4	10
25	2	3	2	7
26	2	3	2	7
27	2	3	3	8
28	4	3	4	11
29	4	3	3	10
30	4	3	3	10
31	3	3	3	9
32	4	3	3	10
33	3	3	2	8
34	3	3	4	10
35	3	3	4	10
36	3	3	3	9
37	3	3	3	9
38	4	5	3	12
39	3	3	3	9
40	5	4	2	11
41	2	4	2	8
42	2	4	4	10
43	3	3	5	11
44	3	3	3	9
45	3	3	4	10
46	2	2	2	6

47	4	2	2	8
48	4	4	4	12
49	4	4	4	12
50	3	3	4	10
51	3	3	3	9
52	3	3	4	10
53	2	4	4	10
54	4	4	2	10
55	4	4	2	10
56	4	4	2	10
57	4	3	3	10
58	3	3	4	10
59	4	4	2	10
60	3	4	2	9
61	3	3	4	10
62	3	4	5	12
63	2	2	4	8
64	4	4	4	12
65	3	3	3	9
66	5	4	3	12
67	2	3	3	8
68	2	2	4	8
69	4	4	4	12
70	4	4	5	13
71	4	3	2	9
72	3	4	4	11
73	4	4	4	12
74	3	3	4	10
75	2	2	2	6
76	4	3	4	11
77	3	4	3	10
78	5	4	2	11
79	2	2	4	8
80	4	4	3	11
81	4	3	3	10
82	3	3	3	9
83	4	4	4	12
84	4	3	4	11
85	4	4	4	12
86	4	3	2	9
87	3	4	4	11
88	4	3	3	10
89	2	2	2	6
90	4	4	4	12
91	4	4	3	11
92	2	3	3	8

LAMPIRAN 9

Hasil Tanggapan Responden Minat (Y)

No.	Minat (Y)			Total
	Y1	Y2	Y3	
1	5	5	5	15
2	4	4	4	12
3	5	5	5	15
4	4	4	4	12
5	5	4	4	13
6	5	4	4	13
7	5	5	5	15
8	4	4	4	12
9	4	5	5	14
10	2	4	5	11
11	5	5	5	15
12	4	5	4	13
13	4	5	4	13
14	5	4	4	13
15	5	5	4	14
16	3	3	5	11
17	5	5	5	15
18	5	5	5	15
19	4	5	4	13
20	5	5	5	15
21	4	4	3	11
22	5	5	5	15
23	5	5	4	14
24	5	4	4	13
25	5	5	5	15
26	5	5	4	14
27	4	3	3	10
28	4	4	3	11
29	5	5	4	14
30	4	3	4	11
31	4	4	3	11
32	5	4	4	13
33	4	4	4	12
34	5	5	5	15
35	4	3	4	11
36	5	3	3	11
37	5	5	4	14
38	5	5	5	15
39	5	5	5	15
40	4	4	5	13
41	4	4	5	13
42	4	4	4	12
43	5	4	4	13
44	5	5	4	14
45	4	5	4	13
46	4	4	4	12

47	5	5	4	14
48	5	5	4	14
49	5	4	4	13
50	5	4	4	13
51	5	4	5	14
52	4	3	3	10
53	4	4	5	13
54	5	4	4	13
55	5	5	5	15
56	4	4	4	12
57	5	5	3	13
58	5	5	4	14
59	5	5	5	15
60	5	4	4	13
61	5	5	5	15
62	5	5	4	14
63	5	5	5	15
64	4	4	4	12
65	5	5	5	15
66	5	5	5	15
67	4	4	4	12
68	4	4	4	12
69	5	5	5	15
70	5	5	5	15
71	4	4	4	12
72	4	4	4	12
73	4	4	4	12
74	5	5	4	14
75	4	4	4	12
76	5	5	5	15
77	4	4	4	12
78	4	5	5	14
79	2	4	4	10
80	4	4	4	12
81	5	5	5	15
82	5	5	5	15
83	5	5	5	15
84	4	4	3	11
85	5	5	4	14
86	4	4	4	12
87	5	5	5	15
88	4	5	4	13
89	4	4	4	12
90	5	4	4	13
91	5	5	5	15
92	5	5	4	14

LAMPIRAN 10

Tabel Harga Kritis dari r Product-Moment

N	Interval	Kepercayaan	N	Interval	Kepercayaan	N	Interval	Kepercayaan
	95%	99%		95%	99%		95%	99%
3	0,997	0,999	26	0,388	0,4906	49	0,281	0,364
4	0,950	0,990	27	0,381	0,487	50	0,297	0,361
5	0,878	0,959	28	0,374	0,478	55	0,266	0,345
6	0,811	0,917	29	0,367	0,470	60	0,254	0,380
7	0,754	0,874	30	0,361	0,463	65	0,244	0,317
8	0,707	0,874	31	0,355	0,456	73	0,231	0,306
9	0,666	0,798	32	0,349	0,449	75	0,227	0,296
10	0,632	0,765	33	0,344	0,442	80	0,220	0,286
11	0,602	0,735	34	0,339	0,436	85	0,213	0,278
12	0,576	0,708	35	0,334	0,430	90	0,207	0,270
13	0,553	0,684	36	0,329	0,424	92	0,205	0,263
14	0,532	0,661	37	0,325	0,418	100	0,195	0,256
15	0,514	0,641	38	0,320	0,413	144	0,163	0,230
16	0,497	0,623	39	0,316	0,408	150	0,159	0,210
17	0,482	0,606	40	0,312	0,403	175	0,148	0,194
18	0,468	0,590	41	0,308	0,396	200	0,138	0,181
19	0,456	0,575	42	0,304	0,393	300	0,113	0,148
20	0,444	0,561	43	0,301	0,398	400	0,098	0,128
21	0,433	0,549	44	0,297	0,384	500	0,088	0,115
22	0,423	0,537	45	0,294	0,380	600	0,080	0,105
23	0,413	0,526	46	0,291	0,276	700	0,074	0,097
24	0,404	0,515	47	0,288	0,372	800	0,070	0,091
25	0,396	0,505	48	0,284	0,368	900	0,065	0,086

N = Jumlah pasangan yang digunakan untuk menghitung r.

LAMPIRAN 11

Lampiran Uji T						
	0,50	0,20	0,10	0,05	0,02	0,01
α untuk uji satu pihak (<i>one tail test</i>)						
Dk	0,25	0,10	0,05	0,025	0,01	0,005
1	1,000	3,078	6,314	12,706	31,821	63,657
2	0,816	1,886	2,920	4,303	6,965	9,925
3	0,765	1,638	2,353	3,182	4,541	5,841
4	0,741	1,533	2,132	2,776	3,747	4,604
5	0,727	1,476	2,015	2,571	3,365	4,032
6	0,718	1,440	1,943	2,447	3,143	3,707
7	0,711	1,415	1,895	2,365	2,998	3,499
8	0,706	1,397	1,860	2,306	2,896	3,355
9	0,703	1,383	1,833	2,262	2,821	3,250
10	0,700	1,372	1,812	2,228	2,764	3,169
11	0,697	1,363	1,796	2,221	2,718	3,106
12	0,695	1,356	1,782	2,179	2,681	3,055
13	0,692	1,350	1,771	2,160	2,650	3,012
14	0,691	1,345	1,761	2,145	2,624	2,977
15	0,690	1,341	1,753	2,131	2,602	2,947
16	0,689	1,337	1,746	2,120	2,583	2,921
17	0,688	1,333	1,740	2,110	2,567	2,898
18	0,688	1,328	1,734	2,101	2,552	2,878
19	0,677	1,325	1,729	2,093	2,539	2,861
20	0,677	1,323	1,725	2,086	2,528	2,845
21	0,686	1,321	1,721	2,080	2,518	2,831
22	0,686	1,319	1,717	2,074	2,508	2,819
23	0,685	1,318	1,714	2,069	2,500	2,807
24	0,685	1,316	1,711	2,064	2,492	2,797
25	0,684	1,315	1,708	2,060	2,485	2,787
26	0,684	1,314	1,706	2,056	2,479	2,779
27	0,684	1,313	1,703	2,052	2,473	2,771
28	0,683	1,311	1,701	2,048	2,467	2,763
29	0,683	1,310	1,699	2,045	2,462	2,756
30	0,683	1,303	1,697	2,042	2,457	2,750
40	0,681	1,296	1,684	2,021	2,423	2,704
92	0,679	1,289	1,662	2,000	2,390	2,660
120	0,677	1,282	1,658	1,980	2,358	2,617
∞	0,674	1,282	1,645	1,960	2,326	2,576

LAMPIRAN 12

F Tabel

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92

41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79

85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77

Hasil Output SPSS

```
DATASET ACTIVATE DataSet12.
RELIABILITY
  /VARIABLES=Pr1 Pr2
  /SCALE('ALL VARIABLES') ALL
  /MODEL=ALPHA
  /SUMMARY=TOTAL.
```

Reliability

		Notes
Output Created		30-SEP-2017 21:13:07
Comments		
Input	Data	D:\SKRIPSI_ORANG\BERKAS SKRIPSI ROSINAR RANGKUTI\WORD\DATA ROSINAR PRODUK.sav
	Active Dataset	DataSet12
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	92
	Matrix Input	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
Syntax		RELIABILITY /VARIABLES=Pr1 Pr2 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA /SUMMARY=TOTAL.
Resources	Processor Time	00:00:00,00
	Elapsed Time	00:00:00,01

[DataSet12] D:\SKRIPSI_ORANG\BERKAS SKRIPSI ROSINAR RANGKUTI\WORD\DATA ROSINAR PRODUK.sav

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	92	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	92	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,638	2

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Product1	4,54	,383	,219	,406
Product2	3,96	,591	,319	,530

```

DATASET ACTIVATE DataSet13.
RELIABILITY
  /VARIABLES=Pc1 Pc2 Pc3
  /SCALE('ALL VARIABLES') ALL
  /MODEL=ALPHA
  /SUMMARY=TOTAL.

```

Reliability

Notes

Output Created		30-SEP-2017 21:15:17
Comments		
Input	Data	D:\SKRIPSI_ORANG\BERKAS SKRIPSI ROSINAR RANGKUTI\WORD\DATA ROSINAR PRICE.sav
	Active Dataset	DataSet13
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	92
	Matrix Input	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
Syntax		RELIABILITY /VARIABLES=Pc1 Pc2 Pc3 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA /SUMMARY=TOTAL.
Resources	Processor Time	00:00:00,02
	Elapsed Time	00:00:00,01

[DataSet13] D:\SKRIPSI_ORANG\BERKAS SKRIPSI ROSINAR RANGKUTI\WORD\DATA ROSINAR PRICE.sav

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	92	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	92	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,644	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Price1	7,89	1,900	,356	,683
Price2	8,13	1,609	,551	,406
Price3	7,78	1,842	,468	,530

DATASET ACTIVATE DataSet14.

RELIABILITY

/VARIABLES=P11 P12 P13

/SCALE('ALL VARIABLES') ALL

/MODEL=ALPHA

/SUMMARY=TOTAL.

Reliability

Notes

Output Created		30-SEP-2017 21:15:42
Comments		
Input	Data	D:\SKRIPSI_ORANG\BERKAS SKRIPSI ROSINAR RANGKUTI\WORD\DATA ROSINAR PLACE.sav
	Active Dataset	DataSet14
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	92
	Matrix Input	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.

Syntax		RELIABILITY /VARIABLES=PI1 PI2 PI3 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA /SUMMARY=TOTAL.
Resources	Processor Time	00:00:00,02
	Elapsed Time	00:00:00,03

[DataSet14] D:\SKRIPSI_ORANG\BERKAS SKRIPSI ROSINAR RANGKUTI\WORD\DATA ROSINAR PLACE.sav

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	92	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	92	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,778	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Place1	7,35	2,801	,572	,747
Place2	6,87	2,225	,735	,556
Place3	6,74	3,030	,554	,764

```
DATASET ACTIVATE DataSet15.
RELIABILITY
/VARIABLES=Pm1 Pm2 Pm3
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL.
```

Reliability

Notes

Output Created		30-SEP-2017 21:16:01
Comments		
Input	Data	D:\SKRIPSI_ORANG\BERKAS SKRIPSI ROSINAR RANGKUTI\WORD\DATA ROSINAR PROMOTION.sav
	Active Dataset	DataSet15

	Filter	<none>	
	Weight	<none>	
	Split File	<none>	
	N of Rows in Working Data File		92
	Matrix Input		
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.	
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.	
Syntax		RELIABILITY /VARIABLES=Pm1 Pm2 Pm3 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA /SUMMARY=TOTAL.	
Resources	Processor Time		00:00:00,03
	Elapsed Time		00:00:00,03

[DataSet15] D:\SKRIPSI_ORANG\BERKAS SKRIPSI ROSINAR RANGKUTI\WORD\DATA ROSINAR PROMOTION.sav

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	92	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	92	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,699	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Promotion1	7,26	2,437	,534	,288
Promotion2	7,38	2,722	,561	,269
Promotion3	6,77	3,936	,378	,789

```
DATASET ACTIVATE DataSet16.
RELIABILITY
/VARIABLES=Peo1 Peo2 Peo3 Peo4
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL.\
```

Reliability

Notes

Output Created		30-SEP-2017 21:16:19
Comments		
Input	Data	D:\SKRIPSI_ORANG\BERKAS SKRIPSI ROSINAR RANGKUTI\WORD\DATA ROSINAR PEOPLE.sav
	Active Dataset	DataSet16
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	92
	Matrix Input	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
Syntax		RELIABILITY /VARIABLES=Peo1 Peo2 Peo3 Peo4 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA /SUMMARY=TOTAL.
Resources	Processor Time	00:00:00,02
	Elapsed Time	00:00:00,06

[DataSet16] D:\SKRIPSI_ORANG\BERKAS SKRIPSI ROSINAR RANGKUTI\WORD\DATA ROSINAR PEOPLE.sav

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	92	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	92	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,601	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
People1	10,61	3,581	,488	,449

People2	10,45	4,162	,423	,513
People3	10,73	3,585	,415	,503
People4	10,38	3,821	,249	,651

```

DATASET ACTIVATE DataSet17.
RELIABILITY
/VARIABLES=Ps1 Ps2 Ps3
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL.

```

Reliability

Notes

Output Created		30-SEP-2017 21:16:41
Comments		
Input	Data	D:\SKRIPSI_ORANG\BERKAS SKRIPSI ROSINAR RANGKUTI\WORD\DATA ROSINAR PHYSICAL EVIDENCE.sav
	Active Dataset	DataSet17
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	92
	Matrix Input	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
Syntax		RELIABILITY /VARIABLES=Ps1 Ps2 Ps3 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA /SUMMARY=TOTAL.
Resources	Processor Time	00:00:00,03
	Elapsed Time	00:00:00,03

[DataSet17] D:\SKRIPSI_ORANG\BERKAS SKRIPSI ROSINAR RANGKUTI\WORD\DATA ROSINAR PHYSICAL EVIDENCE.sav

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	92	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	92	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,789	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Physical Evidence1	7,35	2,405	,554	,791
Physical Evidence2	7,50	1,857	,713	,618
Physical Evidence3	7,54	1,965	,635	,710

```

DATASET ACTIVATE DataSet18.
RELIABILITY
  /VARIABLES=Pro1 Pro2 Pro3
  /SCALE('ALL VARIABLES') ALL
  /MODEL=ALPHA
  /SUMMARY=TOTAL.

```

Reliability

Notes

Output Created		30-SEP-2017 21:16:58
Comments		
Input	Data	D:\SKRIPSI_ORANG\BERKAS SKRIPSI ROSINAR RANGKUTI\WORD\DATA ROSINAR PROCESS.sav
	Active Dataset	DataSet18
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	92
	Matrix Input	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
Syntax		RELIABILITY /VARIABLES=Pro1 Pro2 Pro3 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA /SUMMARY=TOTAL.
Resources	Processor Time	00:00:00,02
	Elapsed Time	00:00:00,03

[DataSet18] D:\SKRIPSI_ORANG\BERKAS SKRIPSI ROSINAR RANGKUTI\WORD\DATA ROSINAR PROCESS.sav

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	92	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	92	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,637	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Process1	6,65	1,438	,212	,024
Process2	6,62	1,535	,276	,110
Process3	6,64	1,639	,240	,605

```
DATASET ACTIVATE DataSet19.
RELIABILITY
/VARIABLES=Y1 Y2 Y3
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL.
```

Reliability

Notes

Output Created		30-SEP-2017 21:17:17
Comments		
Input	Data	D:\SKRIPSI_ORANG\BERKAS SKRIPSI ROSINAR RANGKUTI\WORD\DATA ROSINAR MINAT.sav
	Active Dataset	DataSet19
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	92
	Matrix Input	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.

Syntax		RELIABILITY /VARIABLES=Y1 Y2 Y3 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA /SUMMARY=TOTAL.	
Resources	Processor Time		00:00:00,03
	Elapsed Time		00:00:00,02

[DataSet19] D:\SKRIPSI_ORANG\BERKAS SKRIPSI ROSINAR RANGKUTI\WORD\DATA ROSINAR MINAT.sav

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	92	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	92	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,683	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Minat1	8,73	1,145	,436	,668
Minat2	8,80	,972	,650	,381
Minat3	8,97	1,197	,421	,684

```
DATASET ACTIVATE DataSet20.
MEANS TABLES=Y BY Pr Pc Pl Pm Peo Ps Pro
/CELLS=MEAN COUNT STDDEV
/STATISTICS LINEARITY.
```

Means

Notes

Output Created	30-SEP-2017 21:17:44
Comments	

Input	Data	D:\SKRIPSI_ORANG\BERKAS SKRIPSI ROSINAR RANGKUTI\WORD\DATA ROSINAR RESIDUAL.sav
	Active Dataset	DataSet20
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	92
Missing Value Handling	Definition of Missing	For each dependent variable in a table, user-defined missing values for the dependent and all grouping variables are treated as missing.
	Cases Used	Cases used for each table have no missing values in any independent variable, and not all dependent variables have missing values.
Syntax		MEANS TABLES=Y BY Pr Pc PI Pm Peo Ps Pro /CELLS=MEAN COUNT STDDEV /STATISTICS LINEARITY.
Resources	Processor Time	00:00:00,02
	Elapsed Time	00:00:00,04

[DataSet20] D:\SKRIPSI_ORANG\BERKAS SKRIPSI ROSINAR RANGKUTI\WORD\DATA ROSINAR RESIDUAL.sav

Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Minat * Product	92	100,0%	0	0,0%	92	100,0%
Minat * Price	92	100,0%	0	0,0%	92	100,0%
Minat * Place	92	100,0%	0	0,0%	92	100,0%
Minat * Promotion	92	100,0%	0	0,0%	92	100,0%
Minat * People	92	100,0%	0	0,0%	92	100,0%
Minat * Physical Evidence	92	100,0%	0	0,0%	92	100,0%
Minat * Process	92	100,0%	0	0,0%	92	100,0%

Minat * Product

Report

Minat

Product	Mean	N	Std. Deviation
5	13,00	1	.
6	13,50	2	2,121
7	12,80	10	1,751
8	12,38	26	1,499
9	13,77	43	1,088
10	13,70	10	1,567
Total	13,25	92	1,465

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square
Minat * Product	Between Groups	(Combined)	35,222	5	7,044
		Linearity	14,486	1	14,486
		Deviation from Linearity	20,736	4	5,184
	Within Groups		160,028	86	1,861
Total			195,250	91	

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Minat * Product	,272	,074	,425	,180

Minat * Price

Report

Minat

Price	Mean	N	Std. Deviation
8	13,00	6	,894
9	12,25	4	2,062
10	12,29	7	,951
11	13,33	18	1,534
12	12,68	25	1,435
13	13,67	15	1,234

14	14,57	7	1,134
15	14,20	10	1,135
Total	13,25	92	1,465

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square
Minat * Price	Between Groups	(Combined)	42,984	7	6,141
		Linearity	22,348	1	22,348
		Deviation from Linearity	20,636	6	3,439
	Within Groups		152,266	84	1,813
	Total		195,250	91	

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Minat * Price	,338	,114	,469	,220

Minat * Place

Report

Minat

Place	Mean	N	Std. Deviation
7	11,67	12	1,231
8	13,29	14	1,729
9	12,67	6	1,862
10	13,54	13	1,127
11	13,50	14	1,225
12	13,50	14	1,557
13	13,75	4	1,258
14	13,87	15	,834
Total	13,25	92	1,465

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square
Minat * Place	Between Groups	(Combined)	41,679	7	5,954

	Linearity	25,798	1	25,798
	Deviation from Linearity	15,881	6	2,647
	Within Groups	153,571	84	1,828
	Total	195,250	91	

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Minat * Place	,363	,132	,462	,213

Minat * Promotion

Report

Minat

Promotion	Mean	N	Std. Deviation
5	10,50	2	,707
6	12,00	1	.
7	12,00	1	.
8	12,73	11	1,348
9	13,27	15	1,335
10	12,94	18	1,514
11	13,43	14	1,785
12	14,00	10	1,054
13	13,80	5	1,304
14	13,00	5	,707
15	14,00	10	1,333
Total	13,25	92	1,465

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Squ
Minat * Promotion	Between Groups	(Combined)	36,462	10	3,646
		Linearity	21,627	1	21,627
		Deviation from Linearity	14,834	9	1,648
	Within Groups	158,788	81	1,960	
Total			195,250	91	

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Minat * Promotion	,333	,111	,432	,187

Minat * People

Report

Minat

People	Mean	N	Std. Deviation
8	10,50	2	,707
9	11,50	2	,707
10	12,67	3	1,155
11	13,14	7	,900
12	12,67	9	2,062
13	13,17	12	1,267
14	13,25	16	1,342
15	13,24	17	1,300
16	13,14	7	1,773
17	14,25	12	1,055
18	15,00	2	,000
19	14,33	3	1,155
Total	13,25	92	1,465

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square
Minat * People	Between Groups	(Combined)	47,227	11	4,29
		Linearity	34,080	1	34,08
		Deviation from Linearity	13,147	10	1,31
	Within Groups	148,023	80	1,85	
Total			195,250	91	

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Minat * People	,418	,175	,492	,242

Minat * Physical Evidence

Report

Minat

Physical Evidence	Mean	N	Std. Deviation
7	12,33	3	2,517
8	13,00	4	,816
9	12,00	16	1,414
10	13,42	12	1,084
11	13,29	14	1,267
12	13,85	20	1,089
13	13,36	11	1,690
14	14,25	4	1,500
15	13,75	8	1,581
Total	13,25	92	1,465

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	M
Minat * Physical Evidence	Between Groups	(Combined)	41,464	8	
		Linearity	23,227	1	
		Deviation from Linearity	18,237	7	
	Within Groups		153,786	83	
Total			195,250	91	

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Minat * Physical Evidence	,345	,119	,461	,212

Minat * Process

Report

Minat

Process	Mean	N	Std. Deviation
6	12,00	3	,000
7	14,67	3	,577
8	12,70	10	1,829
9	13,13	15	1,552
10	13,03	29	1,426
11	13,40	15	1,454
12	13,79	14	1,188
13	14,33	3	1,155
Total	13,25	92	1,465

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square
Minat * Process	Between Groups	(Combined)	23,161	7	3,309
		Linearity	7,743	1	7,743
		Deviation from Linearity	15,418	6	2,569
	Within Groups		172,089	84	2,049
	Total		195,250	91	

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Minat * Process	,199	,040	,344	,119

```

REGRESSION
  /MISSING LISTWISE
  /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA COLLIN TOL
  /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
  /NOORIGIN
  /DEPENDENT Y
  /METHOD=ENTER Pr Pc Pl Pm Peo Ps Pro
  /SCATTERPLOT=(*ZPRED , *SDRESID)
  /RESIDUALS DURBIN HISTOGRAM(ZRESID) NORMPROB(ZRESID)
  /SAVE RESID.
    
```

Regression

Output Created		30-SEP-2017 21:18:27
Comments		
Input	Data	D:\SKRIPSI_ORANG\BERKAS SKRIPSI ROSINAR RANGKUTI\WORD\DATA ROSINAR RESIDUAL.sav
	Active Dataset	DataSet20
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	92
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on cases with no missing values for any variable used.
Syntax		REGRESSION /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA COLLIN TOL /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT Y /METHOD=ENTER Pr Pc PI Pm Peo Ps Pro /SCATTERPLOT=(*ZPRED ,*SDRESID) /RESIDUALS DURBIN HISTOGRAM(ZRESID) NORMPROB(ZRESID) /SAVE RESID.
Resources	Processor Time	00:00:00,61
	Elapsed Time	00:00:00,77
	Memory Required	3540 bytes
	Additional Memory Required for Residual Plots	864 bytes
Variables Created or Modified	RES_1	Unstandardized Residual

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Process, Place, Product, Price, Promotion, Physical Evidence, People ^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	,688 ^a	,474	,430	1,106	1,074

a. Predictors: (Constant), Process, Place, Product, Price, Promotion, Physical Evidence, People

b. Dependent Variable: Minat

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	92,462	7	13,209	10,794	,000 ^b
	Residual	102,788	84	1,224		
	Total	195,250	91			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), Process, Place, Product, Price, Promotion, Physical Evidence, People

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	,573	1,600		,358	,721	
	Product	,373	,129	,249	2,889	,005	
	Price	,153	,068	,193	2,268	,026	
	Place	,129	,054	,206	2,403	,018	
	Promotion	,098	,052	,159	1,897	,061	
	People	,176	,054	,292	3,275	,002	
	Physical Evidence	,122	,062	,172	1,979	,051	
	Process	,144	,075	,156	1,911	,059	

a. Dependent Variable: Minat

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions				
				(Constant)	Product	Price	Place	Promotion
1	1	7,828	1,000	,00	,00	,00	,00	
	2	,043	13,550	,00	,01	,01	,59	
	3	,041	13,884	,00	,00	,04	,07	

4	,031	15,918	,00	,00	,01	,03
5	,025	17,826	,00	,09	,11	,13
6	,017	21,757	,00	,00	,74	,12
7	,013	24,926	,03	,36	,00	,03
8	,004	43,970	,96	,54	,09	,02

a. Dependent Variable: Minat

Residuals Statistics^a

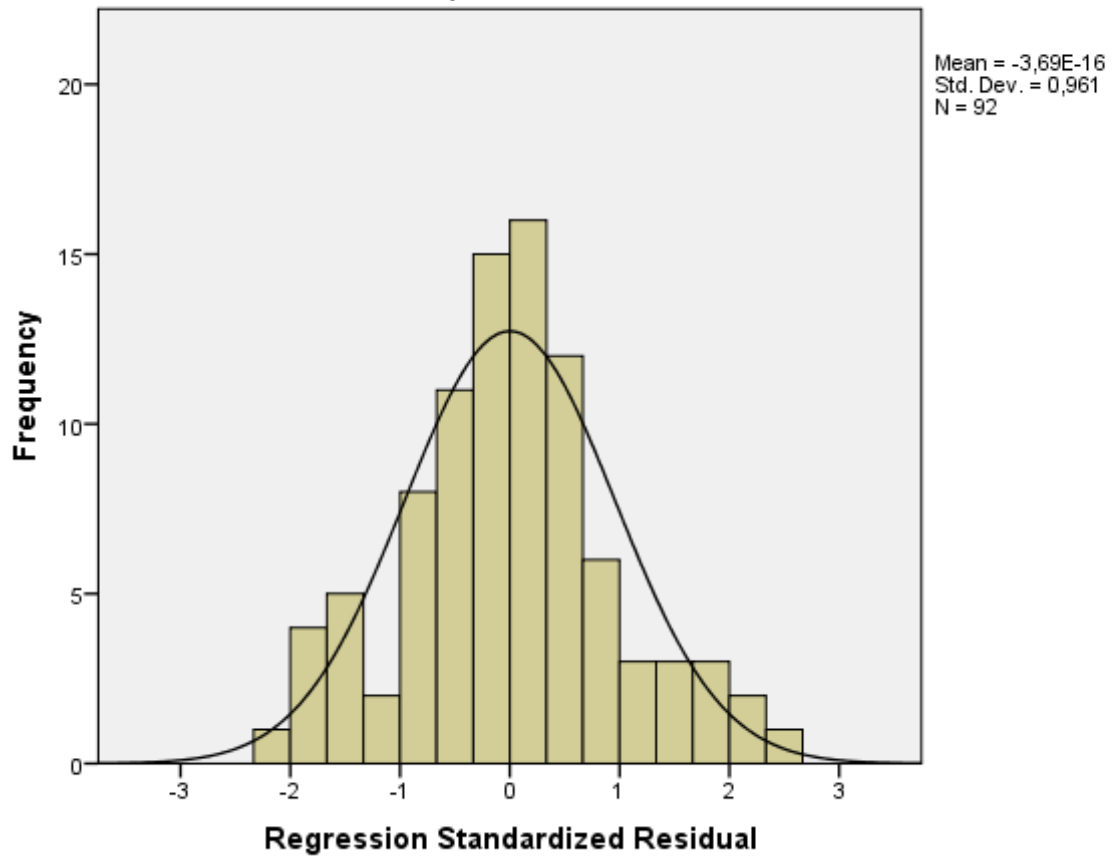
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	10,76	15,41	13,25	1,008	92
Std. Predicted Value	-2,474	2,144	,000	1,000	92
Standard Error of Predicted Value	,147	,512	,318	,074	92
Adjusted Predicted Value	10,86	15,46	13,25	1,012	92
Residual	-2,280	2,728	,000	1,063	92
Std. Residual	-2,061	2,466	,000	,961	92
Stud. Residual	-2,140	2,717	,001	1,002	92
Deleted Residual	-2,458	3,312	,002	1,157	92
Stud. Deleted Residual	-2,188	2,828	,002	1,015	92
Mahal. Distance	,614	18,505	6,924	3,624	92
Cook's Distance	,000	,197	,011	,023	92
Centered Leverage Value	,007	,203	,076	,040	92

a. Dependent Variable: Minat

Charts

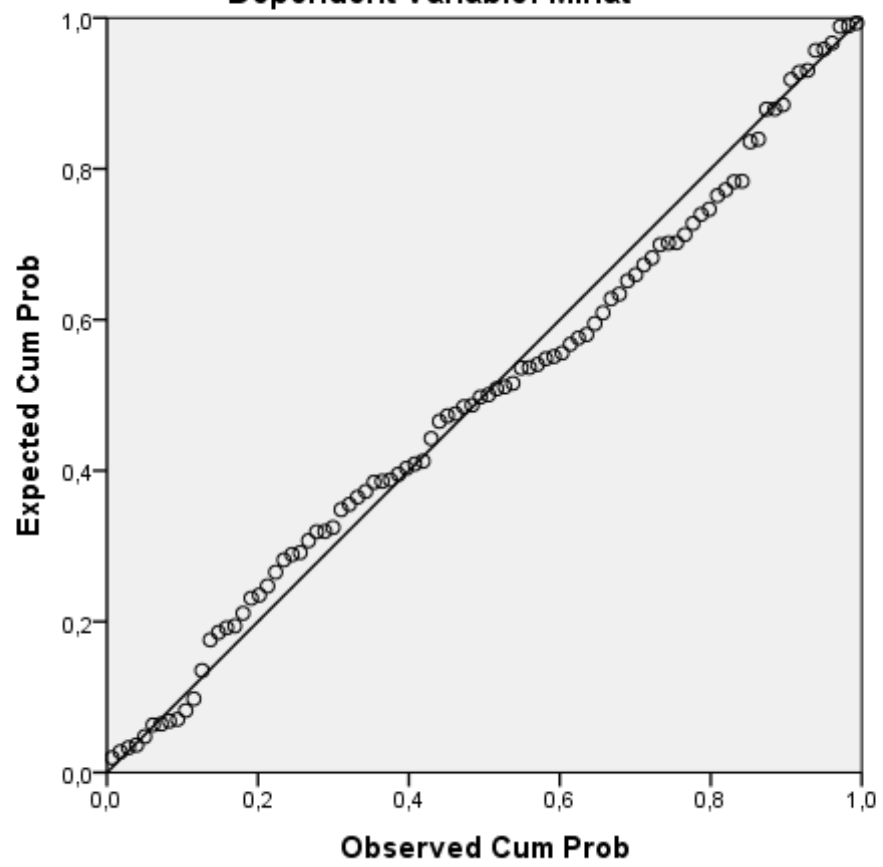
Histogram

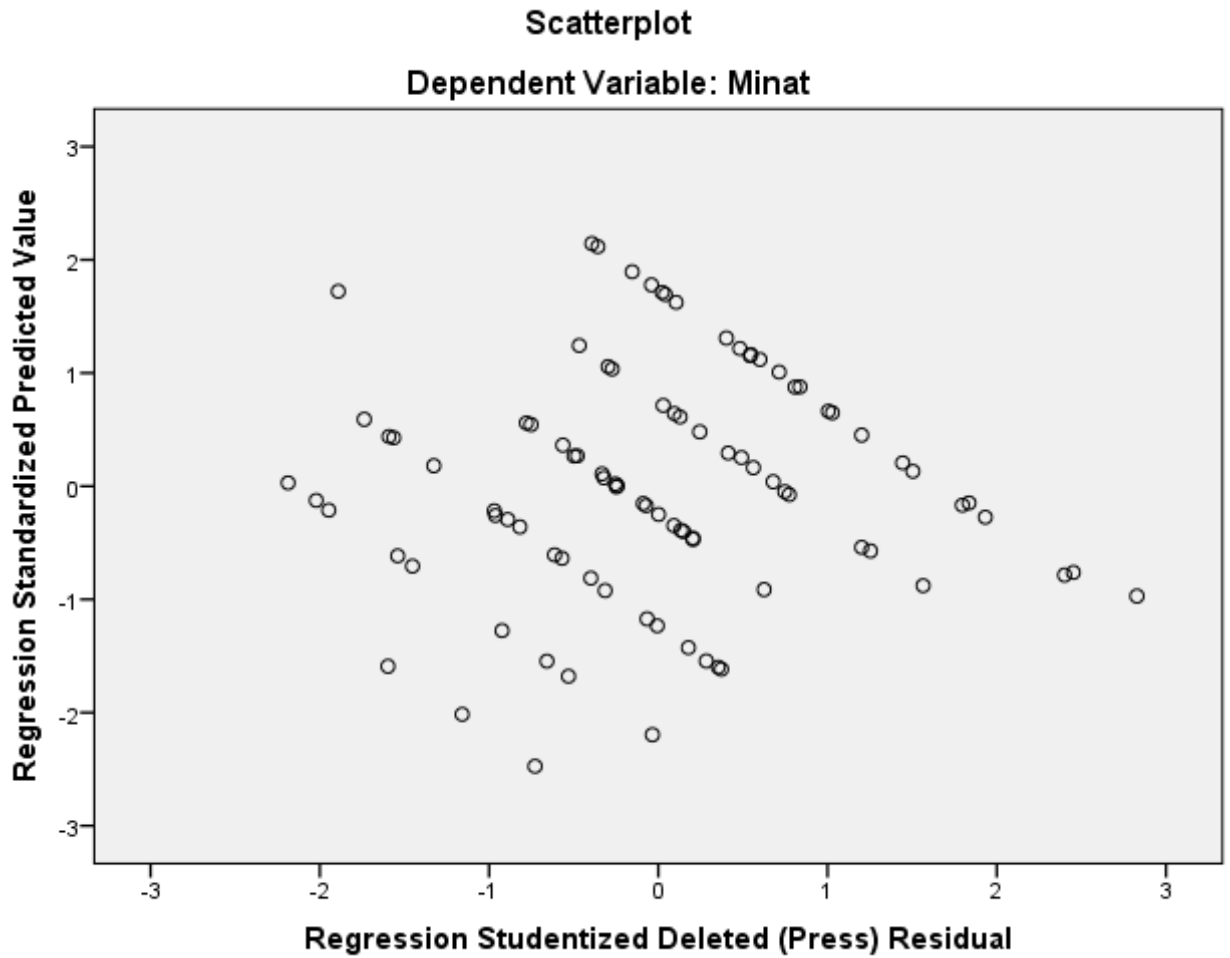
Dependent Variable: Minat



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Minat





```

NPAR TESTS
  /K-S(NORMAL)=Pr Pc Pl Pm Peo Ps Pro Y RES_1
  /MISSING ANALYSIS.

```

NPar Tests

Notes

Output Created		30-SEP-2017 21:18:44
Comments		
Input	Data	D:\SKRIPSI_ORANG\BERKAS SKRIPSI ROSINAR RANGKUTIWORD\DATA ROSINAR RESIDUAL.sav
	Active Dataset	DataSet20
	Filter	<none>
	Weight	<none>

	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	92
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each test are based on all cases with valid data for the variable(s) used in that test.
Syntax		NPAR TESTS /K-S(NORMAL)=Pr Pc PI Pm Peo Ps Pro Y RES_1 /MISSING ANALYSIS.
Resources	Processor Time	00:00:00,00
	Elapsed Time	00:00:00,01
	Number of Cases Allowed ^a	65536

a. Based on availability of workspace memory.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Product	Price	Place	Promotion	People
N		92	92	92	92	92
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	8,50	11,90	10,48	10,71	14,05
	Std. Deviation	,978	1,846	2,332	2,384	2,438
Most Extreme Differences	Absolute	,272	,141	,139	,138	,111
	Positive	,196	,131	,139	,138	,088
	Negative	-,272	-,141	-,102	-,085	-,111
Test Statistic		,272	,141	,139	,138	,111
Asymp. Sig. (2-tailed)		,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c	,007 ^c

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

Nomor : B-306/In.14/G.5a/PP.009/04/2017 Padangsidimpuan, 23 Mei 2017
Lampiran : -
Perihal : Permohonan Kesediaan Menjadi Pembimbing Skripsi

Yth.
Bapak dan Ibu:
1. Budi Gautama Siregar, M.M.
2. Zulaika Matondang, M.Si.
Di-
Padangsidimpuan

Assalamu 'alaikum Wr.Wb.

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

Nama : Rosinar
NIM : 12 220 0168
Fakultas/ Jurusan : Ekonomi Dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah-1
Judul : Pengaruh Strategi Pemasaran Simpanan Haji Terhadap Minat Nasabah Pada PT. Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan.

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

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

Wassalamu 'alaikum Wr.Wb.

Mengetahui:

Dekan

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

Ketua Jurusan

Abdul Nasser Hasibuan, SE., M.Si
NIP. 19790525 200604 1 004

PERNYATAAN KESEDIAAN SEBAGAI PEMBIMBING

BERSEDIA/TIDAK BERSEDIA
PEMBIMBING I

Budi Gautama Siregar, M.M.
NIP. 19790720 201101 1 005

BERSEDIA/TIDAKBERSEDIA
PEMBIMBING II

Zulaika Matondang, M.Si



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

Nomor : B-765 /In.14/G/TL.00/6/2017
Lamp. : -
Hal : Mohon Izin Riset

6 Juni 2017

Yth;
Pimpinan PT. Bank SUMUT Syariah
KCP Panyabungan
di-
Madina

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

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

Nama : Rosinar
NIM : 12 220 0168
Semester : X (Sepuluh)
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan

adalah benar Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul **"Pengaruh Strategi Pemasaran Simpanan Haji terhadap Minat Nasabah di PT. Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan"**.

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,

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

KANTOR PUSAT
 Jl. Imam Bonjol No. 18, Medan
 Phone : (061) 415 5100 - 451 5100
 Facsimile : (061) 414 2987 - 415 2652

No. **438** /DSOM-LTC/L/2017

Medan, 24 Juni 2017

Lamp. : ...

kepada
 Dekan Fakultas Ekonomi dan
 Bisnis Islam IAIN F. Sidimpuan
 J. T. R. R. ... Km 4,5 Sihitang
 d.
 Tempat

Hal : Tain Riset

Sehubungan dengan Surat Rajak No. B 755/In 14/O/L/00/6/2017 tanggal 06 Juni 2017 hal Tain Riset, dengan ini kami sampaikan sebagai berikut :

1. Pemohonan tain riset atas Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN F. Sidimpuan, dengan data dibawah ini :

- > Nama : Rosinar
- > NIM : 12.220.0168
- > Jurusan : Perbankan Syariah
- > Judul Skripsi : "Pengaruh Strategi Pemasaran Simpanan Haji Terhadap Minat Nasabah di PT. Bank Sumut Syariah KCP Panyabungan"

disetujui untuk melaksanakan riset di Cabang Pembantu Syariah Panyabungan yang dilaksanakan maksimal 3 (tiga) bulan sejak tanggal surat ini diterbitkan.

2. Selama melaksanakan riset mahasiswa tersebut dibimbing oleh Pemimpin Cabang Pembantu Syariah Panyabungan serta menjaga rasio bank dan diharapkan mensosialisasikan keberadaan PT. Bank Sumut di lingkungannya.
3. Selesai penelitian Skripsi mahasiswa bersangkutan diwajibkan menyerahkan 1 (satu) eksemplar Skripsi kepada PT. Bank Sumut Cq. Divisi Sumber Daya Manusia.

Demikian agar dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Divisi Sumber Daya Manusia
 Pemimpin

Tembusan

- 1. Pemimpin Cabang Syariah F. Sidimpuan
- 1. Pemimpin Cabang Pembantu Panyabungan
- 1. Sdr. Rosinar

KANTOR CABANG SYARIAH:

KANTOR PUSAT

Jl. Imam Bonjol No. 18, Medan
Phone : (061) 415 5100 - 4515100
Facsimile : (061) 414 2937 - 415 2652

Nomor : 222 /KCSy02-KCPSy015/L/2017

Panyabungan, 20 September 2017

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan
Jl. T. Rizal Nurdin Km 4.5 Sihitang
Di-
Tempat

H a l i : Keterangan Pelaksanaan Riset

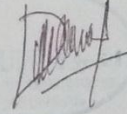
Assalamu'alaikum Wr. Wb,

Sehubungan dengan Surat No. B-765/In.14/G/TL.00/06/2017 tanggal 06 Juni 2017 hal Izin Riset, dengan ini kami sampaikan sebagai berikut :

Nama : Rosinar
NIM : 12.220.0168
Jurusan : Perbankan Syariah
Judul : "Pengaruh Strategi Pemasaran Simpanan Haji Terhadap Minat Nasabah di PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan".

Adalah benar telah melakukan riset di Bank SUMUT Cabang Pembantu Syariah Panyabungan pada tanggal 02 Juni 2017 sampai dengan tanggal 02 Agustus 2017.
Demikian kami sampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb,
PT. Bank Sumut
Pls. Capem Syariah Panyabungan


DEDI DARMADI
Wakil Pemimpin Capem