



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT  
NASABAH MEMILIH TABUNGAN HAJI  
(STUDI KASUS PT. BANK MUAMALAT  
INDONESIA, Tbk CABANG  
PADANGSIDIMPUAN)**

**SKRIPSI**

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam  
Bidang Perbankan Syariah*

**Oleh**

**ERNITA BATUBARA  
NIM: 15 40100206**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PADANGSIDIMPUAN  
2019**



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT  
NASABAH MEMILIH TABUNGAN HAJI  
(STUDI KASUS PT. BANK MUAMALAT  
INDONESIA, Tbk CABANG  
PADANGSIDIMPUAN)**

**SKRIPSI**

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam  
Bidang Perbankan Syariah*

**Oleh**

**ERNITA BATUBARA  
NIM: 15 40100206**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH**

**Pembimbing I**

**Nofinawati, SEL., MA  
NIP. 198211162011012003**

**Pembimbing II**

**Arti Damisa, MEI**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PADANGSIDIMPUAN  
2019**



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

Jalan. H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733  
Telp.(0634) 22080 Fax.(0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi  
a.n. ERNITA BATUBARA  
Lampiran : 7 (Tujuh) Eksemplar

Padangsidimpuan, 04 Oktober 2019  
Kepada Yth:  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
IAIN Padangsidimpuan  
Di-  
Padangsidimpuan

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. Ernita Batubara yang berjudul "Faktor-faktor Yang Memengaruhi Minat Nasabah Memilih Tabungan Haji (Studi Kasus PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan)".

Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ekonomi Syariah konsentrasi Ilmu Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan.

Seiring dengan hal di atas, maka saudara tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggung jawabkan skripsinya ini.

Demikianlah kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama dari Ibu, kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

**PEMBIMBING I**

Nofinawati, SEL, MA  
NIP.198211162011012003

**PEMBIMBING II**

Arti Damisa, MEI

### SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

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

Nama : **ERNITA BATUBARA**  
NIM : 1540100206  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : **Faktor-faktor Yang Memengaruhi Minat Nasabah Memilih Tabungan Haji (Studi Kasus PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan).**

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

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

Padangsidempuan, 04 Oktober 2019

Saya yang Menyatakan,



**ERNITA BATUBARA**  
NIM. 1540100206

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

---

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

Nama : ERNITA BATUBARA  
NIM : 1540100206  
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 Noneksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul "**Faktor-faktor Yang Memengaruhi Minat Nasabah Memilih Tabungan Haji (Studi Kasus PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan)**"

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif 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 penulis dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan  
Pada tanggal : 04 Oktober 2019  
Yang menyatakan,



ERNITA BATUBARA  
NIM. 1540100206



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

**DEWAN PENGUJI  
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

Nama : ERNITA BATUBARA  
NIM : 15 401 00206  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi Dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Nasabah Memilih Tabungan Haji (Studi Kasus PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan)

Ketua

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

Sekretaris

Nofinawati, MA  
NIP. 19821116 201101 2 003

Anggota

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

Nofinawati, MA  
NIP. 19821116 201101 2 003

Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd  
NIP. 19830317 201801 2 001

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

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah :

Di : Padangsidimpuan  
Hari/Tanggal : Rabu/06 November 2019  
Pukul : 13.30 – 16.00 WIB  
Hasil/Nilai : Lulus/71,5(B-)  
Indeks Prestasi Kumulatif (IPK) : 3,34  
Predikat : Sangat Memuaskan





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

**PENGESAHAN**

**JUDUL SKRIPSI : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT  
NASABAH MEMILIH TABUNGAN HAJI (STUDI KASUS PT.  
BANK MUAMALAT INDONESIA, Tbk CABANG  
PADANGSIDIMPUAN).**

**NAMA : ERNITA BATUBARA**  
**NIM : 1540100206**

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas

dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar

**Sarjana Ekonomi (S.E)**

dalam Bidang Perbankan Syariah

Padangsidempuan 10 November 2019  
Dekan,

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

## ABSTRAK

**Nama : Ernita Batubara**  
**NIM : 1540100206**  
**Judul : Faktor-faktor Yang Memengaruhi Minat Nasabah Memilih Tabungan Haji (Studi Kasus PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan)**

Permasalahan penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya fakta bahwa nasabah tabungan haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia (BMI), Tbk Cabang Padangsidimpuan mengalami fluktuasi pada setiap tahunnya. Berdasarkan ini PT. BMI, Tbk Cabang Padangsidimpuan telah melakukan berbagai motivasi baik pada produk, pelayanan dan promosi demi meningkatkan jumlah nasabah namun fakta berbicara bahwa nasabah tabungan haji pada PT. BMI, Tbk Cabang Padangsidimpuan masih belum sesuai yang diharapkan. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui Faktor-faktor Yang Memengaruhi Minat Nasabah Memilih Tabungan Haji (Studi Kasus PT. BMI, Tbk Cabang Padangsidimpuan).

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah mengenai minat, produk, pelayanan, dan promosi. Kemudian pengaruh produk terhadap minat nasabah tabungan haji, pengaruh pelayanan terhadap minat nasabah tabungan haji, dan pengaruh promosi terhadap minat nasabah tabungan haji.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Sumber data yang digunakan adalah data primer. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisisioner dengan sampel 100 nasabah dengan teknik *Aksidental*. Pengolahan data dilakukan dengan SPSS versi 23. Teknik analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji reabilitas, uji normalitas, uji linearitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, koefisien determinasi, dan uji hipotesis.

Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh variabel produk dengan minat nasabah tabungan haji pada PT. BMI, Tbk Cabang Padangsidimpuan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai  $sig < 0,1$ . Terdapat pengaruh variabel pelayanan dengan minat nasabah tabungan haji pada PT. BMI, Tbk Cabang Padangsidimpuan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai  $sig < 0,1$ . Tidak terdapat pengaruh variabel promosi dengan minat nasabah tabungan haji pada PT. BMI, Tbk Cabang Padangsidimpuan, dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai  $sig > 0,1$ . Terdapat pengaruh variabel produk, pelayanan, dan promosi dengan minat nasabah tabungan haji pada PT. BMI, Tbk Cabang Padangsidimpuan, dengan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan nilai  $sig < 0,1$ .

**Kata Kunci: Produk ( $X_1$ ), Pelayanan ( $X_2$ ), Promosi ( $X_3$ ), Minat Nasabah( $Y$ )**



## KATA PENGANTAR



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

Skripsi ini berjudul “Faktor-faktor Yang Memengaruhi Minat Nasabah Memilih Tabungan Haji (Studi Kasus PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan)., ditulis untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Perbankan Syariah, di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan.

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

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL selaku Rektor IAIN Padangsidempuan, serta Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, M.A selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum,

Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag, selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si, selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Bapak Drs. Kamaluddin, M.Ag selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Bapak Drs. H. Arbanur Rasyid, M.A selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Nofinawati, M.A sebagai Ketua Program Studi Perbankan Syariah sekaligus pembimbing I serta civitas akademik IAIN Padangsidimpuan yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidimpuan.
4. Arti Damisa MEI, Pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, yang telah sabar memberi bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Yusri Fahmi, M. Hum selaku kepala perpustakaan serta pegawai perpustakaan IAIN Padangsidimpuan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen IAIN Padangsidimpuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi Peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidimpuan.
7. Teristimewa saya haturkan kepada Ayahanda H. Samhar Hasan Batubara dan Ibunda tercinta Hj. Khodijah Nasution yang tanpa pamrih memberikan kasih

sayang, dukungan moril dan materi serta doa-doa mulia yang selalu dipanjatkan tiada hentinya, semoga Allah SWT nantinya dapat membalas perjuangan mereka dengan surga firdaus-Nya, Serta terima kasih juga kepada abang-abang saya yaitu Heriansyah Batubara dan Afrizal Hasan Batubara yang telah banyak memberikan dukungan dan motivasi kepada peneliti demi kesuksesan dalam menyelesaikan studi mulai dari tingkat dasar sampai perkuliahan akhir di IAIN Padangsidempuan dan semoga keluarga peneliti selalu dalam lindungan Allah SWT dan berkumpul kelak di surga-Nya.

8. Rekan-rekan Mahasiswa khususnya kepada sahabat yang selalu memotivasi dan memberikan semangat untuk peneliti yang terkhusus buat Ilman Zuhdi Ashari, Muhammad Sahnun, Rizka Yani Hasibuan, Norma Sari Tanjung, Nur Lela, Kartini, Rinal Wahyu Lubis, dan serta kepada teman-teman angkatan 2015 IAIN Padangsidempuan.
9. Kepada Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini..
10. Ucapan terimakasih untuk teman-teman KKL, dan Magang tahun 2018 yang telah memberikan semangat kepada penulis.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu Penulis dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

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 peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan, kemampuan dan pengalaman peneliti, untuk itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun.

Padangsidempuan, Oktober 2019

Peneliti,

**ERNITA BATUBARA**  
**NIM.15 401 00206**

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

### 1. Konsonan

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

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan 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	Syim	sy	es dan ye
ص	šad	š	es (dengan titik dibawah)

ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..’..	<i>Apostrof</i>
ي	Ya	Y	Ye

## 2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong 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
— ُ	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 vocal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا.....	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
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 yaitu:

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

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



#### **4. Syaddah (Tasydid)**

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

#### **5. Kata Sandang**

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

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

#### **6. Hamzah**

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

#### **7. Penulisan Kata**

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim, 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 transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah per kata dan bisa pula dirangkaikan.

## **8. Huruf Kapital**

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

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

## **9. Tajwid**

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

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*.  
Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan  
Lektur Pendidikan Agama.

## DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT KETERANGAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
BERITA ACARA UJIAN MUNAQOSYAH	
HALAMAN PENGESAHAN DEKAN	
ABSTRAK	
KATA PENGANTAR	
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	
DAFTAR ISI	
DAFTAR TABEL	
DAFTAR GAMBAR	
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	6
C. Batasan Masalah .....	7
D. Definisi Operasional Variabel.....	7
E. Rumusan Masalah .....	9
F. Tujuan Penelitian.....	10
G. Kegunaan Penelitian.....	11
H. Sistematika Pembahasan.....	12
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Kerangka Teori.....	14
1. Minat .....	14
a. Pengertian Minat.....	14
b. Macam-macam Minat .....	16
c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat .....	16
d. Faktor-faktor yang Mengganggu Minat .....	19
2. Produk.....	20
a. Pengertian Produk .....	20
b. Strategi-strategi Mengembangkan Produk .....	22
3. Pelayanan.....	23
a. Pengertian Pelayanan.....	23
b. Macam-macam Pelayanan.....	25
c. Etika Pelayanan .....	26
d. Pengaruh Pelayanan Terhadap Minat .....	26

4.	Promosi.....	27
a.	Pengertian Promosi.....	27
b.	Alat Promosi.....	28
c.	Pengaruh Promosi Terhadap Minat.....	30
5.	Haji.....	30
a.	Pengertian Haji.....	30
b.	Syarat Haji dan Rukun Haji.....	31
c.	Macam-macam Haji.....	32
<b>B.</b>	<b>Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>33</b>
<b>C.</b>	<b>Landasan Berpikir.....</b>	<b>36</b>
<b>D.</b>	<b>Hipotesis.....</b>	<b>38</b>

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A.	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	40
B.	Jenis Penelitian.....	40
C.	Populasi dan Sampel.....	40
1.	Populasi.....	40
2.	Sampel.....	41
D.	Instrumen Pengumpulan Data.....	42
1.	Kuesioner.....	42
2.	Dokumentasi.....	44
E.	Teknik Analisis Data.....	44
1.	Uji Validitas.....	44
2.	Uji Reabilitas.....	45
3.	Uji Normalitas.....	45
4.	Uji Linearitas.....	46
5.	Uji Asumsi Klasik.....	46
a.	Uji Multikolonieritas.....	47
b.	Uji Autokorelasi.....	47
c.	Uji Heteroskedastisitas.....	48
6.	Analisis Regresi Linier Berganda.....	48
7.	Koefisien Determinasi Sederhana ( $R^2$ ).....	49
8.	Uji Hipotesis.....	50
a.	Uji t (Uji Parsial).....	50
b.	Uji F (Uji Simultan).....	51

### **BAB IV HASIL PENELITIAN**

A.	Gambaran Umum PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.....	52
1.	Sejarah.....	52
2.	Visi dan Misi.....	54
3.	Struktur Organisasi.....	54
4.	Produk dan Layanan.....	55
5.	Tabungan Muamalat iB.....	56

B. Analisis Hasil Penelitian .....	58
1. Karakteristik Responden .....	58
a. Jenis Kelamin Responden.....	59
b. Usia Responden .....	59
c. Pekerjaan Responden.....	60
2. Deskripsi Jawaban Responden .....	61
a. Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Variabel Produk.....	61
b. Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Variabel Pelayanan....	63
c. Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Variabel Promosi .....	65
d. Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Variabel Minat Nasabah .....	67
3. Uji Validitas .....	70
4. Uji Reabilitas .....	72
5. Uji Normalitas .....	72
6. Uji Linearitas .....	73
7. Uji Asumsi Klasik .....	75
a. Uji Multikolonieritas .....	75
b. Uji Autokorelasi .....	76
c. Uji Heteroskedastisitas .....	77
2. Analisis Regresi Linier Berganda .....	78
3. Koefisien Determinasi Sederhana ( $R^2$ ).....	81
4. Uji Hipotesis.....	82
a. Uji t (Uji Parsial) .....	82
b. Uji F (Uji Simultan).....	84
C. Pembahasan Hasil Analisis Data .....	85
D. Keterbatasan Penelitian.....	90

## **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	92
B. Saran .....	93

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

## **DAFTAR LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

### Halaman

Tabel 1. 1	Jumlah Nasabah Tabungan Haji PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Padangsidempuan.....	5
Tabel 1. 2	Definisi Operasional Variabel.....	8
Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu .....	33
Tabel 3. 1	Skala Ordinal.....	43
Tabel 3. 2	Kisi-kisi Angket .....	43
Tabel 3. 3	Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi .....	50
Tabel 4. 1	Fitur Umum Tabungan Muamalat iB.....	56
Tabel 4. 2	Hasil Deskripsi Jawaban Terhadap Variabel Produk.....	61
Tabel 4. 3	Hasil Deskripsi Jawaban Terhadap Variabel Pelayanan .....	63
Tabel 4. 4	Hasil Deskripsi Jawaban Terhadap Variabel Promosi.....	65
Tabel 4. 5	Hasil Deskripsi Jawaban Terhadap Variabel Minat Nasabah.....	67
Tabel 4. 6	Hasil Uji Validitas Produk .....	70
Tabel 4. 7	Hasil Uji Validitas Pelayanan .....	71
Tabel 4. 8	Hasil Uji Validitas Promosi .....	71
Tabel 4. 9	Hasil Uji Reliabilitas.....	72
Tabel 4. 10	Hasil Uji Normalitas .....	73
Tabel 4. 11	Hasil Uji Linieritas Produk .....	74
Tabel 4. 12	Hasil Uji Linieritas Pelayanan .....	74
Tabel 4. 13	Hasil Uji Linieritas Promosi .....	75
Tabel 4. 14	Hasil Uji Multikolonearitas .....	76
Tabel 4. 15	Hasil Uji Autokolerasi .....	77
Tabel 4. 16	Hasil Uji Heterokedastisitas.....	78
Tabel 4. 17	Analisis Regresi Linier Berganda .....	79
Tabel 4. 18	Koefisien Determinasi .....	81
Tabel 4. 19	Hasil Parsial (Uji t) .....	83
Tabel 4. 20	Hasil Parsial (Uji t) .....	83
Tabel 4. 21	Hasil Simultan (Uji F).....	84



## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 2. 1 Kerangka Pikir.....	37
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi.....	54
Gambar 4. 2 Jenis Kelamin Responden .....	59
Gambar 4. 3 Usia Responden.....	59
Gambar 4. 4 Pekerjaan Responden .....	60

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara bagi pihak yang berlebihan dana dan pihak yang kekurangan dana untuk melakukan kegiatan usahanya berdasarkan syariat Islam. Semua produk yang ditawarkan oleh bank termasuk kegiatan usaha yang dijalankannya tidak boleh bertentangan dengan prinsip-prinsip syariat Islam.<sup>1</sup>

Bank syariah pertama di Indonesia adalah Bank Muamalat Indonesia (BMI). BMI semakin berkembang dan mempermudah nasabah melakukan transaksi. BMI membuka kantor cabang diberbagai kota salah satunya yaitu di kota Padangsidempuan. PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Padangsidempuan berdiri pada tanggal 03 Juli 2003. Terletak di jalan Gatot Subroto No. 08 Kota Padangsidempuan.

Produk dan jasa yang ditawarkan oleh Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Padangsidempuan sangat banyak dan bervariasi. Produk-produk yang ditawarkan yaitu: tabungan iB Hijrah, tabungan iB hijrah rencana, tabungan iB hijrah Prima berhadiah, tabungan iB hijrah Haji, dan banyak lagi. Produk tabungan haji ini merupakan produk bagi nasabah yang ingin naik haji yang disediakan oleh pihak bank yang terkoneksi secara *online* dengan sistem komputer haji terpadu (siskohat). Seorang muslim yang baik pasti bercita-cita untuk menunaikan ibadah haji.

---

<sup>1</sup>Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Syariah* (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), hlm. 1.

Ketika seseorang sudah berhasil menunaikan keempat rukun Islam sebelum haji (syahadat, shalat, puasa, dan zakat), maka seseorang terdorong untuk menunaikan haji. Dengan kata lain, ibadah haji memiliki dua status hukum, wajib bagi yang mampu dan tidak wajib bagi yang tidak mampu. Sebagaimana firman Allah QS. Ali Imran Ayat 97 yang berbunyi:

فِيهِ آيَاتٌ بَيِّنَاتٌ مَّقَامُ إِبْرَاهِيمَ وَمَنْ دَخَلَهُ كَانَ آمِنًا وَلِلَّهِ عَلَى  
النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ اللَّهَ  
غَنِيٌّ عَنِ الْعَالَمِينَ<sup>2</sup>

Artinya: Padanya terdapat tanda-tanda yang nyata, (di antaranya) maqam Ibrahim; barangsiapa memasukinya (Baitullah itu) menjadi amanlah dia; mengerjakan haji adalah kewajiban manusia terhadap Allah, yaitu (bagi) orang yang sanggup mengadakan perjalanan ke Baitullah. Barangsiapa mengingkari (kewajiban haji), maka sesungguhnya Allah Maha Kaya (tidak memerlukan sesuatu) dari semesta alam. [QS. Ali Imran 3:97].<sup>3</sup> Departemen Agama RI, *Al-AliyyAl-Quran dan Terjemahannya* (Jawa Barat: CV. Penerbit Diponegoro, 2009), hlm. 26

Berdasarkan ayat diatas dapat dijelaskan bahwa terdapat tanda bekas kaki beliau yang sebagai bukti kekuasaan Allah menguasai jiwa manusia dan sebagai bukti keagungan tempat itu. Berkunjung kesana untuk mengerjakan haji itu adalah kewajiban terhadap Allah, dan bagi yang sanggup mengadakan perjalanan kesana dari segi kemampuan fisik, persiapan bekal untuk dirinya, keluarga yang ditinggalkan dan selama perjalanan itu aman baginya. Yang

<sup>2</sup>Departemen Agama RI, *Al-AliyyAl-Quran dan Terjemahannya* (Jawa Barat: CV. Penerbit Diponegoro, 2009), hlm. 26

<sup>3</sup>Said Agil Husein Almunawar, Abdul Halim. *Fikih Haji: Menuntun Jama'ah Mencapai Haji Mabruur*, Jakarta: Ciputat Press: 2003.

melaksanakannya dengan tulus dan sempurna maka akan mendapatkan surga, sedangkan yang tidak melaksanakan haji padahal dia mampu maka Allah tidak memerlukan sesuatu dari semesta alam, baik yang taat maupun ingkar.<sup>4</sup>

Nasabah akan memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Maka PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Padangsidempuan menawarkan produk yang sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh nasabah dan menawarkan kepada nasabah produk tabungan haji dengan biaya yang murah sesuai dengan keinginan nasabah.

Salah satu hal penting menarik minat nasabah selain memberikan hadiah kepada nasabah adalah melakukan promosi kepada calon nasabah. Tanpa promosi jangan diharapkan nasabah dapat mengenal bank. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana 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. Promosi yang dilakukan Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan salah satunya melalui brosur yang disebarluaskan. Sama halnya dengan pelayanan yang diberikan oleh bank juga mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan produk bank.

Strategi yang dilakukan oleh Bank Muamalat Indonesia, Tbk Padangsidempuan dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji yaitu dengan memberikan biaya yang murah, karyawan memberikan brosur kepada nasabah untuk menarik minat nasabah untuk memilih produk tabungan haji.

---

<sup>4</sup>Shihab, M. Quraish, Tafsir Al Misbah: Pesan, Kesan dan Keserasian Al-qur-an, (Jakarta: Lentera Hati, 2002), hlm. 195-197.

Selain itu, karyawan melakukan pendekatan-pendekatan dengan mengikuti pengajian-pengajian dengan tujuan memperkenalkan produk dan meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji.

Berdasarkan informasi yang diperoleh melalui hasil wawancara dengan Ibu Wilda Khairani selaku salah satu nasabah tabungan haji di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan beliau mengatakan bahwa biaya yang ditawarkan Bank Muamat lebih rendah dibandingkan dengan tabungan haji yang ada di bank lain.<sup>5</sup> Selain itu, ketertarikan beliau dengan pelayanan yang penuh keikhlasan dan keramahan pegawai terhadap nasabah, sehingga beliau percaya untuk menabung di Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.

Serta PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan memberikan rangsangan berupa *souvenir* dan hadiah-hadiah yang menarik kepada nasabah tabungan haji. Ini bertujuan untuk agar calon nasabah tertarik untuk menggunakan produk tabungan haji. *Souvenir* yang eksklusif yang berpariasi dan perlengkapan haji akan diberikan kepada nasabah yang telah melunasi biaya setoran haji.

Berdasarkan data yang diperoleh peneliti menyatakan bahwa jumlah nasabah tabungan haji di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan mengalami fluktuasi. Data tersebut bisa dilihat pada tabel 1.1 dibawah ini:

---

<sup>5</sup>Wawancara dengan Ibu Wilda Khairani, Nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan, Kamis, 14 februari 2019 pukul 14.30 WIB.

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Nabah Tabungan Haji PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk.**  
**Cabang Padangsidimpuan Periode 2014-2018**

No.	Tahun	Jumlah Nasabah
1	2014	444 nasabah
2	2015	434 nasabah
3	2016	694 nasabah
4	2017	672 nasabah
5	2018	1299 nasabah
Jumlah		3543 nasabah

(Sumber : PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Padangsidimpuan)

Berdasarkan tabel 1.1 di atas dapat dilihat bahwa jumlah nasabah tabungan haji pada tahun 2014 sebanyak 444 nasabah mengalami penurunan pada tahun 2015 sebanyak 2,26%, pada tahun 2016 mengalami kenaikan sebanyak 37,46%, kemudian pada tahun 2017 mengalami penurunan sebanyak 3,27%, dan pada tahun 2018 mengalami kenaikan sebanyak 51,73%.

Perkembangan jumlah nasabah tabungan haji mengalami fluktuasi setiap tahunnya. Dalam memasarkan produknya Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan mempunyai strategi pemasaran yang baik. Selain itu, bank harus mengetahui faktor-faktor apa saja yang menarik minat nasabah untuk memilih membuka tabungan haji di Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan.

Adapun penelitian terdahulu mengenai keputusan nasabah yang pernah dilakukan dan sebagai penguat penelitian ini. Jati Handayani judul Keputusan Nasabah Dalam memilih Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri) menyatakan bahwa:

Variabel eksternal berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan dalam memilih perbankan syariah adalah Produk, Harga, Promosi, dan

Tempat. Variabel internal juga berpengaruh terhadap keputusan dalam memilih perbankan syariah yaitu faktor sosial dan faktor personal.<sup>6</sup>

Menurut Ida Nurlaeli yang berjudul Pengaruh Faktor Budaya, Psikologis, Pelayanan, Promosi, Dan Pengetahuan Tentang Produk Terhadap Keputusan Nasabah Memilih BPRS di Bayumas menyatakan bahwa:

Hasil menunjukkan bahwa secara parsial, faktor budaya tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah, secara parsial, faktor psikologis tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah, secara parsial, faktor promosi berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah, secara parsial, faktor pengetahuan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah.<sup>7</sup>

Berdasarkan latar belakang masalah, maka peneliti tertarik mengangkat permasalahan ini dalam judul skripsi **“Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Nasabah Memilih Tabungan Haji (Studi Kasus Pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Padangsidempuan)”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, peneliti mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bank Muamalat Indonesia memiliki berbagai macam pilihan produk haji bank syariah tetapi jumlah nasabah haji mengalami fluktuasi setiap tahunnya.

---

<sup>6</sup>Jati Handayani, “Keputusan Nasabah dalam Memilih Perbankan Syariah (Studi kasus pada Nasabah Bank Mandiri)” Jurnal Akutansi Bisnis dan Perbankan Indonesia (JABPI)Vol. 22, No. 2 Juli 2014, hlm. 201.

<sup>7</sup>Ida Nurlaeli, “Pengaruh Faktor Budaya, Psikologis, Pelayanan, Promosi, dan Pengetahuan Tentang Produk Terhadap Keputusan Nasabah Memilih BPRS di Bayumas” (Jurnal Pemikiran Islam, Vol XVIII, No. 2 Juni 2017), hlm. 102.



2. Pelayanan Bank Muamalat Indonesia untuk meningkatkan jumlah nasabah haji sudah baik seperti biaya yang murah dan melakukan pendekatan-pendekatan ke pengajian untuk memperkenalkan produk haji tetapi belum bisa meningkatkan jumlah nasabah haji.
3. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan sudah melakukan promosi yang cukup baik namun minat nasabah memilih tabungan haji belum meningkat.

### **C. Batasan Masalah**

Pembatasan masalah dalam penelitian merupakan upaya untuk memfokuskan persoalan yang akan diteliti. Dari beberapa identifikasi masalah tersebut, maka masalah dalam penelitian ini dibatasi pada faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah memilih tabungan haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan, agar permasalahan tidak melebar dalam penulisan skripsi ini. Peneliti memberikan batasan dan rumusan masalah terhadap objek yang dikaji. Masalah penelitian ini adalah faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah terhadap produk tabungan haji.

### **D. Definisi Operasional Variabel**

Defenisi operasional variabel diperlukan untuk menentukan jenis dan indikator variabel-variabel terkait dalam penelitian dimaksudkan untuk menentukan skala masing-masing variabel sehingga pengujian hipotesis dengan menggunakan alat bantu statistik dapat dilakukan secara benar. Untuk menghindari kesalahpahaman istilah yang digunakan dalam penelitian maka

dibuat definisi operasional variabel guna menerangkan beberapa istilah sebagai berikut:

1. Variabel Terikat (Dependen)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dan yang menjadi variabel terikat dalam penelitian ini adalah minat (Y).

2. Variabel Bebas (Independen)

Variabel bebas adalah variabel yang memengaruhi atau yang menjadi sebab dari perubahan atau timbulnya variabel terikat (dependent). Dimana yang menjadi variabel bebas dalam penelitian ini adalah produk ( $X_1$ ), Pelayanan ( $X_2$ ), dan promosi ( $X_3$ ).

3. Skala Pengukuran Ordinal

Skala pengukuran ordinal adalah tingkat pengukuran yang mempunyai informasi skala nominal ditambah dengan sarana peringkat relatif tertentu yang memberikan informasi apakah suatu objek memiliki karakteristik yang lebih atau kurang tetapi bukan beberapa banyak kekurangan dan kelebihanannya.<sup>8</sup>

**Tabel 1.2**  
**Definisi Operasional Variabel**

<b>Jenis Variabel</b>	<b>Definisi Variabel</b>	<b>Indikator Variabel</b>	<b>Skala Pengukuran</b>
Produk ( $X_1$ )	Sesuatu yang memberikan manfaat baik dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari atau sesuatu yang	-Terjangkau -Mutu produk -Keyakinan -Keunggulan	Ordinal

<sup>8</sup>Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Kharisma Putra Utama, 2011), hlm. 126.

	ingin dimiliki oleh konsumen. Produk biasanya digunakan untuk dikonsumsi baik untuk kebutuhan rohani maupun jasmani. <sup>9</sup>		
Pelayanan (X <sub>2</sub> )	Pelayanan merupakan tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah. <sup>10</sup>	- <i>Tangible</i> (wujud) - <i>Empaty</i> (perhatian) - <i>Realibility</i> (keandalan) - <i>Responsiveness</i> (daya tangkap)	Ordinal
Promosi (X <sub>3</sub> )	Promosi merupakan suatu ungkapan dalam arti luas kegiatan-kegiatan yang secara aktif dilakukan oleh perusahaan (penjual) untuk mendorong konsumen membeli produk yang di tawarkan. <sup>11</sup>	-Kuantitas -Jangkauan promosi -Pelayanan iklan atau informasi	Ordinal
Minat Nasabah (Y)	Minat adalah kecenderungan jiwa yang tetap ke jurusan sesuatu hal yang berharga bagi orang lain. <sup>12</sup>	-Pencarian informasi -Suasana hati -Keputusan membeli -Perilaku sesudah membeli	Ordinal

### E. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Apakah terdapat pengaruh produk terhadap minat nasabah memilih tabungan haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Padangsidempuan ?

<sup>9</sup>Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), hlm 123.

<sup>10</sup>Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2015), hlm. 15.

<sup>11</sup>Panji Anoraga, *menejemen Bisnis* (Jakarta: Rineka Cipta , 2015, hlm . 222.

<sup>12</sup>Zakiah Daradjad, *Metodik Khusus Pengajaran Agama Islam*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1995), hlm. 133.

2. Apakah terdapat pengaruh pelayanan terhadap minat nasabah memilih tabungan haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Padangsidempuan ?
3. Apakah terdapat pengaruh promosi terhadap minat nasabah memilih tabungan haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Padangsidempuan ?
4. Apakah terdapat pengaruh faktor produk, faktor pelayanan, dan faktor promosi secara bersama-sama terhadap keputusan nasabah memilih tabungan haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Padangsidempuan ?

#### **F. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap minat nasabah dalam memilih produk tabungan haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Padangsidempuan.
2. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap minat nasabah dalam memilih tabungan haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Padangsidempuan.
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap minat nasabah dalam memilih tabungan haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Padangsidempuan.
4. Untuk mengetahui pengaruh faktor produk, faktor pelayanan, dan faktor promosi secara bersama-sama terhadap keputusan nasabah memilih

tabungan haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Padangsidempuan.

## **G. Kegunaan Penelitian**

### 1. Teoritis

a. Bagi Lingkungan Pendidikan, untuk perluasan khazanah teori dari penelitian terdahulu mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat nasabah memilih tabungan haji PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Padangsidempuan.

b. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai pengembangan keilmuan dan untuk kemajuan pendidikan, khususnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan serta sebagai referensi tambahan bagi peneliti berikutnya.

### 2. Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan peneliti tentang faktor-faktor yang memengaruhi minat nasabah memilih tabungan haji dan awal sebuah pelajaran untuk melakukan penelitian selanjutnya disamping sebagai kewajiban dalam penyelesaian jenjang sarjana.

b. Bagi Bank

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan bahan masukan untuk PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang

Padangsidimpuan tentang faktor-faktor yang memengaruhi minat nasabah memilih tabungan haji sehingga dapat menentukan kebijakan selanjutnya.

## **H. Sistematika Pembahasan**

Adapun sistematika dari penelitian ini:

BAB I adalah pendahuluan yang di dalamnya berisikan latar belakang masalah yaitu uraian mengenai masalah dalam penelitian yang menjadi objek penelitian, identifikasi masalah yaitu aspek-aspek yang berhubungan masalah yang menjadi objek penelitian. Identifikasi masalah berisikan aspek yang berhubungan dengan masalah yang menjadi objek penelitian dari masalah tersebut akan muncul dan dapat di angkat sejumlah besar aspek masalah yang saling berkaitan erat antar yang satu dengan lainnya. Batasan masalah yaitu membatasi cakupan atau ruanglingkup penelitian yang hanya pada beberapa masalah yang dianggap penting, definisi operasional variabel yang berisikan indikator dari setiap variabel yang digunakan dalam penelitian, rumusan masalah yaitu berisikan rangkuman masalah yang terdapat dalam latar belakang masah, tujuan penelitian yaitu berisikan maksud atau tujuan dilakukannya penelitian yang merupakan jawaban dari rumusan masalah dan kegunaan penelitian yaitu berisikan manfaat dilakukannya penelitian.

BAB II adalah landasan teori yang didalamnya kerangka teori yaitu berisikan pembahasan-pembahasan mengenai variabel atau objek yang akan di teliti, penelitian terdahulu yaitu memuat hasil penelitian orang lain yang dapat mendukung hasil penelitian tentang masalah yang ingin dipecahkan untuk

melihat hubungan antar variabel yang diteliti dan hipotesis yaitu jawaban sementara atau hasil penelitian.

BAB III adalah metode penelitian yang didalamnya berisikan lokasi dan waktu penelitian yaitu memuat tempat dilakukan penelitian serta waktu dilakukannya penelitian, jenis penelitian yaitu menjelaskan jenis penelitian yang akan dilakukan dan karakteristiknya, sumber data yaitu berisikan sumber-sumber data yang sesuai dengan penelitian, populasi dan sampel yaitu, dimana populasi jumlah keseluruhan data yang akan diteliti dan sampel merupakan sebagian dari populasi, instrumen dan teknik pengumpulan data yaitu cara ataupun alat untuk mengumpulkan data, dan teknik analisis data yaitu pengolahan dan analisis data dengan menggunakan statistik, teknik atau rumus statistik yang akan digunakan harus sesuai dengan masalah penelitian.

BAB IV adalah peneliti menguraikan sejarah dan gambaran umum perusahaan untuk lebih mengenal yang menjadi objek penelitian, kemudian hasil pengolahan data-data yang kemudian setiap hasil dianalisis dan dilanjutkan tentang pembahasan mengenai hasil pengolahan data yang dilakukan sesuai dengan metode penelitian.

BAB V menjelaskan kesimpulan dari penelitian ini yang merupakan jawaban dari rumusan masalah yang telah dipaparkan serta saran-saran yang diberikan peneliti terhadap perusahaan maupun peneliti selanjutnya sesuai dengan hasil penelitian.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Kerangka Teori**

##### **1. Minat**

###### **a. Pengertian Minat**

Pengertian Minat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah memiliki arti kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah, keinginan. Jadi harus ada sesuatu yang ditimbulkan, baik dari dalam dirinya maupun dari luar untuk menyukai sesuatu.<sup>1</sup> Sedangkan menurut Zakiah Daratjat “Minat adalah kecenderungan jiwa yang tetap ke jurusan sesuatu hal yang berharga bagi orang lain.”<sup>2</sup>

Sedangkan menurut Yudrik Jahja dalam bukunya psikologi pendidikan minat merupakan suatu dorongan yang menyebabkan terikatnya perhatian individu dalam suatu objek tertentu seperti pekerjaan, pelajaran, benda serta orang.<sup>3</sup>

Sedangkan menurut Slameto dalam bukunya belajar dan Faktor-faktor yang mempengaruhinya menyatakan bahwa: Minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktifitas, tanpa ada yang menyeluruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan

---

<sup>1</sup>Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2001), hlm. 744.

<sup>2</sup> Zakiah Daradjad, *Metodik Khusus Pengajaran Agama Islam*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1995), hlm. 133.

<sup>3</sup>Adi Sasmito Utomo, “Minat Siswa Dalam Mengikuti Kegiatan Ekstrakurikuler Olahraga (Studi Kasus di SMP N 2 Tanjung Kabupaten Semarang Tahun 2011)” (Skripsi, Universitas Negeri Semarang, 2011), hlm. 13.



suatu hubungan antara diri sendiri dengan suatu di luar sendiri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minat.<sup>4</sup>

Menurut H.C. Witherington “mengemukakan bahwa arti minat adalah kesadaran seseorang, bahwa suatu objek, seseorang, suatu soal atau situasi mengandung sangkut dengan dirinya.”<sup>5</sup> Dan menurut Decroly “minat ialah pernyataan suatu kebutuhan yang tidak terpenuhi.”<sup>6</sup>

Dari pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa minat adalah rasa lebih suka terhadap sesuatu yang menyebabkan terikatnya perhatian seseorang tanpa ada yang menyuruh.

Diminati atau tidaknya suatu lembaga keuangan sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor yang sifatnya psikologis yang menyangkut aspek-aspek perilaku, sikap dan selera. Tetapi bukan hanya faktor psikologis saja, ada banyak faktor yang mempengaruhi masyarakat untuk menggunakan jasa lembaga keuangan syariah. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah/ masyarakat dalam menggunakan jasa layanan perbankan adalah konsumsi, pendapatan, produk, atau jenis tabungan, lokasi, pelayanan, kesadaran masyarakat dan promosi.<sup>7</sup>

---

<sup>4</sup>Slameto, *Belajar & Faktor-faktor yang Mempengaruhinya* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hlm. 180.

<sup>5</sup> H.C. Witherington, *Psikologi Pendidikan*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 1999), hlm. 135.

<sup>6</sup> Zakiah Daradjad, *Op-Cit*, hlm. 133.

<sup>7</sup>Moch Darsyah Sinungan, *Manajemen Dana Bank* (Jakarta: Rineka Cipta, 1990), hlm. 88.

## **b. Macam-macam Minat**

Menurut Elizabeth B. Hurlock minat dapat di golongan menjadi beberapa macam yaitu:<sup>8</sup>

- 1) Minat terhadap tubuh manusia
- 2) Minat terhadap penampilan
- 3) Minat pada pakaian
- 4) Minat terhadap nama
- 5) Minat terhadap lambang status
- 6) Minat pada agama
- 7) Minat pada seks
- 8) Minat pada sekolah
- 9) Minat pada pekerjaan di masa depan

## **c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat**

Menurut kasmir ada terdapat beberpa faktor yang mempengaruhi minat nasabah menjadi nasabah di bank syariah adalah yaitu:<sup>9</sup>

- 1) Pelayanan yang prima, artinya pelayanan terhadap produk yang dijual harus dilakukan secara baik, sehingga nasabah cepat mengerti dan memahami produk tersebut dibandingkan dengan produk lainnya.
- 2) Sarana dan pra sarana yang dimiliki harus dapat menunjang kelebihan produk yang dimiliki, seperti kecanggihan dan

---

<sup>8</sup>Elizabeth B. Hurlock, *Perkembangan Anak*, (Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama, 1978), hlm. 119-143.

<sup>9</sup>Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2004), hlm. 188.

kelengkapan teknologi yang dimilikinya, sehingga mampu melayani nasabah secara cepat dan tepat

- 3) Lokasi dan *lay out* gedung dan ruangan, hal ini sangat berpengaruh terhadap kenyamanan dan keamanan nasabah selama berhubungan dengan bank
- 4) Nama baik bank, yaitu menjadi jaminan bagi nasabah untuk membeli produk bank, oleh karena itu bank harus pandai menjaga nama baik, mengingat jasa bank yang ditawarkan merupakan bisnis kepercayaan

Berdasarkan pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah untuk menjadi nasabah di bank syariah adalah harus dari dorongan hati kita sendiri dan nama baik bank tersebut serta pelayanan yang diberikan oleh bank

Sedangkan menurut Nugroho J. Setiadi ada beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu:<sup>10</sup>

- 1) Faktor kebudayaan

Kebudayaan merupakan faktor penentu yang paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Bila makhluk-makhluk lainnya bertindak berdasarkan naluri, maka perilaku manusia umumnya di pelajari. Di dalam faktor budaya ini terdiri dari kebudayaan, subbudaya, dan kelas sosial

---

<sup>10</sup>Nugroho J. Setiadi, *Op-Cit*, hlm. 12.

## 2) Faktor sosial

Seseorang umumnya sangat dipengaruhi oleh kelompok sosial mereka yang ada di lingkungan sosial sekitarnya. Dalam kehidupan sosial ini terdiri dari 3 komponen yaitu, kelompok sosial, keluarga, dan peran status

## 3) Faktor pribadi

Merupakan suatu variable yang sangat berguna dalam menganalisis perilaku konsumen. Bila jenis-jenis kepribadian dapat diklasifikasikan dan memiliki korelasi yang kuat antara jenis-jenis kepribadian tersebut dan berbagai pilihan produk atau merek. Di dalam faktor pribadi ini terdiri dari 3 komponen yaitu: umur dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri

## 4) Faktor-faktor psikologi

Adapun kebutuhan yang bersifat psikogenetik yaitu kebutuhan yang timbul dari keadaan fisiologis tertentu, seperti kebutuhan untuk diakui, kebutuhan harga atau kebutuhan diterima. Dalam faktor psikologis terdapat beberapa hal penting yaitu: motivasi, persepsi, proses belajar, kepercayaan dan sikap.

#### **d. Faktor-faktor yang Mengganggu Minat**

Walaupun konsumen membentuk evaluasi merek, dua faktor berikut berada diantara niat pembelian dan keputusan pembelian yaitu:<sup>11</sup>

##### 1) Faktor Sikap orang lain

Sejauh mana sikap orang lain mengurangi alternatif yang disukai seseorang akan bergantung pada dua hal yaitu: intensitas sikap negatif orang lain terhadap alternatif yang disukai konsumen dan motivasi konsumen untuk menuruti keinginan orang lain. Semakin gencar sikap negatif orang lain tersebut dengan konsumen, konsumen akan semakin mengubah niat pembeliannya. Keadaan sebaliknya juga berlaku. Preferensi pembelian terhadap merek tertentu akan meningkat jika yang ia sukai juga menyukai merek yang sama.<sup>12</sup>

##### 2) Faktor situasi yang tidak terantisipasi

Faktor situasi yang tidak terantisipasi yang dapat muncul dan mengubah niat pembelian. Preferensi dan bahkan niat pembelian bukan merupakan peramal perilaku pembelian yang benar-benar andal.

---

<sup>11</sup>Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1* (Jakarta: PT. Indeks, 2009), hlm. 242.

<sup>12</sup>*Ibid.*,

## 2. Produk

### a. Pengertian Produk

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, digunakan atau untuk dikonsumsi guna untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan. Dalam definisi secara luas produk sekaligus objek secara fisik, jasa, orang, tempat. Organisasi, ide atau bauran dari semua bentuk-bentuk yang tadi.<sup>13</sup>

Kesimpulannya bahwa produk merupakan sesuatu hal yang memberikan manfaat baik dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-hari atas sesuatu yang ingin dimiliki konsumen. Untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan akan produk, maka konsumen harus mengorbankan sesuatu sebagai balas jasa.

Dalam pandangan islam produksi merupakan suatu hal yang sangat penting. Al-Quran menggunakan konsep produksi barang dalam arti yang sangat luas. Tekanan Al-Quran diarahkan pada manfaat dari barang yang di produksi. Memproduksi suatu barang harus mempunyai hubungan dengan manusia, bukan untuk memproduksi barang-barang mewah secara berlebihan yang tidak sesuai dengan kebutuhan manusia.

Islam juga mengajarkan untuk memperhatikan kualitas dan keberadaan produk tersebut. Islam melarang jual-beli suatu produk

---

<sup>13</sup>Kasmis, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana PrenadaMedia Group, 2010), hlm. 123.

yang belum jelas (*gharar*) bagi pembeli. Pasalnya berpotensi terjadinya penipuan dan ketidakadilan terhadap salah satu pihak yang mana Allah SWT telah menerangkannya dalam surah *Al-Muthaffifin* ayat 1-3 yang berbunyi :

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ﴿١﴾ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ  
يَسْتَوْفُونَ ﴿٢﴾ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ﴿٣﴾

Artinya: 1. Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang, 2. (yaitu) orang-orang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, 3. Dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi.<sup>14</sup>

Selain keberadaan suatu produk, Islam juga memerintahkan untuk memperhatikan kualitas produk. Barang yang dijual harus terang dan jelas kualitasnya, sehingga pembeli dapat dengan mudah memberi penilaian.<sup>15</sup>

Setiap produk yang diterbitkan ke pasar tidak selalu mendapat respon yang positif. Bahkan cenderung mengalami kegagalan jauh lebih besar dibandingkan keberhasilannya. Untuk mengantisipasi agar produk yang diterbitkan berhasil sesuai dengan tujuan yang diharapkan, maka penerbitan produk diperlukan strategi-strategi tertentu.

<sup>14</sup>Departemen Agama RI, *Al-AliyyAl-Quran dan Terjemahannya* (Jawa Barat: CV. Penerbit Diponegoro, 2009), hlm. 578.

<sup>15</sup>Firdaus NH. Dkk, *Dasar & Strategi Pemasaran Syariah*, (Jakarta: Renaisan, 2005), hlm. 28

## **b. Strategi-strategi Mengembangkan Produk**

Adapun strategi-strategi yang dilakukan untuk mengembangkan produk sebagai berikut:

### 1) Menentukan logo dan motto

Logo merupakan ciri khas suatu perusahaan, sedangkan motto merupakan serangkaian kata-kata yang berisikan misi dan visi perusahaan dalam melayani masyarakat. Logo dan merek juga sering disebut sebagai ciri produk. Baik logo maupun motto harus dirancang dengan benar. Pertimbangan pembuatan logo maupun motto adalah harus memiliki arti (dalam arti positif), menarik perhatian, dan mudah diingat.

### 2) Menciptakan merek

Karena jasa memiliki beraneka ragam, maka setiap jasa harus memiliki nama. Tujuannya agar mudah dikenal dan diingat pembeli. Nama ini dikenal dengan nama merek. Merek merupakan suatu untuk mengenal barang atau jasa yang ditawarkan. Pengertian merek sering diartikan sebagai nama, istilah, simbol, desain, atau atau kombinasi dari semuanya. Penciptaan merek harus memperhatikan beberapa faktor, seperti mudah diingat, terkesan hebat dan modern, memiliki arti, dan menarik perhatian.

Dalam strategi produk, perusahaan harus dapat melihat produk apa yang lebih dibutuhkan dan diinginkan oleh



konsumen sehingga perusahaan dapat memperoleh banyak nasabah. Selain itu kualitas dan keberadaan produk juga harus diperhatikan agar tidak terjadi penipuan yang dapat merugikan salah satu pihak.

### 3. Pelayanan

#### a. Pengertian Pelayanan

Phillip Kotler dalam buku H. Melayu “pelayanan merupakan setiap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fiksi”.<sup>16</sup>

Sedangkan menurut kasmir “Pelayanan merupakan tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah”.<sup>17</sup> Pelayanan merupakan suatu kegiatan di setiap perusahaan atau lembaga keuangan atau menarik simpati dan memberikan pelayanan terbaik sehingga nasabah nyaman untuk melakukan transaksi dengan bank demi terciptanya nasabah yang loyal terhadap bank tersebut pada akhirnya.<sup>18</sup>

Berdasarkan pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa pelayanan harus selalu bersifat adil dan ramah, tidak membeda-

---

<sup>16</sup> H. Melayu, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009), hlm. 152.

<sup>17</sup> Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2015), hlm. 15.

<sup>18</sup> Ikatan Bankir Indonesia, *Memahami Bisnis Bank* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.2012), hlm. 189.

bedakan status dan selalu memberikan kepuasan kepada nasabahnya.

Parasuraman telah mengembangkan suatu alat untuk mengukur persepsi nasabah atas kualitas layanan meliputi lima dimensi yaitu:

- 1) *Tangibles* (bukti fisik), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, personilnya dan sarana komunikasi. Penampilan karyawan yang baik akan memberikan rasa dihargai bagi nasabah yang dilayani sedang dalam peralatan dan teknologi yang dipergunakan dalam memberikan layanan akan memberikan kontribusi pada kecepatan layanan.
- 2) *Reliability* (kehandalan), yaitu kemampuan untuk menghasilkan kinerja pelayanan yang dijanjikan secara akurat dan pasti.
- 3) *Responsiveness* (daya tanggap), yaitu kemampuan para karyawan untuk membantu para nasabah dan memberikan layanan dengan tanggap.
- 4) *Assurance* (jaminan), kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh para staf, bebas dari bahaya, resiko dan keraguan.
- 5) *Empathy* (perhatian), yaitu kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan nasabah.

Untuk memberikan pelayanan prima dan menjalin hubungan yang baik dengan nasabah maka kunci keberhasilannya adalah orang, karena pelayanan dan menjalin hubungan dengan nasabah merupakan interaksi antar pekerja perusahaan dengan masyarakat yang diluar perusahaan yang disebut dengan nasabah.

#### **b. Macam-macam Pelayanan**

Menurut kasmir ada beberapa macam-macam dasar pelayanan yang dilakukan oleh setiap perusahaan yaitu:<sup>19</sup>

- 1) Berpakaian dan berpenampilan rapi
- 2) Percaya diri, bersikap akrab dan penuh senyum
- 3) Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika tidak kenal
- 4) Tenang, sopan, hormat serta tekun mendengar setiap pembicaraan
- 5) Berbicara dengan bahasa yang baik dan lancar
- 6) Bergairah dalam melayani nasabah dan tunjukkan kemampuan
- 7) Jangan menyela dan memotong pembicaraan
- 8) Mampu menyakinkan nasabah serta memberikan kepuasan
- 9) Jika tidak sanggup menangani permasalahan yang ada, minta bantuan
- 10) Jika belum dapat melayani, beritahukan kapan dilayani

---

<sup>19</sup>Kasmir, *Op-Cit.*, hlm. 219-220.

Berdasarkan pendapat kasmir diatas tentang dasar-dasar pelayanan dapat disimpulkan bahwa pelayanan itu harus selalu sopan dalam setiap melayani nasabahnya agar nasabahnya nyaman dengan pelayanan yang kita berikan

### **c. Etika Pelayanan**

Menurut kasmir etika pelayanan yang patut kita berikan kepada nasabah kita adalah sebagai berikut:<sup>20</sup>

- a) Mengucapkan salam pada saat bertemu dengan nasabah
- b) Mempersilahkan nasabah untuk duduk dengan sopan atau suruh menunggu sebentar
- c) Selalu bersikap ramah, sopan dan murah senyum
- d) Biasakan mengucapkan kata tolong atau maaf saat meminta nasabah mengisi formulir atau menunggu sesaat
- e) Ucapkan kata terima kasih apabila nasabah memberikan saran atau hendak pamit ketika telah menyelesaikan masalahnya

Berdasarkan pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa etika pelayanan itu harus mengucapkan salam jika beragama Islam dan mengucapkan selamat pagi jika tidak beragama Islam dan harus berkata lemah lembut.

### **d. Pengaruh Pelayanan Terhadap Minat**

Kualitas pelayanan merupakan unsur penilaian konsumen terhadap perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa. Nasabah

---

<sup>20</sup>Kasmir, *Op-Cit*, hlm. 117.

tentunya memiliki harapan akan pelayanan yang berkualitas. Pelayanan yang berkualitas adalah pelayanan secara ekonomis, menguntungkan dan secara prosedur mudah serta menyenangkan. Kepuasan nasabah merupakan hal yang sangat penting sehingga pihak bank pun akan tertantang untuk menciptakan kepuasan yang diinginkan masyarakat.

Masyarakat tentunya akan memilih bank yang aman dengan prosedur yang tidak terlalu rumit dan pelayanan memuaskan, seperti pelayanan yang diberikan oleh pegawai yang murah senyum, ramah, bersahabat, sopan, sigap atau tanggap, handal, profesional, responsive, dan mampu melayani dengan cepat. Sehingga dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang cukup besar dalam menentukan minat nasabah untuk menggunakan jasa bank.<sup>21</sup>

#### **4. Promosi**

##### **a. Pengertian Promosi**

Promosi adalah sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabah. Promosi yang dilakukan perlu untuk memperhatikan konsep pemasarannya. Konsep pemasarannya adalah sebuah filosofi bisnis yang meliputi seluruh organisasi dalam proses pemuasan kebutuhan konsep guna mencapai tujuan

---

<sup>21</sup>*Ibid.*, hlm. 222.

perusahaan.<sup>22</sup> Salah satu tujuan promosi bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah baru.

Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabah bank. Salah satu tujuan promosi bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah baru. Kemudian promosi juga ikut mempengaruhi nasabah untuk membeli dan akhirnya promosi juga akan meningkatkan citra bank dimata para nasabahnya.<sup>23</sup>

#### **b. Alat Promosi**

Dalam menentukan alat promosi, menejer pemasaran bank harus mengenal ciri-ciri alat promosi yang akan digunakan tersebut, antara lain:<sup>24</sup>

##### 1) Periklanan

Iklan adalah secara promosi yang digunakan oleh perusahaan dalam hal ini adalah bank menginformasikan, segala sesuatu produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Informasi yang diberikan adalah nama produk, harga produk, serta keuntungan-keuntungan produk dibandingkan dengan yang sejenisnya yang ditawarkan oleh pesaing. Jenis media yang

---

<sup>22</sup>Sunardi, *Pengantar Bisnis Konsep, Strategi, dan Kasus* (Yogyakarta: Center for Academimic Publishing Service), hlm. 174.

<sup>23</sup>Muhammad Isa, *Manajemen Pemasaran Bank* (Diktat: IAIN Padangsidempuan, 2013).

<sup>24</sup>M.Nur Rianto Al-Arif, *Op. Cit*, hlm. 169.

digunakan sebagai sarana periklanan yaitu: surat kabar, majalah, surat pos langsung, televisi, papan reklame dan internet.

## 2) *Personal selling*

*Personal selling* (penjualan pribadi) yang paling sering diidentikkan sebagai pemasaran masyarakat. Dalam dunia perbankan penjualan pribadi secara umum dilakukan oleh pegawai bank, mulai dari *cleaning service*, satpam sampai dengan pejabat bank. Secara khususnya kegiatan *Personal selling* dapat diwakili oleh *account officer* atau dengan cara merekrut tenaga kerja wiraniaga (*salesgirl*) untuk melakukan penjualan *door to door*.

## 3) *Publisitas*

Dimana kegiatan promosi ini untuk memancing nasabah melalui kegiatan seperti pameran, pembukaan promosi di pusat perbelanjaan, *sponsorship* kegiatan, mendukung atau berperan dalam kegiatan amal, seperti penggalangan dana bencana alam. Kegiatan publisitas untuk meningkatkan pamor bank dimata para nasabahnya.

## 4) Promosi Penjualan

Promosi penjualan adalah upaya untuk meningkatkan penjualan atau untuk meningkatkan jumlah nasabah. Promosi penjualan dilakukan untuk menarik nasabah untuk membeli segera setiap produk atau jasa yang ditawarkan. Karena

waktunya yang singkat promosi penjualan dilakukan semenarik mungkin dengan cara memberikan *discount*, kontes, kupon atau sampel produk.

### c. Pengaruh Promosi Terhadap Minat

Agar produk laku dijual ke masyarakat, oleh karena itu masyarakat perlu diberitahukan kehadiran produk tersebut, berikut manfaat, harga, dimana bisa diperoleh, dan kelebihanannya, disbanding dengan produk pesaing. Cara untuk memberitahukan kepada masyarakat adalah melalui promosi. Artinya keputusan terakhir bank harus mempromosikan produk tersebut seluas mungkin dari nasabah.<sup>25</sup> Jadi promosi yang baik dapat meningkatkan minat para nasabah untuk menggunakan produk dari bank tersebut.

Oleh karena itu, promosi juga berfungsi meningkatkan nasabah akan produk, promosi juga ikut mempengaruhi nasabah untuk membeli dan akhirnya promosi juga akan meningkatkan citra bank dimata para nasabah.

## 5. Haji

### a. Pengertian haji

Haji menurut pengertian bahasa berarti berniat pergi, bermaksud, atau menuju ke suatu tempat tertentu.<sup>26</sup>

---

<sup>25</sup>Kasmir., *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010).

<sup>26</sup>Philip Khotler., *Manjemen Pemasaran Analisis perencanaan, implementasi dan pengendalian*,(Jakarta: Erlangga, 1995), hlm. 108.



Menurut Bahruddin HS haji adalah sengaja berkunjung menziarahi ka'bah yang terletak di masjidil haram di makkah, dengan niat menunaikan ibadah haji yaitu rukun Islam yang kelima memenuhi perintah allah.<sup>27</sup>

Haji dalam pengertian istilah para ulama, ialah menuju ke ka'bah untuk melakukan perbuatan-perbuatan tertentu atau dengan perkataan lain bahwa haji adalah mengunjungi suatu tempat tertentu dengan melakukan suatu pekerjaan tertentu.<sup>28</sup>

Dari beberapa pengertian tersebut haji adalah berkunjung ke baitullah (ka'bah) untuk mengerjakan ibadah yang terdiri dari tawaf, sa'i, wukuf, mabit dan ibadah-ibadah lainnya pada masa tertentu guna memenuhi perintah Allah SWT dan mengharapkan ridho-Nya.

#### **b. Syarat Haji dan Rukun Haji**

Adapun syarat dalam melaksanakan ibadah haji adalah:

- 1) Islam
- 2) Baligh
- 3) Aqil ( berakal sehat)
- 4) Merdeka

---

<sup>27</sup>Baharuddin HS, Pembinaan Mental Bimbingan Al-Qur'an, (Jakarta: Bima Aksara. 1984), hlm. 107.

- 5) Istitha'a (mampu), yakni memiliki kemampuan fisik, harta dan dalam keadaan aman untuk sampai ke Mekkah.<sup>29</sup>

Rukun haji ialah rangkaian amalan yang dilakukan dalam ibadah haji dan tidak dapat diganti dengan orang lain walaupun dengan dam. Jika ditinggalkan maka tidak sah hajinya. Rukun haji meliputi:

- 1) Ihram
- 2) Wukuf di Arafah
- 3) Thawaf (mengelilingi ka'bah)
- 4) Sa'i (berjalan dari bukit Shafa-Marwah dan sebaliknya sebanyak 7 kali)
- 5) Bercukur (tahallul)
- 6) Tertib

c. Syarat Pembukaan Tabungan Haji

- 1) Orang dewasa : Fotokopi KTP/ SIM dan NPWP
- 2) Anak-anak : Identitas orang tua (KTP dan NPWP) serta Akta Kelahiran/ Kartu Keluarga.
- 3) Setoran Awal Minimum: Rp. 50.000,-/ USD20
- 4) Saldo Minimum: Rp. 50.000,-/ USD20
- 5) Setoran Awal pendaftaran calon Jemaah haji saat ini: Rp. 25.000.000,-

---

<sup>29</sup>Slamet Abidin dan Moch Suyono, *Fiqih Ibadah*, Bandung: CV. Pustaka Setia, 1998, hlm. 265-266.

## B. Penelitian Terdahulu

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

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No.	Nama Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Riska Damayanti Syifa/ Jurnal, 2017.	Marketing Mix Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Produk Mitra Iqra' Plus Pada AJB Bumi Putera 1912 Syariah Cabang Lembang Palembang.	Produk berpengaruh secara parsial dan signifikan positif terhadap minat nasabah. <sup>30</sup>
2	Homsatun/ Jurnal, 2017.	Pengaruh Lokasi, Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Pada PT. Bank Muamalat Tbk Cabang Kendari.	Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah untuk menabung pada PT. Bank Muamalat Tbk Cabang Kendari. <sup>31</sup>
3	Syifa Zakia Nurlatifah/ Jurnal, 2017.	Pengaruh Strategi Pemasaran Word Of Mouth (WOM) Dan Produk Pembiayaan Syariah Terhadap Minat Dan Keputusan Menjadi Anggota (Nasabah) Pada Baitul Tamwil Muhammadiyah (BTM) Kota Bandar Lampung.	Terdapat pengaruh yang positif produk terhadap minat dan ada pengaruh yang signifikan produk terhadap minat. <sup>32</sup>
4	Doni Marlius/ Jurnal, 2016.	Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap	Terdapat hubungan antara pelayanan dan

<sup>30</sup>Riska Damayanti, "Marketing Mix Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Produk Mitra Iqra' Plus Pada AJB Bumi Putera 1912 Syariah Cabang Lembang Palembang" Pengaruh (Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, 2017), hlm 92.

<sup>31</sup>Homsatun, "Pengaruh Lokasi, Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Pada PT. Bank Muamalat Tbk Cabang Kendari" (Skripsi, IAIN Kendari: 2017), hlm. 74.

<sup>32</sup>Syifa Zakia Nurlatifah, "Pengaruh Strategi Pemasaran Word Of Mouth (WOM) Dan Produk Pembiayaan Syariah Terhadap Minat Dan Keputusan Menjadi Anggota (Nasabah) Pada Baitul Tamwil Muhammadiyah (BTM) Kota Bandar Lampung" (Jurnal, Manajemen Indonesia, Vol.17, No.3, 2017), hlm. 182.

		Minat Nasabah Dalam Menabung Pada Bank Nagari Cabang Muaralabuh.	minat nasabah dan memiliki hubungan signifikan. <sup>33</sup>
5	Endro Arifin dan Achmad Fachrodji, Jurnal, 2015.	Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Citra Merek Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Ban Achilles Di Jakarta Selatan.	Bahwa promosi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli pelanggan. <sup>34</sup>

Adapun perbedaan dan persamaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian antar lain:

1. Penelitian Riska Damayanti Syifa pada AJB Bumi Putera Cabang Lembang Palembang dengan Marketing MIX Terhadap Minat Nasabah Menggunakan produk, sedangkan penelitian ini mengkaji kepada faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah memilih tabungan haji.
2. Penelitian Homsatun dilakukan pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Kendari, sedangkan penelitian ini dilakukan di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Padangsidempuan. Pada penelitian Homsatun memiliki beberapa faktor-faktor antara lain: faktor lokasi, faktor pelayanan, dan faktor kualitas produk, sedangkan penelitian ini memiliki faktor-faktor antara lain: faktor produk, faktor pelayanan dan promosi.

---

<sup>33</sup>Doni Marlius, “ Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Minat Nasabah Dalam Menabung Pada Bank Nagari Cabang Muaralabuh”(Jurnal, Jurmak, Vol.03. No.01, 2016), hlm. 19.

<sup>34</sup>Endro Arifin, Achmad Fachrodji, “Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Citra Merek Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Ban Achilles Di Jakarta Selatan” (Jurnal, Mix, Vol. V, No.1, 2015), hlm. 141.

3. Penelitian Syifa Zakia dilakukan pada Baitul Tamwil Muhammadiyah (BTM) Kota Bandar Lampung pada tahun 2017, sedangkan penelitian ini dilakukan di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Padangsidempuan tahun 2019. Penelitian Syifa Zakia dilakukan untuk melihat pengaruh strategi pemasaran WOM ( Word Of Mounth) dan produk, sedangkan penelitian ini dilakukan mengarah kepada faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah memilih tabungan haji.
4. Penelitian Doni Marlius dilakukan untuk melihat pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap minat nasabah dalam menabung tahun 2016, sedangkan penelitian ini mengarah kepada faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah memilih tabungan haji pada tahun 2019. Pada penelitian Doni Marlius memiliki faktor pelayanan saja, sedangkan penelitian ini memiliki beberapa faktor antara lain: faktor produk, faktor promosi dan faktor pelayanan.
5. Penelitian Endro Arifin dan Achmad dilakukan untuk melihat pengaruh minat beli konsumen Ban Achilles, sedangkan penelitian ini dilakukan di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Padangsidempuan. Penelitian Endro Arifin dan Achmad memiliki beberapa faktor yaitu kualitas produk, citra merek dan promosi, sedangkan penelitian in memiliki faktor-faktor antara lain produk , faktor promosi, dan faktor pelayanan.

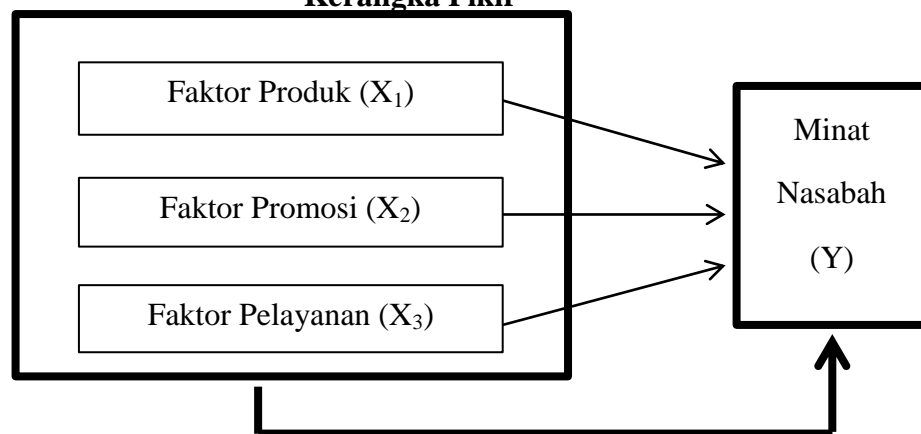
### **C. Landasan Berpikir**

Berdasarkan dari judul faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah memilih tabungan haji (studi kasud PT.Bank Muamalat Indonesia, Tbk.

Cabang Padangsidimpuan). Faktor produk, faktor pelayanan, faktor promosi memiliki hubungan erat terhadap keputusan nasabah, ini bisa dilihat dari berbagai lembaga-lembaga lain yang membuat promosi dengan menarik sehingga nasabah tidak berpikir panjang untuk membuat keputusan menjadi nasabah di lembaga tersebut.

Landasan berpikir disajikan untuk menggambarkan hubungan dari variabel independen, dalam hal ini adalah ( $X_1$ ) faktor produk, ( $X_2$ ) faktor promosi, ( $X_3$ ) faktor pelayanan yaitu minat nasabah memilih tabungan haji ( $Y$ ), yaitu sebagai berikut:

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pikir**



Keterangan:

- = Mempengaruhi secara parsial.  
 → = Mempengaruhi secara simultan

Dari gambar di atas dapat diketahui bahwa faktor produk, mempengaruhi minat nasabah, faktor promosi mempengaruhi minat nasabah, faktor pelayanan mempengaruhi minat nasabah. Secara bersama-sama juga terlihat bahwa faktor produk, promosi, dan pelayanan mempengaruhi minat nasabah.

#### **D. Hipotesis**

Hipotesis merupakan jawaban sementara yang disusun oleh peneliti yang kemudian yang akan diuji kebenarannya melalui penelitian yang dilakukan. Peneliti bukannya bertahan kepada hipotesis yang telah disusun, melainkan mengumpulkan data untuk mendukung atau justru menolak hipotesis tersebut. Adapun rumusan hipotesis dalam penelitian ini adalah:

Ha<sub>1</sub> : Terdapat pengaruh antara faktor produk terhadap minat nasabah tabungan haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.

Ha<sub>2</sub> : Terdapat pengaruh antara faktor promosi terhadap minat nasabah tabungan haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.

Ha<sub>3</sub> : Terdapat pengaruh antara faktor pelayanan terhadap minat nasabah tabungan haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.

Ha<sub>4</sub> : Terdapat pengaruh antara faktor produk, promosi, dan pelayanan terhadap minat nasabah tabungan haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasi penelitian ini dilakukan di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan yang beralamat di Jl. Gatot Subroto No. 08 Kota Padangsidimpuan. Adapun waktu penelitian ini dilaksanakan pada bulan Februari sampai Oktober 2019.

#### **B. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan peneliti adalah penelitian kuantitatif. Menurut I'ananut Thoifah penelitian kuantitatif adalah “suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menemukan keterangan mengenai apa yang ingin kita ketahui”.<sup>1</sup>

#### **C. Populasi dan Sampel**

##### **1. Populasi**

Populasi adalah seluruh karakteristik yang menjadi objek penelitian, dimana karakteristik berkaitan dengan seluruh kelompok orang, peristiwa atau benda yang menjadi pusat perhatian bagi peneliti. Dengan kata lain populasi adalah himpunan keseluruhan objek yang diteliti.<sup>2</sup>

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh nasabah yang menggunakan tabungan haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan yaitu sebanyak 3.543 orang.

---

<sup>1</sup>I'ananut Thoifah, *Statistika Pendidikan dalam Metode Penelitian Kuantitatif* (Malang: Madani, 2015), hlm. 155.

<sup>2</sup>*Ibid.*, hlm. 14.



## 2. Sampel

Sampel adalah wakil populasi yang diteliti. Jadi sampel adalah bagian dari populasi yang diharapkan dapat mewakili populasi penelitian. Ukuran pengambilan sampel yang dilakukan adalah menggunakan rumus dari Slovin sebagai berikut:<sup>3</sup>

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Keterangan:

- n = Jumlah sampel
- N = Jumlah populasi
- E = Batas toleransi kesalahan

Untuk menggunakan rumus ini, pertama ditentukan berapa batas toleransi kesalahan. Batas toleransi kesalahan ini dinyatakan dengan persentase. Semakin kecil toleransi kesalahan, semakin akurat sampel menggambarkan populasi. Tingkat kesalahan (*error*) dapat menggunakan tingkat kesalahan 1%, 5%, atau 10%. Sehingga dalam penelitian ini jumlah sampel dapat ditentukan dengan cara:

$$n = \frac{3.543}{1 + 3.543 (0,1)^2}$$

$$n = 99,97 \text{ yang dibulatkan } 100.$$

---

<sup>3</sup>M. Subana dan Sudrajad , *Dasar-dasar Penelitian Ilmiah* (Bandung: Pustaka Setia, 2011), hlm. 119.

Dapat disimpulkan bahwa jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden pemilik tabungan haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan dengan batas kesalahan 10% memiliki tingkat akurasi 90%. Maka teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *sampling incidental* yaitu sampel berdasarkan kebetulan saja, anggota populasi yang ditemui peneliti, dan bersedia menjadi responden untuk dijadikan sampel, atau peneliti memilih orang-orang yang terdekat.<sup>4</sup>

#### **D. Instrumen Pengumpulan Data**

Instrumen adalah suatu alat yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data. Adapun instrument pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah

##### **1. Kuesioner**

Kuesioner merupakan suatu pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan memberikan respon terhadap pertanyaan tersebut.<sup>5</sup> Jawaban terhadap setiap item instrumen yang menggunakan skala ordinal mempunyai gradasi sangat positif sampai dengan negatif yang berupa kata-kata untuk keperluan analisis kuantitatif. Pertanyaan-pertanyaan akan

---

<sup>4</sup> Burhan Bugin, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Prenada Media, 2005), hlm. 122.

<sup>5</sup> Bambang Prasetyo, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hlm. 40.

menghasilkan skor bagi tiap-tiap sampel yang mewakili setiap nilai skor.<sup>6</sup>

**Tabel 3.1**  
**Skala Ordinal**

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

Keterangan:

SS : Sangat Setuju                                      STS : Sangat Tidak Setuju

S : Setuju    TS : Tidak Setuju

KS : Kurang Setuju

Instrumen yang menggunakan skala ordinal dapat dibuat dalam bentuk *checklist* ataupun pilihan ganda.

**Tabel 3.2**  
**Kisi-Kisi Angket**

No	Variabel	Indikator	Nomor Pertanyaan
1.	Minat Nasabah (Y)	a. Pencarian informasi	5, 6
		b. Suasana hati	7, 8
		c. Keputusan membeli	1, 2, 3, 4
		d. Perilaku sesudah membeli	9, 10, 11
2.	Produk (X <sub>1</sub> )	a. Terjangkau	1
		b. Mutu produk	2
		c. Keyakinan	3, 4
		d. Keunggulan	5, 6
3.	Pelayanan (X <sub>2</sub> )	a. Tangible (wujud)	1, 2
		b. Empaty (perhatian)	3, 4, 5
		c. Realibility (keandalan)	6, 7
		d. Responsiveness (daya tangkap)	8, 9
4.	Promosi (X <sub>3</sub> )	a. Kuantitas	1

---

<sup>6</sup>Sugiyono, *Metodologi Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R & D* (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 308.

		b. Jangkauan promosi	2, 3, 4
		c. Pelayanan iklan atau informasi	5, 6, 7, 8, 9

## 2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan yang sudah berlaku, bisa dalam bentuk tulisan, gambar, atau karya seni dari seseorang. Dokumentasi dilakukan untuk membuktikan bahwa penelitian ini benar-benar dilaksanakan dengan menyebarkan kuesioner kepada nasabah.

### c. Analisis Data

Untuk menguji hipotesis, maka dilakukan pengujian secara kuantitatif guna menghitung apakah terdapat pengaruh promosi, produk, dan pelayanan terhadap minat nasabah memilih tabungan haji. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ada tujuh yaitu:

#### 1. Uji Validitas

Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner yang harus dibuang karena dianggap tidak relevan. Validitas adalah suatu indeks yang menunjukkan alat ukur tersebut benar-benar mengukur apa yang ingin diukur. Hasil validitas dari setiap pertanyaan dalam kuesioner dapat dilihat pada besarnya angka yang terdapat pada kolom *corrected item total correlation*. Dasar pengambilan keputusan:<sup>7</sup>

<sup>7</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta. 2012), hlm. 172.

- 1) Jika  $r_{hitung}$  positif serta  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka variabel tersebut valid.
- 2) Jika  $r_{hitung}$  positif serta  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka variabel tersebut tidak valid.
- 3) Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  tetapi bertanda negatif, maka variabel tersebut tidak

## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas digunakan untuk mengetahui kondisi alat ukur yang biasanya menggunakan *kuesioner*. Maksudnya apakah alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tetap konsisten jika pengukuran diulangi kembali.

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah *Cronbach alpha*. Uji reabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas, dimana item yang masuk pengujian adalah item yang valid saja. Untuk menentukan apakah instrumen reliable atau tidak menggunakan metode *alpha cronbach's* yang dimana kuesioner dianggap reliable apabila *cronbach's alpha*  $> 0,600$ .<sup>8</sup> Reliabilitas kurang dari 0,600 adalah kurang baik, sedangkan 0,700 dapat diterima dan diatas 0,800 adalah baik.<sup>9</sup>

## 3. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menyelidiki apakah data yang dikumpulkan mengikuti dugaan normal atau tidak. Untuk melakukan uji normalitas dapat dilakukan dengan pengujian sebagai berikut:

Metode *Grafik Normal P-P Plot of Regression standardized Residual*. Penyebaran data pada sumbu diagonal pada *Grafik Normal P-P Plot of Regression standardized Residual* sebagai dasar pengambilan

---

<sup>8</sup>*Ibid.*, hlm. 175

<sup>9</sup>*Ibid.*, hlm. 64.

keputusannya adalah jika titik-titik menyebar disekitar garis dan mengikuti garis diagonal maka nilai residual tersebut telah normal.<sup>10</sup>

#### 4. Uji Linearitas

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak. Data yang baik seharusnya terdapat hubungan yang linier antara variabel independen dengan variabel dependen. Jika nilai Sig. > 0,1 maka dinyatakan linier sedangkan jika nilai Sig. < 0,1 maka dinyatakan tidak linier.<sup>11</sup>

#### 5. Uji Asumsi Klasik

Model pengujian hipotesis berdasarkan analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini harus memenuhi asumsi klasik agar menghasilkan nilai parameter yang akurat. Adapun uji asumsi klasik yang digunakan sebagai berikut:

##### a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas, yaitu adanya hubungan linear antar variabel independen dalam model regresi. Persyaratan yang harus dipenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya multikolinearitas. Suatu model regresi dinyatakan bebas dari

---

<sup>10</sup>Duwi Priyanto, *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20* ( Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2012), hlm. 144.

<sup>11</sup>Sugiyono dan Agus Susanto, *Cara Mudah Belajar SPSS dan Lisrel* (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 324.

multikolinearitas adalah jika nilai *tolerance* > 0,1 dan jika nilai *variance inflation factor* atau VIF < 5.<sup>12</sup>

#### b. Uji Autokorelasi

Autokorelasi merupakan korelasi antara anggota observasi yang disusun menurut waktu dan tempat. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi autokorelasi.<sup>13</sup> Metode yang digunakan untuk menguji autokorelasi adalah melalui tabel Durbin-Watson yang dapat dilakukan melalui program SPSS. Adapun bentuk secara umum adalah:<sup>14</sup>

Pengambilan keputusan dalam uji Durbin-Watson sebagai berikut:

- a)  $DU < DW < 4-DU$  maka  $H_0$  diterima, artinya tidak terjadi autokorelasi
- b)  $DW < DL$  atau  $DW > 4-DL$  maka  $H_0$  ditolak, artinya terjadi autokorelasi
- c)  $DL < DW < DU$  atau  $4-DU < DW < 4-DL$ , artinya tidak ada kepastian atau kesimpulan yang pasti.

#### c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah keadaan dimana dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada satu pengamatan

---

<sup>12</sup>Syafrizal Helmi Situmorang, dkk, *Analisis Data Penelitian: Menggunakan Program SPSS*, (Medan : USU Pers, 2008), hlm. 104.

<sup>13</sup>Sugiyono dan Agus Susanto, *Cara Mudah Belajar SPSS dan Lisrel* (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 106.

<sup>14</sup>Nur Asnawi dan Masyuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*, (Malang: UIN-Maliki Press, 2011), hlm. 19

kepengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji *heteroskedastisitas* dapat dilakukan dengan cara melihat grafik *scatterplot* dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada bentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, meleburkemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.<sup>15</sup>

## 6. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda yaitu suatu model dimana variabel terikat tergantung pada dua atau lebih variabel yang bebas. Analisis regresi linier berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independen dua atau lebih.<sup>16</sup> Adapun regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah memilih tabungan haji yang terdiri dari faktor produk ( $X_1$ ), faktor promosi ( $X_2$ ), faktor pelayanan ( $X_3$ ), dan minat nasabah terhadap tabungan haji (Y).

---

<sup>15</sup>Sugiyono dan Agus Susanto, *Cara Mudah Belajar SPSS dan Lisrel* (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 324.

<sup>16</sup>Duwi Purwanto, *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2012), hlm. 165.



Bentuk persamaan analisis regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:<sup>17</sup>

$$Y = \alpha + b_1Prd + b_2Prm + b_3Ply + e$$

Keterangan:

Mi	= Minat nasabah
$\alpha$	= Konstanta perpotongan garis
$b_1 b_2 b_3$	= Koefisien regresi linear berganda
Prd	= Produk
Prm	= Promosi
Ply	= Pelayanan
e	= <i>Standard error term</i>

## 7. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ) dalam regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Koefisien ini menunjukkan seberapa besar persentase variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah diantara 0 (nol) dan 1 (satu). Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai  $R^2$  yang mendekati 1 (satu) berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Maka ketepatannya dikatakan semakin baik.

Dapat dikatakan bahwa variabel independen adalah besar terhadap variabel dependen. *R-Square* digunakan apabila menggunakan analisis regresi sederhana sedangkan *Adjusted R-Square* digunakan apabila

---

<sup>17</sup>Sugiono dan Agus Susanto, *Cara Mudah Belajar SPSS dan Lisrel*, Bandung: Alfabeta, 2015.

memiliki lebih dari dua variabel independen dan untuk memperoleh model regresi yang baik seharusnya menggunakan *Adjusted R Square*.<sup>18</sup>

**Tabel 3.3**  
**Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi**

<b>Interval Korelasi</b>	<b>Tingkat Hubungan</b>
0,00 - 0,199	Sangat Rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1,000	Sangat Kuat <sup>19</sup>

## 8. Uji Hipotesis

### a. Uji Statistik t

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Maka digunakan tingkat signifikansi 0.05 setelah  $t_{hitung}$  diperoleh. Ketentuan dalam uji t adalah:

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

2) Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.<sup>20</sup>

b. Uji F digunakan untuk menguji pengaruh dari variabel secara keseluruhan terhadap variabel independen. Maka digunakan tingkat signifikansi 0.05 setelah  $F_{hitung}$  diperoleh. Ketentuan dalam uji f adalah:<sup>21</sup>

<sup>18</sup>Mudjarat Kuncoro, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 240.

<sup>19</sup>Zulfikar, *Pengantar Pasar Modal dengan Pendekatan Statistik* (Yogyakarta: Depublish, 2016), Hlm. 226.

<sup>20</sup>Sugiyono, *Statiska Untuk Penelitian Op. Cit.*, hlm. 95.

<sup>21</sup>*Ibid.*, hlm. 137.

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

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan**

##### **1. Sejarah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan**

PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk didirikan pada 24 *Rabius Tsani* 1412 H atau 1 Nopember 1991, diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Pemerintah Indonesia, dan memulai kegiatan operasinya pada 27 Syawal 1412 H atau 1 Mei 1992. Dengan dukungan nyata dari eksponen Ikatan Cendekiawan Muslim se-Indonesia (ICMI) dan beberapa pengusaha Muslim, pendirian Bank Muamalat juga menerima dukungan masyarakat. Pada tanggal 27 Oktober 1994, Bank Muamalat berhasil menyandang predikat sebagai Bank Devisa. Pengakuan ini semakin memperkuat posisi Perseroan sebagai bank syariah pertama dan terkemuka di Indonesia dengan beragam jasa maupun produk yang terus dikembangkan. Saat ini Bank Muamalat memberikan layanan bagi lebih dari 4,3 juta nasabah melalui 457 gerai yang tersebar di 33 provinsi di Indonesia. Jaringan BMI didukung pula oleh aliansi melalui lebih dari 4000 Kantor Pos *Online/SOPP* di seluruh Indonesia, 1996 ATM, serta 95.000 *merchant* debit. BMI saat ini juga merupakan salah satu bank syariah yang telah membuka cabang luar negeri, yaitu di Kuala Lumpur, Malaysia. Selain itu Bank Muamalat

memiliki produk *shar-e gold* dengan teknologi *chip* pertama di Indonesia yang dapat digunakan di 170 negara dan bebas biaya diseluruh *merchant* berlogo visa. Sebagai Bank Pertama Murni Syariah, bank muamalat berkomitmen untuk menghadirkan layanan perbankan yang tidak hanya *comply* terhadap syariah, namun juga kompetitif dan aksesibel bagi masyarakat hingga pelosok nusantara.<sup>1</sup>

PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk membuka cabang di kota Padangsidempuan pada tanggal 03 Juli 2003. Untuk peresmian pada saat itu dibuka secara resmi oleh Dewan Komisaris dari kantor pusat Jakarta beserta rombongan bersama bapak Andi Bukhari kepala cabang Medan dan disaksikan oleh Muspida, MUI, Kementrian Agama, Pejabat setempat serta seluruh karyawan yang pada saat itu berjumlah 16 orang. PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan terletak di Jalan Gatot Subroto No. 08. Lokasi ini sangat mudah untuk dijangkau karena tempat kantornya berada pada pusat kota Padangsidempuan yang terletak pada jalan protokol di samping Horas Bakery dan dekat dengan lokasi perkantoran Polres, Pengadilan Negeri Kota Padangsidempuan serta perkantoran lainnya. Jumlah karyawan pada Cabang Padangsidempuan sebanyak 38 orang karyawan, sedangkan jumlah karyawan Kantor Cabang dan Kantor Cabang Pembantu (KCP) seluruhnya sebanyak 72 orang karyawan. Sedangkan jumlah ATM sebanyak 11 unit, diantaranya: 3 unit di cabang (1 unit di Goti, 1 unit di

---

<sup>1</sup>Bank Muamalat Indonesia, “Profil Bank Muamalat” <http://www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat>, diakses 12 Juni 2016 pukul 20.04 WIB.

pesantren *Al-Azhar Bi' Ibadillah*, 1 unit di SPBU Padangmatinggi), 3 unit di Kantor Cabang Pembantu (Rantau Parapat), 2 unit di Panyabungan, 2 unit di Sibuhuan, dan 1 unit di Sibolga.

## 2. Visi dan Misi

Adapun visi dan misi PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk yaitu:

Visi: *“The Best Islamic Bank and Top 10 Bank in Indonesia with Strong Regional Presence”*

Misi: Membangun lembaga keuangan syariah yang unggul dan berkesinambungan dengan penekanan pada semangat kewirausahaan berdasarkan prinsip kehati-hatian, keunggulan sumber daya manusia yang islami dan profesional serta orientasi investasi yang inovatif, untuk memaksimalkan nilai kepada seluruh pemangku kepentingan.<sup>2</sup>

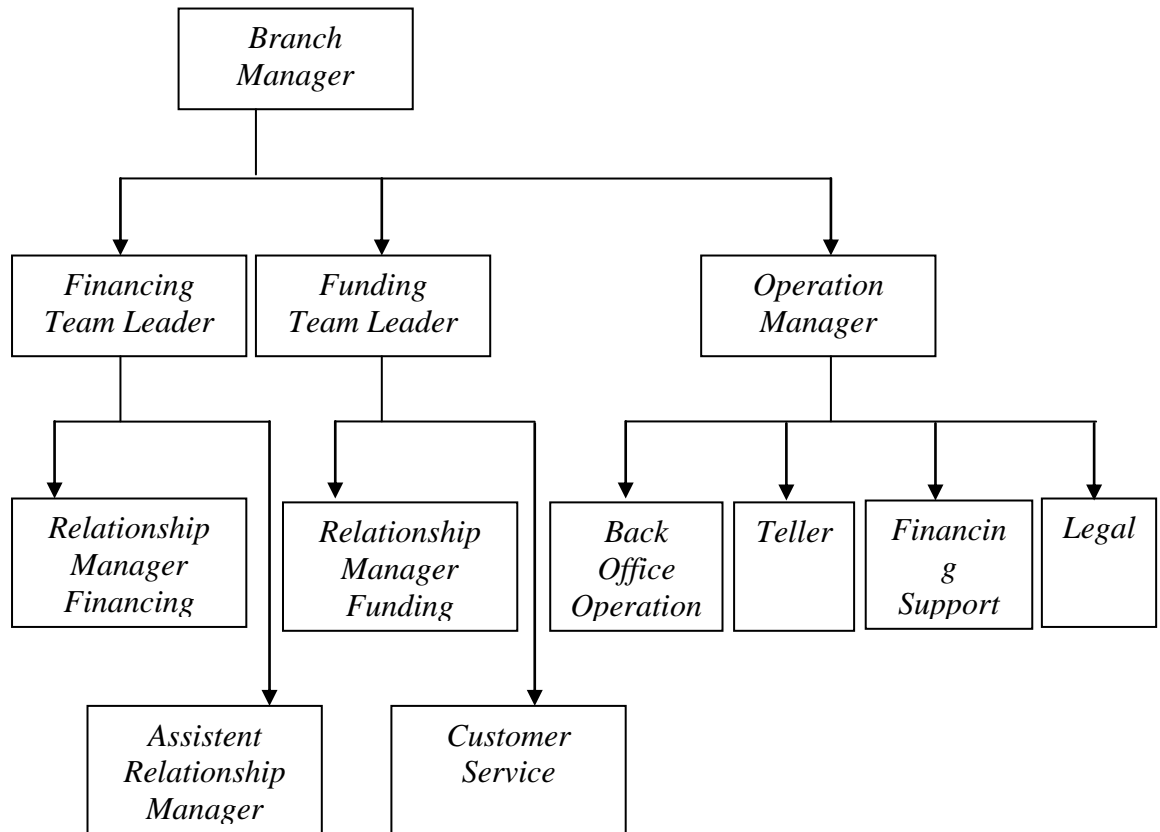
## 3. Struktur Organisasi

Struktur organisasi PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan senantiasa menyesuaikan diri dengan perkembangan bisnis, sekaligus juga mengantisipasi dinamika perubahan lingkungan bisnis. Manajemen PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan melakukan restrukturisasi, tujuannya untuk menjadikan organisasi lebih fokus dan efisien. Adapun struktur organisasi PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

---

<sup>2</sup>Bank Muamalat Indonesia, “Visi dan Misi” <http://www.bankmuamalat.co.id/visi-misi>, diakses 12 Juni 2016 pukul 20.05 WIB.

**Gambar 4.1**  
**Struktur Organisasi**



Sumber: PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan

#### 4. Produk dan Layanan

##### a. Pendanaan

- 1) Giro: Giro Muamalat *Attijary* iB, Giro Muamalat *Ultima* iB (Perorangan dan Institusi).
- 2) Tabungan: Tabungan Muamalat iB, Tabungan Muamalat Dollar, Tabungan Muamalat iB Haji dan Umroh, Tabungan

Muamalat Umrah iB, TabunganKu, Tabungan Muamalat Rencana iB, Tabungan Muamalat Prima iB dan Tabungan iB Muamalat Sahabat, Tabungan Simpel iB.

3) Deposito (*Mudharabah* dan *Fulinves*).

b. Pembiayaan

1) Pembiayaan Konsumen: KPR Muamalat iB, Pembiayaan Muamalat Umroh, Pembiayaan iB Muamalat Pensiun, Pembiayaan iB Muamalat Mutiguna.

2) Modal Kerja: Pembiayaan Modal Kerja, Pembiayaan Modal Kerja LKM Syariah, Pembiayaan Rekening Koran Syariah, Pembiayaan Jangka Pendek BPRS iB, Pembiayaan iB *Asset Refinance* Syariah.

3) Investasi: Pembiayaan Investasi, Pembiayaan Hunian Syariah Bisnis.

c. Layanan: Muamalat *Remittance* iB, *Remittance* BMI-May Bank, *Remittance* BMI-BMMB, *Remittance* BMI-NCB, Kartu Shar-E Debit, *Bancassurance*, Tabungan Nusantara, Bank Garansi, Ekspor, Impor, SKBDN, *Letter of Credit*, *Standby LC*, Ekspor Impor Non *LC Financing*.

## 5. Tabungan Muamalat iB

Sebuah produk tabungan yang umum digunakan nasabah yaitu tabungan Muamalat iB karena kemudahan dan kenyamanan bertransaksi kapan saja dan dimana saja melalui layanan *electronic*



*banking* Bank Muamalat mencakupi ATM, *internet banking*, *mobile banking* dan *phone banking*. Dilengkapi dengan pilihan jenis kartu ATM dan debit sesuai dengan kebutuhan transaksi nasabah, yaitu: kartu reguler dan kartu gold. Adapun fitur umum tabungan Muamalat iB, yaitu:<sup>3</sup>

**Tabel 4.1**  
**Fitur Umum Tabungan Muamalat iB**

<b>Akad</b>	<b>Mudârabah</b>	<b>Wadi'ah</b>
Nisbah	7,50%	Tidak diberikan
Setoran Awal	Rp100.000	Gratis bila saldo $\geq$ Rp 1.000.000 Rp 5.000 bila saldo $<$ Rp 1.000.000
Saldo Minimum	Rp50.000	
Biaya Penutupan Rekening	Rp50.000	
Biaya Administrasi	Rekening Aktif:Rp 12.500 Rekening Pasif:Rp 17.500	
Biaya Transaksi Penarikan Tunai melalui ATM	1. ATM Muamalat: Gratis 2. ATM Prima/Bersama: Gratis, apabila saldo setelah tarik tunai $\geq$ Rp 10.000.000; berbiaya Rp 7.500 apabila sisa saldo setelah tarik tunai $<$ Rp 10.000.000 3. ATM Plus/Visa : Rp 20.000 4. ATM MEPS : Rp	1. ATM Muamalat: Gratis 2. ATM Prima/Bersama:Gratis: apabila sisa saldo setelah tarik tunai $\geq$ Rp 10.000.000 Rp 7.500: apabila sisa saldo setelah tarik tunai $<$ Rp 10.000.000 3. ATM MEPS: Rp 11.000

<sup>3</sup>Bank Muamalat Indonesia, "Tabungan Muamalat iB" <http://www.bankmuamalat.co.id/tabungan-consumer/tabungan-muamalat-ib>, diakses 20 Juni 2016 pukul 08.05 WIB.

	11.00	
Biaya Transaksi Transfer melalui ATM	1. Jaringan Prima:Rp 6.500 2. Jaringan Bersama:Rp 6.500	1. Jaringan Prima:Rp 6.500 2. Jaringan Bersama:Rp 6.500
Biaya Transaksi Debit/Pembayaran Belanja	1. Jaringan Visa: Gratis 2. Jaringan Prima Debit: Rp 4.000	1. Jaringan Prima Debit: Rp 4.000

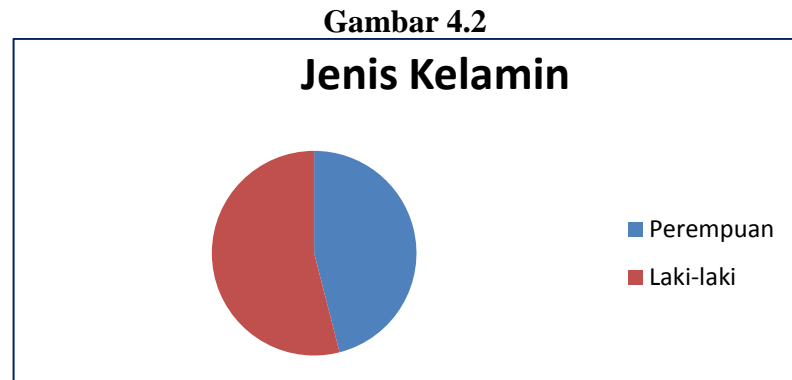
Keuntungan menabung di Muamalat iB yaitu nasabah dapat menikmati program “Muamalat Berbagi Rezeki” yang menawarkan berbagai keuntungan sepanjang tahun seperti mendapatkan hadiah, subsidi transaksi *electronic banking* dan subsidi belanja dengan kartu debit Bank Muamalat.

## B. Analisis Hasil Penelitian

### 1. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah nasabah tabungan haji di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan sebanyak 100 orang. Terdapat 3 karakteristik responden yang dimasukkan dalam penelitian ini, yaitu berdasarkan jenis kelamin, usia, dan pekerjaan. Untuk memperjelas karakteristik responden yang dimaksud, maka disajikan dalam bentuk diagram yaitu:

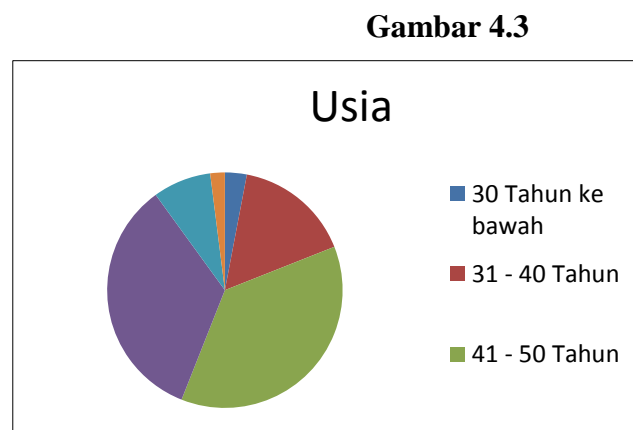
a. Jenis Kelamin Responden



(Sumber: Data Primer yang diolah, 2019)

Berdasarkan keterangan pada gambar di atas dapat diketahui tentang jenis kelamin nasabah tabungan haji Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan yang diambil sebagai responden. Jenis kelamin yang paling banyak adalah jenis kelamin laki-laki sebanyak 54 orang dan perempuan sebanyak 46 orang. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah tabungan haji Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan yang diambil sebagai responden adalah laki-laki.

b. Usia Responden



(Sumber: Data Primer yang diolah, 2019)

Diagram di atas menunjukkan bahwa dari 100 responden, usia 30 tahun ke bawah berjumlah 3 orang dengan persentase 3%, usia 31-40 tahun berjumlah 16 orang dengan persentase 16%, usia 41-50 tahun berjumlah 37 orang dengan persentase 37%, usia 51-60 tahun berjumlah 34 orang dengan persentase 34%, usia 61-70 tahun berjumlah 8 orang dengan persentase 8%, usia 71 tahun ke atas berjumlah 2 orang dengan persentase 2%.

c. Pekerjaan Responden

**Gambar 4.4**



(Sumber: Data Primer yang diolah, 2019)

Berdasarkan keterangan gambar yang di atas dapat dijelaskan bahwa sebagian besar dari pekerjaan nasabah tabungan haji Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan yang diambil sebagai responden adalah wiraswasta yaitu 32 orang dengan persentase 32%, ibu rumah tangga 15 orang dengan persentase 15%, petani 22 orang dengan persentase 22%, PNS 28 orang dengan persentase 28%, dan mahasiswa 3 orang dengan persentase 3%.

## 2. Deskripsi Jawaban Responden

### a. Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Variabel Produk

**Tabel 4.2**  
**Hasil Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Variabel Produk**

No	Pernyataan	Frekuensi				
<b>1</b>	<b>Terjangkau</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>KS</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
a	Biaya administrasi produk sangat terjangkau.	59	41	-	-	-
<b>Persentase Terjangkau</b>		59%	41%	-	-	-
No	Pernyataan	Frekuensi				
<b>2</b>	<b>Mutu produk</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>KS</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
a	Tabungan haji menguntungkan karena dapat memperoleh bonus atau souvenir haji.	29	71	-	-	-
<b>Persentase mutu produk</b>		29%	71%	-	-	-
No	Pernyataan	Frekuensi				
	<b>Keyakinan</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>KS</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
a	Tabungan haji merupakan produk PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan bersifat praktis dan fleksibel.	27	70	3	-	-
b	Tabungan haji PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan terjamin untuk memperoleh kepastian mendapatkan kuota/porsi keberangkatan ibadah haji.	50	50	-	-	-
<b>Persentase Keyakinan</b>		38,5%	60%	1,5%	-	-
No	Pernyataan	Frekuensi				
<b>4</b>	<b>Keunggulan</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>KS</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
a	Tabungan haji merupakan produk PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan memiliki keistimewaan dibandingkan produk tabungan haji lainnya.	47	53	-	-	-
	Tabungan haji unggul	43	54	3	-	-

b	dengan dukungan sistem teknologi yang canggih.					
<b>Persentase Keunggulan</b>		45%	53,5%	1,5%	-	-
<b>Jumlah</b>		255	339	6	-	-
<b>Persentase (%)</b>		42,5	56,5%	1%	-	-

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa:

- 1) Pada pernyataan yang terdapat dalam indikator terjangkau, dari 100 responden 59% menyatakan sangat setuju, 41% setuju, sedangkan kurang setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju 0%.
- 2) Pada pernyataan yang terdapat dalam indikator mutu produk, dari 100 responden 29% menyatakan sangat setuju, 71% setuju, sedangkan kurang setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju 0%.
- 3) Pada pernyataan yang terdapat dalam indikator keyakinan, dari 100 responden 38,5% menyatakan sangat setuju, 60% setuju, 1,5% kurang setuju, sedangkan tidak setuju, dan sangat tidak setuju 0%.
- 4) Pada pernyataan yang terdapat dalam indikator keunggulan, dari 100 responden 45% menyatakan sangat setuju, 53,5% setuju, 1,5% kurang setuju, sedangkan tidak setuju, dan sangat tidak setuju 0%.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan hasil dari keempat indikator untuk variabel produk sebanyak 42,5% responden yang menyatakan sangat setuju, 56,5% menyatakan setuju, 1% menyatakan kurang setuju, sedangkan tidak setuju, dan sangat tidak setuju 0%.

**b. Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Variabel Pelayanan**

**Tabel 4.3**

**Hasil Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Variabel Pelayanan**

No	Pernyataan	Frekuensi				
<b>1</b>	<b>Tangible (wujud)</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>KS</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
a	Kondisi fisik gedung (ukuran, desain, dll) bank bagus dan sederhana.	37	63	-	-	-
b	Lokasi Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Padangsidempuan.	47	53	-	-	-
<b>Persentase Tangible (wujud)</b>		<b>42%</b>	<b>58%</b>	-	-	-
No	Pernyataan	Frekuensi				
<b>2</b>	<b>Empaty (perhatian)</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>KS</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
a	Pegawai Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCU Padangsidempuan mengetahui kebutuhan nasabah.	32	68	-	-	-
b	Pegawai Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCU Padangsidempuan melayani dan memperlakukan nasabah baik tanpa memandang status sosial.	28	72	-	-	-
c	Pegawai Bank Muamalat Indonesia, Tbk Padangsidempuan langsung antusias menyambut nasabah yang datang.	37	63	-	-	-
<b>Persentase Empaty (perhatian)</b>		<b>32%</b>	<b>68%</b>	-	-	-
No	Pernyataan	Frekuensi				
<b>3</b>	<b>Realibility (keandalan)</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>KS</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
a	Pelayanan yang diberikan sudah konsisten dan akurat, dengan kata lain sudah seperti layaknya pelayanan perbankan.	36	64	-	-	-
b	Pegawai Bank Muamalat Indonesia, Tbk Padangsidempuan mampu memberikan pelayanan	32	68	-	-	-

	yang lincah, cekatan dan terampil.					
<b>Persentase Realibility (keandalan)</b>		34%	66%	-	-	-
<b>No</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>				
<b>4</b>	<b>Responsiveness (daya tangkap)</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>KS</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
a	Pegawai Bank Muamalat Indonesia, Tbk Padangsidimpun memiliki pengetahuan dan wawasan yang baik dalam melayani dan memberikan informasi.	42	58	-	-	-
b	Pegawai Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCU Padangsidimpun dengan cepat menanggapi keluhan dan masukan, serta memberikan jawaban yang jelas.	44	56	-	-	-
<b>Persentase Responsiveness (daya tangkap)</b>		43%	57%	-	-	-
<b>Jumlah</b>		335	565	-	-	-
<b>Persentase (%)</b>		37%	63%	-	-	-

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa:

- 1) Pada pernyataan yang terdapat dalam indikator tangible (wujud), dari 100 responden 42% menyatakan sangat setuju, 58% setuju, sedangkan kurang setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju 0%.
- 2) Pada pernyataan yang terdapat dalam indikator empathy (perhatian), dari 100 responden 32% menyatakan sangat setuju, 68% setuju, sedangkan kurang setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju 0%.
- 3) Pada pernyataan yang terdapat dalam indikator realibility (keandalan), dari 100 responden 34% menyatakan sangat setuju,



66% setuju, sedangkan kurang setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju 0%.

- 4) Pada pernyataan yang terdapat dalam indikator responsiveness (daya tangkap), dari 100 responden 43% menyatakan sangat setuju, 57% setuju, sedangkan kurang setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju 0%.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan hasil dari keempat indikator untuk variabel pelayanan sebanyak 37% responden yang menyatakan sangat setuju, 63% menyatakan setuju, sedangkan kurang setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju 0%.

### c. Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Variabel Promosi

**Tabel 4.4**  
**Hasil Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Variabel Promosi**

No	Pernyataan	Frekuensi				
		SS	S	KS	TS	STS
<b>1</b>	<b>Kuantitas</b>					
a	Saya menabung Bank Muamalat Indonesia, Tbk Padangsidempuan karena mudah dan setoran awal yang rendah.	51	49	-	-	-
	<b>Persentase kuantitas</b>	51%	49%	-	-	-
<b>2</b>	<b>Jangkauan Promosi</b>					
a	Saya menabung di Bank Muamalat Indonesia, Tbk Padangsidempuan karena brosur banyak di sebarkan di media sosial.	31	69	-	-	-
b	Saya tertarik menjadi nasabah setelah membaca papan iklan/spanduk Bank Muamalat Indonesia, Tbk Padangsidempuan.	29	71	-	-	-

c	Saya tertarik menggunakan jasa bank muamalat karena termotivasi oleh informasi yang diberikan sales atau services.	42	58	-	-	
<b>Persentase jangkauan promosi</b>		<b>34%</b>	<b>66%</b>	-	-	
<b>No</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>				
<b>3</b>	<b>Pelayanan iklan atau informasi</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>KS</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
a	Saya tertarik menjadi nasabah setelah membaca brosur Bank Muamalat Indonesia, Tbk Padangsidempuan.	42	58	-	-	-
b	Adanya berbagai berjangka platinum, yang menawarkan hadiah menarik seperti sepeda motor, TV, laptop dll.	37	63	-	-	-
c	Promosi penjualan yang ditawarkan pegawai Bank Muamalat sangat baik.	32	68	-	-	-
d	Pegawai Bank Muamalat menjelaskan secara rinci tentang produk-produk Bank Muamalat.	51	49	-	-	-
e	Saya kadang menyimpan dana dibank karena bank sedang mengadakan promosi.	65	35	-	-	-
<b>Persentase pelayanan iklan atau informasi</b>		<b>45,4%</b>	<b>54,6%</b>	-	-	-
<b>Jumlah</b>		<b>380</b>	<b>520</b>	-	-	-
<b>Persentase (%)</b>		<b>42%</b>	<b>58%</b>	-	-	-

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa:

- 1) Pada pernyataan yang terdapat dalam indikator kuantitas, dari 100 responden 51% menyatakan sangat setuju, 49% setuju, sedangkan kurang setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju 0%.

- 2) Pada pernyataan yang terdapat dalam indikator jangkauan promosi, dari 100 responden 34% menyatakan sangat setuju, 66% setuju, sedangkan kurang setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju 0%.
- 3) Pada pernyataan yang terdapat dalam indikator pelayanan iklan atau informasi, dari 100 responden 45,4% menyatakan sangat setuju, 54,6% setuju, sedangkan kurang setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju 0%.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan hasil dari ketiga indikator untuk variabel promosi sebanyak 42% responden yang menyatakan sangat setuju, 58% menyatakan setuju, sedangkan kurang setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju 0%.

#### d. Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Variabel Minat Nasabah

**Tabel 4.5**  
**Hasil Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Variabel Minat Nasabah**

No	Pernyataan	Frekuensi				
		SS	S	KS	TS	STS
<b>1</b>	<b>Pencarian informasi</b>					
a	Saya mendapatkan informasi tentang tabungan haji dari keluarga dan sahabat.	63	37	-	-	-
b	Kejelasan informasi produk mendorong saya untuk menggunakan tabungan haji.	56	43	1	-	-
	<b>Persentase pencarian informasi</b>	59,5%	40%	0,5 %	-	-
No	Pernyataan	Frekuensi				
<b>2</b>	<b>Suasana hati</b>	SS	S	KS	TS	STS
a	Saya tidak tertarik untuk menabung karena tidak sesuai	50	37	13	-	-

	kebutuhan.					
b	Perasaan yang nyaman menggunakan tabungan haji karena dikelola dengan sistem yang syari'ah.	39	60	1	-	-
<b>Persentase suasana hati</b>		44,5%	48,5%	7%	-	-
<b>No</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>				
<b>3</b>	<b>Keputusan membeli</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>KS</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
a	Saya menggunakan tabungan haji di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan karena lebih baik dari tabungan haji bank lain.	38	62	-	-	-
b	Saya menggunakan tabungan haji karena reputasi yang baik dari PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.	47	53	-	-	-
c	Saya menggunakan tabungan haji karena saya percaya terhadap kemampuan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.	57	43	-	-	-
d	Kadang saya memilih tabungan haji karena meringankan saya dalam mengumpulkan dana.	53	47	-	-	-
<b>Persentase keputusan membeli</b>		49%	51%	-	-	-
<b>No</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>				
<b>4</b>	<b>Perilaku sesudah membeli</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>KS</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
a	Kadang saya memilih tabungan haji karena pengelolaan dana transparan.	48	50	2	-	-
b	Saya kadang memilih produk tabungan haji	53	47		-	-

	karena memudahkan saya untuk mewujudkan ibadah haji.					
c	Saya tetap menggunakan tabungan haji karena sesuai dengan harapan saya.	51	47	2	-	-
<b>Persentase perilaku sesudah membeli</b>		51%	48%	1%	-	-
<b>Jumlah</b>		555	526	19	-	-
<b>Persentase (%)</b>		50%	48%	2%	-	-

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa:

- 1) Pada pernyataan yang terdapat dalam indikator pencarian informasi, dari 100 responden 59,5% menyatakan sangat setuju, 40% setuju, 0,5% kurang setuju, sedangkan tidak setuju, dan sangat tidak setuju 0%.
- 2) Pada pernyataan yang terdapat dalam indikator suasana hati, dari 100 responden 44,5% menyatakan sangat setuju, 48,5% setuju, 7% kurang setuju, sedangkan tidak setuju, dan sangat tidak setuju 0%.
- 3) Pada pernyataan yang terdapat dalam indikator keputusan membeli, dari 100 responden 49% menyatakan sangat setuju, 51% setuju, sedangkan kurang setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju 0%.
- 4) Pada pernyataan yang terdapat dalam indikator perilaku sesudah membeli, dari 100 responden 51% menyatakan sangat setuju, 48% setuju, 1% kurang setuju, sedangkan tidak setuju, dan sangat tidak setuju 0%.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan hasil dari keempat indikator untuk variabel minat nasabah sebanyak 50% responden yang menyatakan sangat setuju, 48% menyatakan setuju, 2% menyatakan kurang setuju, sedangkan tidak setuju, dan sangat tidak setuju 0%.

### 3. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk melihat apakah data yang ada valid atau tidak. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan nilai  $r_{tabel}$ . Dimana  $r_{tabel}$  dicari pada signifikansi 10 % atau 0,10 dengan derajat kebebasan ( $df$ ) =  $n-2$ , jadi  $df = 100 - 2 = 98$ . Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dan nilai  $r$  positif maka butir pernyataan tersebut dikatakan valid.

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Validitas Produk**

Item Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
Prd_1	0,656	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ $n = 98$ Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,$ 1654	Valid
Prd_2	0,567		Valid
Prd_3	0,528		Valid
Prd_4	0,797		Valid
Prd_5	0,507		Valid
Prd_6	0,736		Valid

Sumber: Hasil Output SPSS versi 23 (data diolah 2019)

Berdasarkan tabel 4.6 di atas dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1- 6 untuk variabel produk adalah valid. Dimana  $r_{tabel}$  adalah 0,1654 sedangkan  $r_{hitung}$  dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation* dan nilai  $r$  positif.

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Validitas Pelayanan**

Item Pertanyaan	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
Ply_1	0,625	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ $n = 98$  Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,1654$	Valid
Ply_2	0,445		Valid
Ply_3	0,615		Valid
Ply_4	0,460		Valid
Ply_5	0,625		Valid
Ply_6	0,574		Valid
Ply_7	0,419		Valid
Ply_8	0,373		Valid
Ply_9	0,429		Valid

Sumber: Hasil Output SPSS versi 23 (data diolah 2019)

Berdasarkan tabel 4.7 di atas dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-9 untuk variabel pelayanan adalah valid. Dimana  $r_{tabel}$  adalah 0,1654 sedangkan  $r_{hitung}$  dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation* dan nilai r positif.

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Validitas Promosi**

Item Pertanyaan	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
Prm_1	0,352	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ $n = 98$ . Pada taraf signifikansi 5 % sehingga diperoleh $r_{tabel} =$ 0,1654	Valid
Prm_2	0,627		Valid
Prm_3	0,668		Valid
Prm_4	0,657		Valid
Prm_5	0,431		Valid
Prm_6	0,343		Valid
Prm_7	0,683		Valid
Prm_8	0,307		Valid
Prm_9	0,636		Valid

l Output SPSS versi 23 (data diolah 2019)

Berdasarkan tabel 4.8 di atas dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-9 untuk variabel promosi adalah valid. Dimana  $r_{tabel}$

adalah 0,1654 sedangkan  $r_{hitung}$  dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation* dan nilai  $r$  positif.

#### 4. Uji Reabilitas

Uji Reabilitas dapat digunakan untuk menentukan apakah instrument reliable atau tidak. Jika nilai *cronbach's alpha*  $> 0,600$  maka dapat dikatakan reliabel. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

<b>Variabel</b>	<b><i>Cronbach's alpha</i></b>	<b><i>N of Item</i></b>	<b>Keterangan</b>
Produk	0,702	6	Reliabel
Pelayanan	0,638	9	Reliabel
Promosi	0,660	9	Reliabel
Minat Nasabah	0,619	11	Reliabel

Sumber: Hasil Output SPSS versi 23 (data diolah 2019)

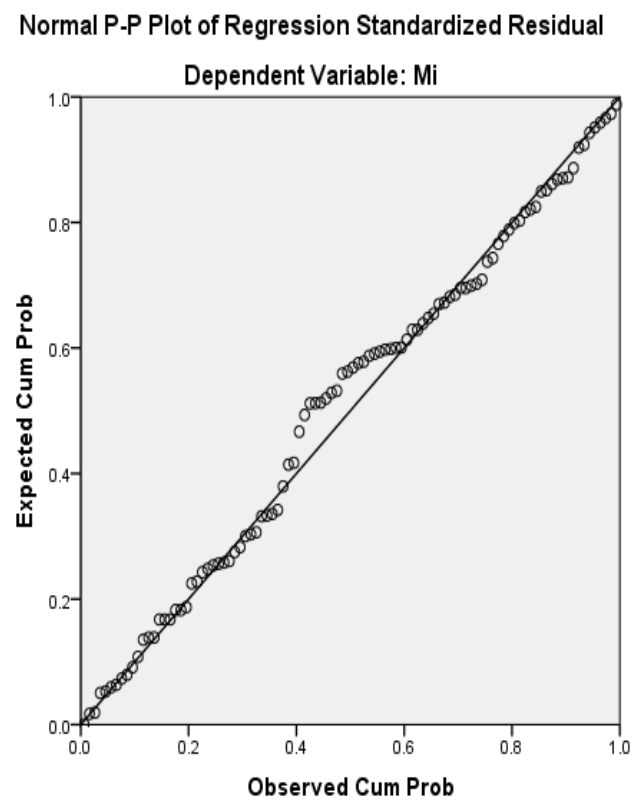
Berdasarkan tabel 4.9 di atas menunjukkan bahwa *cronbach's alpha* untuk variabel produk ( $X_1$ ) adalah  $0,702 > 0,600$  sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel produk adalah reliabel. *Cronbach's alpha* untuk variabel pelayanan ( $X_2$ ) adalah  $0,638 > 0,600$  sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pelayanan adalah reliabel. *Cronbach's alpha* untuk variabel promosi ( $X_3$ ) adalah  $0,660 > 0,600$  sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel promosi adalah reliabel. Dan *Cronbach's alpha* untuk variabel minat nasabah (Y) adalah  $0,619 > 0,600$  sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel minat mahasiswa adalah reliabel.



## 5. Uji Normalitas

Uji normalitas residual dengan metode *P-P Plot of Regression Standardized Residual*, dengan melihat jika titik-titik menyebar disekitar garis dan mengikuti garis diagonal maka nilai residual tersebut telah normal. hal ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel. 4. 10**  
**Hasil Uji Normalitas**



Berdasarkan tabel 4.10 di atas bahwa berarti dengan uji *P-P Plot of Regression Standardized Residual* titik-titik menyebar disekitar garis dan mengikuti garis diagonal dikatakan berdistribusi normal.

## 6. Uji Linearitas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah antara variabel bebas dan variabel terikat mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier jika nilai sig.  $> 0,1$ . Berikut ini uji linearitas untuk masing-masing variabel terhadap minat nasabah:

### a. Uji Linieritas Produk dengan Minat Nasabah

**Tabel 4. 11**  
**Hasil Uji Linieritas**

**ANOVA Table**

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Mi *	Between (Combined)	252,326	7	36,047	13,127	,000
Prd	Groups	232,711	1	232,711	84,745	,000
	Linearity		1			
	Deviation from Linearity	19,615	6	3,269	1,191	,318
	Within Groups	252,634	92	2,746		
	Total	504,960	99			

Sumber: Hasil Output SPSS versi 23 (data diolah 2019)

Berdasarkan hasil linearitas diketahui nilai sig. Deviation from linearity sebesar  $0,318 > 0,1$  maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara produk dengan minat nasabah.

## b. Uji Linieritas Pelayanan dengan Minat Nasabah

**Tabel 4. 12**  
**Hasil Uji Linieritas**

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Mi *	Between	(Combined)	301,829	9	33,537	14,859	,000
Ply	Groups	Linearity	286,262	1	286,262	126,833	,000
		Deviation from Linearity	15,567	8	1,946	,862	,551
Within Groups			203,131	90	2,257		
Total			504,960	99			

Sumber: Hasil Output SPSS versi 23 (data diolah 2019)

Berdasarkan hasil linearitas diketahui nilai sig. Deviation from linearity sebesar  $0,551 > 0,1$  maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara pelayanan dengan minat nasabah tabungan haji.

## c. Uji Linieritas Promosi dengan Minat Nasabah

**Tabel 4. 13**  
**Hasil Uji Linieritas**

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Mi *	Between	(Combined)	53,932	11	4,903	,957	,492
Prm	Groups	Linearity	1,752	1	1,752	,342	,560
		Deviation from Linearity	52,180	10	5,218	1,018	,435
Within Groups			451,028	88	5,125		
Total			504,960	99			

Sumber: Hasil Output SPSS versi 23 (data diolah 2019)

Berdasarkan hasil linearitas diketahui nilai sig. Deviation from linearity sebesar  $0,435 > 0,1$  maka dapat disimpulkan bahwa

terdapat hubungan yang linear antara promosi dengan minat nasabah tabungan haji.

## 7. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah cara untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala multikolenearitas antara lain dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) *tolerance*, apabila nilai *Variance Inflation Factor*  $VIF < 10$  dan nilai *Tolerance*  $> 0,1$ , maka dinyatakan tidak terjadi multikolenearitas. Hal tersebut dapat di lihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

Model		Coefficients <sup>a</sup>						Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF	
		B	Std. Error	Beta					
1	(Constant)	6,911	3,602		1,918	,058			
	Prd	,364	,103	,308	3,526	,001	,523	1,910	
	Ply	,554	,090	,539	6,162	,000	,521	1,918	
	Prm	,024	,054	,028	,442	,659	,991	1,009	

a. Dependent Variable: Mi

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui nilai *tolerance* dari variabel produk adalah  $0,523 > 0,1$ , variabel pelayanan adalah  $0,521 > 0,1$  dan variabel promosi adalah  $0,991 > 0,1$ , maka dapat disimpulkan nilai *tolerance* dari ketiga variabel di atas lebih besar dari  $0,1$  (*tolerance*  $> 0,1$ ) sehingga bebas dari multikolinieritas.

Selanjutnya berdasarkan nilai VIF dari variable produk adalah  $1,910 < 10$ , variabel pelayanan adalah  $1,918 < 10$ , dan variabel promosi adalah  $1,009 < 10$ . Maka dapat disimpulkan nilai VIF dari ketiga variabel di atas lebih kecil dari 10 (nilai VIF  $< 10$ ) sehingga bebas dari multikolinieritas.

#### b. Uji Autokolerasi

Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi autokorelasi. Metode yang digunakan untuk menguji autokorelasi adalah melalui tabel Durbin-Watson yang dapat dilakukan melalui program SPSS. Adapun bentuk secara umum mengambil keputusan tidak terjadi autokorelasi adalah  $DU < DW < 4-DU$ . Hal tersebut dapat di lihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji Autokorelasi**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,785 <sup>a</sup>	,617	,605	1,420	2,110

a. Predictors: (Constant), Prm, Prd, Ply

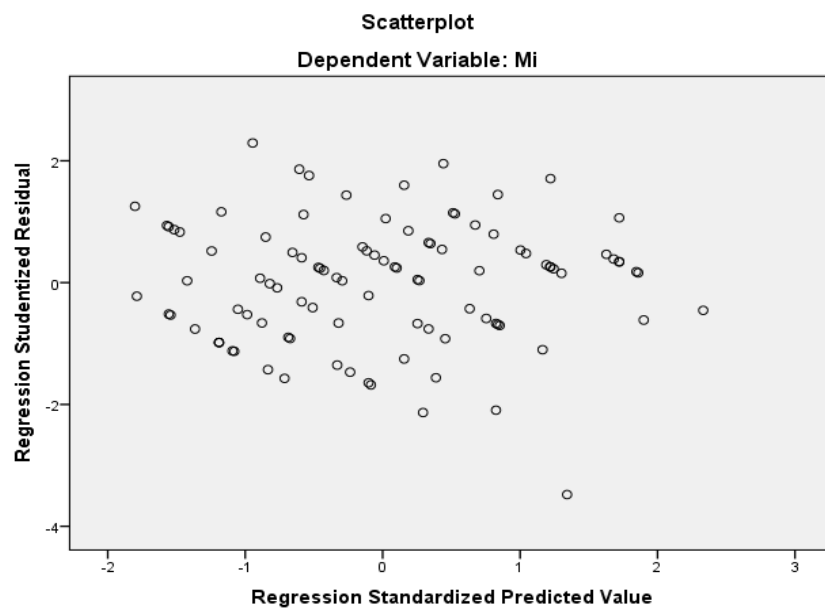
b. Dependent Variable: Mi

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui DW memiliki nilai sebesar 2,110. Sementara itu diketahui  $n = 100$  dan  $k = 3$ , maka dapat diperoleh hasil  $DU = 1,6603$  dan nilai  $4-DU = 2,3397$ . Dari hasil diatas diperoleh  $DU < DW < 4-DU$ ,  $1,6603 < 1,705 < 2,3397$ , maka dapat dipastikan tidak terjadinya autokorelasi.

### c. Uji Heterokedastisitas

Suatu model regresi dikatakan tidak terjadi heterokedastisitas apabila titik-titik pada *scatterplot* regresi tidak membentuk pola tertentu seperti menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. hasil uji heterokedastisitas sebagai berikut:

**Tabel 4.16**  
**Uji Heterokedastisitas**



Berdasarkan gambar di atas dapat dilihat bahwa titik-titik tidak membentuk suatu pola tertentu. Titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi terbebas dari heterokedastisitas.

## 8. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh produk ( $X_1$ ), pelayanan

( $X_2$ ), dan promosi ( $X_3$ ) terhadap minat nasabah menggunakan tabungan haji ( $Y$ ). selain itu juga analisis regresi digunakan untuk mengetahui kebenaran hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini. Berikut adalah hasil analisis berganda:

**Tabel 4.17**  
**Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,911	3,602		1,918	,058
	Prd	,364	,103	,308	3,526	,001
	Ply	,554	,090	,539	6,162	,000
	Prm	,024	,054	,028	,442	,659

a. Dependent Variable: Mi

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

$$Mi = \alpha + b_1Prd + b_2Ply + b_3Prm + e$$

$$Mi = 6,911 + 0,364Prd + 0,554Ply + 0,024Prm + e$$

Keterangan:

Mi = Minat

$\alpha$  = Konstanta

$b_1, b_2, b_3$  = Koefisien regresi linier berganda

Prd = Produk

Ply	=Pelayanan
Prm	= Promosi
e	= <i>error</i>

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Konstanta sebesar 6,911 artinya apabila variabel produk, pelayanan dan promosi dianggap konstan atau 0 maka minat nasabah menggunakan tabungan haji di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan adalah sebesar 6,911 satuan.
- b. Koefisien regresi variabel produk sebesar 0,364, artinya apabila variabel produk meningkat 1 satuan, maka minat nasabah menggunakan tabungan haji di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan akan meningkat sebesar 0,364 satuan dengan asumsi variabel lainnya tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara produk dan minat nasabah menggunakan tabungan haji di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.
- c. Koefisien regresi variabel pelayanan sebesar 0,554, artinya apabila variabel pelayan meningkat 1 satuan, maka minat nasabah menggunakan tabungan haji di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan meningkat sebesar 0,554 satuan dengan asumsi variabel lainnya tetap. Koefisien



bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara pelayanan dan minat nasabah menggunakan tabungan haji di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.

- d. Koefisien regresi variabel promosi sebesar 0,024, artinya apabila variabel promosi meningkat 1 satuan, maka minat nasabah menggunakan tabungan haji di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan akan meningkat sebesar 0,024 satuan dengan asumsi variabel lainnya tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara promosi dan minat nasabah menggunakan tabungan haji di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.

## 9. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi dapat digunakan untuk mengetahui besarnya sambungan atau kontribusi dari seluruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y), sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain dalam penelitian ini.

**Tabel 4.18**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,785 <sup>a</sup>	,617	,605	1,420	2,110

a. Predictors: (Constant), Prm, Prd, Ply

b. Dependent Variable: Mi

Hasil koefisien determinasi pada tabel di atas dapat dilihat bahwa *R Square* sebesar 0,785 artinya dapat dilihat bahwa variabel

produk, pelayanan, dan promosi terhadap minat nasabah menggunakan tabungan haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan terjadi hubungan yang kuat. Nilai *R Square* sebesar 0,617, artinya variabel produk, pelayanan dan promosi mampu menjelaskan variabel dependen atau minat nasabah menggunakan tabungan haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan sebesar 61,7%. Sedangkan 38,3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian, ini.

## 10. Uji Hipotesis

### a. Uji t (Uji Parsial)

Statistik digunakan untuk membuktikan signifikan atau tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara individual (parsial). Sebagai dasar pengambilan keputusan dapat digunakan kriteria pengujian sebagai berikut:

- 1) Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini berarti produk, pelayanan dan promosi secara parsial mempunyai pengaruh terhadap minat nasabah menggunakan tabungan haji di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.
- 2) Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Hal ini berarti produk, pelayanan dan promosi secara parsial tidak mempunyai pengaruh terhadap minat nasabah menggunakan

tabungan haji di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.

**Tabel 4.19**  
**Hasil Uji t**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6,911	3,602		1,918	,058
Prd	,364	,103	,308	3,526	,001
Ply	,554	,090	,539	6,162	,000
Prm	,024	,054	,028	,442	,659

a. Dependent Variable: Mi

Berdasarkan hasil output diatas dapat dilihat bahwa  $t_{hitung}$  untuk variabel produk sebesar 3,526,  $t_{hitung}$  untuk variabel pelayanan sebesar 6,162, dan  $t_{hitung}$  untuk variabel promosi sebesar 0,442. Sedangkan  $t_{tabel}$  dengan  $df = n - 2$  atau  $100 - 2 = 98$  sehingga diperoleh  $t_{tabel} = 1,290$ . Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4. 20**  
**Uji parsial (uji t)**

Variabel	$t_{hitung}$	$t_{tabel}$	Keterangan
Produk (X1)	3,526	<b><math>t_{tabel} = 1,290</math> dengan <math>(df = 98)</math>, dan tingkat signifikansi sebesar 0,1</b>	Terdapat pengaruh
Pelayanan (X2)	6,162		Terdapat pengaruh
Promosi (X3)	0,442		Tidak terdapat pengaruh

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa variabel produk dan variabel pelayanan mempengaruhi minat nasabah menggunakan tabungan haji di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan secara parsial. Dan varibal promosi tidak memiliki pengaruh terhadap minat nasabah menggunakan tabungan haji di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan secara parsial.

#### **b. Uji F (Uji Simultan)**

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh dari variabel secara keseluruhan terhadap variabel dependen. Sebagai dasar pengambilan keputusan dapat digunakan kriteria pengujian sebagai berikut:

- 1) Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini berarti produk, manfaat dan kepercayaan secara simultan mempunyai pengaruh terhadap minat nasabah menggunakan tabungan haji di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan.
- 2) Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Hal ini berarti produk, pelayanan dan promosi secara simultan tidak mempunyai pengaruh terhadap minat nasabah menggunakan tabungan haji di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan.

**Tabel 4.21**  
**Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	311,398	3	103,799	51,481	,000 <sup>b</sup>
	Residual	193,562	96	2,016		
	Total	504,960	99			

a. Dependent Variable: Mi

b. Predictors: (Constant), Prm, Prd, Ply)

Dari hasil output diatas dapat dilihat bahwa  $F_{hitung}$  untuk variabel produk, pelayanan dan promosi sebesar 103,799. Sedangkan  $F_{tabel}$  dengan  $df(N1) = k-1$  atau  $4-1 = 3$  dan  $df(N2) = n-k$  atau  $100-4 = 96$  sehingga diperoleh  $F_{tabel} = 2,7$ . Dari hasil pengujian uji statistik F (uji F) maka dapat disimpulkan bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $51,481 > 2,7$ ) yang berarti bahwa variabel produk, pelayanan dan promosi secara simultan mempengaruhi minat nasabah tabungan haji di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.

### C. Pembahasan Hasil Analisis Data

Penelitian ini berjudul Faktor-faktor yang memengaruhi minat nasabah memilih tabungan haji (studi kasus PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan). Berdasarkan hasil analisis regresi yang dilakukan pada penelitian ini diketahui bahwa:

1. Bahwa terdapat pengaruh variabel produk dengan minat nasabah tabungan haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang

Padangsidimpuan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,526 > 1,290$ ) dan nilai  $sig < 0,1$  ( $0,001 < 0,1$ ).

Berdasarkan hasil analisis di atas diketahui bahwa produk memengaruhi minat nasabah memilih tabungan haji PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan secara parsial dan hal ini diperkuat oleh Riska Damayanti yang menyatakan dalam penelitiannya produk berpengaruh secara parsial dan signifikan positif terhadap minat nasabah.<sup>4</sup> Kemudian diperkuat oleh Syifa Zakia Nurlatifah yang menyatakan dalam penelitiannya terdapat pengaruh yang positif produk terhadap minat dan nada pengaruh yang signifikan produk terhadap minat.<sup>5</sup>

2. Terdapat pengaruh variabel pelayanan dengan minat nasabah tabungan haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan, Tbk Cabang Padangsidimpuan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $6,162 > 1,290$ ) dan nilai  $sig < 0,1$  ( $0,000 < 0,1$ ).

Berdasarkan hasil analisis di atas diketahui bahwa pelayanan memengaruhi minat nasabah memilih tabungan haji PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan secara parsial dan hal ini diperkuat oleh Homsatun yang menyatakan dalam penelitiannya pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah untuk

---

<sup>4</sup>Riska Damayanti, "Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Produk Mitra Iqra' Plus Pada AKB Bumi Putera 1912 Syariah Cabang Lembang Palembang" (Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, 2017), hlm 92.

<sup>5</sup>Syifa Zakia Nurlatifah, "Pengaruh Strategi Pemasaran Word Of Mouth (WOM) Dan Produk Pembiayaan Syariah Terhadap Minat Dan Keputusan Menjadi Anggota (Nasabah) Pada Baitul Tamwil Muhammadiyah (BTM) Kota Bandar Lampung" (Jurnal, Manajemen Indonesia, Vol.17, No.3), hlm. 182.

menabung pada PT. Bank Muamalat Tbk Cabang Kendari.<sup>6</sup> Kemudian diperkuat oleh Doni Marlius yang menyatakan dalam penelitiannya terdapat hubungan antara pelayanan dan minat nasabah dan memiliki hubungan signifikan.<sup>7</sup>

3. Tidak terdapat variabel promosi dengan minat nasabah tabungan haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan, Tbk Cabang Padangsidimpuan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $0,442 < 1,290$ ) dan nilai  $sig > 0,1$  ( $0,659 > 0,1$ ). Hasil penelitian ini diperkuat dengan hasil penelitian terdahulu oleh Endro Arifin dan Achmad Fachrodji yang menyatakan dalam penelitiannya bahwa promosi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli pelanggan.<sup>8</sup>
4. Terdapat pengaruh variabel produk, pelayanan, dan promosi dengan minat nasabah tabungan haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan, dengan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $51,481 > 2,7$ ) dan nilai  $sig < 0,05$  ( $0,000 < 0,1$ ). Hasil penelitian ini diperkuat dengan hasil penelitian terdahulu dari Puji Hadiyati, Dicky Fatkhurozi yang menyatakan dalam penelitiannya secara simultan, promosi, produk dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat non

---

<sup>6</sup>Homsatun, “Pengaruh Lokasi, Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Pada PT. Bank Muamalat Tbk Cabang Kendari” (Skripsi, IAIN Kendari: 2017), hlm. 74.

<sup>7</sup>Doni Marlius, “Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Minat Nasabah Dalam Menabung Pada Bank Nagari Cabang Muaralabuh”(Jurnal, Jurmak, Vol.03. No.01), hlm. 19.

<sup>8</sup>Endro Arifin, Achmad Fachrodji, “Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Citra Merek Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Ban Achilles Di Jakarta Selatan” (Jurnal, Mix, Vol. V, No.1, 2015), hlm. 141.

muslim untuk berbank syariah.<sup>9</sup> Kemudian diperkuat oleh Doni Marlius yang menyatakan dalam penelitiannya bahwa ada pengaruh signifikan antara variabel bauran pemasaran jasa (produk, harga, promosi, dan pelayanan nasabah) secara simultan terhadap minat nasabah dalam menabung.<sup>10</sup>

#### **D. Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan dengan langkah-langkah yang disusun sedemikian rupa agar memperoleh hasil sebaik mungkin. Namun, untuk mendapatkan hasil yang sempurna dari suatu penelitian sangat sulit karena masih terdapat berbagai keterbatasan.

Beberapa keterbatasan yang dihadapi peneliti selama penelitian dan penyusunan skripsi ini adalah keterbatasan ilmu pengetahuan dan wawasan peneliti, keterbatasan waktu, tenaga serta biaya peneliti untuk melakukan penelitian lebih lanjut, keterbatasan peneliti dalam menyebar angket karena peneliti tidak menjamin kejujuran responden dalam menjawab setiap pernyataan yang peneliti berikan dan mungkin responden tidak memiliki waktu yang banyak sehingga terjadi kelemahan emosional dalam mengisi angket. Juga keterbatasan kemampuan peneliti dalam menganalisis data yang sudah diperoleh.

---

<sup>9</sup> Puji Hadiyati. Dicky Fatkhurozi, “Pengaruh Promosi, Produk dan Pelayanan Terhadap Masyarakat Non Muslim Berbank Syariah” (Jurnal, Perbanas Review 3,2018), hlm. 46.

<sup>10</sup>Doni Marlius, “ Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Minat Nasabah Dalam Menabung Pada Bank Nagari Cabang Muaralabuh” (Jurnal, Jurmak, Vol.03. No.01), hlm. 22.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka kesimpulan yang dapat diperoleh yaitu:

1. Terdapat pengaruh antara variabel produk dengan minat nasabah tabungan haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,526 > 1,290$ ) dan nilai  $sig < 0,1$  ( $0,001 < 0,1$ ).
2. Terdapat pengaruh antara variabel pelayanan dengan minat nasabah tabungan haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan, Tbk Cabang Padangsidempuan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $6,162 > 1,290$ ) dan nilai  $sig < 0,1$  ( $0,000 < 0,1$ ).
3. Tidak terdapat antara variabel produk dengan minat nasabah tabungan haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan, Tbk Cabang Padangsidempuan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $0,442 < 1,290$ ) dan nilai  $sig > 0,1$  ( $0,659 > 0,1$ ).
4. Terdapat pengaruh antara variabel produk, pelayanan, dan promosi dengan minat nasabah tabungan haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan, dengan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $51,481 > 2,7$ ) dan nilai  $sig < 0,1$  ( $0,000 < 0,1$ ).

## **B. Saran**

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

1. Bagi perusahaan disarankan agar lebih meningkatkan kegiatan promosi yang dilakukan lagi. Hal ini disebabkan bahwa dari hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel promosi memiliki pengaruh paling rendah dibandingkan dengan variabel yang lain, maka dari itu sebaiknya PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan lebih meningkatkan kegiatan promosi yang dilakukan baik melalui media cetak maupun media elektronik untuk menarik minat nasabah memilih tabungan haji.
2. Untuk peneliti selanjutnya agar dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor-faktor lain yang dapat memengaruhi minat nasabah dan dapat melakukan perluasan sampel dalam mepenelitian ini.
3. Bagi pembaca, diharapkan setelah membaca skripsi ini dapat memberikan kritik dan saran demi kesempurnaan skripsi ini. Serta dapat dijadikan rujukan dalam penelitian selanjutnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adi Sasmito Utomo, *“Minat Siswa dalam Mengikuti Kegiatan Ekstrakurikuler Olahraga (Studi Kasus di SMP N 2 Tuntang Kabupaten Semarang Tahun 2011)”* (Skripsi, Universitas Negeri Semarang, 2011).
- Baharuddin HS, *Pembinaan Mental Bimbingan Al-Qur’an*, (Jakarta: Bima Aksara, 1984).
- Bambang Prasetyo, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013).
- Bank Muamalat Indonesia, *“Visi dan Misi”* <http://www.bankmuamalat.co.id/visi-misi>, diakses 12 Juni 2016 pukul 20.05 WIB.
- Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-quran dan Terjemahannya* (Bandung: CV.Penerbit Diponegoro).
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2001).
- Doni Marlius, *“ Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Minat Nasabah Dalam Menabung Pada Bank Nagari Cabang Muaralabuh”* (Jurnal, Jurmak, Vol.03. No.01).
- Duwi Priyanto, *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20* ( Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2012).
- Firdaus NH. Dkk, *Dasar & Strategi Pemasaran Syariah*, (Jakarta: Renaisan, 2005).
- H. Melayu, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009).
- Homsatun, *“Pengaruh Lokasi, Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Pada PT. Bank Muamalat Tbk Cabang Kendari”* (Skripsi, IAIN Kendari: 2017).
- I’ananut Thoifah, *Statistika Pendidikan dalam Metode Penelitian Kuantitatif* (Malang: Madani, 2015).
- Ida Nurlaeli, *“Pengaruh Faktor Budaya, Psikologis, Pelayanan, Promosi, dan Pengetahuan Tentang Produk Terhadap Keputusan Nasabah Memilih BPRS di Bayumas”* (Jurnal Pemikiran Islam, Vol XVIII, No. 2 Juni 2017).
- Jati Handayani, *“Keputusan Nasabah dalam Memilih Perbankan Syariah (Studi kasus pada Nasabah Bank Mandiri)”* Jurnal Akutansi Bisnis dan Perbankan Indonesia (JABPI) Vol. 22, No. 2 Juli 2014.

- Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Kharisma Putra Utama, 2011).
- Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2004).
- \_\_\_\_\_, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010).
- Moch Darsyah Sinungan, *Manajemen Dana Bank* (Jakarta: Rineka Cipta, 1990).
- Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2013).
- Muhammad Isa, *Manajemen Pemasaran Bank* (Diktat: IAIN Padangsidimpuan, 2013).
- Nur Asnawi dan Masyuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*, (Malang: UIN-Maliki Press, 2011).
- Panji Anoraga, *menejemen Bisnis* (Jakarta: Rineka Cipta , 2015).
- Philip Kotler., *Manajemen Pemasaran Analisis perencanaan, implementasi dan pengendalian*,(Jakarta: Erlangga, 1995).
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1* (Jakarta: PT. Indeks, 2009).
- Riska Damayanti, “*Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Produk Mitra Iqra’ Plus Pada AJB Bumi Putera 1912 Syariah Cabang Lembang Palembang*” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, 2017).
- Said Agil Husein Almunawar, Abdul Halim. *Fikih Haji: Menuntun Jama’ah Mencapai Haji Mabrur*. Jakarta: Ciputat Press: 2003.
- Shihab, M. Quraish, *Tafsir Al Misbah: Pesan, Kesan dan Keserasian Al-qur-an*, (Jakarta: Lentera Hati, 2002).
- Slamet Abidin dan Moch Suyono, *Fiqih Ibadah*, (Bandung: CV. Pustaka Setia, 1998).
- Slameto, *Belajar & Faktor-faktor yang Mempengaruhinya* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010).
- Sudrajad, M. Subana, *Dasar-Dasar Penelitian Ilmiah* (Bandung: Pustaka Setia, 2011).

- Sugiyono, *Metodologi Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R & D* (Bandung: Alfabeta, 2012).
- Sunardi, *Pengantar Bisnis Konsep, Strategi, dan Kasus* (Yogyakarta: Center for Academimic Publishing Service).
- Syafrizal Helmi Situmorang, dkk, *Analisis Data Penelitian: Menggunakan Program SPSS*, (Medan : USU Pers, 2008).
- Syifa Zakia Nurlatifah, “*Pengaruh Strategi Pemasaran Word Of Mouth (WOM) Dan Produk Pembiayaan Syariah Terhadap Minat Dan Keputusan Menjadi Anggota (Nasabah) Pada Baitul Tamwil Muhammadiyah (BTM) Kota Bandar Lampung*” (Jurnal, Manajemen Indonesia, Vol.17, No.3).
- Wawancara dengan Ibu Wilda Khairani, Nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan, Kamis,14 february 2019 pukul 14.30 WIB.
- Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Syariah* (Jakarta: Sinar Grafika, 2008).
- Zakiah Daradjad, *Metodik Khusus Pengajaran Agama Islam*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1995).

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

### **DATA PRIBADI**

Nama : ERNITA BATUBARA  
Nim : 1540100206  
Tempat/Tanggal Lahir : Kayulaut, 14 Juli 1997  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Telepon/Hp : +6281397496889  
Alamat lengkap : Jalan Lintas Natal, Desa Kayulaut, Kecamatan Panyabungan Selatan, Kabupaten Mandailing Natal, Provinsi Sumatera Utara.  
Motto Hidup : Mandiri dan Tetap Menjadi Diri Sendiri

### **DATA ORANG TUA/WALI**

Nama Ayah : H. Samhar Hasan Batubara  
Pekerjaan : PNS  
Nama Ibu : Hj. Khodijah Nasution  
Pekerjaan : PNS  
Alamat lengkap : Jalan Lintas Natal, Desa Kayulaut, Kecamatan Panyabungan Selatan, Kabupaten Mandailing Natal, Provinsi Sumatera Utara.

### **LATAR BELAKANG PENDIDIKAN**

Tahun 2003-2009 : SDN 142580 Kayulaut  
Tahun 2009-2012 : SMPN 1 Panyabungan Selatan  
Tahun 2012-2015 : SMAN 1 Panyabungan Selatan  
Tahun 2015-2019 : Program Sarjana (Strata-1) Perbankan Syariah IAIN Padangsidimpuan



## **Lampiran 1**

### **LEMBAR KUISIONER**

Kepada Yth,

Bapak/Ibu/Sdr. Responden

di Tempat

Dengan Hormat

Bersama ini, saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr untuk mengisi daftar kuesioner yang diberikan. Informasi yang bapak/ibu/sdr berikan merupakan bantuan yang sangat berarti bagi saya dalam menyelesaikan penelitian ini.

Jawaban bapak/ibu/sdr tidak akan mempunyai dampak negatif terhadap jabatan atau pekerjaan bapak/ibu/sdr saat ini. Karena tujuan pengajuan kuesioner ini hanya untuk pengumpulan data guna keberhasilan dalam penyusunan skripsi saya yang berjudul Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Memilih Tabungan Haji (Studi Kasus PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan).

Demikian, kepada bapak/ibu/sdr yang telah bersedia menjawab pertanyaan-pertanyaan saya, saya ucapkan terimakasih.

2019

Padangsidempuan, September

ERNITA BATUBARA  
1540100206



## I. Identitas Responden

Nama :

Usia :

Jenis Kelamin :

Alamat :

Pekerjaan :

## II. Petunjuk Pengisian

1. Berikan checklist (√) pada setiap jawaban anda.
2. Setiap pertanyaan berikut ini terdiri atas lima pilihan jawaban, sebagai berikut:
  - a. SS = Sangat setuju
  - b. S = Setuju
  - c. KS = Kurang Setuju
  - d. TS = Tidak Setuju
  - e. STS = Sangat Tidak Setuju

## III. Daftar Pertanyaan Kuesioner

### a. Angket Variabel Produk

No.	Daftar Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Biaya administrasi produk sangat terjangkau.					
2.	Tabungan haji menguntungkan karena dapat memperoleh bonus atau souvenir haji.					
3.	Tabungan haji merupakan produk PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan bersifat					

	praktis dan fleksibel.					
4.	Tabungan haji PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan terjamin untuk memperoleh kepastian mendapatkan kuota/porsi keberangkatan ibadah haji.					
5.	Tabungan haji merupakan produk PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan memiliki keistimewaan dibandingkan produk tabungan haji lainnya.					
6.	Tabungan haji unggul dengan dukungan sistem teknologi yang canggih.					

#### b. Angket Variabel Pelayanan

No.	Daftar Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Kondisi fisik gedung (ukuran, desain, dll) bank bagus dan sederhana.					
2.	Lokasi Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Padangsidempuan.					
3.	Pegawai Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCU Padangsidempuan mengetahui kebutuhan nasabah.					
4.	Pegawai Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCU Padangsidempuan					

	melayani dan memperlakukan nasabah baik tanpa memandang status sosial.					
5.	Pegawai Bank Muamalat Indonesia, Tbk Padangsidempuan langsung antusias menyambut nasabah yang datang.					
6.	Pelayanan yang diberikan sudah konsisten dan akurat, dengan kata lain sudah seperti layaknya pelayanan perbankan.					
7.	Pegawai Bank Muamalat Indonesia, Tbk Padangsidempuan mampu memberikan pelayanan yang lincah, cekatan dan terampil.					
8.	Pegawai Bank Muamalat Indonesia, Tbk Padangsidempuan memiliki pengetahuan dan wawasan yang baik dalam melayani dan memberikan informasi.					
9.	Pegawai Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCU Padangsidempuan dengan cepat menanggapi keluhan dan masukan, serta memberikan jawaban yang jelas.					

**c. Angket Variabel Promosi.**

No.	Daftar Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	ST	STS
1.	Saya menabung Bank Muamalat Indonesia, Tbk Padangsidempuan karena mudah dan setoran awal yang rendah.					
2.	Saya menabung di Bank Muamalat Indonesia, Tbk Padangsidempuan karena brosur banyak di sebarkan di media sosial.					
3.	Saya tertarik menjadi nasabah setelah membaca papan iklan/spanduk Bank Muamalat Indonesia, Tbk Padangsidempuan.					
4.	Saya tertarik menggunakan jasa bank muamalat karena termotivasi oleh informasi yang diberikan sales atau services.					
5.	Saya tertarik menjadi nasabah setelah membaca brosur Bank Muamalat Indonesia, Tbk Padangsidempuan.					
6.	Adanya berbagai berjangka platinum, yang menawarkan hadiah menarik seperti sepeda motor, TV, laptop dll.					
7.	Promosi penjualan yang ditawarkan pegawai Bank					

	Muamalat sangat baik.					
8.	Pegawai Bank Muamalat menjelaskan secara rinci tentang produk-produk Bank Muamalat.					
9.	Saya kadang menyimpan dana dibank karena bank sedang mengadakan promosi.					

**d. Angket Minat Nasabah**

No.	Daftar Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya menggunakan tabungan haji di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan karena lebih baik dari tabungan haji bank lain.					
2.	Saya menggunakan tabungan haji karena reputasi yang baik dari PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.					
3.	Saya menggunakan tabungan haji karena saya percaya terhadap kemampuan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.					
4.	Kadang saya memilih tabungan haji karena meringankan saya dalam mengumpulkan dana.					
5.	Saya mendapatkan informasi tentang tabungan haji dari keluarga dan sahabat.					

6.	Kejelasan informasi produk mendorong saya untuk menggunakan tabungan haji.					
7.	Saya tidak tertarik untuk menabung karena tidak sesuai kebutuhan.					
8.	Perasaan yang nyaman menggunakan tabungan haji karena dikelola dengan sistem yang syari'ah.					
9.	Kadang saya memilih tabungan haji karena pengelolaan dana transparan.					
10	Saya kadang memilih produk tabungan haji karena memudahkan saya untuk mewujudkan ibadah haji.					
11	Saya tetap menggunakan tabungan haji karena sesuai dengan harapan saya.					

Padangsidimpuan,.....2019  
 Responden

.....

## LEMBAR VALIDASI ANGKET PROMOSI

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Berilah tanda *checklist* (√) pada kolom V (valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi, Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

Indikator	No. Soal	V	VR	TV
Kuantitas	1			
Jangkauan promosi	2, 3, 4			
Pelayanan iklan atau informasi	5, 6, 7, 8. 9			

Catatan:

.....  
.....  
.....

Padangsidimpuan,    September

2019

Validator

**H. Ali Hardana, S.Pd., M.Si**

## **LEMBAR VALIDASI ANGKET PELAYANAN**

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Berilah tanda *checklist* (√) pada kolom V (valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi, Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

Indikator	No. Soal	V	VR	TV
Tangible (wujud)	1, 2			
Emphaty (perhatian)	3, 4, 5			
Realibility (keandalan)	6, 7			
Responsiveness (daya tanggap)	8, 9			

Catatan:

.....  
.....  
.....

Padangsidempuan,      September 2019  
Validator

**H. Ali Hardana, S.Pd., M.Si**



## LEMBAR VALIDASI ANGKET PRODUK

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Berilah tanda checklist ( ) pada kolom V (valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi, Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

Indikator	No. Soal	V	VR	TV
Terjangkau	1			
Mutu Produk	2			
Keyakinan	3, 4			
Keunggulan	5, 6			

Catatan:

.....

.....

.....

.....

Padangsidempuan,     September 2019

Validator

**H. Ali Hardana, S.Pd., M.Si**

## LEMBAR VALIDASI ANGKET MINAT NASABAH

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Berilah tanda checklist () pada kolom V (valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi, Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

Indikator	No. Soal	V	VR	TV
Pencarian informasi	5, 6			
Suasana hati	7, 8			
Keputusan membeli	1, 2, 3, 4			
Perilaku sesudah membeli	9, 10, 11			

Catatan:

.....  
.....  
.....  
.....

Padangsidempuan,      September 2019

Validator

**H. Ali Hardana, S.Pd., M.Si**

## LAMPIRAN 1

### SURAT VALIDASI ANGKET

Menerangkan bahwa yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : H. Ali Hardana, S.Pd., M.Si

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket untuk kelengkapan penelitian yang berjudul:

**Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Memilih Tabungan Haji (Studi Kasus PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan)**

Yang disusun oleh:

Nama : Ernita Batubara  
NIM : 15 401 00206  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Perbankan Syariah 5

Adapun masukan saya adalah sebagai berikut:

- 1.
- 2.
- 3.

Dengan harapan masukan dan penilaian yang saya berikan dapat dipergunakan untuk menyempurnakan dan memperoleh kualitas angket yang baik.

Padangsidimpuan, September 2019

**H. Ali Hardana, S.Pd., M.Si**

## LAMPIRAN 2

### KUISIONER PRODUK

Nasabah	DAFTAR JAWABAN						Total
	1	2	3	4	5	6	
1	4	4	4	4	5	4	25
2	5	4	4	5	4	4	26
3	5	5	4	5	5	5	29
4	4	5	4	4	4	4	25
5	5	4	4	5	5	5	28
6	4	5	5	4	4	4	26
7	4	4	4	5	5	5	27
8	5	4	4	4	4	4	25
9	5	4	4	4	5	4	26
10	5	4	4	4	5	4	26
11	5	4	4	4	4	5	26
12	4	4	4	4	5	5	26
13	5	4	4	4	4	4	25
14	5	4	4	5	5	5	28
15	5	4	4	4	5	4	26
16	5	5	4	4	4	4	26
17	5	4	3	5	5	5	27
18	5	4	4	4	4	4	25
19	5	4	4	4	5	4	26
20	5	4	4	4	4	4	25
21	5	4	4	5	5	5	28
22	4	4	4	4	4	4	24
23	5	4	4	5	5	5	28
24	5	4	4	5	5	5	28
25	4	4	4	5	5	5	27
26	4	4	4	5	4	5	26
27	5	4	4	5	5	5	28
28	5	4	4	5	4	5	27
29	4	4	4	4	4	4	24
30	4	4	4	4	4	4	24
31	4	4	4	4	5	4	25
32	5	4	4	5	5	4	27
33	5	4	4	5	5	5	28
34	5	4	4	5	4	4	26
35	5	4	4	5	4	4	26
36	5	4	4	5	5	5	28

Nasabah	DAFTAR JAWABAN						Total
	1	2	3	4	5	6	
37	4	4	4	4	4	4	24
38	5	4	4	5	5	5	28
39	4	4	3	4	4	4	23
40	4	4	4	4	4	4	24
41	5	4	4	4	4	4	25
42	5	4	4	5	5	5	28
43	4	4	4	4	4	4	24
44	4	4	4	4	4	4	24
45	4	5	5	4	4	4	26
46	5	4	4	5	5	5	28
47	5	5	5	5	5	5	30
48	4	4	4	4	5	4	25
49	4	4	4	4	4	4	24
50	4	4	4	4	5	4	25
51	5	5	5	5	5	4	29
52	5	4	4	5	4	5	27
53	5	5	5	4	4	4	27
54	4	5	5	4	5	4	27
55	5	5	5	5	5	5	30
56	4	4	4	4	4	4	24
57	5	4	4	5	4	5	27
58	5	4	4	5	4	5	27
59	5	4	4	5	5	5	28
60	4	4	4	4	4	4	24
61	5	4	4	5	5	5	28
62	5	5	5	5	5	5	30
63	5	4	4	4	5	4	26
64	4	4	4	4	4	3	23
65	4	4	4	4	4	4	24
66	5	5	5	5	4	4	28
67	5	4	4	5	4	5	27
68	5	5	5	5	4	5	29
69	4	5	5	4	4	4	26
70	4	4	4	4	4	4	24
71	5	5	5	5	5	5	30
72	5	4	4	5	5	5	28
73	5	5	5	5	5	5	30
74	4	4	4	4	4	4	24
75	5	5	5	5	4	5	29

Nasabah	DAFTAR JAWABAN						Total
	1	2	3	4	5	6	
76	4	4	4	4	5	4	25
77	5	5	5	4	4	4	27
78	5	5	5	4	4	4	27
79	4	4	4	4	5	5	26
80	4	5	5	4	4	5	27
81	5	5	5	5	4	4	28
82	5	4	4	5	4	4	26
83	5	5	5	5	4	5	29
84	5	5	5	5	5	5	30
85	4	4	4	4	4	4	24
86	4	4	4	4	5	4	25
87	5	5	5	5	4	4	28
88	5	5	5	5	5	4	29
89	4	4	4	4	5	3	24
90	4	5	5	5	4	5	28
91	4	4	4	4	4	4	24
92	5	5	3	5	5	5	28
93	5	5	5	5	5	5	30
94	4	4	5	4	4	4	25
95	5	4	4	5	4	4	26
96	5	4	5	5	5	5	29
97	4	4	4	5	5	5	27
98	4	4	4	4	4	3	23
99	4	5	5	5	5	5	29
100	4	4	4	4	4	4	24

### LAMPIRAN 3

#### KUISIONER PELAYANAN

Nasabah	DAFTAR JAWABAN									Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
1	5	4	4	4	4	4	5	5	5	40
2	4	5	4	4	4	4	4	4	5	38
3	4	4	4	5	5	5	5	5	4	41
4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	38
5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	38
6	5	5	5	4	4	5	4	4	4	40
7	4	4	4	4	5	4	5	5	4	39
8	4	5	4	4	4	4	4	5	4	38
9	4	5	5	5	5	4	4	5	5	42
10	4	5	4	4	4	4	5	4	4	38
11	4	5	5	4	4	4	4	5	4	39
12	4	4	4	4	5	4	5	5	5	40
13	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37
14	4	5	4	4	5	4	5	4	5	40
15	4	4	4	5	4	4	4	4	4	37
16	4	5	5	5	4	5	4	4	4	40
17	4	4	4	4	5	4	5	4	5	39
18	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37
19	4	5	4	5	5	4	4	4	5	40
20	5	4	4	4	4	5	4	4	4	38
21	4	5	4	4	4	4	4	4	5	38
22	5	5	5	5	5	4	5	5	4	43
23	4	4	4	4	5	4	5	5	5	40
24	4	4	4	4	4	4	4	5	4	37
25	4	4	4	4	5	4	5	5	5	40
26	4	4	5	4	4	4	4	5	4	38
27	5	4	4	5	5	4	5	5	5	42
28	5	5	4	4	4	5	4	5	4	40
29	4	4	5	4	4	5	4	4	5	39
30	4	4	4	4	4	5	4	4	5	38
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
32	4	5	4	4	4	4	4	4	4	37
33	4	5	4	5	5	4	5	5	4	41
34	4	5	4	4	4	4	4	4	4	37
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
36	4	4	4	5	5	4	5	4	5	40

Nasabah	DAFTAR JAWABAN									Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
37	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37
38	5	4	4	5	5	4	4	5	5	41
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
41	5	5	4	4	4	5	4	4	4	39
42	4	4	4	5	4	4	5	5	4	39
43	4	5	4	4	4	4	4	4	5	38
44	4	5	4	4	4	4	4	4	5	38
45	5	5	5	4	5	5	4	4	5	42
46	4	4	4	5	4	4	5	5	4	39
47	5	5	5	4	5	5	5	5	4	43
48	4	4	4	4	5	4	4	4	4	37
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
50	4	4	4	5	5	4	4	4	5	39
51	5	5	5	5	5	5	4	4	5	43
52	4	4	4	4	4	4	4	5	4	37
53	5	4	5	4	4	5	4	4	4	39
54	5	4	5	5	5	5	5	4	5	43
55	5	4	5	5	5	5	5	4	5	43
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
57	4	4	4	4	4	4	4	5	4	37
58	4	5	4	4	4	4	4	5	4	38
59	4	5	4	5	5	4	4	5	5	41
60	4	5	4	4	4	4	4	4	4	37
61	4	5	4	5	5	4	4	5	5	41
62	5	5	5	4	5	5	4	5	5	43
63	4	4	4	5	5	4	4	4	5	39
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
65	4	4	4	5	5	4	5	4	5	40
66	5	5	5	5	5	5	5	4	5	44
67	4	4	4	4	4	4	4	5	4	37
68	5	5	5	4	4	5	4	5	4	41
69	5	5	5	4	4	5	4	4	5	41
70	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37
71	5	5	5	4	4	5	4	5	4	41
72	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
75	5	5	4	4	4	5	5	5	5	42





**LAMPIRAN 4****KUISIONER PROMOSI**

Nasabah	DAFTAR JAWABAN									Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
1	4	4	4	4	4	5	4	4	4	37
2	5	4	4	5	4	4	4	4	5	39
3	5	5	4	5	5	5	4	4	5	42
4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	38
5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	37
6	5	5	5	5	4	4	5	4	5	42
7	5	4	4	4	5	5	4	5	4	40
8	4	5	4	4	4	4	4	4	4	37
9	4	4	4	5	4	5	5	5	4	40
10	5	4	4	4	4	4	4	5	4	38
11	5	4	4	5	5	4	5	5	4	41
12	5	4	4	4	5	5	4	5	4	40
13	4	4	4	4	4	4	4	5	4	37
14	5	4	4	5	5	5	4	5	5	42
15	4	4	4	5	4	4	4	4	5	38
16	4	5	4	5	4	4	5	4	5	40
17	5	4	4	4	5	5	4	5	4	40
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
19	5	4	4	4	4	5	4	4	4	38
20	4	4	5	4	4	4	4	4	4	37
21	5	5	4	4	4	4	4	5	4	39
22	5	5	5	5	5	5	4	5	4	43
23	5	5	4	5	5	5	4	4	4	41
24	4	4	4	4	5	4	4	4	4	37
25	5	4	4	5	5	5	4	5	4	41
26	4	5	4	5	5	4	5	5	4	41
27	5	4	4	4	5	5	4	5	4	40
28	4	4	4	4	5	4	4	4	4	37
29	5	5	4	5	4	4	5	5	4	41
30	4	5	4	4	4	4	4	4	5	38
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
32	5	4	4	4	4	4	4	5	4	38
33	5	4	4	4	5	5	4	5	4	40
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
35	5	4	4	5	4	4	4	5	4	39
36	5	4	4	5	5	5	4	5	5	42

Nasabah	DAFTAR JAWABAN									Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
37	5	4	4	4	4	4	4	5	4	38
38	5	4	4	4	5	5	4	5	4	40
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
40	5	4	4	4	4	4	4	5	4	38
41	5	4	4	4	4	4	4	5	4	38
42	5	4	4	4	5	5	4	5	4	40
43	4	4	4	5	4	4	4	4	4	37
44	5	4	4	5	4	4	4	5	4	39
45	5	5	5	4	4	4	5	5	5	42
46	5	4	4	4	5	5	4	5	4	40
47	4	5	5	4	5	5	5	4	5	42
48	4	4	4	4	4	5	4	4	4	37
49	5	4	4	4	4	4	4	5	4	38
50	5	4	4	4	4	5	4	5	4	39
51	5	5	5	5	4	5	5	5	5	44
52	5	4	4	4	5	4	4	5	5	40
53	4	5	5	5	4	4	5	4	5	41
54	4	5	5	5	4	5	5	4	5	42
55	4	5	5	5	5	5	5	4	5	43
56	5	4	4	4	4	4	4	5	4	38
57	5	4	4	4	5	4	4	5	4	39
58	4	4	4	4	5	4	4	4	4	37
59	4	4	4	4	5	5	4	4	4	38
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
61	5	4	4	4	5	5	4	5	4	40
62	4	5	5	5	5	5	5	4	5	43
63	4	4	4	4	4	5	4	4	4	37
64	5	4	4	4	4	4	4	5	4	38
65	5	4	4	4	4	5	4	5	4	39
66	5	5	5	5	4	5	5	5	4	43
67	5	4	4	4	5	4	4	5	4	39
68	4	5	5	5	5	4	5	4	5	42
69	5	5	5	5	4	4	5	5	5	43
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
71	5	5	5	5	5	4	5	5	5	44
72	4	5	5	5	5	5	5	4	5	43
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
74	5	4	4	4	4	4	4	5	4	38
75	5	4	5	5	5	4	4	5	5	42

Nasabah	DAFTAR JAWABAN									Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
76	5	4	4	5	4	5	4	5	4	40
77	4	4	5	4	4	4	5	4	5	39
78	4	4	5	4	4	4	5	4	5	39
79	4	4	4	4	5	5	4	4	4	38
80	4	5	5	5	5	4	5	4	5	42
81	5	5	5	4	4	4	5	5	5	42
82	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
83	5	5	5	4	5	4	5	5	5	43
84	4	5	5	5	5	5	5	4	5	43
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
86	5	4	4	4	4	5	4	5	4	39
87	4	5	5	5	4	4	5	4	5	41
88	4	5	5	5	4	4	5	4	5	41
89	4	4	4	4	5	5	4	4	5	39
90	4	5	5	5	5	4	5	4	5	42
91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
92	5	4	5	5	5	4	5	5	5	43
93	4	4	5	5	5	5	5	4	5	42
94	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
95	5	4	4	5	4	4	4	5	4	39
96	5	4	4	5	5	5	4	5	4	41
97	4	4	5	5	4	4	5	4	5	40
98	4	4	5	5	4	4	5	4	5	40
99	4	4	4	4	5	4	4	4	4	37
100	5	5	4	5	4	4	5	5	4	41

**LAMPIRAN 5****KUISIONER MINAT NASABAH**

Nasabah	DAFTAR JAWABAN											Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
1	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	48
2	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	52
3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	46
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	45
5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	50
6	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	52
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
8	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	52
9	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	50
10	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	49
11	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	44
12	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	47
13	4	5	4	5	5	4	3	4	4	5	4	47
14	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	49
15	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	49
16	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	48
17	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	49
18	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	45
19	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	52
20	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	51
21	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	53
22	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	50
23	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	50
24	5	4	4	5	5	5	3	5	4	5	5	50
25	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	51
26	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	47
27	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	50
28	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	47
29	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	49
30	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	51
31	4	4	4	5	5	5	3	5	4	4	4	47
32	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	51
33	5	5	4	4	4	5	4	3	5	5	5	49
34	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	48
35	4	4	4	5	5	3	4	4	4	4	5	46
36	5	5	5	4	4	4	3	4	5	5	4	48

Nasabah	DAFTAR JAWABAN											Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
37	5	4	5	5	5	4	4	4	3	4	5	48
38	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	48
39	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	46
40	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	51
41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
42	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	52
43	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	52
44	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	54
45	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	54
46	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	53
47	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	51
48	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	52
49	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	54
50	4	5	4	4	5	5	3	4	5	5	3	47
51	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	53
52	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	52
53	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	50
54	4	4	4	4	5	5	3	5	4	5	5	48
55	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	47
56	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	47
57	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	51
58	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	47
59	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	48
60	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	52
61	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	50
62	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	48
63	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	3	46
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	45
65	4	4	4	5	4	4	4	5	3	5	4	46
66	5	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	45
67	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	46
68	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	49
69	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	50
70	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	52
71	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	47
72	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	52
73	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	49
74	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	48
75	5	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	45

Nasabah	DAFTAR JAWABAN											Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
76	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	47
77	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	50
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
79	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	46
80	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	4	52
81	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	52
82	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	52
83	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	53
84	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	54
85	4	5	5	4	4	4	3	4	5	5	5	48
86	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	48
87	4	4	4	5	5	5	3	4	4	4	5	47
88	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	50
89	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	49
90	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	54
91	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	52
92	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	49
93	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	47
94	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	49
95	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	51
96	4	4	4	5	5	5	3	4	4	4	5	47
97	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	49
98	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	52
99	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	48
100	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	47

**LAMPIRAN 6**

Tabel *r square*

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
<b>1</b>	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
<b>2</b>	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
<b>3</b>	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
<b>4</b>	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
<b>5</b>	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
<b>6</b>	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
<b>7</b>	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
<b>8</b>	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
<b>9</b>	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
<b>10</b>	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
<b>11</b>	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
<b>12</b>	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
<b>13</b>	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
<b>14</b>	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
<b>15</b>	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247



<b>16</b>	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
<b>17</b>	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
<b>18</b>	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
<b>19</b>	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
<b>20</b>	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
<b>21</b>	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
<b>22</b>	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
<b>23</b>	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
<b>24</b>	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
<b>25</b>	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
<b>26</b>	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
<b>27</b>	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
<b>28</b>	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
<b>29</b>	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
<b>30</b>	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
<b>31</b>	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
<b>32</b>	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
<b>33</b>	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
<b>34</b>	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254

<b>df = (N-2)</b>	<b>Tingkat signifikansi untuk uji satu arah</b>				
	<b>0.05</b>	<b>0.025</b>	<b>0.01</b>	<b>0.005</b>	<b>0.0005</b>
	<b>Tingkat signifikansi untuk uji dua arah</b>				
	<b>0.1</b>	<b>0.05</b>	<b>0.02</b>	<b>0.01</b>	<b>0.001</b>
<b>35</b>	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
<b>36</b>	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
<b>37</b>	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
<b>38</b>	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
<b>39</b>	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
<b>40</b>	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
<b>41</b>	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
<b>42</b>	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
<b>43</b>	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
<b>44</b>	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
<b>45</b>	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
<b>46</b>	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
<b>47</b>	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
<b>48</b>	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
<b>49</b>	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
<b>50</b>	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432
<b>51</b>	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
<b>52</b>	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354

<b>53</b>	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
<b>54</b>	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
<b>55</b>	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
<b>56</b>	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
<b>57</b>	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
<b>58</b>	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
<b>59</b>	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
<b>60</b>	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
<b>61</b>	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
<b>62</b>	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
<b>63</b>	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
<b>64</b>	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
<b>65</b>	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
<b>66</b>	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
<b>67</b>	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
<b>68</b>	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
<b>69</b>	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
<b>70</b>	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
<b>71</b>	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773

<b>df = (N-2)</b>	<b>Tingkat signifikansi untuk uji satu arah</b>				
	<b>0.05</b>	<b>0.025</b>	<b>0.01</b>	<b>0.005</b>	<b>0.0005</b>
	<b>Tingkat signifikansi untuk uji dua arah</b>				
	<b>0.1</b>	<b>0.05</b>	<b>0.02</b>	<b>0.01</b>	<b>0.001</b>
<b>72</b>	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
<b>73</b>	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
<b>74</b>	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
<b>75</b>	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
<b>76</b>	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
<b>77</b>	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
<b>78</b>	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
<b>79</b>	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
<b>80</b>	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
<b>81</b>	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
<b>82</b>	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
<b>83</b>	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
<b>84</b>	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
<b>85</b>	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
<b>86</b>	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
<b>87</b>	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
<b>88</b>	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
<b>89</b>	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393

<b>90</b>	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
<b>91</b>	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
<b>92</b>	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
<b>93</b>	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
<b>94</b>	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
<b>95</b>	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
<b>96</b>	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
<b>97</b>	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
<b>98</b>	0.1654	<b>0.1966</b>	0.2324	0.2565	0.3242
<b>99</b>	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
<b>100</b>	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

LAMPIRAN 7

Tabel Nilai t

<b>d.f</b>	$t_{0.10}$	$t_{0.05}$	$t_{0.025}$	$t_{0.01}$	$t_{0.005}$
<b>1</b>	3,078	6,314	12,706	31,821	63, 657
<b>2</b>	1,886	2,920	4,303	6,965	9,925
<b>3</b>	1,638	2,353	3,182	4,541	5,841
<b>4</b>	1,533	2,132	2,776	3,747	4,604
<b>5</b>	1,476	2,015	2,571	3,365	4,032
<b>6</b>	1,440	1,943	2,447	3,143	3,707
<b>7</b>	1,415	1,895	2,365	2,998	3,499
<b>8</b>	1,397	1,860	2,306	2,896	3,355
<b>9</b>	1,383	1,833	2,262	2,821	3,250
<b>10</b>	1,372	1,812	2,228	2,764	3,169
<b>11</b>	1,363	1,796	2,201	2,718	3,106
<b>12</b>	1,356	1,782	2,179	2,681	3,055
<b>13</b>	1,350	1,771	2,160	2,650	3,012
<b>14</b>	1,345	1,761	2,145	2,624	2,977
<b>15</b>	1,341	1,753	2,131	2,602	2,947
<b>16</b>	1,337	1,746	2,120	2,583	2,921
<b>17</b>	1,333	1,740	2,110	2,567	2,898
<b>18</b>	1,330	1,734	2,101	2,552	2,878
<b>19</b>	1,328	1,729	2,093	2,539	2,861
<b>20</b>	1,325	1,725	2,086	2,528	2,845
<b>21</b>	1,323	1,721	2,080	2,518	2,831
<b>22</b>	1,321	1,717	2,074	2,508	2,819
<b>23</b>	1,319	1,714	2,069	2,500	2,807
<b>24</b>	1,318	1,711	2,064	2,492	2,797
<b>25</b>	1,316	1,708	2,060	2,485	2,787
<b>26</b>	1,315	1,706	2,056	2,479	2,779
<b>27</b>	1,314	1,703	2,052	2,473	2,771
<b>28</b>	1,313	1,701	2,048	2,467	2,763
<b>29</b>	1,311	1,699	2,045	2,462	2,756
<b>30</b>	1,310	1,697	2,042	2,457	2,750
<b>31</b>	1,309	1,696	2,040	2,453	2,744
<b>32</b>	1,309	1,694	2,037	2,449	2,738
<b>33</b>	1,308	1,692	2,035	2,445	2,733
<b>34</b>	1,307	1,691	2,032	2,441	2,728
<b>35</b>	1,306	1,690	2,030	2,438	2,724
<b>36</b>	1,306	1,688	2,028	2,434	2,719
<b>37</b>	1,305	1,687	2,026	2,431	2,715

<b>38</b>	1,304	1,686	2,024	2,429	2,712
<b>39</b>	1,303	1,685	2,023	2,426	2,708
d.f	$t_{0.10}$	$t_{0.05}$	$t_{0.025}$	$t_{0.01}$	$t_{0.005}$
40	1,303	1,684	2,021	2,423	2,704
41	1,303	1,683	2,020	2,421	2,701
42	1,302	1,682	2,018	2,418	2,698
43	1,302	1,681	2,017	2,416	2,695
44	1,301	1,680	2,015	2,414	2,692
45	1,301	1,679	2,014	2,412	2,690
46	1,300	1,679	2,013	2,410	2,687
47	1,300	1,678	2,012	2,408	2,685
48	1,299	1,677	2,011	2,407	2,682
49	1,299	1,677	2,010	2,405	2,680
50	1,299	1,676	2,009	2,403	2,678
51	1,298	1,675	2,008	2,402	2,676
52	1,298	1,675	2,007	2,400	2,674
53	1,298	1,674	2,006	2,399	2,672
54	1,297	1,674	2,005	2,397	2,670
55	1,297	1,673	2,004	2,396	2,668
56	1,297	1,673	2,003	2,395	2,667
57	1,297	1,672	2,002	2,394	2,665
58	1,296	1,672	2,002	2,392	2,663
59	1,296	1,671	2,001	2,391	2,662
60	1,296	1,671	2,000	2,390	2,660
61	1,296	1,670	2,000	2,389	2,659
62	1,295	1,670	1,999	2,388	2,657
63	1,295	1,669	1,998	2,387	2,656
64	1,295	1,669	1,998	2,386	2,655
65	1,295	1,669	1,997	2,385	2,654
66	1,295	1,668	1,997	2,384	2,652
67	1,294	1,668	1,996	2,383	2,651
68	1,294	1,668	1,995	2,382	2,650
69	1,294	1,667	1,995	2,382	2,649
70	1,294	1,667	1,994	2,381	2,648
71	1,294	1,667	1,994	2,380	2,647
72	1,293	1,666	1,993	2,379	2,646
73	1,293	1,666	1,993	2,379	2,645
74	1,293	1,666	1,993	2,378	2,644
75	1,293	1,665	1,992	2,377	2,643
76	1,293	1,665	1,992	2,376	2,642
77	1,293	1,665	1,991	2,376	2,641
78	1,292	1,665	1,991	2,375	2,640
79	1,292	1,664	1,990	2,374	2,640
80	1,292	1,664	1,990	2,374	2,639
81	1,292	1,664	1,990	2,373	2,638

82	1,292	1,664	1,989	2,373	2,637
d.f	$t_{0.10}$	$t_{0.05}$	$t_{0.025}$	$t_{0.01}$	$t_{0.005}$
83	1,292	1,663	1,989	2,372	2,636
84	1,292	1,663	1,989	2,372	2,636
85	1,292	1,663	1,988	2,371	2,635
86	1,291	1,663	1,988	2,370	2,634
87	1,291	1,663	1,988	2,370	2,634
88	1,291	1,662	1,987	2,369	2,633
89	1,291	1,662	1,987	2,369	2,632
90	1,291	1,662	1,987	2,368	2,632
91	1,291	1,662	1,986	2,368	2,631
92	1,291	1,662	1,986	2,368	2,630
93	1,291	1,661	1,986	2,367	2,630
94	1,291	1,661	1,986	2,367	2,629
95	1,291	1,661	1,985	2,366	2,629
96	1,290	1,661	1,985	2,366	2,628
97	1,290	1,661	1,985	2,365	2,627
98	1,290	<b>1,661</b>	1,984	2,365	2,627
99	1,290	1,660	1,984	2,365	2,626
Inf.	1,290	1,660	1,984	2,364	2,626



**LAMPIRA  
N 8**

**Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05**

df untuk peny ebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	16.1	19.9	21.6	22.5	23.0	23.4	23.7	23.9	24.1	24.2	24.3	24.4	24.4	24.5	24.6
2	18.51	19.16	19.25	19.33	19.39	19.44	19.48	19.51	19.54	19.56	19.58	19.60	19.61	19.62	19.63
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.77	8.74	8.71	8.68	8.66	8.64
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	4.72	4.69	4.67	4.65	4.64
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.29	4.22	4.16	4.11	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.95
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.80	3.74	3.69	3.64	3.61	3.59	3.57	3.55	3.54
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.59	3.52	3.46	3.41	3.35	3.31	3.29	3.27	3.25	3.24
9	5.12	4.26	3.87	3.64	3.48	3.38	3.31	3.25	3.20	3.14	3.11	3.09	3.07	3.05	3.04
10	4.96	4.11	3.72	3.49	3.33	3.23	3.16	3.10	3.05	2.98	2.94	2.92	2.90	2.88	2.87
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.10	3.03	2.97	2.92	2.85	2.81	2.79	2.77	2.75	2.74
12	4.75	3.89	3.50	3.27	3.11	3.01	2.94	2.88	2.83	2.75	2.71	2.69	2.67	2.65	2.64
13	4.67	3.81	3.42	3.19	3.03	2.93	2.86	2.80	2.75	2.67	2.63	2.61	2.59	2.57	2.56
14	4.61	3.74	3.35	3.12	2.96	2.86	2.79	2.73	2.68	2.60	2.56	2.54	2.52	2.50	2.49
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.80	2.73	2.67	2.62	2.54	2.50	2.48	2.46	2.44	2.43
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.75	2.68	2.62	2.57	2.49	2.45	2.43	2.41	2.39	2.38
17	4.45	3.59	3.20	2.97	2.81	2.71	2.64	2.58	2.53	2.45	2.41	2.39	2.37	2.35	2.34
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.67	2.60	2.54	2.49	2.41	2.37	2.35	2.33	2.31	2.30
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.64	2.57	2.51	2.46	2.38	2.34	2.32	2.30	2.28	2.27
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.61	2.54	2.48	2.43	2.35	2.31	2.29	2.27	2.25	2.24
21	4.32	3.47	3.08	2.85	2.69	2.59	2.52	2.46	2.41	2.33	2.29	2.27	2.25	2.23	2.22
22	4.30	3.45	3.06	2.83	2.67	2.57	2.50	2.44	2.39	2.31	2.27	2.25	2.23	2.21	2.20

		44	5	2	66	5	6		4	3	26	3		7	5
<b>23</b>	4.2 8	3. 42	3.0 3	2.8	2. 64	2.5 3	2.4 4	2.3 7	2.3 2	2. 27	2. 24	2.2	2.1 8	2.1 5	2.1 3
<b>24</b>	4.2 6	3. 4	3.0 1	2.7 8	2. 62	2.5 1	2.4 2	2.3 6	2.3	2. 25	2. 22	2.1 8	2.1 5	2.1 3	2.1 1
<b>25</b>	4.2 4	3. 39	2.9 9	2.7 6	2. 6	2.4 9	2.4	2.3 4	2.2 8	2. 24	2. 2	2.1 6	2.1 4	2.1 1	2.0 9
<b>26</b>	4.2 3	3. 37	2.9 8	2.7 4	2. 59	2.4 7	2.3 9	2.3 2	2.2 7	2. 22	2. 18	2.1 5	2.1 2	2.0 9	2.0 7
<b>27</b>	4.2 1	3. 35	2.9 6	2.7 3	2. 57	2.4 6	2.3 7	2.3 1	2.2 5	2. 2	2. 17	2.1 3	2.1	2.0 8	2.0 6
<b>28</b>	4.2	3. 34	2.9 5	2.7 1	2. 56	2.4 5	2.3 6	2.2 9	2.2 4	2. 19	2. 15	2.1 2	2.0 9	2.0 6	2.0 4
<b>29</b>	4.1 8	3. 33	2.9 3	2.7	2. 55	2.4 3	2.3 5	2.2 8	2.2 2	2. 18	2. 14	2.1	2.0 8	2.0 5	2.0 3
<b>30</b>	4.1 7	3. 32	2.9 2	2.6 9	2. 53	2.4 2	2.3 3	2.2 7	2.2 1	2. 16	2. 13	2.0 9	2.0 6	2.0 4	2.0 1
<b>31</b>	4.1 6	3. 3	2.9 1	2.6 8	2. 52	2.4 1	2.3 2	2.2 5	2.2	2. 15	2. 11	2.0 8	2.0 5	2.0 3	2
<b>32</b>	4.1 5	3. 29	2.9	2.6 7	2. 51	2.4	2.3 1	2.2 4	2.1 9	2. 14	2. 1	2.0 7	2.0 4	2.0 1	1.9 9
<b>33</b>	4.1 4	3. 28	2.8 9	2.6 6	2. 5	2.3 9	2.3	2.2 3	2.1 8	2. 13	2. 09	2.0 6	2.0 3	2	1.9 8
<b>34</b>	4.1 3	3. 28	2.8 8	2.6 5	2. 49	2.3 8	2.2 9	2.2 3	2.1 7	2. 12	2. 08	2.0 5	2.0 2	1.9 9	1.9 7
<b>35</b>	4.1 2	3. 27	2.8 7	2.6 4	2. 49	2.3 7	2.2 9	2.2 2	2.1 6	2. 11	2. 07	2.0 4	2.0 1	1.9 9	1.9 6
<b>36</b>	4.1 1	3. 26	2.8 7	2.6 3	2. 48	2.3 6	2.2 8	2.2 1	2.1 5	2. 11	2. 07	2.0 3	2	1.9 8	1.9 5
<b>37</b>	4.1 1	3. 25	2.8 6	2.6 3	2. 47	2.3 6	2.2 7	2.2	2.1 4	2. 1	2. 06	2.0 2	2	1.9 7	1.9 5
<b>38</b>	4.1	3. 24	2.8 5	2.6 2	2. 46	2.3 5	2.2 6	2.1 9	2.1 4	2. 09	2. 05	2.0 2	1.9 9	1.9 6	1.9 4
<b>39</b>	4.0 9	3. 24	2.8 5	2.6 1	2. 46	2.3 4	2.2 6	2.1 9	2.1 3	2. 08	2. 04	2.0 1	1.9 8	1.9 5	1.9 3
<b>40</b>	4.0 8	3. 23	2.8 4	2.6 1	2. 45	2.3 4	2.2 5	2.1 8	2.1 2	2. 08	2. 04	2	1.9 7	1.9 5	1.9 2
<b>41</b>	4.0 8	3. 23	2.8 3	2.6	2. 44	2.3 3	2.2 4	2.1 7	2.1 2	2. 07	2. 03	2	1.9 7	1.9 4	1.9 2
<b>42</b>	4.0 7	3. 22	2.8 3	2.5 9	2. 44	2.3 2	2.2 4	2.1 7	2.1 1	2. 06	2. 03	1.9 9	1.9 6	1.9 4	1.9 1
<b>43</b>	4.0 7	3. 21	2.8 2	2.5 9	2. 43	2.3 2	2.2 3	2.1 6	2.1 1	2. 06	2. 02	1.9 9	1.9 6	1.9 3	1.9 1
<b>44</b>	4.0 6	3. 21	2.8 2	2.5 8	2. 43	2.3 1	2.2 3	2.1 6	2.1	2. 05	2. 01	1.9 8	1.9 5	1.9 2	1.9
<b>45</b>	4.0 6	3. 2	2.8 1	2.5 8	2. 42	2.3 1	2.2 2	2.1 5	2.1	2. 05	2. 01	1.9 7	1.9 4	1.9 2	1.8 9
<b>46</b>	4.0 5	3. 2	2.8 1	2.5 7	2. 42	2.3	2.2 2	2.1 5	2.0 9	2. 04	2	1.9 7	1.9 4	1.9 1	1.8 9
<b>47</b>	4.0 5	3. 2	2.8	2.5 7	2. 41	2.3	2.2 1	2.1 4	2.0 9	2. 04	2	1.9 6	1.9 3	1.9 1	1.8 8
<b>48</b>	4.0 4	3. 19	2.8	2.5 7	2. 41	2.2 9	2.2 1	2.1 4	2.0 8	2. 03	1. 99	1.9 6	1.9 3	1.9	1.8 8
<b>49</b>	4.0	3.	2.7	2.5	2.	2.2	2.2	2.1	2.0	2.	1.	1.9	1.9	1.9	1.8

	4	19	9	6	4	9		3	8	03	99	6	3		8
<b>50</b>	4.0 3	3. 18	2.7 9	2.5 6	2. 4	2.2 9	2.2	2.1 3	2.0 7	2. 03	1. 99	1.9 5	1.9 2	1.8 9	1.8 7
<b>51</b>	4.0 3	3. 18	2.7 9	2.5 5	2. 4	2.2 8	2.2	2.1 3	2.0 7	2. 02	1. 98	1.9 5	1.9 2	1.8 9	1.8 7
<b>52</b>	4.0 3	3. 18	2.7 8	2.5 5	2. 39	2.2 8	2.1 9	2.1 2	2.0 7	2. 02	1. 98	1.9 4	1.9 1	1.8 9	1.8 6
<b>53</b>	4.0 2	3. 17	2.7 8	2.5 5	2. 39	2.2 8	2.1 9	2.1 2	2.0 6	2. 01	1. 97	1.9 4	1.9 1	1.8 8	1.8 6
<b>54</b>	4.0 2	3. 17	2.7 8	2.5 4	2. 39	2.2 7	2.1 8	2.1 2	2.0 6	2. 01	1. 97	1.9 4	1.9 1	1.8 8	1.8 6
<b>55</b>	4.0 2	3. 16	2.7 7	2.5 4	2. 38	2.2 7	2.1 8	2.1 1	2.0 6	2. 01	1. 97	1.9 3	1.9 1	1.8 8	1.8 5

df untuk peny ebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
<b>56</b>	4.0 1	3. 16	2.7 7	2.5 4	2. 38	2.2 7	2.1 8	2.1 1	2.0 5	2	1. 96	1.9 3	1.9	1.8 7	1.8 5
<b>57</b>	4.0 1	3. 16	2.7 7	2.5 3	2. 38	2.2 6	2.1 8	2.1 1	2.0 5	2	1. 96	1.9 3	1.9	1.8 7	1.8 5
<b>58</b>	4.0 1	3. 16	2.7 6	2.5 3	2. 37	2.2 6	2.1 7	2.1	2.0 5	2	1. 96	1.9 2	1.8 9	1.8 7	1.8 4
<b>59</b>	4	3. 15	2.7 6	2.5 3	2. 37	2.2 6	2.1 7	2.1	2.0 4	2	1. 96	1.9 2	1.8 9	1.8 6	1.8 4
<b>60</b>	4	3. 15	2.7 6	2.5 3	2. 37	2.2 5	2.1 7	2.1	2.0 4	1. 99	1. 95	1.9 2	1.8 9	1.8 6	1.8 4
<b>61</b>	4	3. 15	2.7 6	2.5 2	2. 37	2.2 5	2.1 6	2.0 9	2.0 4	1. 99	1. 95	1.9 1	1.8 8	1.8 6	1.8 3
<b>62</b>	4	3. 15	2.7 5	2.5 2	2. 36	2.2 5	2.1 6	2.0 9	2.0 3	1. 99	1. 95	1.9 1	1.8 8	1.8 5	1.8 3
<b>63</b>	3.9 9	3. 14	2.7 5	2.5 2	2. 36	2.2 5	2.1 6	2.0 9	2.0 3	1. 98	1. 94	1.9 1	1.8 8	1.8 5	1.8 3
<b>64</b>	3.9 9	3. 14	2.7 5	2.5 2	2. 36	2.2 4	2.1 6	2.0 9	2.0 3	1. 98	1. 94	1.9 1	1.8 8	1.8 5	1.8 3
<b>65</b>	3.9 9	3. 14	2.7 5	2.5 1	2. 36	2.2 4	2.1 5	2.0 8	2.0 3	1. 98	1. 94	1.9	1.8 7	1.8 5	1.8 2
<b>66</b>	3.9 9	3. 14	2.7 4	2.5 1	2. 35	2.2 4	2.1 5	2.0 8	2.0 3	1. 98	1. 94	1.9	1.8 7	1.8 4	1.8 2
<b>67</b>	3.9 8	3. 13	2.7 4	2.5 1	2. 35	2.2 4	2.1 5	2.0 8	2.0 2	1. 98	1. 93	1.9	1.8 7	1.8 4	1.8 2
<b>68</b>	3.9 8	3. 13	2.7 4	2.5 1	2. 35	2.2 4	2.1 5	2.0 8	2.0 2	1. 97	1. 93	1.9	1.8 7	1.8 4	1.8 2
<b>69</b>	3.9 8	3. 13	2.7 4	2.5	2. 35	2.2 3	2.1 5	2.0 8	2.0 2	1. 97	1. 93	1.9	1.8 6	1.8 4	1.8 1
<b>70</b>	3.9 8	3. 13	2.7 4	2.5	2. 35	2.2 3	2.1 4	2.0 7	2.0 2	1. 97	1. 93	1.8 9	1.8 6	1.8 4	1.8 1
<b>71</b>	3.9 8	3. 13	2.7 3	2.5	2. 34	2.2 3	2.1 4	2.0 7	2.0 1	1. 97	1. 93	1.8 9	1.8 6	1.8 3	1.8 1
<b>72</b>	3.9	3.	2.7	2.5	2.	2.2	2.1	2.0	2.0	1.	1.	1.8	1.8	1.8	1.8

	7	12	3		34	3	4	7	1	96	92	9	6	3	1
<b>73</b>	3.9 7	3. 12	2.7 3	2.5	2. 34	2.2 3	2.1 4	2.0 7	2.0 1	1. 96	1. 92	1.8 9	1.8 6	1.8 3	1.8 1
<b>74</b>	3.9 7	3. 12	2.7 3	2.5	2. 34	2.2 2	2.1 4	2.0 7	2.0 1	1. 96	1. 92	1.8 9	1.8 5	1.8 3	1.8 3
<b>75</b>	3.9 7	3. 12	2.7 3	2.4 9	2. 34	2.2 2	2.1 3	2.0 6	2.0 1	1. 96	1. 92	1.8 8	1.8 5	1.8 3	1.8 3
<b>76</b>	3.9 7	3. 12	2.7 2	2.4 9	2. 33	2.2 2	2.1 3	2.0 6	2.0 1	1. 96	1. 92	1.8 8	1.8 5	1.8 2	1.8 2
<b>77</b>	3.9 7	3. 12	2.7 2	2.4 9	2. 33	2.2 2	2.1 3	2.0 6	2	1. 96	1. 92	1.8 8	1.8 5	1.8 2	1.8 2
<b>78</b>	3.9 6	3. 11	2.7 2	2.4 9	2. 33	2.2 2	2.1 3	2.0 6	2	1. 95	1. 91	1.8 8	1.8 5	1.8 2	1.8 2
<b>79</b>	3.9 6	3. 11	2.7 2	2.4 9	2. 33	2.2 2	2.1 3	2.0 6	2	1. 95	1. 91	1.8 8	1.8 5	1.8 2	1.7 9
<b>80</b>	3.9 6	3. 11	2.7 2	2.4 9	2. 33	2.2 1	2.1 3	2.0 6	2	1. 95	1. 91	1.8 8	1.8 4	1.8 2	1.7 9
<b>81</b>	3.9 6	3. 11	2.7 2	2.4 8	2. 33	2.2 1	2.1 2	2.0 5	2	1. 95	1. 91	1.8 7	1.8 4	1.8 2	1.7 9
<b>82</b>	3.9 6	3. 11	2.7 2	2.4 8	2. 33	2.2 1	2.1 2	2.0 5	2	1. 95	1. 91	1.8 7	1.8 4	1.8 1	1.7 9
<b>83</b>	3.9 6	3. 11	2.7 1	2.4 8	2. 32	2.2 1	2.1 2	2.0 5	1.9 9	1. 95	1. 91	1.8 7	1.8 4	1.8 1	1.7 9
<b>84</b>	3.9 5	3. 11	2.7 1	2.4 8	2. 32	2.2 1	2.1 2	2.0 5	1.9 9	1. 95	1. 9	1.8 7	1.8 4	1.8 1	1.7 9
<b>85</b>	3.9 5	3. 1	2.7 1	2.4 8	2. 32	2.2 1	2.1 2	2.0 5	1.9 9	1. 94	1. 9	1.8 7	1.8 4	1.8 1	1.7 9
<b>86</b>	3.9 5	3. 1	2.7 1	2.4 8	2. 32	2.2 1	2.1 2	2.0 5	1.9 9	1. 94	1. 9	1.8 7	1.8 4	1.8 1	1.7 8
<b>87</b>	3.9 5	3. 1	2.7 1	2.4 8	2. 32	2.2 1	2.1 2	2.0 5	1.9 9	1. 94	1. 9	1.8 7	1.8 3	1.8 1	1.7 8
<b>88</b>	3.9 5	3. 1	2.7 1	2.4 8	2. 32	2.2 1	2.1 2	2.0 5	1.9 9	1. 94	1. 9	1.8 6	1.8 3	1.8 1	1.7 8
<b>89</b>	3.9 5	3. 1	2.7 1	2.4 7	2. 32	2.2 1	2.1 1	2.0 4	1.9 9	1. 94	1. 9	1.8 6	1.8 3	1.8 1	1.7 8
<b>90</b>	3.9 5	3. 1	2.7 1	2.4 7	2. 32	2.2 1	2.1 1	2.0 4	1.9 9	1. 94	1. 9	1.8 6	1.8 3	1.8 1	1.7 8
<b>91</b>	3.9 5	3. 1	2.7 1	2.4 7	2. 31	2.2 1	2.1 1	2.0 4	1.9 8	1. 94	1. 9	1.8 6	1.8 3	1.8 1	1.7 8
<b>92</b>	3.9 4	3. 1	2.7 1	2.4 7	2. 31	2.2 1	2.1 1	2.0 4	1.9 8	1. 94	1. 89	1.8 6	1.8 3	1.8 1	1.7 8
<b>93</b>	3.9 4	3. 09	2.7 1	2.4 7	2. 31	2.2 1	2.1 1	2.0 4	1.9 8	1. 93	1. 89	1.8 6	1.8 3	1.8 1	1.7 8
<b>94</b>	3.9 4	3. 09	2.7 1	2.4 7	2. 31	2.2 1	2.1 1	2.0 4	1.9 8	1. 93	1. 89	1.8 6	1.8 3	1.8 1	1.7 7
<b>95</b>	3.9 4	3. 09	2.7 1	2.4 7	2. 31	2.2 1	2.1 1	2.0 4	1.9 8	1. 93	1. 89	1.8 6	1.8 2	1.8 1	1.7 7
<b>96</b>	3.9 4	3. 09	<b>2.7</b>	2.4 7	2. 31	2.1 9	2.1 1	2.0 4	1.9 8	1. 93	1. 89	1.8 5	1.8 2	1.8 1	1.7 7
<b>97</b>	3.9 4	3. 09	2.7 1	2.4 7	2. 31	2.1 9	2.1 1	2.0 4	1.9 8	1. 93	1. 89	1.8 5	1.8 2	1.8 1	1.7 7
<b>98</b>	3.9 4	3. 09	2.7 1	2.4 6	2. 31	2.1 9	2.1 1	2.0 3	1.9 8	1. 93	1. 89	1.8 5	1.8 2	1.7 9	1.7 7
<b>99</b>	3.9	3.	2.7	2.4	2.	2.1	2.1	2.0	1.9	1.	1.	1.8	1.8	1.7	1.7

	4	09		6	31	9		3	8	93	89	5	2	9	7
<b>100</b>	3.9	3.	2.7	2.4	2.	2.1	2.1	2.0	1.9	1.	1.	1.8	1.8	1.7	1.7
	4	09		6	31	9		3	7	93	89	5	2	9	7



DOKUMENTASI







