



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
MINAT NASABAH TERHADAP PRODUK *QARDH* PADA
PT. BANK SUMUT KANTOR CABANG PEMBANTU
SYARIAH PANYABUNGAN**

SKRIPSI

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

Oleh

NOVITA SARI
NIM. 13 220 0074

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PADANGSIDIMPUAN
2017**



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
MINAT NASABAH TERHADAP PRODUK *QARDH* PADA
PT. BANK SUMUT KANTOR CABANG PEMBANTU
SYARIAH PANYABUNGAN**

SKRIPSI

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

Oleh

NOVITA SARI
NIM. 13 220 0074

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

2017



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
MINAT NASABAH TERHADAP PRODUK *QARDH*
PADA PT. BANK SUMUT KANTOR CABANG
PEMBANTU SYARIAH PANYABUNGAN**

SKRIPSI

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

Oleh

NOVITA SARI
NIM. 13 220 0074

Pembimbing I

H. Aswadi Lubis, S.E., M.Si
NIP. 19630107 199903 1 002

Pembimbing II

Annika Matondang, M.Si

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PADANGSIDIMPUAN**

2017



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

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

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **NOVITA SARI**
Lampiran : 7 (Tujuh) Eksemplar

Padangsidimpuan, 20 Juni 2017
KepadaYth:
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 **NOVITA SARI** yang berjudul: "**Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Produk Qardh Pada PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah panyabungan**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.

Seiring dengan hal di atas, maka saudari tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggungjawabkan skripsinya ini.

Demikian kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama dari Bapak, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I

H. Aswadi Lubis, S.E., M.Si
NIP. 19630107 199903 1 002

PEMBIMBING II

Zulaika Matondang, M.Si

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : NOVITA SARI
NIM : 13 220 0074
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Produk *Qardh* Pada PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah panyabungan

Dengan ini menyatakan bahwa saya 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 IAIN Padangsidempuan 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 tentang Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidempuan, yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 20 Juni 2017
Pembuat Pernyataan,



NOVITA SARI
NIM. 13 220 0074

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

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

Nama : Novita Sari
Nim : 13 220 0074
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
JenisKarya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Produk Qardh Pada PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah panyabungan**. Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/memformatkan, 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

Padatanggal : 20 Juni 2017

Yang menyatakan,



**NOVITA SARI
NIM. 13 220 0074**



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

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Nama : NOVITA SARI
NIM : 13 220 0074
Judul Skripsi : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
MINAT NASABAH TERHADAP PRODUK *QARDH* PADA
PT. BANK SUMUT KANTOR CABANG PEMBANTU
SYARIAH PANYABUNGAN

Ketua

Sekretaris

Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag
NIP. 19750106 200212 1 001

Nofinawati, SEL., MA
NIP. 19821116 201101 2 003

Anggota

Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag
NIP. 19750106 200212 1 001

Nofinawati, SEL., MA
NIP. 19821116 201101 2 003

H. Aswadi Lubis, SE., M.Si
NIP. 19630107 199903 1 002

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

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah:

Di : Padangsidimpuan
Hari/Tanggal : Rabu/16 Agustus 2017
Pukul : 09.00 s/d 12.00 WIB
Hasil/Nilai : Lulus / 80,13 (A)
IPK : 3,88
Predikat : Cumlaude



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

PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
MINAT NASABAH TERHADAP PRODUK *QARDH* PADA
PT. BANK SUMUT KANTOR CABANG PEMBANTU
SYARIAH PANYABUNGAN

NAMA : NOVITA SARI
NIM : 13 220 0074

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

Padangsidempuan, 27 September 2017
Bekas,



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

ABSTRAK

Nama : Novita Sari

NIM : 13 220 0074

Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Produk *Qardh* pada PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh rendahnya minat masyarakat dalam menggunakan produk *Qardh* beragun emas di PT. Bank Sumut KCPSy Panyabungan, hal ini disebabkan karena kurangnya promosi yang dilakukan oleh pihak bank, adanya komplain nasabah terhadap pelayanan, serta rendahnya nilai taksiran yang diberikan oleh PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah ada pengaruh promosi, pelayanan dan nilai taksiran terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk *Qardh* beragun emas di PT. Bank Sumut KCPSy Panyabungan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh promosi, pelayanan dan nilai taksiran terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk *Qardh* beragun emas di PT. Bank Sumut KCPSy Panyabungan.

Pembahasan dalam penelitian ini berkaitan dengan bidang manajemen pemasaran bank. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori tentang minat, promosi, pelayanan, dan nilai taksiran.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan sampel 61 nasabah dengan teknik *sampling jenuh*. Pengolahan data dilakukan dengan SPSS versi 22. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, statistik deskriptif, uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi, uji koefisien determinasi (R^2), uji t (parsial), uji F (simultan) dan uji analisis regresi linear berganda

Hasil penelitian ini menunjukkan secara parsial promosi tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah dengan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,103 < 2,001$), untuk variabel pelayanan secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($21,062 > 2,001$), dan untuk variabel nilai taksiran secara parsial juga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,338 > 2,001$). Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi promosi, pelayanan dan nilai taksiran mampu mempengaruhi minat nasabah sebesar 96,8% sedangkan 3,2% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata Kunci : Promosi, Pelayanan, Nilai Taksiran, dan Minat.

KATA PENGANTAR



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

Skripsi ini berjudul: **“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Produk *Qardh* Pada PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan”**, ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ilmu Perbankan Syariah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan.

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 Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL selaku Rektor IAIN Padangsidimpuan, serta Bapak Drs. H. Irwan Saleh Dalimunthe, M.A selaku Wakil Rektor Bidang Akademik, Bapak H. Aswadi Lubis, S.E., M.Si selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Drs. Samsuddin Pulungan, M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Hubungan Institusi.
2. Bapak Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan, Bapak Dr. Darwis Harahap, S.HI, M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Ibu Rosnani Siregar, M.Ag selaku Wakil

- Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Bapak Abdul Nasser Hasibuan, M.Si selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah, Ibu Nofinawati, M.A selaku Sekretaris Jurusan Perbankan Syariah, serta Bapak/Ibu Dosen dan Pegawai Administrasi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
 4. Bapak H. Aswadi Lubis, S.E M.Si selaku Pembimbing I dan Ibu Zulaika Matondang M.Si selaku Pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
 5. Bapak Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
 6. Bapak serta Ibu dosen IAIN Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.
 7. Bapak Aidil Fadli Mardia selaku Pimpinan PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan yang telah memberi izin peneliti untuk melakukan penelitian di PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan serta seluruh karyawan dan nasabah di PT. Bank PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan yang ikut serta mendukung dan terlibat dalam penelitian ini.
 8. Teristimewa keluarga tercinta kepada Ayahanda Aprihuddin Rangkuti dan Ibunda Yusniati Hasibuan yang tanpa pamrih memberikan kasih sayang, dukungan moril dan materi serta doa-doa mulia yang selalu dipanjatkan tiada hentinya semenjak dilahirkan sampai sekarang, semoga Allah SWT nantinya dapat membalas perjuangan mereka dengan surga firdaus-Nya. Serta buat abanganda Sahril Efendi Rangkuti, Kakanda Yuslina, Roslina, Devi Purnama Rangkuti, Adinda Melina, Aprilia yang kusayangi yang telah banyak

memberi dukungan selama ini sehingga skripsi ini selesai. Para sahabat Yusdimah Hasibuan, Diva Yufhara, Ita Yusmiah, Delvia Nora Simbolan dan Maya Sari yang telah banyak membantu, menemani ketika melakukan riset dan memberikan motivasi sampai dengan skripsi ini selesai.

9. Kerabat dan seluruh rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2013 khususnya rekan-rekan Jurusan Perbankan Syariah-2 yang selama ini telah berjuang bersama-sama dan semoga kita semua menjadi orang-orang yang sukses.
10. 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.

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

Padangsidempuan, 20 Juni 2017

Peneliti,

NOVITA SARI
NIM. 13 220 0074

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

Transliterasi adalah pengalihan tulisan dari satu bahasa ke dalam tulisan bahasa lain. Dalam skripsi ini transliterasi yang dimaksud adalah pengalihan tulisan bahasa ‘Arab ke bahasa latin. Penelitian transliterasi ‘Arab-Latin di sini menggunakan transliterasi dari keputusan bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI no. 158 tahun 1987 dan no. 0543 b/U/1987. Secara garis besar uraiannya adalah sebagai berikut:

1. Konsonan tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta’	T	Te
ث	sa’	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es
ص	Sad	š	Es dan ye
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	z	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki

ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	.. ' ..	Apostrof
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 bahasa Arab lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	fathah	A	a
	Kasrah	I	i
	ḍammah	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
	fathah dan ya	Ai	a dan i
	fathah dan wau	Au	a dan u

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah

و.....	dommah dan wau	ū	u dan garis di atas
--------	----------------	---	---------------------

3. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua:

- Ta' Marbutah hidup atau yang mendapat harakah *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah "t".
- Ta' Marbutah mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

Contoh: *طلحة* → *Talhah*

- Kalau pada kata yang terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang "al" serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh: *روضة الجنة* → *Raudah al-jannah*

4. Syaddah (Tasydid)

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

Contoh: *رَبَّانَا* → *rabbana* *نَعِيمًا* → *na'ima*

5. Penelitian Huruf *Alif Lam*

- Jika bertemu dengan huruf *qamariyah*, maupun *qomariyah* ditulis dengan metode yang sama yaitu tetapi ditulis *al-*, seperti:

الكرِيمُ الكَبِيرُ → *al-karīm al-kabīr*

- Berada di awal kalimat, ditulis dengan huruf kapital, seperti :

العَزِيزُ الحَكِيمُ → *al-Azīz al-hakīm*

- Berada di tengah kalimat, ditulis dengan huruf kecil, seperti :

يحب المحسنين → *Yuhib al-Muhsinīn*

6. Hamzah

Sebagaimana dinyatakan di depan, hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila terletak di awal kata, hamzah tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

شيء → *syai'un* أمرت → *umirtu*

7. Penelitian Kata atau Kalimat

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il (kata kerja), isim atau huruf, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penelitiannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain, karena ada huruf Arab atau harakat yang dihilangkan. Dalam transliterasi ini penelitian kata tersebut ditulis dengan kata sekata.

Contoh:

ونا الله لهو خير ارل أقزي → *Wa innallāha lahuwa khairu al-Rāziqīn*

8. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti yang berlaku dalam EYD, seperti huruf kapital yang digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat.

Contoh:

وما محمد أ لارسول → *wamā Muhammadun illā Rasūl*

9. Kata yang sudah bahasa Arab yang sudah masuk bahasa Indonesia maka kata tersebut ditulis sebagaimana yang biasa ditulis dalam bahasa Indonesia. Seperti kata: al-Qur'an,

hadis, ruh, dan kata-kata yang lain. Selama kata-kata tersebut tidak untuk menulis kata bahasa Arab dalam huruf Latin.

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

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
BERITA ACARA UJIAN MUNAQASYAH

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PEDOMAN TRASLITERASI ARAB-LATIN	vi
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	12
C. Batasan Masalah.....	12
D. Definisi Operasional Variabel.....	13
E. Rumusan Masalah	14
F. Tujuan Penelitian.....	15
G. Kegunaan Penelitian	15
H. Sistematika Pembahasan.....	16

BAB II LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori	
1. Minat.....	18
a. Pengertian Minat.....	18
b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat	20
2. Promosi	21
a. Pengertian Promosi	23
b. Sarana Promosi Perbankan	21
c. Pengaruh Promosi Terhadap Minat	25
3. Pelayanan	26
a. Pengertian Pelayanan	26

b. Konsep Pelayanan Prima.....	28
c. Pengaruh Pelayanan Terhadap Minat	30
4. Nilai Taksiran	31
a. Pengertian Nilai Taksiran	31
b. Pengaruh Nilai Taksiran Terhadap Minat	33
5. <i>Qardh</i> dan Gadai	34
a. Pengertian <i>Qardh</i>	34
b. Dasar Hukum <i>Qardh</i>	35
c. Rukun dan Syarat <i>Qardh</i>	36
d. Pengertian <i>Rahn</i> (Gadai)	37
e. Dasar Hukum Gadai	38
f. Rukun dan Syarat Gadai	39
g. <i>Qardh</i> dengan Gadai Emas di PT. Bank Sumut KCPSy Panyabungan	41
B. Penelitian Terdahulu	43
C. Kerangka Berpikir	46
D. Hipotesis	47

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

1. Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian	49
2. Jenis Penelitian dan Sumber Data	49
a. Data Primer	49
b. Data Sekunder	50
3. Populasi dan Sampel	50
a. Populasi	50
b. Sampel	50
4. Instrumen Pengumpulan Data	51
a. Angket	51
b. Observasi	53
c. Studi Kepustakaan	53
5. Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen	54

a. Uji Validitas	54
b. Uji Reliabilitas	54
6. Teknik Analisis Data	55
1. Uji Statistik Deskriptif	55
2. Uji Asumsi Klasik	55
a. Uji Normalitas	55
b. Uji Linearitas	56
c. Multikolinearitas	56
d. Uji Heteroskedastisitas	57
e. Uji Autokorelasi	57
3. Uji Hipotesis	
a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	58
b. Uji Parsial (Uji t)	58
c. Uji F	59
d. Uji Regresi Linear Berganda	59

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan	61
1. Sejarah Berdiri	61
2. Visi dan Misi PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan	62
3. Struktur Organisasi PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan	63
4. Pembagian Tugas dan Tanggung Jawab	64
5. Produk-Produk PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan	68
B. Deskripsi Data	72
C. Hasil Analisis Data	74
1. Hasil Uji Validitas	74
2. Hasil Uji Reliabilitas	77
3. Uji Asumsi Klasik	79

a. Uji Normalitas.....	79
b. Uji Linieritas	81
c. Uji Multikolinieritas	83
d. Uji Heteroskedastisitas	84
e. Uji Autokorelasi.....	85
4. Uji Hipotesis	86
a. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	86
b. Uji Parsial (Uji t).....	87
c. Uji F.....	88
d. Uji Regresi Linear Berganda	90
C. Pembahasan Hasil Penelitian	91
D. Keterbatasan Penelitian	98
BAB V PENUTUP	100
A. Kesimpulan.....	100
B. Saran	101
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel I.1: Tabel Perkembangan Jumlah Nasabah Produk <i>Qardh</i> Beragun Emas PT. Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Panyabungan Tahun 2012-2016.....	6
Tabel I.1 : Definisi Operasional Variabel	13
Tabel II.2: Penelitian Terdahulu	43
Tabel III.1: Instrumen Jawaban Kuesioner	52
Tabel III.2: Kisi-kisi Angket Variabel Independen	52
Tabel III.3: Kisi-kisi Angket Variabel Dependen	53
Tabel IV.1: Tabel Perkembangan Jumlah Nasabah Produk <i>Qardh</i> Tahun 2012-2016	72
Tabel IV.2: Deskripsi Data Penelitian	73
Tabel IV.3: Identitas Responden	74
Tabel IV.4 : Hasil Uji Validitas Promosi	75
Tabel IV.5 : Hasil Uji Validitas Pelayanan	75
Tabel IV.6 : Hasil Uji Validitas Nilai Taksiran.....	76
Tabel IV.7 : Hasil Uji Validitas Minat.....	77
Tabel IV.8: Hasil Uji Reliabilitas Promosi	77
Tabel IV.9: Hasil Uji Reliabilitas Pelayanan	78
Tabel IV.10: Hasil Uji Reliabilitas Nilai Taksiran	78
Tabel IV.11 : Hasil Uji Reliabilitas Minat	75
Tabel IV.12: Hasil Uji Normalitas.....	79
Tabel IV.13: Hasil Uji Linieritas Promosi Dengan Minat	82
Tabel IV.14: Hasil Uji Linieritas Pelayanan Dengan Minat	82
Tabel IV.15: Hasil Uji Linieritas Minat Dengan Minat.....	83
Tabel IV.16: Hasil Uji Multikolinieritas	84
Tabel IV.18: Hasil Uji Autokorelasi.....	86
Tabel IV.19: Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	86
Tabel IV.20: Hasil Uji t.....	87
Tabel IV.21: Hasil Uji F.....	89
Tabel IV.22: Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar IV.1: Struktur Organisasi	64
Gambar IV.2 : Histogram Hasil Uji Normalitas	80
Gambar IV.3 : Grafik Hasil Uji Normalitas	80
Gambar IV.2 : Hasil Uji Heteroskedastisitas	85

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pendirian perbankan syariah dilatarbelakangi akan kebutuhan masyarakat akan adanya bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip dan kaidah-kaidah islam yang bebas dari bunga. Pendirian bank syariah diawali dengan berbagai seminar yang dilakukan oleh Majelis Ulama Indonesia demi mewujudkan perbankan yang sesuai dengan prinsip syariat Islam.¹

Beberapa tahun belakangan ini, ekonomi syariah di Indonesia semakin berkembang. Hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya bank dan lembaga keuangan lainnya yang berbasis syariah. Untuk perbankan syariah sendiri mengalami perkembangan yang sangat baik, dengan sistem bagi hasil bank syariah mampu bertahan dalam kondisi krisis ekonomi sekalipun. Di negara berkembang seperti Indonesia, kebutuhan masyarakat terhadap bank tidak hanya terbatas pada penyimpanan dana dan penyaluran dana saja, akan tetapi juga terhadap pelayanan jasa yang ditawarkan bank.²

Sejak diberlakukannya Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 atas perubahan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992, telah memberikan peluang yang lebih besar bagi pengembangan perbankan syariah di Indonesia, yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan jasa perbankan bagi

¹Ridwan Nurdin, *Akad-Akad Fiqh Pada Perbankan Syariah di Indonesia (Sejarah, Konsep, dan Perkembangannya)* (Banda Aceh: PeNA, 2010), hlm. 22.

²Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana, 2011), hlm. 29.

masyarakat yang tidak menerima konsep bunga.³ Kemudian diperkuat dengan kehadiran Undang-Undang Nomor 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah, yang memperjelas operasional perbankan syariah, dan sekaligus memberikan arahan terhadap bank konvensional untuk membuka cabang syariah. Hal ini terjadi akibat dukungan pemerintah serta pangsa pasar yang mendapat sambutan hangat dari masyarakat Indonesia.

Bank syariah sendiri berfungsi untuk memperlancar mekanisme ekonomi di sektor riil melalui aktivitas kegiatan usaha (investasi, jual beli, atau lainnya) berdasarkan prinsip syariah, yaitu aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan nilai-nilai syariah yang bersifat makro maupun mikro.⁴

Untuk mewujudkan dan mempertahankan kepuasan nasabah, pihak jasa perbankan harus terus memperhatikan kualitas produk dan jasa yang dikehendaki oleh nasabah. Dengan memanfaatkan produk yang ditawarkan, perbankan syariah harus dapat merebut perhatian nasabah tidak hanya sekedar memperkenalkan, tetapi juga mengandung unsur persuasif.

Bank syariah memiliki produk-produk yang sangat bervariasi. Berbeda dengan bank konvensional yang hanya berfokus pada produk tabungan, deposito, dan penyaluran dana secara kredit, bank syariah

³Wirnyaningsih, dkk., *Bank dan Asuransi Islam di Indonesia* (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2005), hlm. 53.

⁴Ascarya, *Akad & Produk Bank Syariah* (Jakarta: PT. Rajawali Pers, 2013), hlm. 30.

memiliki produk yang lebih banyak dan beragam yang tidak ditemukan di bank konvensional seperti jasa gadai emas syariah.

Dalam melihat produk-produk bank syariah, selain bentuk atau nama produknya, yang perlu diperhatikan adalah prinsip syariah yang digunakan oleh produk yang bersangkutan dalam akadnya (perjanjian), dan bukan hanya nama produknya sebagaimana produk-produk bank konvensional.⁵ Karena salah satu yang membedakan bank syariah dan bank konvensional adalah terletak pada akadnya. Bank konvensional didasarkan pada tingkat suku bunga yang sifatnya fluktuatif, sedangkan bank syariah bisa dilakukan dengan beberapa pilihan akad alternatif sesuai kebutuhan nasabah seperti akad *Murabahah* (jual-beli), *Mudharabah* (kerja sama), *Musyarakah* (*joint ownership*), *Ijarah* (sewa), dan *Wadiah* (titipan). Satu-satunya akad berbentuk pinjaman yang diterapkan dalam perbankan syariah adalah *Qardh*.⁶

Bank Sumut syariah merupakan bank yang tersebar di beberapa wilayah Sumatera Utara. Salah satu bank Sumut yang membuka Unit Usaha Syariah adalah Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah (KCPSy) yang terletak di wilayah Panyabungan. Secara geografis, PT. Bank Sumut KCPSy Panyabungan memiliki lokasi yang strategis, karena berada di pusat kota Panyabungan. Selain itu Panyabungan merupakan wilayah dengan lembaga pendidikan Islam yang tersebar di berbagai wilayah kabupaten Mandailing Natal, yang menjadikan masyarakatnya

⁵*Ibid.*, hlm. 37.

⁶*Ibid.*, hlm. 46.

sangat mengutamakan nilai-nilai islam sehingga masyarakat lebih memilih melakukan transaksi di bank yang berbasis syariah.

Bank Sumut KCPSy Panyabungan menawarkan beberapa produk yang dijalankan berdasarkan prinsip syariah. Produk yang ditawarkan antara lain yaitu *Murabahah* (jual-beli) Investasi, *Murabahah* (jual-beli) Konsumsi, *Musarakah* (modal kerja), KPR iB-Griya serta *Qardh* dengan Gadai Emas.⁷

Qardh merupakan salah satu produk yang ditawarkan oleh PT. Bank Sumut KCPSy Panyabungan yang merupakan pinjaman yang diberikan kreditur (bank) kepada debitur (nasabah) dengan ketentuan debitur akan mengembalikan pinjaman tersebut pada waktu yang telah diperjanjikan dengan jumlah yang sama ketika pinjaman itu diberikan.⁸ Dalam realita kehidupan, terkadang masyarakat sangat membutuhkan dana untuk menutupi kebutuhan mendesak maka bila tidak ada orang yang bisa memberikan pinjaman, maka masyarakat menjadikan lembaga keuangan sebagai jalan alternatif untuk memperoleh pinjaman.

Keuntungan dari produk *Qardh* beragun emas adalah dapat memperoleh dana tunai untuk memenuhi kebutuhan dana mendesak ataupun untuk keperluan modal usaha dengan proses cepat, persyaratan yang mudah, yaitu cukup dengan membawa *marhun* yang akan digadaikan dengan bukti kepemilikan, serta melampirkan bukti identitas. Memberikan jaminan keamanan atas barang yang diserahkan dengan keamanan yang

⁷Brosur Produk PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan.

⁸Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Syariah (Produk-Produk dan Aspek-Aspek Hukumnya)* (Jakarta: Kencana, 2014), hlm. 342.

telah teruji dan diasuransikan. Selain itu pinjaman yang diberikan optimum yaitu, memberikan *marhun bih* hingga 90% dari nilai taksiran barang dan dijalankan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Berdasarkan keterangan yang diperoleh dari Wakil Pimpinan PT. Bank Sumut KCPSy Panyabungan, pada mulanya produk *Qardh* yang berdiri pada tahun 2012 disalurkan ke dalam tiga bidang yaitu gadai emas syariah, dana talangan haji, dan pinjaman pegawai jangka pendek. Namun pada tahun 2014, produk dana talangan haji dan pinjaman pegawai jangka pendek ditutup. Dan saat ini produk *Qardh* yang tetap dijalankan adalah gadai emas syariah.

Gadai emas syariah di perbankan syariah disebut dengan produk *Qardh* beragun emas, yaitu akad untuk pengikatan pinjaman dana yang disediakan bank syariah kepada nasabah, sedangkan pengikatan emas sebagai agunan atas pinjaman dana digunakan akad *Rahn*, namun menurut keterangan dari Wakil Pimpinan Bank Sumut jumlah perkembangan nasabah *Qardh* beragun emas di PT. Bank Sumut KCPSy Panyabungan dari tahun ke tahun mengalami naik turun.⁹

⁹Wawancara dengan Bapak Zul Bahri Lumban Tobing (Wakil Pimpinan PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan). Rabu, 8 Februari pukul 11.00 WIB.

Berikut perkembangan jumlah nasabah Produk *Qardh* beragun emas dari tahun 2012 sampai dengan tahun 2016.

Tabel I.1
Tabel Perkembangan Jumlah Nasabah Produk *Qardh* Beragun Emas PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan Tahun 2012-2016

No	Tahun	Jumlah
1.	2012	6
2.	2013	14
3.	2014	27
4.	2015	8
5.	2016	6
Total		61

Sumber : PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan

Dari tabel I.1 diatas dapat diketahui bahwa, proses pendirian kebijakan tentang produk *Qardh* beragun emas ini belum menunjukkan peningkatan yang signifikan, dan dapat dilihat pada tahun 2012 jumlah nasabah gadai emas yaitu 6 nasabah, sedangkan pada tahun 2013 jumlah nasabah meningkat menjadi 14 nasabah, dan pada tahun 2014 meningkat lagi menjadi 27 nasabah, sedangkan pada tahun 2015 jumlah nasabah gadai emas menurun menjadi 8 nasabah, dan pada tahun 2016 mengalami penurunan kembali menjadi 6 nasabah.

Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa jumlah nasabah produk *Qardh* beragun emas mengalami naik turun dari tahun ketahun, dan kondisi ini belum menunjukkan peningkatan yang signifikan. Kondisi ini sangat kontras dengan produk-produk pembiayaan dan jasa lainnya yang dimiliki oleh PT. Bank Sumut KCPSy Panyabungan seperti pembiayaan *Murabahah* (jual-beli), pembiayaan *Mudharabah* ,

pembiayaan *Musarakah* serta Kredit Pemilikan Rumah (KPR) yang menunjukkan gejala peningkatan jumlah nasabah secara signifikan dibandingkan dengan pembiayaan tentang produk *Qardh* beragun emas yang belum menemukan hasil yang signifikan.

Berkaitan dengan itu, produk *Qardh* beragun emas yang ditawarkan oleh PT. Bank Sumut KCPSy Panyabungan tidak luput dari permasalahan dimana terdapat kekurangan dan kelemahan yang mengurangi nilai produk dimata nasabah sehingga mempengaruhi minat beli nasabah. Meskipun perusahaan telah berusaha bersaing dan memberikan yang terbaik untuk konsumen belum tentu dapat menjamin akan berhasilnya usaha pencapaian tujuan perusahaan.

Kunci kesuksesan suatu produk sangat tergantung dengan kepercayaan masyarakat terhadap bank dalam mencapai tujuan-tujuan *financial* yang diharapkan oleh nasabah. Untuk meraih kepercayaan tersebut bank berusaha meningkatkan kualitas informasi yang diperlukan oleh masyarakat. Pihak bank harus mampu meyakinkan masyarakat bahwa bank memiliki kemampuan dan kapasitas dalam mencapai tujuan tersebut.

Lembaga keuangan diminati oleh masyarakat sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor. Minat dapat ditingkatkan dengan memperhatikan faktor psikis yang merupakan faktor pendorong yang berasal dari dalam diri konsumen yaitu motivasi, persepsi, pengetahuan dan sikap, selain itu faktor sosial yang merupakan proses dimana perilaku seseorang dipengaruhi oleh keluarga, status sosial dan kelompok acuan, kemudian

pemberdayaan bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, promosi dan juga distribusi.¹⁰

Survei awal yang dilakukan oleh peneliti, ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan produk *Qardh* beragun emas di PT. Bank Sumut KCPSy Panyabungan yaitu faktor promosi, pelayanan, dan nilai taksiran.

Agar suatu produk laku terjual kepada masyarakat atau nasabah, perlu diberitahukan kehadiran produk tersebut beserta manfaat, harga dan kelebihan-kelebihannya dibanding dengan produk pesaing. Cara untuk memberitahukan kepada masyarakat adalah melalui sarana promosi.

Promosi yang dilakukan oleh PT. Bank Sumut KCPSy Panyabungan terhadap produk *Qardh* beragun emas hanya melalui brosur yang dibagikan kepada nasabah yang datang ke PT. Bank Sumut KCPSy Panyabungan. Oleh karena promosi yang terbatas, informasi yang diperoleh nasabah juga terbatas mengenai produk *Qardh* beragun emas. Sehingga menyebabkan kurangnya minat dan pengetahuan nasabah tentang produk tersebut.

Suatu pernyataan yang dipaparkan oleh Ibu Yusniati menyatakan bahwa sebelum menjadi nasabah di PT. Bank Sumut KCPSy Panyabungan beliau kurang mengetahui tentang produk apa saja yang ada di bank tersebut, serta perbedaan produk dan perbedaan harga dengan bank yang lain. Beliau menyarankan dalam melakukan kegiatan promosi pihak

¹⁰Muhammad Fakhru Rizky Nst dan Hanifa Yasin, "Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama Pt. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan" dalam *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Volume 14, No. 02 Oktober 2014.

bank menggunakan media cetak, radio atau fasilitas yang lainnya yang mudah di pahami oleh masyarakat.¹¹

Jadi untuk menarik minat nasabah terhadap produk dan jasa bank, khususnya produk *Qardh* beragun emas bank harus mempromosikan produk tersebut seluas mungkin kepada masyarakat agar produk tersebut diminati dan dikenal oleh masyarakat maupun nasabah.

Faktor lain yang menjadi penentu minat nasabah dalam menggunakan produk *Qardh* beragun emas di PT. Bank Sumut KCPSy Panyabungan adalah faktor pelayanan. Keandalan sistem pelayanan sering menjadi penentu kepercayaan nasabah terhadap suatu bank dan produk-produknya. Produk dan jasa perbankan yang ditawarkan oleh berbagai bank bisa saja sama, tetapi perbedaan dapat ditunjukkan melalui cara yang diterapkan oleh bank dalam melayani nasabah.

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan peneliti selama praktik magang di PT. Bank Sumut KCPSy Panyabungan, terdapat beberapa keluhan dari nasabah, yaitu: komplain terhadap *Customer Service* terkait dengan pelayanan yang diberikan dimana nasabah dibiarkan terlalu lama menunggu untuk mendapatkan pelayanan. Kemudian, komplain terhadap *teller* terkait dengan nomor antrian dan minimnya fasilitas yang disediakan untuk nasabah yang antri, komplain terhadap area parkir, dimana parkir yang disediakan pihak bank terlalu sempit sehingga memberikan ketidaknyamanan kepada nasabah, dan adanya harapan dari nasabah

¹¹Wawancara dengan Ibu Yusniati selaku nasabah PT. Bank Sumut KCPSy Panyabungan, Senin, 13 Februari 2017 pukul 11.30 WIB.

kepada pihak bank agar menyediakan fasilitas mobil kas, untuk memudahkan transaksi bagi nasabah yang memiliki tempat tinggal yang jauh.

Untuk lebih unggul dalam bidang pelayanan dibanding dengan bank lain maka PT. Bank Sumut KCPSy Panyabungan perlu meningkatkan kualitas pelayanan dalam melayani nasabahnya. Dengan demikian, akan diperoleh dampak yang positif berupa meningkatnya minat dan loyalitas nasabah terhadap produk *Qardh* beragun emas di PT. Bank Sumut KCPSy Panyabungan.

Faktor lainnya yang menjadi minat nasabah untuk menggunakan produk *Qardh* beragun emas adalah faktor nilai taksiran. Besarnya nilai taksiran akan mempengaruhi minat nasabah untuk menggadaikan emasnya di lembaga keuangan. Umumnya nilai taksiran tidak sama dengan harga pasar, selain itu jumlah pinjaman yang diberikan juga lebih kecil dari nilai taksiran barang gadai, hal ini dilakukan untuk mencegah munculnya kerugian. Besarnya nilai taksiran ini akan menjadi landasan bagi bank dalam menentukan besarnya jumlah pinjaman yang akan diberikan kepada nasabah. Semakin besar nilai taksiran yang diberikan bank terhadap emas yang akan dijaminkan maka semakin besar pula pinjaman yang dapat diperoleh nasabah demikian pula sebaliknya.

Staf penaksir akan menentukan nilai taksiran barang tersebut yang akan dijadikan sebagai patokan perhitungan pengenaan sewa simpanan (jasa simpan), dan besarnya plafon uang pinjaman yang akan diberikan

oleh bank. Taksiran barang ditentukan berdasarkan nilai intrinsik dan harga standar emas yang ditetapkan oleh bank. Sedangkan maksimum uang pinjaman yang dapat diberikan adalah sebesar 90% dari nilai taksiran barang.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Salwah Lubis selaku nasabah produk *Qardh* beragun emas di PT. Bank Sumut KCPSy Panyabungan, kesesuaian penetapan berat dan kadar emas yang diberikan oleh PT. Bank Sumut KCPSy Panyabungan terhadap emas yang akan mereka gadaikan sudah sesuai. Namun untuk penetapan nilai taksiran nasabah masih merasa kurang puas. Menurut mereka nilai taksiran yang diberikan terhadap emas mereka relatif lebih rendah dibandingkan tempat lain. Meskipun demikian, rendahnya nilai taksiran tersebut bagi sebagian nasabah tidak menjadi kendala dan tetap memilih untuk menggadaikan emas di PT. Bank Sumut KCPSy Panyabungan.¹²

Hal ini lah yang menjadi salah satu penentu minat nasabah untuk menggunakan produk *Qardh* beragun emas di PT. Bank Sumut KCPSy Panyabungan, yaitu dengan melihat besarnya harga taksiran yang dikeluarkan oleh bank. Jika nilai taksiran bank tersebut lebih tinggi dibanding dengan bank lainnya maupun unit pegadaian, tentu nasabah akan lebih tertarik untuk menggadaikan emasnya dan menjadi peluang bagi bank untuk mempertahankan dan menarik nasabah baru. Sebaliknya,

¹²Wawancara dengan Ibu Salwah Lubis (nasabah PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan). Kamis, 13 April pukul 17.00 WIB.

jika nilai taksirannya cenderung lebih rendah, kemungkinan nasabah akan beralih ke bank lain atau ke pegadaian.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Produk *Qardh* pada PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan.**”

B. Identifikasi Masalah

1. Produk bank syariah yang menjadi produk *Qardh* di PT. Bank Sumut KCPSy Panyabungan mengalami perubahan pada tahun 2014.
2. Jumlah nasabah produk *Qardh* mengalami penurunan yang signifikan pada tahun 2015 dan tahun 2016.
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah adalah motivasi, persepsi, pengetahuan, sikap, status sosial, produk, harga dan kelompok acuan.
4. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan produk *Qardh* di PT. Bank Sumut KCPSy Panyabungan adalah promosi, pelayanan, dan nilai taksiran.

C. Batasan Masalah

Dari beberapa identifikasi masalah yang telah diuraikan tersebut, peneliti membatasi masalah hanya pada pengaruh faktor promosi, pelayanan, dan nilai taksiran terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk *Qardh* di PT. Bank Sumut KCPSy Panyabungan.

D. Definisi Operasional Variabel

Variabel adalah segala sesuatu yang akan menjadi objek pengamatan penelitian. Ada dua jenis variabel penelitian ini yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen (X) adalah variabel yang menjadi sebab terjadinya atau terpengaruhnya variabel dependen. Sedangkan variabel dependen (Y) adalah variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel independen.¹³

Adapun definisi dari masing-masing variabel penelitian adalah:

Tabel I.2
Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1.	Promosi (X ₁)	Adalah sarana pemberitahuan yang paling ampuh untuk menarik dan memepertahankan nasabah. ¹⁴	a. Periklanan b. <i>Personal selling</i> c. Promosi Penjualan d. Publisitas ¹⁵	Ordinal
2.	Pelayanan (X ₂)	Adalah kegiatan pemberian jasa dari satu pihak ke pihak lain. ¹⁶	a. Daya Tanggap (<i>responsive</i>) b. Komunikasi c. Kemampuan memahami pelanggan d. Perhatian (<i>emphaty</i>) e. Keandalan (<i>reabilitas</i>) f. Kesopanan ¹⁷	Ordinal

¹³Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi* (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), hlm. 28.

¹⁴Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 155.

¹⁵Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 170.

¹⁶Malayu SP Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2002), hlm. 152.

¹⁷Nur Rianto Al Arif, *Op. Cit.*, hlm. 221-222.

3.	Nilai Taksiran (X_3)	Merupakan nilai/harga perkiraan emas yang diagunkan nasabah kepada bank. ¹⁸	a. Besar Pinjaman b. Harga Taksiran ¹⁹	Ordinal
4.	Minat (Y)	Adalah suatu keinginan atau kehendak terhadap sesuatu. ²⁰	a. Perhatian b. Ketertarikan c. Keinginan d. Tindakan ²¹	Ordinal

E. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah promosi berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk *Qardh* di PT. Bank Sumut KCPSy Panyabungan?
2. Apakah pelayanan berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk *Qardh* di PT. Bank Sumut KCPSy Panyabungan?
3. Apakah nilai taksiran berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk *Qardh* di PT. Bank Sumut KCPSy Panyabungan?

¹⁸Burhanuddin S, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hlm. 182.

¹⁹*Ibid.*

²⁰Daryanto S.S, *Kamus Bahasa Indonesia Lengkap* (Surabaya: Apollo, 1997), hlm. 439.

²¹Muhammad Fakhru Rizky Nst dan Hanifa Yasin, "Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama Pt. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan" dalam *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, Volume 14, No. 02 Oktober 2014.

4. Apakah promosi, pelayanan, dan nilai taksiran berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk *Qardh* di PT. Bank Sumut KCPSy Panyabungan?

F. Tujuan Penelitian

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

1. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk *Qardh* di PT. Bank Sumut KCPSy Panyabungan.
2. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk *Qardh* di PT. Bank Sumut KCPSy Panyabungan.
3. Untuk mengetahui pengaruh nilai taksiran terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk *Qardh* di PT. Bank Sumut KCPSy Panyabungan.
4. Untuk mengetahui pengaruh promosi, pelayanan, dan nilai taksiran terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk *Qardh* di PT. Bank Sumut KCPSy Panyabungan

G. Kegunaan Penelitian

1. Bagi peneliti

Dapat memperoleh pengetahuan mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan produk *Qardh* di PT. Bank Sumut KCPSy Panyabungan.

2. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi tambahan informasi kepada perusahaan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan produk *Qardh*, sehingga mengetahui kelemahan dan kekurangan yang dapat dijadikan sebagai bahan masukan terhadap perusahaan.

3. Bagi Institusi

Sebagai syarat untuk menyelesaikan Studi Starata Satu (S1) di Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan.

4. Bagi peneliti selanjutnya

Sebagai bahan bacaan dan penambah wawasan bagi peneliti selanjutnya dalam mengkaji masalah yang sama.

H. Sistematika Pembahasan

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

1. Bab I merupakan pendahuluan yang berisi uraian latar belakang masalah, identifikasi masalah, definisi operasional variabel, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika pembahasan. Secara umum, seluruh sub bahasan yang ada dalam pendahuluan membahas tentang hal yang melatarbelakangi suatu masalah untuk diteliti.
2. Bab II merupakan landasan teori yang terdiri dari kerangka teori, penelitian terdahulu, kerangka pikir serta hipotesis. Secara umum, seluruh sub bahasan yang ada dalam landasan teori membahas tentang

penjelasan mengenai variabel penelitian secara teori yang dijelaskan dalam kerangka teori.

3. Bab III merupakan metode penelitian yang menguraikan langkah-langkah dalam penelitian ini yang berisi tentang lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, instrumen pengumpulan data, dan analisis data. Seluruh sub bahasan dalam penelitian ini membahas tentang lokasi, waktu dan jenis penelitian. Setelah itu akan ditentukan populasi ataupun yang berkaitan dengan seluruh sekelompok orang, peristiwa atau benda yang menjadi pusat perhatian peneliti untuk diteliti dan memilih beberapa atau seluruh populasi untuk dijadikan sebagai sampel.
4. Bab IV merupakan hasil penelitian dan pembahasan yang berisi analisis dan pembahasan penelitian. Secara umum, seluruh sub bahasan yang ada dalam hasil penelitian adalah membahas tentang hasil penelitian, mulai dari pendeskripsian data yang akan diteliti secara rinci, kemudian melakukan analisis data menggunakan teknik analisis data sehingga diperoleh hasil analisa yang dilakukan dan membahas tentang hasil yang diperoleh.
5. Bab V merupakan penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran. Secara umum, seluruh sub bahasan yang ada dalam penutup adalah membahas tentang kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini setelah menganalisis data dan memperoleh hasil dari penelitian ini.

BAB II PEMBAHASAN

A. Kerangka Teori

1. Minat

a. Pengertian Minat

Minat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai kecenderungan hati yang tinggi terhadap suatu gairah, dan keinginan.¹ Minat sebagai aspek kejiwaan bukan hanya mewarnai perilaku seseorang untuk melakukan aktivitas yang menyebabkan seseorang merasa tertarik kepada sesuatu. Secara sederhana minat (*interest*) berarti kecenderungan atau kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu.²

Jadi minat merupakan dorongan atau keinginan dalam diri seseorang terhadap suatu objek, yang dapat mempengaruhinya untuk memilih dan menggunakan objek tersebut berdasarkan keputusan yang dipilihnya.

Minat nasabah adalah sumber motivasi bagi nasabah yang dapat mendorongnya untuk melakukan kegiatan transaksi terhadap bank ketika ia bebas memilih. Ketika seseorang menilai bahwa suatu objek bisa bermanfaat baginya, maka ia bisa berminat terhadap hal tersebut, yang kemudian bisa mendatangkan kepuasan, ketika kepuasan menurun maka minatnya juga bisa menurun.

¹<http://kbbi.web.id/minat>, diakses 19 Januari 2016, pukul 06.30.

²Muhibbin Syah, *Psikologi Belajar* (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2003), hlm. 151.

Sehingga minat tidak bersifat permanen, tetapi minat bersifat sementara atau dapat berubah-ubah. Jadi dapat disimpulkan bahwa minat nasabah adalah motivasi nasabah untuk melakukan atau menilai suatu produk dalam bank sehingga mendatangkan kepuasan. Karena beberapa tahap dalam proses pengambilan keputusan untuk membeli yang umumnya dilakukan oleh seseorang yaitu pengenalan kebutuhan dan proses informasi yang diperoleh konsumen.

Minat dalam pandangan islam terdapat pada Al-Quran dalam surah Al-Alaq (96) ayat 1.


 أَقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ

Artinya: Bacalah dengan (menyebut nama Tuhanmu) yang menciptakan.³

Dalam ayat tersebut terdapat kata “*Iqra*” yang berartikan “Bacalah” dimana Allah Swt. memerintahkan kita membaca, maksudnya membaca bukan hanya membaca buku atau dalam arti tekstual saja, akan tetapi juga semua aspek apakah itu untuk membaca cakrawala jasad yang merupakan tanda kekuasaannya kita dapat memahami apa yang sebenarnya menarik minat kita dalam hidup ini. Dengan memanfaatkan konsep berpikir manusia akan mampu menganalisis, membandingkan, membedakan,

³Departemen Agama, *Alquran dan Terjemahnya* (Bandung: J-ART, 2005), hlm. 597.

mengumpulkan prinsip dan aturan yang dapat membantu mempercepat perkembangan dan kemajuan manusia dalam memperoleh keinginannya.⁴

Menurut Suwandari seperti yang dikutip oleh Muhammad Fakhru Rizky dan Hanifa Yasin dalam Jurnal Manajemen dan Bisnis, yang menjadi indikator minat seorang calon konsumen adalah sebagai berikut:

1. *Attention*, yaitu perhatian calon konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh produsen.
2. *Interest*, ketertarikan calon konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh produsen.
3. *Desire*, keinginan calon konsumen untuk memiliki produk yang ditawarkan oleh produsen.
4. *Action*, yaitu calon konsumen melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan.⁵

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat

Menurut Crow and Crow dalam buku Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab berpendapat bahwa faktor yang mempengaruhi minat ada tiga macam, yaitu:

- a. Dorongan dalam individu.
- b. Motif sosial, dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu.
- c. Faktor emosional, minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi.⁶

⁴Muhammad Usman Najati, *Al-Quran dan Psikologi* (Jakarta: Aras Pustaka, 2001), hlm. 119.

⁵Muhammad Fakhru Rizky Nst dan Hanifa Yasin, "Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama Pt. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan" dalam *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, Volume 14, No. 02 Oktober 2014.

⁶Abdul Rahman Saleh dan Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam* (Jakarta: Prenada Media, 2004), hlm. 265-267.

2. Promosi

a. Pengertian Promosi

Menurut Kasmir “ promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabah. Salah satu tujuan promosi bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah baru.”⁷

Menurut Nur Rianto Al Arif promosi merupakan “ kegiatan *mix*. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang penting, karena dalam kegiatan ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung.”⁸

Berdasarkan definisi di atas promosi adalah usaha untuk memperkenalkan produk perusahaan dengan tujuan untuk menarik dan mempertahankan nasabah dengan menginformasikan manfaat beserta keunggulan-keunggulan produk.

Promosi dilakukan dengan tujuan menginformasikan dan mempengaruhi pasar akan produk bank melalui kegiatan-kegiatan periklanan. Dalam kegiatan tersebut bank dapat membujuk nasabah agar tetap loyal memakai produk bank. Promosi yang dilakukan oleh bank harus bertujuan untuk kesejahteraan bersama, bukan untuk kepentingan golongan apalagi untuk kepentingan sendiri.

Bank tidak diperbolehkan memberikan persepsi yang keliru kepada

⁷Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 155.

⁸Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 169.

pelanggan dan konsumen terhadap produk dan jasa yang diiklankan dengan dusta dan menyembunyikan cacat. Dalam konteks ini, Allah juga menghendaki setiap umatNya untuk berkata jujur dalam muamalahnya sebagaimana yang dinyatakan dalam Al-Quran surah Ali-Imran (03) ayat 17.

الصَّابِرِينَ وَالصَّادِقِينَ وَالْقَانِتِينَ وَالْمُنْفِقِينَ
وَالْمُسْتَغْفِرِينَ بِالْأَسْحَارِ

Artinya: (yaitu) orang-orang yang sabar, yang benar, yang tetap taat, yang menafkahkan hartanya (di jalan Allah), dan yang memohon ampun di waktu sahur.⁹

Ayat ini menegaskan bahwa sesungguhnya orang-orang yang bertakwa, dalam diri mereka berkumpul sifat-sifat yang masing-masingnya mempunyai derajat kemuliaan, dan keluhuran sendiri dalam bidang keutamaan. Berkat sifat-sifat tersebut, akhirnya mereka memperoleh janji, yakni masuk surga. Sifat tersebut salah satunya adalah jujur “*As-Sidqu*”, “*Wassādiqīna*”. Sifat ini merupakan puncak keutamaan, dan orang yang membawa kebenaran mereka itu orang-orang yang bertakwa dan memperoleh apa yang mereka kehendaki pada sisi Tuhan mereka.¹⁰

⁹Departemen Agama, *Op. Cit.*, hlm. 147.

¹⁰Ahmad Mustafa Al-Maragi, *Terjemahan Tafsir Al-Maragi Jus 1, 2 dan 3* (Semarang: CV Toha Putra, 1992), hlm. 202-203.

b. Sarana promosi perbankan

Dalam praktiknya ada empat sarana promosi yang digunakan oleh perbankan, yaitu:

1) Periklanan (*advertising*)

Iklan adalah sarana promosi yang digunakan oleh bank guna menginformasikan segala sesuatu produk yang dihasilkan oleh bank. Informasi yang diberikan adalah manfaat produk, harga produk serta keuntungan-keuntungan produk dibandingkan dengan pesaing.

Penggunaan promosi lewat iklan dapat dilakukan dengan berbagai media, seperti lewat:

- a. Pemasangan *billboard* (papan nama) di jalan-jalan strategis.
- b. Pencetakan brosur.
- c. Pemasangan spanduk di lokasi yang strategis.
- d. Melalui koran.
- e. Melalui majalah.
- f. Melalui televisi.
- g. Melalui radio.¹¹

2) Promosi Penjualan (*sales promotion*)

Promosi lainnya yang bisa dilakukan adalah promosi penjualan, yaitu berbagai insentif jangka pendek untuk mendorong keinginan mencoba atau membeli suatu produk atau jasa. Tujuannya adalah untuk meningkatkan penjualan atau meningkatkan jumlah nasabah.

¹¹Kasmir, *Op. Cit.*, hlm. 156-157.

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

- a. Promosi konsumen, seperti penggunaan kupon, sampel produk, atau bentuk undian.
- b. Promosi dagang, yaitu berupa bantuan peralatan atau insentif.
- c. Promosi wiraniaga, melalui kontes penjualan.¹²

3) Publisitas (*publicity*)

Promosi yang ketiga adalah publisitas. Publisitas merupakan kegiatan promosi untuk memancing nasabah melalui kegiatan seperti pameran, bakti sosial, serta kegiatan lainnya. Tujuannya adalah agar nasabah mengenal bank lebih dekat. Dengan ikut kegiatan tersebut, nasabah akan selalu mengingat bank dan diharapkan akan menarik nasabah kegiatan publisitas untuk menggunakan jasa bank tersebut.¹³

4) Penjualan pribadi (*personal selling*)

Kegiatan promosi yang keempat adalah penjualan pribadi atau *personal selling*. Dalam dunia perbankan penjualan secara umum dilakukan oleh seluruh pegawai bank, mulai dari *cleaning service*, satpam, sampai pejabat bank. *Personal selling* juga dilakukan dengan merekrut tenaga-tenaga *salesman* dan *salesgirl* untuk melakukan penjualan *door to door*.

¹²*Ibid.*, hlm. 159.

¹³*Ibid.*, hlm. 160.

Penjualan secara *personal selling* akan memberikan beberapa keuntungan bank, yaitu:

- a. Bank dapat langsung bertatap muka dengan nasabah atau calon nasabah, sehingga dapat menjelaskan tentang produk bank kepada nasabah secara rinci.
- b. Dapat memperoleh informasi langsung dari nasabah tentang kelemahan produk, terutama keluhan nasabah dan informasi dari nasabah tentang produk lain.
- c. Petugas bank dapat langsung memengaruhi nasabah dengan berbagai argumen yang dimiliki.
- d. Memungkinkan hubungan terjalin akrab antara bank dengan nasabah.
- e. Petugas bank yang memberikan pelayanan merupakan citra bank yang diberikan kepada nasabah jika pelayanan yang diberikan baik dan memuaskan.¹⁴

c. Pengaruh Promosi Terhadap Minat

Promosi sangat dibutuhkan agar produk yang diproduksi oleh perusahaan dapat dikenal masyarakat luas, karena salah satu tujuan dilakukannya promosi adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon konsumen yang baru.¹⁵

Pengetahuan masyarakat maupun nasabah tentang produk *Qardh* beragun emas di PT. Bank Sumut KCPSy Panyabungan akan berpengaruh terhadap minat mereka untuk menggunakan produk tersebut terutama untuk masyarakat yang mendesak membutuhkan modal untuk mengembangkan usaha mikronya yang hanya cukup dengan menggadaikan emasnya.

¹⁴*Ibid.*, hlm. 160-161.

¹⁵Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis* (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 57-58.

Pernyataan tersebut Hasil penelitian Hamzah Gufroh dalam penelitiannya menyatakan bahwa “ Promosi berpengaruh positif terhadap minat nasabah untuk menggunakan produk *Qardh* dengan Gadai Emas di PT. Bank SUMUT Syariah Cabang Medan”.¹⁶

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa promosi mempunyai pengaruh terhadap minat. Jadi promosi yang baik dapat meningkatkan minat para nasabah untuk menggunakan produk dan jasa dari bank tersebut.

3. Pelayanan

a. Pengertian Pelayanan

Menurut Malayu SP. Hasibuan, pelayanan adalah:

Kegiatan pemberian jasa dari suatu pihak pada pihak lainnya. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah, adil, cepat, tepat dan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya.¹⁷

Menurut Philip Kotler, yang dikutip oleh Malayu SP.

Hasibuan dalam bukunya Dasar-Dasar Perbankan, pelayanan atau *service* adalah:

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 fisik.¹⁸

Dari definisi tersebut, dapat diartikan bahwa pelayanan merupakan kegiatan pemberian jasa kepada orang lain dalam

¹⁶Hamzah Gufroh, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Produk *Qardh* dengan Gadai Emas di PT. Bank SUMUT Syariah Cabang Medan” (Skripsi: Universitas Sumatera Utara Medan, 2011)

¹⁷Malayu SP Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2002), hlm. 152.

¹⁸*Ibid.*

memenuhi harapan dan kebutuhannya. Proses pelayanan sangat menentukan keberhasilan bank untuk memikat nasabah. Dalam hal ini faktor kecepatan, kemudahan, keamanan, dan kenyamanan dalam bertransaksi perlu diperhatikan. Pentingnya memberikan pelayanan yang berkualitas disebabkan pelayanan tidak hanya sebatas mengantarkan atau melayani. Pelayanan berarti mengerti, memahami dan merasakan kebutuhan pelanggan yang pada akhirnya akan tertanam loyalitas konsumen terhadap suatu produk maupun jasa bank.

Dalam berbisnis islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha yang baik kepada orang lain, berupa barang maupun jasa hendaknya memberikan pelayanan yang berkualitas untuk menarik perhatian pelanggan, dan jangan memberikan pelayanan yang buruk yang dapat merugikan orang lain seperti yang dijelaskan dalam Al-Quran surah Ali-Imran (3) ayat 159.

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ^ط وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظًا
 أَلْقَبَ لَآنْفُسُورًا مِّنْ حَوْلِكَ^ط فَآعَفُ عَنْهُمْ
 وَأَسْتَغْفِرْ لَهُمْ^ط وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ^ط فَإِذَا عَزَمْتَ
 فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ^ج إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: Maka disebabkan rahmat dari Allah lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.¹⁹

Berdasarkan ayat diatas, Allah membimbing dan menuntun kaum muslimin secara umum untuk dapat bersikap lemah lembut terhadap orang lain. Sekiranya engkau berlaku keras, buruk perangai, kasar kata lagi berhati kasar, tidak peka terhadap orang lain tentu orang akan menjauhkan diri disebabkan antipati terhadapmu. Karena perangaimu tidak seperti itu maka maafkanlah kesalahan yang mereka lakukan dan bermusyawarahlah yakni dalam urusan peperangan dan urusan dunia. Dan setelah engkau memperoleh hasil musyawarah kamu maka bantu dan bimbinglah mereka ke arah apa yang mereka harapkan.²⁰

b. Konsep Pelayanan Prima

Untuk dapat memberikan pelayanan prima dan menjalin hubungan yang baik dengan nasabah maka menjadi kunci keberhasilannya orang (*human*), karena pelayanan dan menjalin hubungan dengan nasabah merupakan interaksi antara pegawai

¹⁹Departemen Agama, *Op. Cit.*, hlm. 71.

²⁰M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah (Pesan, Kesan dan Keserasian Al-quran)* (Jakarta: Lentera Hati), hlm. 241-242.

perusahaan dengan masyarakat diluar perusahaan yang disebut nasabah.

Menurut Freddy Rangkuti seperti yang dikutip oleh Nur Rianto Al-Arif ada sepuluh kriteria pokok kualitas pelayanan prima yaitu sebagai berikut:

1. *Reliability* (keandalan), yaitu kemampuan untuk melakukan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
2. *Responsiveness* (ketanggapan), yaitu kemampuan untuk menolong nasabah dan ketersediaan untuk melayani nasabah dengan baik. Karyawan harus tanggap dalam membantu nasabah yang kesulitan.
3. *Tangibles* (bukti langsung), meliputi fasilitas, fisik, perlengkapan dan sarana komunikasi.
4. *Competence* (kemampuan), yaitu kemampuan untuk berkomunikasi dengan baik kepada nasabah.
5. *Access* (mudah diperoleh), yaitu kemudahan untuk pelayanan yang diinginkan (tidak berbelit-belit).
6. *Courtesy* (keramahan), yaitu sopan santun petugas bank dalam menghadapi nasabah.
7. *Credibility* (dapat dipercaya), yaitu pelayanan yang diberikan benar-benar dapat dipercaya nasabah.

8. *Security* (keamanan), yaitu jaminan keamanan kepada nasabah, nasabah tidak perlu takut dananya hilang atau rusak, sebab bank mampu menjaga dengan baik dana nasabahnya.
9. *Understanding* (memahami nasabah), yaitu terjadinya saling pengertian antara petugas bank dengan nasabah.
10. *Communication* (komunikasi), yaitu kemampuan dan berkomunikasi secara lancar dan meyakinkan.²¹

c. Pengaruh Pelayanan Terhadap Minat

Tujuan pelayanan prima adalah memberikan pelayanan yang dapat memenuhi dan memuaskan pelanggan atau masyarakat serta memberikan fokus pelayanan kepada pelanggan. Pelayanan prima akan bermanfaat bagi upaya peningkatan kualitas pelayanan kepada masyarakat sebagai pelanggan dan sebagai acuan untuk menarik dan mempertahankan pelanggan.²²

Pernyataan tersebut didukung oleh hasil penelitian Rifa'atul Machmudah dalam penelitiannya yang menyatakan bahwa "Terdapat pengaruh positif pelayanan terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah di bank syariah pada Bank CIMB Niaga Syariah Cabang Semarang".²³

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa pelayanan mempunyai pengaruh terhadap minat. Pelayanan terdiri dari

²¹Nur Rianto Al Arif, *Op. Cit.*, hlm.. 221-222.

²²*Ibid.*, hlm. 215.

²³Rifa'atul Machmudah "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah di Bank Syariah (Studi Kasus pada Bank CIMB Niaga Syariah Cabang Semarang)" (Skripsi: Semarang, 2009)

tindakan nyata berupa perilaku dari petugas bank dalam memenuhi keinginan nasabahnya dan pengaruhnya merupakan tindakan sosial dari nasabah.²⁴

4. Nilai Taksiran

a. Pengertian Nilai Taksiran

Nilai taksiran adalah bentuk penilaian barang berharga ditinjau dari segi kualitas, kuantitas, dan spesifikasi lainnya yang bermanfaat bagi warga masyarakat.²⁵ Sedangkan nilai taksiran emas adalah nilai emas yang diagunkan nasabah kepada bank, yang besarnya tergantung dari kualitas (berat) dan kualitas (karatase) barang jaminan serta HDE (Harga Dasar Emas).

Penaksiran nilai harta benda yang dilakukan merupakan pelayanan berupa jasa atas nilai suatu harta benda bergerak dan tidak bergerak. Jasa dimaksud, diberikan kepada masyarakat yang menginginkan kualitas harta benda seperti emas, perak, dan berlian yang dikenakan pada nasabah adalah berupa ongkos penaksir barang. Dalam menentukan besarnya jumlah pinjaman, maka barang atau jaminan perlu ditaksirkan lebih dulu. Dalam menaksir nilai yang dijaminakan nilai taksiran pasti lebih rendah dari nilai pasar, hal ini dimaksudkan jika terjadi kemacetan terhadap

²⁴Nur Rianto Al Arif, *Op. Cit.*, hlm. 211.

²⁵Burhanuddin S, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hlm. 182.

pembayaran jaminan maka pihak bank akan melelang jaminan yang diberikan nasabah di bawah harga pasar.²⁶

Besar pinjaman yang diperoleh tergantung dari persentase harga taksiran yang diberikan oleh bank. Oleh karena itu, pemberian pinjaman sangat ditentukan oleh nilai dan kualitas emas yang digadaikan.²⁷

Berkenaan dengan kewajiban memenuhi takaran dan timbangan dalam bermuamalah, Allah Swt. Telah mengingatkan manusia dalam firmanNya yang terdapat dalam Q.S Al-Isra (17) ayat 35.

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ
ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا

Artinya: Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya.²⁸

Ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah swt telah mengingatkan manusia untuk menyempurnakan takaran kepada orang lain, jangan kamu merugikan mereka apabila kamu menakar untuk hak-hak mereka dari pihak mu. Dan timbanglah “*Al-Qistās*”,

²⁶Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), hlm. 236.

²⁷Zainuddin Ali, *Hukum Gadai Syariah* (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), hlm. 53.

²⁸Departemen Agama, *Op. Cit.*, hlm. 285.

“*bilqistāsi*” oleh kalian dengan timbangan yang adil “*Al-Mustaqīm*”, tanpa menganiaya sedikit pun atau berat sebelah. Penimbangan yang adil adalah lebih baik bagimu di dunia daripada kamu berkhianat dan mengurangi takaran atau timbangan. Karena hal itu termasuk hal yang menyenangkan orang lain dalam muamalahmu dan menyebabkan kamu mendapatkan pahala di akhirat, dan selamat dari hukuman yang pedih.²⁹

b. Pengaruh Nilai Taksiran Terhadap Minat

Penaksiran nilai harta benda yang dilakukan oleh pegadaian syariah maupun bank merupakan pelayanan berupa jasa atas nilai suatu harta benda kepada warga masyarakat. Nilai taksiran diberikan kepada warga masyarakat yang menginginkan kualitas harta benda seperti emas, perak dan berlian.³⁰

Nilai taksiran emas yang diberikan oleh PT. Bank Sumut KCPSy panyabungan dapat mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan produk tersebut. Dalam memilih produk gadai emas, tentunya pelanggan akan melihat lembaga yang memberikan nilai taksiran yang lebih tinggi. Hal ini didukung hasil penelitian Nita Ainul Khasanah menyatakan bahwa “Terdapat pengaruh positif dan signifikan harga taksiran barang terhadap minat nasabah non

²⁹Ahmad Mustafa Al-Maragi, *Terjemahan Tafsir Al-Maragi Jus 13, 14 dan 15* (Semarang: CV Toha Putra, 1992), hlm. 83.

³⁰Zainuddin Ali, *Op. Cit.*, hlm. 53.

muslim dalam pemilihan produk Gadai Emas di PT. Bank BRI Syariah KCP Gateway-Waru.³¹

Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai taksiran mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan jasa gadai emas syariah.

5. *Qardh* dan Gadai

a. Pengertian *Qardh*

Menurut Ahmad Rodomi dan Abdul Hamid “ *Qardh* atau *qiradh* secara etimologi berarti pinjaman. Secara terminologi muamalah (*ta’rif*) *Qardh* adalah memiliki sesuatu (hasil pinjaman yang dikembalikan) atau pinjaman tersebut sebagai penggantinya dengan nilai yang sama.”³²

Menurut Zainuddin Ali, “ *Qardh* adalah pinjaman yang diberikan kepada nasabah (*muqtaridh*) yang membutuhkan dana dan/ atau uang. Oleh karena itu, nasabah *Qardh* berkewajiban mengembalikan jumlah pokok yang diterima pada waktu yang telah disepakati bersama antara pihak pemberi pinjaman dengan pihak yang menerima pinjaman. Namun, biaya administrasi yang dibutuhkan akan dibebankan kepada nasabah atau peminjam. Selain itu, lembaga keuangan syariah dapat meminta jaminan kepada nasabah bila dipandang perlu. Jaminan

³¹Nita Ainul Khasanah, “Pengaruh Promosi, Harga Taksiran barang, dan Prosedur Pencairan Pinjaman Terhadap Minat Nasabah Non Muslim dalam Pemilihan Produk Gadai Emas di PT. Bank BRI Syariah KCP Gateway-Waru” (Skripsi: UIN Sunan Ampel Surabaya, 2014)

³²Ahmad Rodomi dan Abdul Hamid, *Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Zikrul Hakim, 2008), hlm. 215.

dimaksud, dapat berarti agunan dan/ atau harta benda yang menjadi jaminan utang.³³

Jadi *Qardh* merupakan pinjaman yang diberikan oleh pihak bank kepada nasabah dengan kewajiban mengembalikan pinjaman yang diterima pada waktunya, yang disertai dengan pemberian agunan.

b. Dasar Hukum *Qardh*

1) Al-Quran

Dasar hukum dibolehkannya *Qardh* terdapat dalam Q.S Al-Hadid (57) ayat 11.

مَنْ ذَا الَّذِي يُقْرِضُ اللَّهَ قَرْضًا حَسَنًا فَيُضَاعِفَهُ

لَهُ وَلَهُ أَجْرٌ كَرِيمٌ ﴿١١﴾

Artinya: Siapakah yang mau meminjamkan kepada Allah pinjaman yang baik, Allah akan melipatgandakan (balasan) pinjaman itu untuknya dan dia akan memperoleh pahala yang banyak.³⁴

Sisi pendalilan dari ayat di atas adalah bahwa Allah SWT menyerupakan amal saleh dan memberi infak *fisabilillah* dengan harta yang dipinjamkan dan menyerupakan pembalasannya yang berlipat ganda kepada pembayaran utang. Amal kebaikan disebut pinjaman (utang) karena orang yang berbuat baik melakukannya

³³Zainuddin Ali, *Op. Cit.*, hlm. 4.

³⁴Departemen Agama, *Op. Cit.*, hlm. 49.

untuk mendapatkan gantinya sehingga menyerupai orang yang mengutangkan sesuatu agar mendapat gantinya.³⁵

2) Hadist Nabi Muhammad Saw

مَنْ أَخَذَ أَمْوَالَ النَّاسِ يُرِيدُ آدَاءَهَا آدَى اللَّهِ عَنْهُ وَمَنْ أَخَذَ يُرِيدُ إِثْلَافَهَا

أَثْلَفَهُ اللَّهُ

Barang siapa yang mengambil harta orang lain (berutang) dengan maksud akan membayarnya kembali, niscaya Allah akan membayarnya (membantunya) dan barang siapa yang mengambil (berutang) dengan maksud untuk merusaknya (tidak mengembalikannya), niscaya Allah akan merusaknya. (HR. Bukhari)³⁶

c. Rukun dan Syarat *Qardh*

1) Rukun *Qardh*

- a. Peminjam (*muqtaridh*)
- b. Pemberi pinjaman (*muqridh*)
- c. Jumlah dana (*Qardh*)
- d. Ijab kabul (*shigat*)

2) Syarat-syarat *Qardh*

- a. Kerelaan kedua belah pihak yang melakukan akad.

³⁵Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah* (Jakarta: Kencana, 2012), hlm. 334.

³⁶Herry Sutanto dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Pustaka Setia, 2013), hlm. 218.

b. Dana yang akan digunakan bermanfaat dan halal.³⁷

d. Pengertian *Rahn* (Gadai)

Secara harfiah *Rahn* atau *rahnu* atau *rihn* artinya tetap, kekal, dan jaminan. *Rahn* dalam istilah perbankan Indonesia disebut “agunan”. Agunan adalah barang jaminan atau barang yang dijamin.

Menurut Sutan Remy Sjahdeini “*Rahn* merupakan perjanjian penyerahan barang untuk menjadi agunan atau barang jaminan bagi pelunasan fasilitas pembiayaan yang diberikan oleh bank atau kreditur.”³⁸

Menurut Mardani ” *Rahn* secara termonologis adalah menjadikan harta benda sebagai jaminan utang agar utang itu dilunasi (dikembalikan), atau dibayarkan harganya jika dapat mengembalikan.”³⁹

Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa *Rahn* merupakan agunan yang diberikan oleh debitur (nasabah) kepada kreditur (bank) sebagai penjamin pelunasan utang atas pembiayaan yang diperoleh.

Barang yang menjadi jaminan disebut *marhun*, pihak yang memberikan jaminan disebut *rahin*, dan pihak yang memperoleh jaminan atau pemegang jaminan atau kreditur disebut *murtahin*. *Rahn* ditangan *murtahin* (pemberi utang, kreditur) hanya berfungsi sebagai jaminan utang dari *rahin* (orang yang berutang, debitur). Menurut

³⁷*Ibid.*, hlm. 216-217.

³⁸Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Syariah (Produk-Produk dan Aspek-Aspek Hukumnya)* (Jakarta: Kencana, 2014), hlm. 363.


³⁹Mardani, *Op. Cit* hlm. 289.

konsep *Rahn*, barang yang berharga diagunkan untuk menjamin utang yang dapat digunakan sebagai sumber pelunasan itu apabila utang tersebut pada waktunya tidak dapat dilunasi oleh orang yang berutang. Dalam hal debitur atau orang yang berutang tidak dapat melunasi utangnya, agunan tersebut dijual dan hasil penjualannya dipakai sebagai sumber pelunasan. Barang jaminan itu baru dapat dijual atau dihargai apabila dalam waktu yang disetujui kedua belah pihak, utang tidak dapat dilunasi oleh debitur. Oleh sebab itu, hak kreditur terhadap barang jaminan hanya apabila debitur tidak melunasi hutangnya.

e. Dasar Hukum Gadai

1) Al-Quran

Dasar hukum diperbolehkannya gadai syariah terdapat dalam Q.S Al-Baqarah (2) ayat 283.

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهَانٌ
مَّقْبُوضَةٌ 

Artinya: Jika kamu dalam perjalanan (dan bermuamalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang).⁴⁰

Ayat tersebut menjelaskan bahwa apabila kalian bepergian dan tidak menemukan juru tulis yang bisa menulis transaksi perjanjian utang piutang, atau tidak mendapatkan kertas, tinta,

⁴⁰Departemen Agama, *Op. Cit.*, hlm. 49.

atau benda-benda lain yang bisa dipakai untuk menulis, maka perkuatlah perjanjian ini dengan jaminan yang disebut “*farihānun*” bentuk tunggalnya “*rahnun*” yang kemudian kalian saling memegangnya. Jaminan tersebut bukan berarti menjadi milik orang yang memberi utang, orang yang berutang boleh mengambil jaminan itu setelah ia melunasinya.⁴¹

2) Hadist Nabi Muhammad Saw.

Dasar hukum yang kedua untuk dijadikan rujukan dalam melaksanakan gadai syariah adalah hadist Nabi Muhammad Saw.

أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ اشْتَرَى طَعَامًا مِنْ يَهُودِيٍّ إِلَى أَجَلٍ وَرَهْنَهُ

دِرْعًا مِنْ حَدِيدٍ

Sesungguhnya Nabi shallallahu alaihi wasallam membeli makanan dari seorang Yahudi dengan menggadaikan baju besinya. (HR. Ibnu Muslim)⁴²

f. Rukun dan Syarat Gadai Syariah

Transaksi gadai menurut syariah haruslah memenuhi rukun dan syarat tertentu, yaitu:

1) Rukun Gadai

a. Adanya ijab dan kabul

⁴¹Ahmad Mustafa Al-Maragi, *Op. Cit.*, hlm. 132-133.

⁴²Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik* (Jakarta: Gema Insani, 2001), hlm. 129.

- b. Adanya pihak yang berakad, yaitu pihak yang menggadaikan (*rahn*) dan yang menerima gadai (*murtahin*).
- c. Adanya jaminan (*marhun*) berupa barang atau harta untuk dapat memperoleh pinjaman.
- d. Adanya utang (*marhun bih*).

2) Syarat Gadai

- a. *Rahn* dan *murtahin* dengan syarat-syarat kemampuan juga berarti kelayakan seseorang untuk melakukan transaksi pemilikan, setiap orang yang sah melakukan jual beli sah melakukan gadai.
- b. *Shigat* dengan syarat tidak boleh terkait dengan masa yang akan datang.
- c. Utang (*marhun bih*) dengan syarat harus merupakan hak yang wajib diberikan atau diserahkan kepada pemiliknya, memungkinkan pemanfaatannya bila sesuatu yang menjadi utang itu tidak bisa dimanfaatkan maka tidak sah, harus dapat dihitung jumlahnya atau diukur, bila tidak dapat diukur atau tidak dapat dihitung, *Rahn* itu tidak sah.
- d. Barang (*marhun*) dengan syarat harus bisa diperjual belikan, harus berupa harta yang bernilai, *marhun* harus bisa

dimanfaatkan secara syariah, harus diketahui keadaan fisiknya, dan dimiliki secara utuh oleh si penggadai.⁴³

6. *Qardh* dengan Gadai Emas di PT. Bank Sumut KCPSy Panyabungan

Produk *Qardh* beragun emas di PT. Bank Sumut KCPSy Panyabungan adalah fasilitas pinjaman yang merupakan salah satu jenis pembiayaan berdasarkan prinsip syariah. Dimana bank syariah memberikan pinjaman dana kepada nasabah perorangan dan nasabah menyerahkan barang berharga (emas) sebagai agunan kepada bank syariah.

Bank Sumut KCPSy Panyabungan akan meminjamkan dana kepada nasabah sesuai harga taksiran barang, dalam hal ini emas. Kemudian nasabah wajib membayar lunas pinjamannya pada saat jatuh tempo atau dalam jangka waktu tertentu sesuai keinginannya beserta biaya pemeliharaan dan penyimpanan.

Qardh dengan gadai emas di PT. Bank Sumut KCPSy Panyabungan merupakan produk tersendiri bukan sebagai produk pelengkap yaitu akad tambahan (jaminan) terhadap produk lain yang masuk dalam kategori pembiayaan gadai emas. Dalam hal ini nasabah tidak dikenai bunga atau pun sistem bagi hasil, yang di pungut dari nasabah adalah biaya penaksiran (*valuation*), penitipan, pemeliharaan, penjagaan dan administrasi yang hanya sekali dan ditetapkan dimuka.

⁴³Andri Soemitra, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009), hlm. 389.

Dengan demikian dapat diketahui bahwa posisi nasabah disini adalah sebagai *rahin*, PT. Bank Sumut KCPSy Panyabungan sebagai *murtahin*, dan pinjaman yang diberikan berupa uang adalah *marhun bih*. Pinjaman yang diberikan oleh PT. Bank Sumut KCPSy Panyabungan ada batas waktunya, jelas jumlahnya dan wajib disertai oleh jaminan atas pinjaman tersebut yaitu barang (emas yang digadaikan). Jangka waktu pembiayaan gadai emas ini maksimal empat bulan dan bisa dilakukan perpanjangan maksimal dua kali.

Teknik transaksi *Qardh* beragun emas di PT. Bank Sumut KCPSy Panyabungan dilakukan dengan dua akad yang berlandaskan syariah, yaitu:

- a. Akad *Rahn, Rahn* yang dimaksud adalah menahan harta milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya. Pihak yang menahan memperoleh jaminan untuk mengambil kembali sebagian atau seluruh piutangnya. Dengan akad ini bank menahan barang bergerak sebagai jaminan atas utang nasabah.⁴⁴
- b. Akad *Qardh, Qardh* yang dimaksud adalah pinjaman berupa uang yang diberikan oleh pihak peminjam kepada si peminjam. Jadi, akad *Qardh* untuk pengikatan pinjaman dana yang disediakan bank syariah kepada nasabah, sedangkan pengikatan emas sebagai agunan atas pinjaman dana digunakan akad *Rahn*.

⁴⁴Ahmad Rodomi dan Abdul Hamid, *Op. Cit.*, hlm. 195.

B. Penelitian Terdahulu

Tabel II.1
Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Hamzah Gufron (2011)	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Produk <i>Qardh</i> dengan Gadai Emas di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Medan. (Skripsi: Ekonomi Pembangunan, Universitas Sumatera Utara)	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dari variabel promosi, prosedur pinjaman dan harga taksiran barang, memiliki pengaruh positif dan signifikan pada α 1% terhadap minat nasabah untuk menggunakan produk Bank Sumut Syariah Cabang Medan. Dari faktor-faktor tersebut, faktor promosi merupakan faktor yang paling utama dalam mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan produk <i>Qardh</i> dengan Gadai Emas di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Medan.
2.	Melawati (2013)	Pengaruh Promosi Gadai Emas Terhadap Minat Nasabah Penelitian Pada Nasabah Gadai Emas BRI Syariah Cabang Cirebon (Skripsi: Muamalah Ekonomi Perbankan Islam, IAIN Syekh Nurjaticirebon)	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa promosi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat nasabah untuk menggunakan Gadai Emas di BRI Syariah Cabang Cirebon.
3.	Yalisma Dewi (2013)	Pengaruh Nilai Taksiran, Biaya-Biaya, Promosi, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Pembiayaan Gadai Emas Syariah (Studi Kasus pada PT. Bank BNI Syariah Cabang Kusumanegara, Yogyakarta).	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel nilai taksiran, biaya-biaya, promosi dan pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa Pembiayaan Gadai Emas Syariah. Sedangkan secara parsial, faktor nilai taksiran dan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan

		(Skripsi: Ekonomi Syariah, UIN Sunan Kalijaga)	jasa Pembiayaan Gadai Emas Syariah. Sedangkan faktor biaya-biaya dan promosi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa Pembiayaan Gadai Emas Syariah di PT. Bank BNI Syariah Cabang Kusumanegara, Yogyakarta.
4.	Ahmad Rifqi Damarjati (2014)	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Gadai Emas Syariah. (Studi Kasus pada BPD DIY Syariah Cabang Cikditiro) (Skripsi: Keuangan Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta)	Secara simultan hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor nilai taksiran, biaya-biaya, promosi dan pelayanan berpengaruh terhadap pembiayaan gadai emas syariah. Secara parsial, faktor biaya-biaya tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan gadai emas syariah. Sedangkan untuk faktor nilai taksiran, promosi, dan pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan gadai emas syariah.

Perbedaan dan persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

Perbedaan dengan penelitian Hamzah Gufron yaitu terletak pada variabel independen, variabel independen Hamzah Gufron adalah promosi, prosedur pinjaman dan harga taksiran barang, sedangkan peneliti promosi, pelayanan dan nilai taksiran. Lokasi penelitian pada PT. Bank Sumut Syariah Cabang Medan, sedangkan peneliti pada PT. Bank Sumut KCPSy Panyabungan. Persamaannya adalah minat nasabah dalam menggunakan

produk *Qardh* dengan gadai emas sebagai variabel dependen, dan menggunakan metode analisis regresi linear berganda dalam uji hipotesis.

Perbedaan dengan penelitian Melawati, variabel independennya hanya satu yaitu promosi, sedangkan peneliti ada tiga yaitu promosi, pelayanan, dan nilai taksiran. Lokasi penelitian Melawati Bank BRI Syariah Cabang Cirebon, sedangkan peneliti di PT. Bank Sumut KCPSy Panyabungan. Melawati menggunakan metode analisis regresi linear sederhana, sedangkan peneliti menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Persamaannya adalah pada variabel dependen yaitu minat nasabah.

Perbedaan dengan penelitian Yalisma Dewi, variabel independennya adalah nilai taksiran, biaya-biaya, promosi, dan pelayanan, sedangkan peneliti promosi, pelayanan dan nilai taksiran. Lokasi penelitian Yalisma Dewi pada PT. Bank BNI Syariah Cabang Kusumanegara Yogyakarta, sedangkan peneliti pada PT. Bank Sumut KCPSy Panyabungan. Persamaannya adalah pada variabel dependen yaitu minat nasabah dalam menggunakan pembiayaan gadai emas.

Perbedaan dengan penelitian Ahmad Rifqi Damarjati, variabel independennya adalah faktor nilai taksiran, biaya-biaya, promosi dan pelayanan, sedangkan peneliti promosi, pelayanan dan nilai taksiran. Lokasi penelitian Ahmad Rifqi Damarjati pada BPD DIY Syariah Cabang Cikditiro, sedangkan peneliti pada PT. Bank Sumut KCPSy Panyabungan. Persamaannya, pada variabel dependen yaitu minat nasabah dalam

menggunakan pembiayaan gadai emas, dan menggunakan metode analisis regresi linear berganda dalam pengujian hipotesis.

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir adalah gambaran tentang hubungan antara variabel dalam suatu penelitian. Dalam konteks penelitian ini, maka aspek-aspek yang akan diukur dari produk *Qardh* dengan gadai emas di PT. Bank Sumut KCPSy Panyabungan meliputi promosi, pelayanan, nilai taksiran serta minat nasabah.

Promosi yang dimaksud disini adalah upaya sosialisasi yang dirancang dan dilaksanakan pihak manajemen PT. Bank Sumut KCPSy Panyabungan dalam mengenalkan produk *Qardh* dengan gadai emas sehingga dapat diterima oleh masyarakat luas.

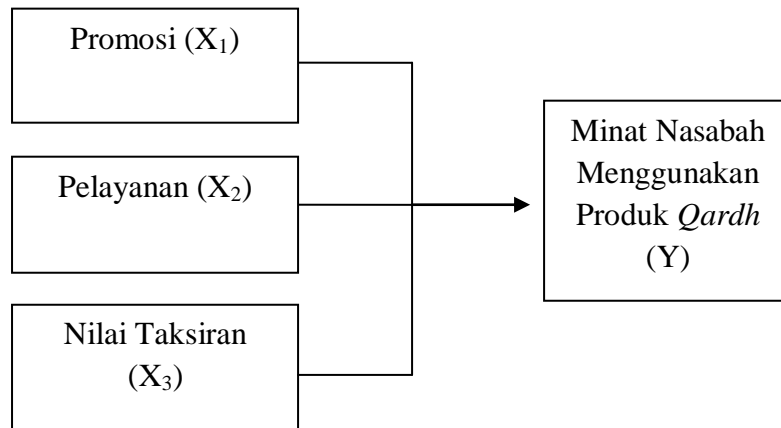
Pelayanan yang dimaksud dalam penelitian ini menyangkut tingkat Keandalan pihak bank dalam melayani nasabah. Tingkat pelayanan yang baik akan mampu menarik nasabah untuk bertransaksi di bank karena layanan yang baik, cepat, dan handal dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya.

Nilai taksiran dalam penelitian ini merupakan ketentuan yang ditetapkan oleh petugas penaksir dalam menaksir barang (emas) yang akan digadaikan nasabah ke pihak PT. Bank Sumut KCPSy Panyabungan guna mendapatkan pinjaman (*Qardh*).

Minat nasabah dalam penelitian ini dengan memperhatikan pengaruh variabel promosi, pelayanan, dan nilai taksiran untuk melihat timbulnya

ketertarikan nasabah untuk memilih dan menggunakan produk *Qardh* dengan gadai emas dari beberapa variabel yang ada, dan melihat variabel mana yang paling berpengaruh.

Dengan demikian dapat digambarkan sebagai berikut:



D. Hipotesis

Hipotesis dapat diartikan sebagai suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul.⁴⁵

Berdasarkan dari pengamatan peneliti atas permasalahan yang dijelaskan di atas maka peneliti mengemukakan dugaan sementara (hipotesis) yaitu:

H_{a1} : Ada pengaruh promosi terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk *Qardh* di PT. Bank Sumut KCPSy Panyabungan.

⁴⁵Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 1998), hlm. 67.

- H_{a2} : Ada pengaruh pelayanan terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk *Qardh* di PT. Bank Sumut KCPSy Panyabungan.
- H_{a3} : Ada pengaruh nilai taksiran terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk *Qardh* di PT. Bank Sumut KCPSy Panyabungan
- H_{a4} : Ada pengaruh promosi, pelayanan, dan nilai taksiran terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk *Qardh* di PT. Bank Sumut KCPSy Panyabungan.
- H₀₁ : Tidak ada pengaruh promosi terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk *Qardh* di PT. Bank Sumut KCPSy Panyabungan.
- H₀₂ : Tidak ada pengaruh pelayanan terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk *Qardh* di PT. Bank Sumut KCPSy Panyabungan.
- H₀₃ : Tidak ada pengaruh nilai taksiran terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk *Qardh* di PT. Bank Sumut KCPSy Panyabungan
- H₀₄ : Tidak ada pengaruh promosi, pelayanan, dan nilai taksiran terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk *Qardh* di PT. Bank Sumut KCPSy Panyabungan

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan, Jl. Willem Iskandar No. 68 Kel. Panyabungan I, Kabupaten Mandailing Natal. Kode pos: 22919, Telp: 0636-20586. Sedangkan waktu penelitian dilakukan pada tanggal 8 Februari 2017 sampai dengan selesai.

B. Jenis Penelitian dan Sumber Data

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang bekerja dengan angka, yang datanya berwujud bilangan (skor atau nilai, peringkat, atau frekuensi) yang dianalisis dengan menggunakan statistik untuk menjawab pertanyaan atau hipotesis penelitian yang sifatnya spesifik, dan untuk melakukan prediksi bahwa suatu variabel tertentu mempengaruhi variabel yang lain.⁴⁶

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data Primer

Menurut sugiyono data primer adalah “sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.”⁴⁷ Dalam penelitian ini untuk mendapatkan data primer dapat dilakukan dengan cara penyebaran angket atau kuesioner langsung kepada

⁴⁶Asmadi Alsa, *Pendekatan kuantitatif dan kualitatif* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003), hlm. 13.

⁴⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2001), hlm. 28.

nasabah produk *Qardh* beragun emas PT. Bank Sumut KCPSy Panyabungan.

2. Data sekunder

Menurut Sugiyono data sekunder adalah “sumber yang tidak langsung mengumpulkan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen”.⁴⁸ Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari data-data PT. Bank Sumut KCPSy Panyabungan dan buku-buku referensi yang membahas hal-hal yang berkaitan dengan objek penelitian.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah seluruh subjek penelitian yang akan diteliti. Populasi adalah “keseluruhan subjek penelitian”.⁴⁹ Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah nasabah yang menggunakan produk *Qardh* beragun emas yang berjumlah 61 orang.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti.⁵⁰ Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik *Sampling Jenuh*. *Sampling Jenuh* adalah sampel yang mewakili jumlah

⁴⁸*Ibid.*, hlm. 29.

⁴⁹Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek (Edisi Revisi VI)*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), hlm. 130.

⁵⁰*Ibid.*, hlm.131.

populasi. Biasanya dilakukan jika populasi dianggap kecil atau kurang dari 100.⁵¹ Karena jumlah nasabah produk *Qardh* beragun emas hanya 61, maka seluruh nasabah dijadikan sebagai sampel.

D. Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen adalah alat yang digunakan untuk mengumpulkan data. Instrumen yang baik dalam suatu penelitian sangat penting sebab dapat menjamin pengambilan data yang akurat. Alat pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Angket

Angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.⁵² Angket ini ditujukan untuk pengumpulan data melalui formulir-formulir yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang diajukan secara tertulis kepada nasabah mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat mereka menggunakan produk *Qardh* beragun emas di PT. Bank Sumut KCPSy Panyabungan. Dalam hal ini peneliti menggunakan skala *likert (likert scale)* yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.⁵³

⁵¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis, Op. Cit.*, hlm. 78.

⁵² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 142.

⁵³ Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian* (Jakarta: Rineka Cipta, 2000), hlm. 136.

Dengan menggunakan skala *likert* masing- masing instrumen jawaban memiliki nilai sebagai berikut:

Tabel III.1
Instrumen Jawaban Kuesioner

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

Keterangan :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

N : Ragu-ragu

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju⁵⁴

Tabel III.2
Kisi-Kisi Angket Variabel Independen

No.	Variabel	Indikator	No. Pertanyaan
1.	Promosi (X ₁)	a. Periklanan b. <i>Personal selling</i> c. Promosi Penjualan d. Publisitas	1, 2, 3 4 5 6
2.	Pelayanan (X ₂)	a. Daya Tanggap (<i>responsive</i>) b. Komunikasi c. Kemampuan Memahami Pelanggan d. Perhatian (<i>emphaty</i>) e. Keandalan (<i>reabilitas</i>) f. Kesopanan	7 8 9, 10 11 12 13
3.	Nilai Taksiran (X ₃)	a. Besar Pinjaman b. Harga taksiran	14,15 16 17,18, 19, 20, 21

⁵⁴Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis, Op. Cit.*, hlm. 28.

Tabel III.3
Kisi-Kisi Angket Variabel Dependen

No.	Variabel	Indikator	No. Pertanyaan
4.	Minat (Y)	a. Perhatian b. Ketertarikan c. Keinginan a. Tindakan	22 23, 24, 25 26, 27, 28 29, 30

2. Dokumentasi

Dokumentasi dapat berbentuk tulisan catatan lapangan, gambar atau foto yang berhubungan dengan masalah dalam penelitian. Menurut Suharsimi Arikunto, “metode dokumen adalah metode pencarian dan pengumpulan data mengenai hal-hal berupa catatan, buku-buku, majalah maupun dokumen dan sebagainya”.⁵⁵

3. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan adalah metode pengumpulan data dengan mencari informasi lewat buku, majalah, koran dan literatur lainnya yang bertujuan untuk membentuk sebuah landasan teori. Studi kepustakaan dilakukan dengan mengumpulkan, membaca dan mempelajari literatur-literatur yang relevan dengan pembahasan penelitian untuk mendapatkan kejelasan konsep dalam upaya penyusunan landasan teori yang sangat berguna dalam pembahasan. Studi pustaka gunanya untuk mempertajam masalah dan mencari dukungan fakta, informasi atau teori dalam rangka menentukan landasan teori dan alasan bagi penelitian.

⁵⁵Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1998), hlm. 145.

E. Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Suatu skala pengukuran disebut valid bila melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur. Bila skala pengukuran tidak valid maka tidak bermanfaat bagi peneliti karena tidak mengukur atau melakukan apa yang seharusnya dilakukan.⁵⁶ Uji validitas dilakukan dengan menggunakan program *Statistical Product and Service Solution* atau SPSS Versi 22.

Suatu instrumen dikatakan dikatakan valid, jika:

1. $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan signifikan 0,05), maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
2. $r_{hitung} < r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan signifikan 0,05), maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).⁵⁷

2. Uji Reliabilitas

Suatu alat pengukur dikatakan reliabel bila alat itu dalam mengukur suatu gejala pada waktu yang berlainan senantiasa menunjukkan hasil yang sama.⁵⁸ Pengujian reliabilitas data dengan menggunakan SPSS Versi 22.

⁵⁶Mudjarat Kuncoro, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 172.

⁵⁷Duwi Priyatno, *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis* (Yogyakarta: ANDI, 2014), hlm. 51.

⁵⁸Iqbal Hasan, *Analisis Data dengan Statistik* (Jakarta: PT. Bumi Aksara), hlm. 15.

Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila nilai *croanbach alpha* $> 0,60$ maka pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah reliabel. Jika nilai *croanbach alpa* $< 0,60$ maka pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut tidak reliabel.⁵⁹

F. Analisis Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini akan dianalisis dengan menggunakan metode:

1. Uji Asumsi Klasik
 - a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Untuk melakukan uji normalitas dapat dilakukan dengan pengujian sebagai berikut:

- 1) Pendekatan Grafik Histogram Data yang baik adalah data yang mempunyai pola distribusi normal yakni distribusi data tersebut tidak menceng ke kiri atau ke kanan pada grafik histogram.⁶⁰
- 2) Metode Grafik *Normal P-P Plot Of Regression Standardized Residual* Penyebaran data pada sumber diagonal pada grafik *Normal P-P Plot Of Regression Standardized Residual* sebagai dasar pengambilan keputusannya adalah jika titik-

⁵⁹Duwi Priyatno, *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis, Op. Cit.*, hlm. 64.

⁶⁰Syafrizal Helmi Situmorang, dkk., *Analisis Data Penelitian: Menggunakan Program SPSS* (Medan: USUPers, 2008), hlm. 55.

titik menyebar disekitar garis dan mengikuti garis diagonal maka nilai residual tersebut telah normal.⁶¹

b. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis kolerasi atau regresi linear. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *Test For Linearity* dengan taraf signifikan 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear apabila signifikansi (*linearity*) kurang dari 0,05. Teori lain mengatakan bahwa dua variabel mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi (*Deviation from linearity*) lebih dari 0,05.⁶²

c. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas berarti adanya hubungan linear yang sempurna atau yang pasti diantara beberapa atau semua variabel penjelas (bebas) dari model regresi ganda. Metode yang digunakan untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *Tolerance and Variance Inflation Factor* (VIF). Pedoman suatu model regresi

⁶¹Duwi Priyatno, *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis, Op. Cit.*, hlm. 91.

⁶²*Ibid.*, hlm. 79.

yang bebas dari multikolinearitas yaitu mempunyai nilai VIF < 10 dan nilai *Tolerance* > 0,05.⁶³

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak sama pada semua pengamatan di dalam model regresi. Regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas. Berikut dilakukana uji heteroskedastisitas dengan metode grafik, yaitu dengan melihat pola titik-titik pada grafik regresi.

Dasar kriterianya dalam pengambilan keputusan, yaitu:

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian 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.⁶⁴

e. Uji Autokorelasi

Autokorelasi merupakan korelasi antara anggota observasi yang disusun menurut waktu dan tempat. Metode regresi yang baik seharusnya tidak terjadi autokorelasi. Metode pengujian

⁶³*Ibid.*, hlm. 99.

⁶⁴*Ibid.*, hlm. 113.

menggunakan uji Durbin-Watson (DW test), dengan kriteria pengujian sebagai berikut.⁶⁵

Tabel III.4

Durbin Watson (DW)	Keterangan
Kurang dari 1,10	Ada Autokorelasi
1,10 - 1,54	Tanpa Kesimpulan
1,55 - 2,46	Tidak Ada Autokorelasi
2,46 - 2,90	Tanpa Kesimpulan
Lebih dari 2,91	Ada Autokorelasi

2. Uji Hipotesis

a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi merupakan angka sejauh mana kesesuaian persamaan regresi tersebut dengan data. Koefisien determinasi ganda (R^2) dapat digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan atau kontribusi dari keseluruhan variabel bebas (X_1 , X_2 , X_3) terhadap variabel terikat (Y), sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel bebas yang dimasukkan dalam model. Model dianggap baik jika koefisien determinasi sama dengan satu atau mendekati satu.⁶⁶

b. Uji Parsial (Uji t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X_1 , X_2 , X_3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Pengujian menggunakan signifikansi 0,05 dan sisi (daerah penolakan H_0 dan daerah penolakan H_a).

⁶⁵Muhammad Firdaus, *Ekonometrika Suatu Pendekatan Aplikatif* (Jakarta: Bumi Aksara, 2004), hlm. 101.

⁶⁶Morisan, *Metode Penelitian Survei* (Jakarta: Kencana, 2012), hlm. 349.

Kriteria Pengujian:

- a. Jika $t_{\text{tabel}} \leq t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$, maka H_0 diterima.
- b. Jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$, atau $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak.⁶⁷
- c. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X_1, X_2, X_3) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y). Atau untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen atau tidak. Pengujian dengan uji F variansnya adalah dengan membandingkan F_{hitung} (F_h) dengan F_{tabel} (F_t) pada $\alpha = 0,05$ apabila hasil perhitungannya menunjukkan:

- a. Jika $F_{\text{hitung}} \leq F_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima.
- b. Jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$, maka H_0 ditolak.⁶⁸
- d. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh positif dan negatif antara variabel independen promosi (X_1), pelayanan (X_2), dan nilai taksiran (X_3) terhadap variabel dependen yaitu minat nasabah menggunakan produk *Qardh* beragun emas di PT. Bank Sumut KCPSy Panyabungan (Y). Adapun persamaan regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3^{69}$$

⁶⁷Duwi Priyatno, *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis, Op. Cit.*, hlm. 161.

⁶⁸*Ibid.*, hlm. 158.

Keterangan:

Y : minat nasabah menggunakan produk *Qardh*

a : Konstanta

b₁b₂b₃ : koefisien regresi

X₁ : promosi

X₂ : pelayanan

X₃ : nilai taksiran

⁶⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis, Op. Cit.*, hlm. 211.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan, Jl. Willem Iskandar No. 68 Kel. Panyabungan I, Kabupaten Mandailing Natal. Kode pos: 22919, Telp: 0636-20586. Sedangkan waktu penelitian dilakukan pada tanggal 8 Februari 2017 sampai dengan selesai.

B. Jenis Penelitian dan Sumber Data

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang bekerja dengan angka, yang datanya berwujud bilangan (skor atau nilai, peringkat, atau frekuensi) yang dianalisis dengan menggunakan statistik untuk menjawab pertanyaan atau hipotesis penelitian yang sifatnya spesifik, dan untuk melakukan prediksi bahwa suatu variabel tertentu mempengaruhi variabel yang lain.¹

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data Primer

Menurut sugiyono data primer adalah “sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.”² Dalam penelitian ini untuk mendapatkan data primer dapat dilakukan

¹Asmadi Alsa, *Pendekatan kuantitatif dan kualitatif* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003), hlm. 13.

²Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2001), hlm. 28.

dengan cara penyebaran angket atau kuesioner langsung kepada nasabah produk *Qardh* beragun emas PT. Bank Sumut KCPSy Panyabungan.

2. Data sekunder

Menurut Sugiyono data sekunder adalah “sumber yang tidak langsung mengumpulkan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen”.³ Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari data-data PT. Bank Sumut KCPSy Panyabungan dan buku-buku referensi yang membahas hal-hal yang berkaitan dengan objek penelitian.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah seluruh subjek penelitian yang akan diteliti. Populasi adalah “keseluruhan subjek penelitian”.⁴ Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah nasabah yang menggunakan produk *Qardh* beragun emas yang berjumlah 61 orang.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti.⁵ Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik *Sampling*

³*Ibid.*, hlm. 29.

⁴Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek (Edisi Revisi VI)*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), hlm. 130.

⁵*Ibid.*, hlm.131.

Jenuh. Sampling Jenuh adalah sampel yang mewakili jumlah populasi. Biasanya dilakukan jika populasi dianggap kecil atau kurang dari 100.⁶ Karena jumlah nasabah produk *Qardh* beragun emas hanya 61, maka seluruh nasabah dijadikan sebagai sampel.

D. Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen adalah alat yang digunakan untuk mengumpulkan data. Instrumen yang baik dalam suatu penelitian sangat penting sebab dapat menjamin pengambilan data yang akurat. Alat pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Angket

Angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.⁷ Angket ini ditujukan untuk pengumpulan data melalui melalui formulir-formulir yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang diajukan secara tertulis kepada nasabah mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat mereka menggunakan produk *Qardh* beragun emas di PT. Bank Sumut KCPSy Panyabungan. Dalam hal ini peneliti menggunakan skala *likert (likert scale)* yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.⁸

⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis, Op. Cit.*, hlm. 78.

⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 142.

⁸Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian* (Jakarta: Rineka Cipta, 2000), hlm. 136.

Dengan menggunakan skala *likert* masing- masing instrumen jawaban memiliki nilai sebagai berikut:

Tabel III.1
Instrumen Jawaban Kuesioner

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

Keterangan :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

N : Ragu-ragu

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju⁹

Tabel III.2
Kisi-Kisi Angket Variabel Independen

No.	Variabel	Indikator	No. Pertanyaan
1.	Promosi (X ₁)	a. Periklanan b. <i>Personal selling</i> c. Promosi Penjualan d. Publisitas	1, 2, 3 4 5 6
2.	Pelayanan (X ₂)	a. Daya Tanggap (<i>responsive</i>) b. Komunikasi c. Kemampuan Memahami Pelanggan d. Perhatian (<i>emphaty</i>) e. Keandalan (<i>reabilitas</i>) f. Kesopanan	7 8 9, 10 11 12 13
3.	Nilai Taksiran (X ₃)	a. Besar Pinjaman b. Harga taksiran	14,15 16 17,18, 19, 20, 21

⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis, Op. Cit.*, hlm. 28.

Tabel III.3
Kisi-Kisi Angket Variabel Dependen

No.	Variabel	Indikator	No. Pertanyaan
4.	Minat (Y)	a. Perhatian b. Ketertarikan c. Keinginan a. Tindakan	22 23, 24, 25 26, 27, 28 29, 30

2. Observasi

Observasi adalah suatu pengamatan langsung terhadap masyarakat dengan memperhatikan tingkah laku. Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila peneliti berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala alam, dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.¹⁰

3. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan adalah metode pengumpulan data dengan mencari informasi lewat buku, majalah, koran dan literatur lainnya yang bertujuan untuk membentuk sebuah landasan teori. Studi kepustakaan dilakukan dengan mengumpulkan, membaca dan mempelajari literatur-literatur yang relevan dengan pembahasan penelitian untuk mendapatkan kejelasan konsep dalam upaya penyusunan landasan teori yang sangat berguna dalam pembahasan. Studi pustaka gunanya untuk mempertajam masalah dan mencari dukungan fakta, informasi atau teori dalam rangka menentukan landasan teori dan alasan bagi penelitian.

¹⁰Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D, Op. Cit.*, hlm. 143.

E. Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Suatu skala pengukuran disebut valid bila melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur. Bila skala pengukuran tidak valid maka tidak bermanfaat bagi peneliti karena tidak mengukur atau melakukan apa yang seharusnya dilakukan.¹¹ Uji validitas dilakukan dengan menggunakan program *Statistical Product and Service Solution* atau SPSS Versi 22.

Suatu instrumen dikatakan dikatakan valid, jika:

- a. $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan signifikan 0,05), dinyatakan valid.
- b. $r_{hitung} < r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan signifikan 0,05), maka instrumen atau item-item pertanyaan dinyatakan tidak valid.¹²

2. Uji Reliabilitas

Suatu alat pengukur dikatakan reliabel bila alat itu dalam mengukur suatu gejala pada waktu yang berlainan senantiasa menunjukkan hasil yang sama.¹³ Pengujian reliabilitas data dengan menggunakan SPSS Versi 22.

Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila nilai *croanbach alpha* $> 0,60$. Jika nilai *croanbach alpa* $< 0,60$ maka pertanyaan-

¹¹Mudjarat Kuncoro, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 172.

¹²Duwi Priyatno, *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis* (Yogyakarta: ANDI, 2014), hlm. 51.

¹³Iqbal Hasan, *Analisis Data dengan Statistik* (Jakarta: PT. Bumi Aksara), hlm. 15.

pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut tidak reliabel.¹⁴

F. Analisis Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini akan dianalisis dengan menggunakan metode:

1. Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah bagian dari statistik yang mempelajari cara pengumpulan data dan penyajian data agar mudah dipahami. Analisis statistik deskriptif digunakan untuk penggambaran statistik data seperti min, max, mean, sum, standar deviasi dan lain-lain untuk mengukur distribusi data.¹⁵

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Untuk melakukan uji normalitas dapat dilakukan dengan pengujian sebagai berikut:

- 1) Uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov*. Dalam hal ini untuk mengetahui apakah data terdistribusi normal atau tidak dapat dilihat dari nilai signifikansi lebih dari 0,05.¹⁶
- 2) Pendekatan Grafik Histogram Data yang baik adalah data yang mempunyai pola distribusi normal yakni distribusi

¹⁴Duwi Priyatno, *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis, Op. Cit.*, hlm. 64.

¹⁵*Ibid.*, hlm. 31.

¹⁶*Ibid.*, hlm. 94.

data tersebut tidak menceng ke kiri atau ke kanan pada grafik histogram.¹⁷

2) Metode Grafik *Normal P-P Plot Of Regression Standardized Residual*. Sebagai dasar pengambilan keputusannya adalah jika titik-titik menyebar disekitar garis dan mengikuti garis diagonal maka nilai residual data terdistribusi normal.¹⁸

b. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis kolerasi atau regresi linear. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *Test For Linearity* dengan taraf signifikan 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear apabila signifikansi (*linearity*) kurang dari 0,05. Teori lain mengatakan bahwa dua variabel mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi (*Deviation from linearity*) lebih dari 0,05.¹⁹

c. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas berarti adanya hubungan linear yang sempurna atau yang pasti diantara beberapa atau semua variabel penjelas (bebas) dari model regresi ganda. Metode yang

¹⁷Syafrizal Helmi Situmorang, dkk., *Analisis Data Penelitian: Menggunakan Program SPSS* (Medan: USUPers, 2008), hlm. 55.

¹⁸Duwi Priyatno, *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis, Op. Cit.*, hlm. 91.

¹⁹*Ibid.*, hlm. 79.

digunakan untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *Tolerance and Variance Inflation Factor* (VIF). Pedoman suatu model regresi yang bebas dari multikolinearitas yaitu mempunyai nilai VIF < 10 dan nilai *Tolerance* > 0,05.²⁰

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak sama pada semua pengamatan di dalam model regresi. Regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas. Berikut dilakukan uji heteroskedastisitas dengan metode grafik, yaitu dengan melihat pola titik-titik pada grafik regresi.

Dasar kriterianya dalam pengambilan keputusan, yaitu:

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur 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.²¹

e. Uji Autokorelasi

Autokorelasi merupakan korelasi antara anggota observasi yang disusun menurut waktu dan tempat. Metode regresi yang baik seharusnya tidak terjadi autokorelasi. Metode pengujian

²⁰*Ibid.*, hlm. 99.

²¹*Ibid.*, hlm. 113.

menggunakan uji Durbin-Watson (DW test), dengan kriteria pengujian sebagai berikut.²²

Tabel III.4

Durbin Watson (DW)	Keterangan
Kurang dari 1,10	Ada Autokorelasi
1,10 - 1,54	Tanpa Kesimpulan
1,55 - 2,46	Tidak Ada Autokorelasi
2,46 - 2,90	Tanpa Kesimpulan
Lebih dari 2,91	Ada Autokorelasi

3. Uji Hipotesis

a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi merupakan angka sejauh mana kesesuaian persamaan regresi tersebut dengan data. Koefisien determinasi ganda (R^2) dapat digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan atau kontribusi dari keseluruhan variabel bebas (X_1 , X_2 , X_3) terhadap variabel terikat (Y), sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel bebas yang dimasukkan dalam model. Model dianggap baik jika koefisien determinasi sama dengan satu atau mendekati satu.²³

b. Uji Parsial (Uji t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X_1 , X_2 , X_3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Pengujian menggunakan signifikansi 0,05 dan sisi (daerah penolakan H_0 dan daerah penolakan H_a).

²²Muhammad Firdaus, *Ekonometrika Suatu Pendekatan Aplikatif* (Jakarta: Bumi Aksara, 2004), hlm. 101.

²³Morisan, *Metode Penelitian Survei* (Jakarta: Kencana, 2012), hlm. 349.

Kriteria Pengujian:

1. Jika $t_{\text{tabel}} \leq t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$, maka H_0 diterima.
2. Jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$, atau $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak.²⁴

c. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X_1, X_2, X_3) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y). Atau untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen atau tidak. Pengujian dengan uji F variansnya adalah dengan membandingkan F_{hitung} (F_h) dengan F_{tabel} (F_t) pada $\alpha = 0,05$ apabila hasil perhitungannya menunjukkan:

- a. Jika $F_{\text{hitung}} \leq F_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima.
- b. Jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$, maka H_0 ditolak.²⁵

d. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh positif dan negatif antara variabel independen promosi (X_1), pelayanan (X_2), dan nilai taksiran (X_3) terhadap variabel dependen yaitu minat nasabah menggunakan produk *Qardh* beragun emas di PT. Bank Sumut KCPSy Panyabungan (Y). Adapun persamaan regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

²⁴Duwi Priyatno, *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis, Op. Cit.*, hlm. 161.

²⁵*Ibid.*, hlm. 158.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3^{26}$$

Keterangan:

Y : minat nasabah menggunakan produk *Qardh*

a : Konstanta

$b_1b_2b_3$: koefisien regresi

X_1 : promosi

X_2 : pelayanan

X_3 : nilai taksiran

²⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis, Op. Cit.*, hlm. 211.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan

1. Sejarah Berdiri

Perkembangan perbankan syariah telah mengalami kemajuan yang signifikan dalam melayani kebutuhan masyarakat Indonesia. Lahirnya UU No. 10 Tahun 1998 tentang Perubahan atas UU No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan, telah memungkinkan bank syariah beroperasi sepenuhnya sebagai Bank Umum Syariah (BUS) atau dengan membuka Unit Usaha Syariah (UUS).

Bank Pembangunan Daerah Sumatera Utara didirikan pada tanggal 04 November 1961 dengan Akte Notaris Rusli No.22 dalam bentuk Perseroan Terbatas. Berdasarkan UU No. 13/1962 tentang ketentuan pokok Bank Pembangunan Daerah, bentuk usaha diubah menjadi Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) sesuai Pemerintahan Daerah Tk.I Sumatera Utara No. 05/1965.

Dalam mendorong perkembangan perbankan syariah Bank Pembangunan Daerah Sumatera Utara juga telah membuka Unit Usaha Syariah (UUS). Kebijakan dan gagasan dalam mendirikan Unit Usaha Syariah didasari atas tingginya minat masyarakat di Sumatera Utara untuk mendapatkan layanan berbasis syariah.

Atas dasar itulah akhirnya pada tanggal 04 Nopember 2004 PT. Bank Sumut membuka Unit Usaha Syariah dengan dua kantor cabang syariah (KCSy), yaitu KCSy Medan dan KCSy Padangsidimpuan. Kemudian pada tanggal 07 September 2011 PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan resmi dibuka berdasarkan SK. Direksi PT. Bank Sumut No. 256/Dir/DPr-PP/SK/2011 perihal pembukaan Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan. Kantor Cabang Pembantu ini merupakan KCP yang bertaraf kelas III.

2. Visi dan Misi PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan

Visi merupakan suatu gambaran yang menentang tentang keadaan masa depan yang diinginkan oleh manajemen dan *stakeholder*. Adapun visi yang telah ditetapkan oleh Bank Sumut adalah menjadi bank untuk membantu dan mendorong pertumbuhan ekonomi dan pembangunan daerah di segala bidang sebagai salah satu sumber pendapatan daerah dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat.

Dalam mewujudkan visi yang telah ditetapkan, maka setiap proses harus mempunyai misi yang jelas, karena misi merupakan pernyataan yang menetapkan tujuan perusahaan dan sasaran yang ingin dicapai. Misi dari Bank Sumut adalah mengelola dana pemerintah dan masyarakat secara profesional yang dalam pelaksanaannya dilakukan dengan selalu berpedoman pada prinsip *Good Corporate Governance*

(GCG). Maka Divisi Usaha Syariah telah menetapkan visi dan misi sebagai berikut:

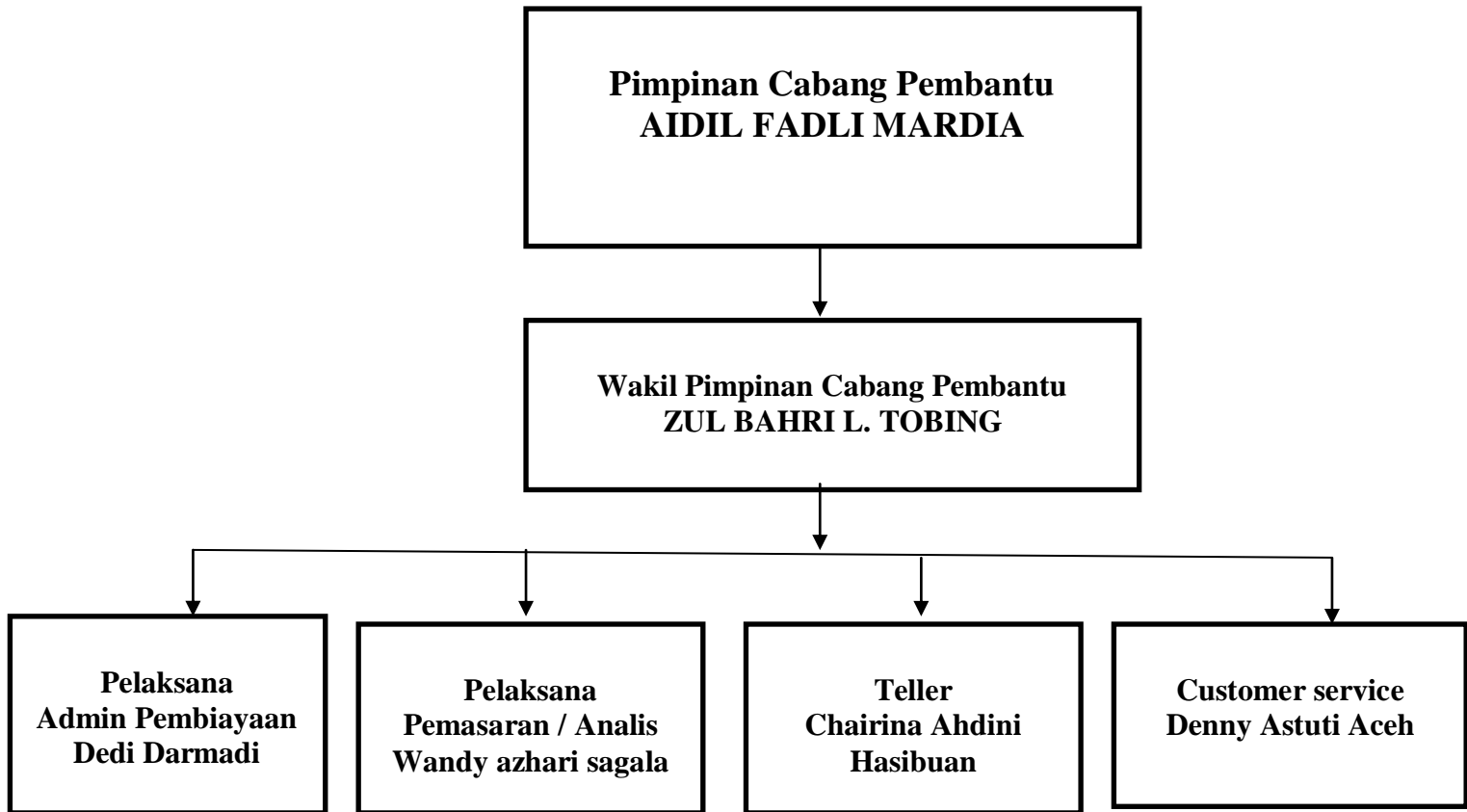
- a. Visi Bank Sumut Syariah adalah meningkatkan keunggulan Bank Sumut dengan memberikan layanan lebih luas berdasarkan prinsip syariah sehingga mendorong partisipasi masyarakat secara luas dalam pembangunan daerah dalam rangka mewujudkan masyarakat yang sejahtera.
- b. Misi Bank Sumut Syariah adalah meningkatkan posisi PT. Bank Sumut melalui prinsip layanan perbankan syariah yang aman, adil dan saling menguntungkan serta dikelola secara profesional dan amanah.

3. Struktur Organisasi PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan

Struktur organisasi merupakan gambaran suatu perusahaan secara sederhana, memperlihatkan gambaran tentang satuan-satuan kerja dalam suatu organisasi, dan menjelaskan hubungan-hubungan yang ada dalam membantu pimpinan atau ketua umum dalam mengidentifikasi dan mengkoordinir tingkatan-tingkatan dan seluruh fungsi yang ada dalam suatu organisasi.

Adapun struktur organisasi pada PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan adalah:

Gambar IV.1
Struktur Organisasi



Gambar: IV.1
Struktur Organisasi PT. Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Panyabungan.

4. Produk-Produk PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan

Adapun produk dan Jasa yang ditawarkan oleh PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan adalah sebagai berikut:

- a. Produk Penghimpunan Dana
 - 1) Tabungan
 - a) Tabungan Haji (Makbul)

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

b) Tabungan iB Martabe (Tabungan *Marwah*)

Tabungan *marwah* berdasarkan fatwa MUI No. 02/DSN/MUI/IV/2000 tanggal 26 Dzulhijjah 1420 H/I April 2000. Tabungan *Marwah* adalah tabungan yang hanya bersifat titipan saja oleh pihak pengelola dana.

c) Tabungan iB Martabe Bagi Hasil (Tabungan *Marhamah*)

Tabungan *marhamah* berdasarkan Fatwa MUI No. 02/DSN/MUI/IV/2000 tanggal 26 Dzulhijjah 1420 H/I April 2000. Tabungan *marhamah* berdasarkan prinsip *mudharabah mutlaqah* yaitu investasi yang dilakukan oleh nasabah dan sebagai pengelola dana pihak bank.

2) Giro

a) Simpanan Giro *Wadiah*

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

b) Simpanan Giro *Mudharabah*

Simpanan giro *mudharabah* Simpanan giro *wadiah* berdasarkan Fatwa MUI No. 02/DSN/MUI/IV/2000

tanggal 26 Dzulhijjah 1420 H/I April 2000. Simpanan giro adalah tabungan yang menitipkan dana dengan menggunakan akad *mudharabah* dan mengelolanya secara profesional.

3) Deposito

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

b. Produk Penyaluran Dana (Pembiayaan)

1) Pembiayaan *Murabahah*

a) *Murabahah* KPR iB-Griya

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

b) *Murabahah* iB Serbaguna

Murabahah iB Serbaguna merupakan bentuk pembiayaan yang digunakan untuk keperluan serbaguna yang dibutuhkan oleh nasabah dalam usaha ataupun

keperluan lainnya guna mencukupi kebutuhan hidup, *Murabahah* iB Serbaguna terdiri dari *murabahah* investasi dan *murabahah* konsumsi.

2) Pembiayaan iB Modal Kerja Umum

Pembiayaan iB Modal Kerja Umum menggunakan prinsip bagi hasil yaitu dengan akad *mudharabah* dan *musyarakah*.

3) Gadai Emas

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

B. Hasil Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk melihat apakah data yang ada valid atau tidak. Untuk pengujian validitas digunakan 61 responden dengan 6 butir pernyataan untuk variabel (X_1), 7 butir pernyataan untuk variabel (X_2), 8 butir pertanyaan untuk variabel (X_3), dan 9 pertanyaan untuk variabel Y. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} . Dimana r_{tabel} dicari pada signifikansi 5% atau 0,05 dengan derajat kebebasan (df) = $n-2$, dimana n =jumlah sampel, jadi $df = 61-2=59$, maka diperoleh r_{tabel} sebesar 0,252 (tabel r terlampir). Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} ($r_{hitung} > r_{tabel}$) dan nilai r positif maka butir pernyataan tersebut dikatakan valid. Untuk mengetahui validitas pernyataan-

pernyataan tersebut dapat dilihat dari nilai *Correlated* pada *output* SPSS Versi 22 yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

a. Uji Validitas Promosi

Tabel IV.1
Hasil Uji Validitas Promosi (X_1)

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Item1	0,613	Instrumen Valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 61$. Pada taraf signifikansi 5% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,252$	Valid
Item2	0,441		Valid
Item3	0,759		Valid
Item4	0,761		Valid
Item5	0,723		Valid
Item6	0,812		Valid

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

Berdasarkan tabel IV.1 diatas dapat diketahui bahwa item pertanyaan untuk Item1 sampai Item6 dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 61$ diperoleh $r_{tabel} 0,252$.

b. Uji Validitas Pelayanan (X_2)

Tabel IV.2
Hasil Uji Validitas Pelayanan

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Item1	0,628	Instrumen Valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 61$. Pada taraf signifikansi 5% sehingga	Valid
Item2	0,589		Valid
Item3	0,701		Valid
Item4	0,674		Valid
Item5	0,769		Valid

Item6	0,523	diperoleh $r_{tabel} =$ 0,252	Valid
Item7	0,695		Valid

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

Berdasarkan tabel IV.2 diatas dapat diketahui bahwa item pertanyaan untuk Item1 sampai Item7 dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 61$ diperoleh $r_{tabel} 0,252$.

c. Uji Validitas Nilai Taksiran (X_3)

Tabel IV.3
Hasil Uji Validitas Nilai Taksiran

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Item1	0,696	Instrumen Valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 61$. Pada taraf signifikansi 5% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,252$	Valid
Item2	0,707		Valid
Item3	0,739		Valid
Item4	0,760		Valid
Item5	0,813		Valid
Item6	0,771		Valid
Item7	0,792		Valid
Item8	0,838		

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

Berdasarkan tabel IV.3 diatas dapat diketahui bahwa item pertanyaan untuk Item1 sampai Item8 dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 61$ diperoleh $r_{tabel} 0,252$.

d. Uji Validitas Minat (Y)

Tabel IV.4
Hasil Uji Validitas Minat

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Item1	0,615	Instrumen Valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 61$. Pada taraf signifikansi 5% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,252$	Valid
Item2	0,574		Valid
Item3	0,671		Valid
Item4	0,666		Valid
Item5	0,799		Valid
Item6	0,500		Valid
Item7	0,680		Valid
Item8	0,765		
Item9	0,657		

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017)

Berdasarkan tabel IV.4 diatas dapat diketahui bahwa item pertanyaan untuk Item1 sampai Item9 dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 61$ diperoleh $r_{tabel} 0,252$.

2. Uji Reliabilitas

Suatu variabel dikatakan reliabel apabila memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$. Berdasarkan tabel *reability stastitic* dapat disimpulkan bahwa variabel Promosi (X_1), Pelayanan (X_2), Nilai Taksiran (X_3), dan variabel Minat (Y) dinyatakan reliabel (dimasukkan dalam lampiran).

Tabel IV.5
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Croanbach Alpha</i>	Tingkat Kepercayaan	Keterangan
Promosi (X_1)	0,773	0,60	Reliabel

Pelayanan (X_2)	0,760	0,60	Reliabel
Nilai Taksiran (X_3)	0,783	0,60	Reliabel
Minat (Y)	0,761	0,60	Reliabel

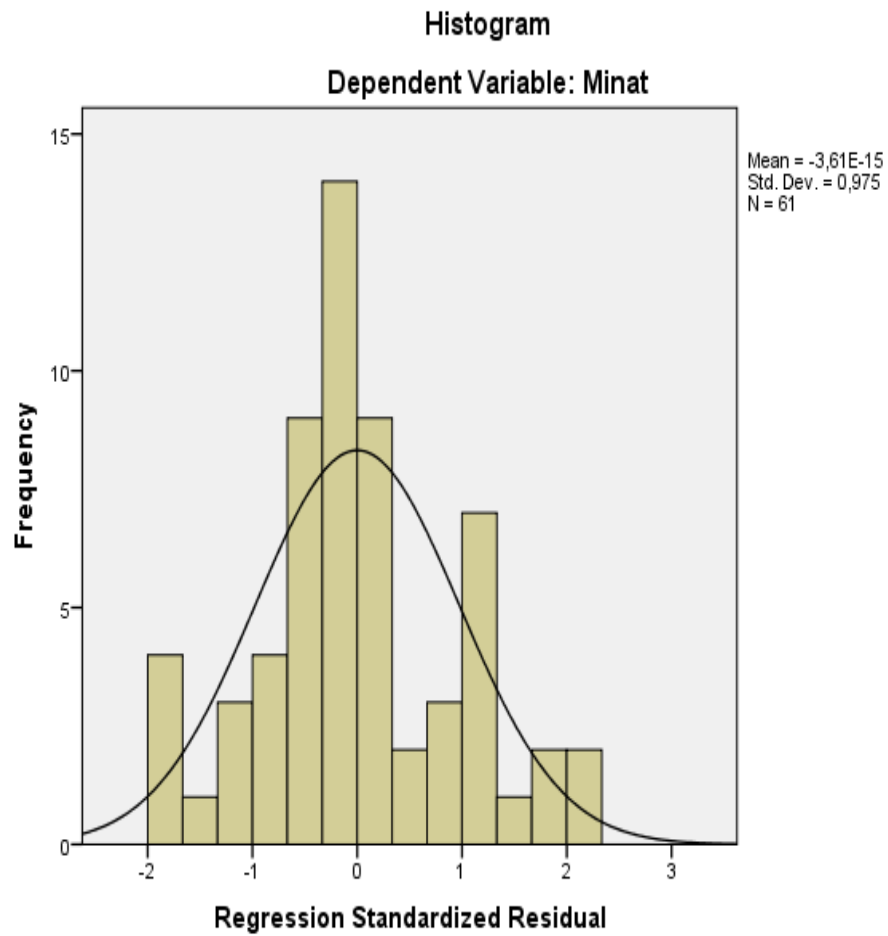
Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

3. Uji Asumsi Klasik

a. Normalitas

Uji Normalitas dilakukan untuk menyelidiki apakah data yang dikumpulkan mengikuti dugaan normal atau tidak. Untuk melakukan uji normalitas dapat dilakukan dengan pengujian SPSS Versi 22 dengan menggunakan metode grafik histogram dan grafik *Normal P-P Plot Of Regression Standardized Residual*. Pada grafik histogram jika distribusi data tidak menceng ke kiri atau ke kanan maka distribusi data tersebut normal. Pada grafik *Normal P-P Plot Of Regression Standardized Residual* jika titik-titik menyebar disekitar dan mengikuti garis diagonal maka nilai residual tersebut sudah normal. Adapun hasil uji normalitas dalam penelitian ini:

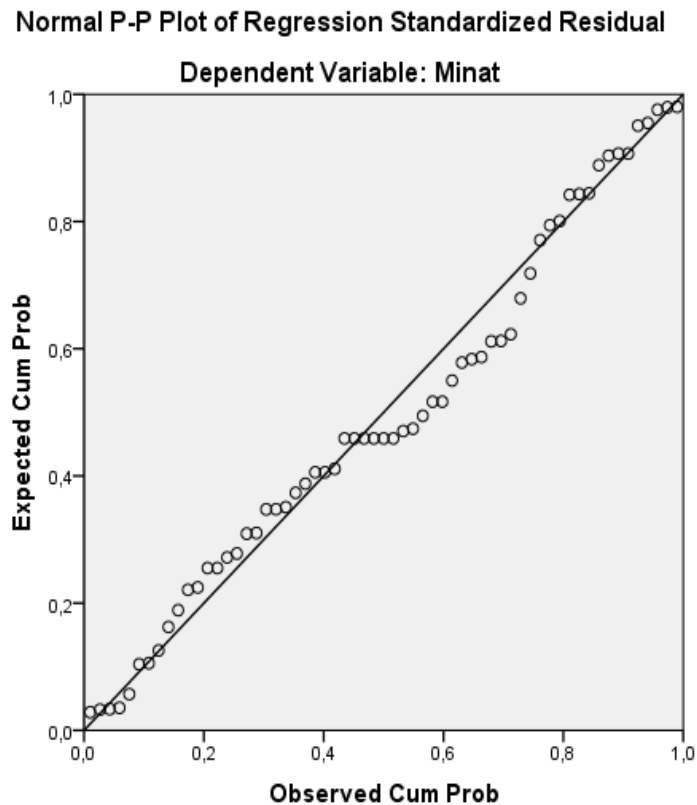
Gambar IV.2



Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

Berdasarkan gambar IV.2 diatas dapat dilihat bahwa grafik histogram distribusi data tidak menceng ke kiri atau ke kanan maka dapat disimpulkan bahwa pola distribusi data tersebut normal.

Gambar IV.3



Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

Berdasarkan grafik *Normal P-P Plot Of Regression Standardized Residual* diatas dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal maka dapat disimpulkan bahwa variabel berdistribusi normal.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah antara variabel bebas dengan variabel terikat mempunyai hubungan yang linear atau tidak. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *Test for Linearity* pada taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear jika nilai signifikansi $< 0,05$. Teori lain mengatakan bahwa dua variabel mempunyai hubungan

yang linear bila signifikansi (*Deviation for Linearity*) lebih dari 0,05.

1) Uji Linearitas Promosi dengan Minat

Tabel IV.6
Hasil Uji Linearitas

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Minat * Promosi	395,773	11	35,979	6,524	,000
Between Groups	246,109	1	246,109	44,627	,000
Linearity	149,665	10	14,966	2,714	,110
Deviation from Linearity					
Within Groups	270,227	49	5,515		
Total	666,000	60			

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

Berdasarkan tabel IV.6 di atas nilai signifikansi pada *Linearity* kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Dan signifikansi pada *Deviation for Linearity* lebih dari 0,05 ($0,110 > 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang linear antara variabel nilai taksiran dengan variabel minat nasabah.

2) Uji Linearitas Pelayanan dengan Minat

Tabel IV.7
Hasil Uji Linearitas

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Minat * Pelayanan	647,028	10	64,703	170,520	,000
Between Groups	643,446	1	643,446	1695,759	,000
Linearity	3,581	9	,398	1,049	,416
Deviation from Linearity					
Within Groups	18,972	50	,379		
Total	666,000	60			

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

Berdasarkan tabel IV.7 di atas nilai signifikansi pada *Linearity* kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Dan signifikansi pada *Deviation for Linearity* lebih dari 0,05 ($0,416 > 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang linear antara variabel nilai taksiran dengan variabel minat nasabah.

3) Uji Linearitas Nilai Taksiran dengan Minat

Tabel IV.8
Hasil Uji Linearitas

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat * Nilai Taksiran	Between Groups	(Combined) Linearity	533,927	11	48,539	18,008	,000
		Deviation from Linearity	464,091	1	464,091	172,182	,000
			69,836	10	6,984	2,591	,133
Within Groups			132,073	49	2,695		
Total			666,000	60			

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

Berdasarkan tabel IV.8 di atas nilai signifikansi pada *Linearity* kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Dan signifikansi pada *Deviation for Linearity* lebih dari 0,05 ($0,133 > 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang linear antara variabel nilai taksiran dengan variabel minat nasabah.

c. Uji Multikolinearitas

Suatu model regresi dinyatakan bebas dari multikolinearitas adalah jika nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,05 (nilai *Tolerance* >

0,05) dan jika nilai VIF lebih kecil dari 10 (nilai VIF < 10). Hasil uji multikolinearitas penelitian ini sebagai berikut.

Tabel IV.9
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	,469	,927		,507	,614		
Promosi	,003	,028	,003	,103	,919	,619	1,616
Pelayanan	1,160	,055	,904	21,062	,000	,294	3,402
Nilai Taksiran	,098	,042	,095	2,338	,023	,329	3,042

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

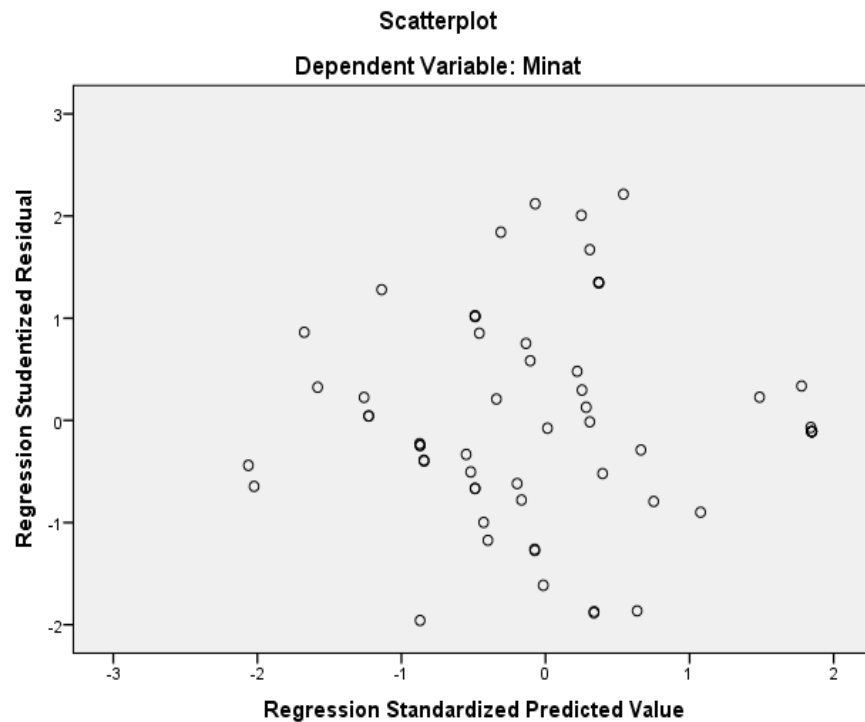
Berdasarkan tabel IV.9 dapat diketahui nilai *Tolerance* dari variabel promosi adalah $0,619 > 0,05$, variabel pelayanan adalah $0,294 > 0,05$, variabel nilai taksiran $0,329 > 0,05$. Selanjutnya berdasarkan nilai VIF dari variabel promosi adalah $1,616 < 10$, variabel pelayanan $3,402 < 10$, variabel nilai taksiran adalah $3,042 < 10$, sehingga bebas dari multikolinearitas.

d. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak sama. Regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas. Berikut dilakukan uji heteroskedastisitas dengan metode grafik, yaitu dengan melihat pola titik-titik pada grafik regresi. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola yang teratur

maka terjadi heteroskedastisitas, jika tidak ada pola yang jelas maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Gambar IV.4
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

Dari gambar IV.4 diatas dapat diketahui bahwa titik-titik tidak membentuk pola yang jelas, dan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

e. Uji Autokorelasi

Autokorelasi merupakan korelasi antara anggota observasi yang disusun menurut waktu atau tempat. Metode regresi yang baik seharusnya tidak terjadi autokorelasi. Metode pengujian

menggunakan uji Durbin-Watson, dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

Tabel IV.10

Durbin Watson (DW)	Keterangan
Kurang dari 1,10	Ada Autokorelasi
1,10 - 1,54	Tanpa Kesimpulan
1,55 - 2,46	Tidak Ada Autokorelasi
2,46 - 2,90	Tanpa Kesimpulan
Lebih dari 2,91	Ada Autokorelasi

Tabel IV.11
Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,984 ^a	,969	,968	,60028	1,687

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

Berdasarkan tabel *summary* di atas dengan jumlah variabel bebas (k) = 3 dapat diketahui nilai Durbin-Watson adalah sebesar 1,687 dapat disimpulkan bahwa model regresi terbebas dari autokorelasi karena angka Durbin Watson (DW) berada diantara 1,55 dan 2,46.

4. Uji Hipotesis

a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi ganda (R^2) dapat digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan atau kontribusi dari keseluruhan variabel bebas (X_1 , X_2 , X_3) terhadap variabel terikat (Y), sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel bebas yang dimasukkan dalam model.

Tabel IV.12
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,984 ^a	,969	,968	,60028	1,687

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai R^2 (*Adjusted R Square*) sebesar 0,969. Menunjukkan bahwa 96,9% variabel promosi, pelayanan dan nilai taksiran mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan produk *Qardh* beragun emas sedangkan 3,1% sisanya dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

b. Uji Parsial (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Ketentuan dalam uji t adalah jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima atau H_a ditolak, sedangkan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Untuk t_{tabel} dicari pada $\alpha/2 = 5\% : 2 = 0,025\%$ dengan derajat kebebasan (df) = $n-2$, dimana $n =$ jumlah sampel, jadi $df = 61-2 = 59$, maka diperoleh t_{tabel} sebesar 2,001.

Tabel IV.13
Hasil Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,469	,927		,507	,614
Promosi	,003	,028	,003	,103	,919
Pelayanan	1,160	,055	,904	21,062	,000
Nilai Taksiran	,098	,042	,095	2,338	,023

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

Untuk variabel promosi nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,103 < 2,001$) maka H_0 diterima dan H_a ditolak dan signifikansi $> 0,05$ ($0,919 > 0,05$), maka H_0 diterima dan H_a ditolak, jadi dapat disimpulkan bahwa promosi secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk *Qardh* beragun emas di PT. Bank Sumut KCPSy Panyabungan.

Untuk variabel pelayanan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($21,062 > 2,001$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, dan signifikansi $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, jadi dapat disimpulkan bahwa pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk *Qardh* beragun emas di PT. Bank Sumut KCPSy Panyabungan.

Untuk variabel nilai taksiran nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,338 > 2,001$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, dan signifikansi $< 0,05$ ($0,023 < 0,05$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, jadi dapat disimpulkan bahwa nilai taksiran secara parsial berpengaruh

terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk *Qardh* beragun emas di PT. Bank Sumut KCPSy Panyabungan.

c. Uji F

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Ketentuan dalam uji F adalah: jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak sedangkan jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima dan jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Tabel IV.14
Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	645,461	3	215,154	597,101	,000 ^b
Residual	20,539	57	,360		
Total	666,000	60			

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

Menentukan nilai F_{tabel} dengan $\alpha = 5\%$, dengan $df_2 = 61 - 3 - 1 = 57$, maka hasil yang diperoleh untuk F_{tabel} sebesar 3,159 (tabel terlampir). Dari hasil uji signifikansi simultan (uji F) di atas dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} sebesar 597,101 sedangkan F_{tabel} sebesar 3,159 sehingga $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($597,101 > 3,159$) maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Selanjutnya, untuk nilai signifikansi sebesar 0,000 sehingga nilai signifikansi $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$) maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Jadi, dapat disimpulkan bahwa secara simultan

promosi, pelayanan dan nilai taksiran mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah.

d. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Promosi (X_1), Pelayanan (X_2), dan Nilai Taksiran terhadap Minat Nasabah (Y) Pada PT. Bank Sumut kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan. Hasilnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel IV.15
Hasil Uji Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	,469	,927		,507	,614		
Promosi	,003	,028	,003	,103	,919	,619	1,616
Pelayanan	1,160	,055	,904	21,062	,000	,294	3,402
Nilai Taksiran	,098	,042	,095	2,338	,023	,329	3,042

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

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

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

$$Y = 0,469 + 0,003X_1 + 1,160X_2 + 0,986X_3$$

Keterangan:

Y = minat nasabah menggunakan produk *Qardh*

a = konstanta

$b_1b_2b_3$ = koefisien regresi

X_1 = promosi

X_2 = pelayanan

X_3 = nilai taksiran

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta sebesar 0,469, artinya apabila variabel promosi, pelayanan dan nilai taksiran dianggap konstan atau 0 maka minat nasabah nilainya sebesar 0,469.
- b. Nilai koefisien variabel promosi adalah 0,003 ini dapat diartikan bahwa setiap peningkatan promosi sebesar 1 satuan, maka minat nasabah juga akan meningkat sebesar 0,003 satuan.
- c. Nilai koefisien variabel pelayanan adalah 1,160 ini dapat diartikan bahwa setiap peningkatan kualitas pelayanan sebesar 1 satuan, maka minat nasabah juga akan meningkat sebesar 1,160 satuan.
- d. Nilai koefisien variabel nilai taksiran adalah 0,986 ini dapat diartikan bahwa setiap peningkatan kualitas pelayanan sebesar 1 satuan, maka minat nasabah juga akan meningkat sebesar 0,986 satuan.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini berjudul Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Produk *Qardh* pada PT. Bank Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan. Dari hasil analisis data

yang dilakukan pada penelitian ini dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 22 diketahui bahwa:

1. Hasil uji validitas untuk 30 item pernyataan dari ketiga variabel bebas (X) dan satu variabel terikat (Y) diketahui memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$, dimana r_{tabel} dengan taraf signifikansi 5% dengan derajat kebebasan (df) = n-2 atau df = 61-2 = 59 adalah 0,252 sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Korelasi Pearson* dan nilai r positif. Karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai r positif maka 30 item pernyataan pada kuesioner tersebut dinyatakan valid. Selanjutnya, hasil uji reliabilitas diketahui bahwa dari ketiga variabel bebas (X) dan satu variabel terikat (Y) memiliki *Cronbach's Alpha* > 0,60 sehingga item pernyataan pada kuesioner juga dapat dinyatakan reliabel.
2. Hasil uji normalitas diketahui pada grafik histogram bahwa distribusi data tersebut tidak menceng ke kiri atau ke kanan, maka pola distribusi data tersebut normal, dan pada grafik *Normal P-P Plot Of Regression Standardized Residual* terlihat bahwa penyebaran data berada disekitar garis dan mengikuti garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal.
3. Hasil uji linearitas menyatakan bahwa variabel minat nasabah dengan variabel promosi mempunyai hubungan yang linear diketahui karena signifikan kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), dan *Deviation From Linearity* > 0,05 ($0,110 > 0,05$). Untuk variabel pelayanan diketahui hasil uji linearitas menyatakan bahwa antara variabel minat nasabah

dengan variabel pelayanan ada hubungan yang linear diketahui karena signifikan kurang dari 0,05 ($0,000 > 0,05$), dan *Deviation From Linearity* $> 0,05$ ($0,416 > 0,05$). Selanjutnya, dari hasil uji linearitas diketahui bahwa antara variabel minat nasabah dengan variabel nilai taksiran ada hubungan yang linear karena signifikan kurang dari 0,05 ($0,000 > 0,05$), dan *Deviation From Linearity* $> 0,05$ ($0,133 > 0,05$).

4. Hasil uji multikolinearitas diketahui bahwa nilai *Tolerance* $> 0,05$ dan nilai *Variance Inflation Factor* atau VIF < 10 , maka dapat dinyatakan bebas dari multikolinearitas. Nilai *Tolerance* dari variabel Promosi adalah $0,619 > 0,05$, variabel pelayanan adalah $0,294 > 0,05$, dan variabel nilai taksiran $0,329 > 0,05$, sehingga bebas dari multikolinearitas. Selanjutnya berdasarkan nilai VIF dari variabel promosi adalah $1,616 < 10$, variabel pelayanan adalah $3,402 < 10$, dan variabel nilai taksiran $3,042 < 10$, sehingga bebas dari multikolinearitas.
5. Hasil uji heteroskedastisitas diketahui bahwa titik-titik pada *scatterplot* regresi tidak membentuk pola tertentu seperti menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dinyatakan tidak terdeteksi heteroskedastisitas.
6. Dari hasil uji autokorelasi dapat diketahui nilai Durbin-Watson (DW) adalah 1,687 dapat disimpulkan bahwa model regresi terbebas dari autokorelasi karena angka Durbin Watson (DW) berada diantara 1,55 dan 2,46.

7. Hasil uji koefisien determinasi promosi pelayanan dan nilai taksiran mampu mempengaruhi minat nasabah sebesar bahwa 96,9% sedangkan 3,1% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.
8. Secara parsial variabel promosi tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($0,103 < 2,001$ dan nilai signifikansi $< \alpha$ ($0,919 > 0,05$). Variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($21,062 > 2,001$) dan nilai signifikansi $< \alpha$ ($0,000 < 2,001$). Dan variabel nilai taksiran mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,338 > 2,001$) dan nilai signifikansi $< \alpha$ ($0,023 < 0,05$).
9. Dari hasil uji signifikansi simultan (uji F) diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 597,101 sedangkan F_{tabel} sebesar 3,159 sehingga $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($597,101 > 3,159$) maka H_a diterima. Selanjutnya, untuk nilai signifikansi sebesar 0,000 sehingga nilai signifikansi $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$) maka H_a diterima. Jadi, secara simultan promosi, pelayanan dan nilai taksiran mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah.
10. Persamaan analisis regresi linear berganda diperoleh sebagai berikut:
- $$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$
- $$Y = 0,469 + 0,003X_1 + 1,160X_2 + 0,986X_3$$

D. Keterbatasan Penelitian

Seluruh rangkaian kegiatan dalam penelitian ini telah dilaksanakan sesuai dengan langkah-langkah yang sudah ditetapkan dalam metodologi

penelitian, hal ini dimaksud agar hasil yang diperoleh benar-benar objektif dan sistematis. Namun, untuk mendapatkan hasil yang sempurna dari suatu penelitian sangat sulit karena berbagai keterbatasan.

Adapun keterbatasan yang dihadapi selama penelitian dan penyusunan skripsi ini adalah dalam menyebarkan kuesioner peneliti tidak mengetahui kejujuran responden dalam menjawab setiap pernyataan yang tersedia pada kuesioner sehingga mempengaruhi validitas data yang diperoleh. Peneliti tidak mengontrol nasabah dalam menjawab angket yang diberikan, apakah nasabah memang menjawab sendiri atau hanya asal jawab saja. Peneliti juga mengalami kendala saat penelitian, dimana nasabah sebagian tidak mau mengisi angket, hal ini membutuhkan waktu yang lama bagi peneliti dalam melakukan penelitian ini.

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

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan pada bab IV, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil uji secara parsial (uji t) dapat disimpulkan bahwa variabel promosi tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah dengan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,103 < 1,672$ dan nilai signifikansi $> \alpha$ ($0,919 > 0,05$). Untuk variabel pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($21,062 > 1,672$) dan nilai signifikansi $< \alpha$ ($0,000 < 0,05$). Sedangkan hasil uji secara parsial (uji t) dapat disimpulkan bahwa variabel nilai taksiran mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,338 > 1,672$) dan nilai signifikansi $< \alpha$ ($0,023 < 0,05$).
2. Hasil uji secara simultan (uji F) dapat disimpulkan bahwa variabel Promosi (X_1), Pelayanan (X_2), dan Nilai Taksiran (X_3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dengan nilai $F_{hitung} > \text{nilai } F_{tabel}$ $597,101 > 3,15$.

B. Saran

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

1. Penelitian ini menunjukkan pentingnya faktor promosi, pelayanan, dan nilai taksiran sebagai faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam upaya memberikan dan meningkatkan minat nasabah. Maka, disarankan untuk pihak bank agar lebih memperhatikan faktor-faktor tersebut sebab semakin tingginya tingkat persaingan di dunia perbankan dan semakin dinamisnya kebutuhan dan keinginan para nasabah.
2. Bagi peneliti selanjutnya agar dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi minat nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Adiwarman Karim, *Bank Islam Analisis Fiqh Dan Keuangan*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2006.
- Ahmad Rodomi dan Abdul Hamid, *Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Zikrul Hakim, 2008.
- Ahmad Mustafa Al-Maragi, *Terjemahan Tafsir Al-Maragi Jus 1, 2 dan 3*, Semarang: CV Toha Putra, 1992.
- Ahmad Mustafa Al-Maragi, *Terjemahan Tafsir Al-Maragi Jus 13, 14 dan 15* (Semarang: CV Toha Putra, 1992
- Ascarya, *Akad & Produk Bank Syariah*, Jakarta: PT. Rajawali Pers, 2013.
- Abdul Rahman Saleh dan Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam*, Jakarta: Prenada Media, 2004.
- Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*, Jakarta: Rineka Cipta, 2011.
- Andri Soemitra, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009.
- Asmadi Alsa, *Pendekatan kuantitatif dan kualitatif*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003.
- Burhanuddin S, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.
- Daryanto S.S, *Kamus Bahasa Indonesia Lengkap*, Surabaya: Apollo, 1997.
- Duwi Priyatno, *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*, Yogyakarta: ANDI, 2014.
- Ismail, *Perbankan Syariah*, Jakarta: Kencana, 2011.
- Iqbal Hasan, *Analisis Data dengan Statistik*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2004.
- Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis*, Jakarta: Kencana, 2010.
- Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Jakarta: Rajawali Pers, 2012.
- _____, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana, 2010.

- Malayu SP Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan*, Jakarta: Bumi Aksara, 2002.
- Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*, Jakarta: Kencana, 2012.
- Muhammad Firdaus, *Ekonometrika Suatu Pendekatan Aplikatif*, Jakarta: Bumi Aksara, 2004.
- Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani, 2001.
- Mudjarat Kuncoro, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*, Jakarta: Erlangga, 2009.
- Morisan, *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: Kencana, 2012.
- Muhammad Teguh, *Metodologi Penelitian Ekonomi Teori dan Aplikasi*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2005.
- Muhammad Usman Najati, *Al-Quran dan Psikologi*, Jakarta: Aras Pustaka, 2001.
- M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah (Pesan, Kesan dan Keserasian Al-quran)*, Jakarta: Lentera Hati.
- Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- Ridwan Nurdin, *Akad-Akad Fiqh Pada Perbankan Syariah di Indonesia (Sejarah, Konsep, dan Perkembangannya)*, Banda Aceh: PeNA, 2010.
- Syafrizal Helmi Situmorang, dkk., *Analisis Data Penelitian: Menggunakan Program SPSS*, Medan: USUPers, 2008.
- Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Syariah (Produk-Produk dan Aspek-Aspek Hukumnya)*, Jakarta: Kencana, 2014.
- Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, Jakarta: Rineka Cipta, 2000.
- _____, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* Jakarta: Rineka Cipta, 1998.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2001.
- _____, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*, Bandung: Alfabeta, 2013.

Wirduyaningsih, dkk., *Bank dan Asuransi Islam di Indonesia*, Jakarta: Kencana Prenada Media, 2005.

Zainuddin Ali, *Hukum Gadai Syariah*, Jakarta: Sinar Grafika, 2008.

Sumber Lainnya:

Brosur Produk PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan.

Departemen Agama, *Alquran dan Terjemahnya*, Bandung: J-ART, 2005.

<http://kbbi.web.id/minat>

Hamzah Gufron, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Produk *Qardh* dengan Gadai Emas di PT. Bank SUMUT Syariah Cabang Medan” (Skripsi: Universitas Sumatera Utara Medan, 2011)

Muhammad Fakhru Rizky Nst dan Hanifa Yasin, “Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama Pt. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan” dalam *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, Volume 14, No. 02 Oktober 2014.

Melawati, “Pengaruh Promosi Gadai Emas Terhadap Minat Nasabah” Penelitian Pada Nasabah Gadai Emas BRI Syariah Cabang Cirebon.

Nita Ainul Khasanah, “Pengaruh Promosi, Harga Taksiran barang, dan Prosedur Pencairan Pinjaman Terhadap Minat Nasabah Non Muslim dalam Pemilihan Produk Gadai Emas di PT. Bank BRI Syariah KCP Gateway-Waru” (Skripsi: UIN Sunan Ampel Surabaya, 2014)

Rifa’atul Machmudah “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah di Bank Syariah (Studi Kasus pada Bank CIMB Niaga Syariah Cabang Semarang)” (Skripsi: Semarang, 2009)

Wawancara dengan Pimpinan PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan.

Wawancara dengan Ibu Yusniati Selaku Nasabah PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan.

Wawancara dengan Ibu Salwah Lubis Selaku Nasabah PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan.

Yalisma Dewi, “Pengaruh Nilai Taksiran, Biaya-Biaya, Promosi, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Pembiayaan Gadai Emas Syariah (Studi Kasus pada PT. Bank BNI Syariah Cabang Kusumanegara, Yogyakarta)” (Skripsi: UIN Sunan Kalijaga, 2013)

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTITAS

1. Nama : Novita Sari
2. Tempat, Tanggal Lahir : Mompang Jae, 25 Oktober 1995
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Alamat : Mompang Jae, Kec. Panyabungan Utara
5. Fakultas/Jurusan : FEBI/ Perbankan Syariah

II. ORANG TUA

1. Nama Ayah : Aprihuddin Rangkuti
2. Pekerjaan Ayah : Wiraswasta
3. Nama Ibu : Yusniati Hasibuan
4. Pekerjaan Ibu : Ibu Rumah Tangga

III. Riwayat Pendidikan

1. Tahun 2001-2007 : SD Negeri No. 142603 Mompang Jae
2. Tahun 2007-2010 : SMP N. 1 Panyabungan Utara
3. Tahun 2010-2013 : SMA N. 1 Panyabungan Utara

KUESIONER PENELITIAN

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH TERHADAP PRODUK *QARDH* PADA PT. BANK SUMUT KANTOR CABANG PEMBANTU SYARIAH PANYABUNGAN

Kepada Yth:

Bapak/Ibu/Sdr/i

Ditempat

1. Dengan segala kerendahan hati dan harapan, penulis mohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/I untuk mengisi daftar pernyataan ini dengan sejujurnya sesuai dengan kenyataan yang ada.
2. Kuesioner ini dibuat untuk memperoleh data yang kami butuhkan dalam rangka menyusun skripsi yang merupakan syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Islam dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah, dengan judul: “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Produk *Qardh* pada PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan.
3. Untuk mencapai maksud tersebut, kami memohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/i untuk mengisi kuesioner ini dengan memilih jawaban yang telah disediakan.
4. Atas kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/I meluangkan waktu membantu kami mengisi kuesioner ini kami ucapkan terimakasih.

Peneliti

Novita Sari

Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin
 - a. Pria Wanita
 - b. Pria
3. Pendidikan Terakhir
 - a. SD
 - b. SMP
 - c. SMA
 - d. Diploma
 - e. Sarjana
 - f. Pascasarjana
4. Pekerjaan
 - a. Pelajar/Mahasiswa
 - b. Pegawai/Karyawan
 - c. Wiraswasta
 - d. Lain-lain

Petunjuk Pengisian Angket

1. Bacalah secara seksama soal yang tersedia.
2. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan memberi tanda checklist (\checkmark) pada kolom yang tersedia dengan ketentuan sebagai berikut:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

KS : Kurang Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju
3. Setelah diisi, angket ini mohon dikembalikan kepada kami.
4. Atas bantuan Bapak/Ibu/Sdr/I dalam pengisian angket ini, saya ucapkan terima kasih.

A. Pernyataan Untuk Variabel Promosi (X₁)

No	Pernyataan	Skala Pengukuran Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya tertarik menggunakan produk <i>Qardh</i> beragun emas karena membaca iklan dari bank					
2.	Saya tidak tertarik menggunakan produk <i>Qardh</i> beragun Emas di PT. Bank Sumut KCPSy Panyabungan karena iklannya tidak terpercaya					
3.	Selain brosur bank Sumut juga melaksanakan promosi melalui spanduk					
4.	Saya sering melihat pegawai PT. Bank Sumut KCPSy Panyabungan melaksanakan promosi langsung kepada masyarakat					
5.	Saya menggunakan produk <i>Qardh</i> beragun emas karena ada tawaran bonus oleh pegawai PT. Bank Sumut KCPSy Panyabungan					
6.	Bank sering melakukan promosi melalui kegiatan <i>Sponsorship</i> terhadap suatu kegiatan amal, sosial atau olahraga					

B. Pernyataan Untuk Variabel Pelayanan (X₂)

No	Pernyataan	Skala Pengukuran Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
7.	Karyawan cepat tanggap dalam memenuhi kebutuhan nasabah dalam melaksanakan prosedur penggunaan gadai emas					
8.	Karyawan bank tidak memberikan penjelasan mengenai <i>Qardh</i> beragun emas dengan jelas dan akurat.					
9.	Bank antusias dalam menanggapi dan memahami keluhan-keluhan nasabah					
10.	Dalam memberi pelayanan pihak bank tidak lupa menyebutkan nama nasabah					
11.	Karyawan memberikan perhatian secara individual kepada nasabah					
12.	Dapat diandalkan dalam menangani masalah dan kendala yang dihadapi nasabah					
13.	Karyawan berpenampilan sopan dan rapi pada saat melayani nasabah					

C. Pernyataan Untuk Variabel Nilai Taksiran (X_3)

No	Pernyataan	Skala Pengukuran Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
14.	PT. Bank Sumut KCPSy Panyabungan memberikan jumlah pembiayaan yang lebih tinggi dibanding dengan jasa gadai emas syariah lainnya					
15.	Saya menggadaikan emas di PT. Bank Sumut KCPSy karena jumlah pembiayaan yang diberikan sesuai dengan harapan saya					
16.	PT. Bank Sumut KCPSy Panyabungan memberikan nilai taksiran yang lebih tinggi dari jasa gadai emas syariah lainnya					
17.	Pada saat nilai taksiran emas tinggi, saya menggadaikan emas di PT. Bank Sumut KCPSy Panyabungan					
18.	Pada saat nilai taksiran emas rendah, saya tetap memilih menggadaikan emas di PT. Bank Sumut KCPSy Panyabungan					
19.	Pada saat nilai taksiran emas tinggi, saya tidak tertarik menggadaikan emas di PT. Bank Sumut KCPSy Panyabungan					
20.	Nilai taksiran yang tidak terlalu rendah dari harga pembelian emas mendorong saya untuk menggadaikan emas					
21.	Harga emas yang dikenakan kepada saya sudah ditetapkan oleh PT. Bank Sumut KCPSy Panyabungan					

D. Pernyataan Untuk Variabel Minat (Y)

No	Pernyataan	Skala Pengukuran Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
22.	Saya sering bertanya kepada karyawan PT. Bank Sumut KCPSy Panyabungan tentang keunggulan produk <i>Qardh</i> beragun emas					
23.	Saya tidak tertarik menggunakan produk <i>Qardh</i> beragun emas meskipun produknya lebih bagus dibandingkan dengan bank lain					
24.	Produk yang inovatif dan mudah dimengerti, membuat saya menggunakan produk <i>Qardh</i> beragun emas					

25.	Promosi yang jelas dan sesuai dengan kenyataan mendorong saya menggunakan produk <i>Qardh</i> beragun emas di PT. Bank Sumut KCPSy Panyabungan					
26.	Rasa aman dalam bertransaksi membuat saya ingin menggadaikan emas lagi					
27.	Saya memilih produk <i>Qardh</i> beragun emas karena sesuai dengan keinginan saya.					
28.	Saya ingin mencoba menggadaikan emas karena promosi yang saya dengar menarik					
29.	Saya ikut menggadai emas karena pengaruh lingkungan					
30.	Saya menggunakan produk <i>Qardh</i> beragun emas setelah mengetahui kemudahan proses dan prosedur pencairan dana					

LAMPIRAN 3

Hasil *Output* SPSS 22 Uji Validitas Promosi (X₁)

		Correlations						
		Item1	Item2	Item3	Item4	Item5	Item6	Totalskor
Item1	Pearson Correlation	1	,345**	,334**	,219	,423**	,373**	,613**
	Sig. (2-tailed)		,007	,008	,090	,001	,003	,000
	N	61	61	61	61	61	61	61
Item2	Pearson Correlation	,345**	1	,113	,160	,343**	,178	,441**
	Sig. (2-tailed)	,007		,385	,218	,007	,170	,000
	N	61	61	61	61	61	61	61
Item3	Pearson Correlation	,334**	,113	1	,564**	,427**	,563**	,759**
	Sig. (2-tailed)	,008	,385		,000	,001	,000	,000
	N	61	61	61	61	61	61	61
Item4	Pearson Correlation	,219	,160	,564**	1	,477**	,593**	,761**
	Sig. (2-tailed)	,090	,218	,000		,000	,000	,000
	N	61	61	61	61	61	61	61
Item5	Pearson Correlation	,423**	,343**	,427**	,477**	1	,510**	,723**
	Sig. (2-tailed)	,001	,007	,001	,000		,000	,000
	N	61	61	61	61	61	61	61
Item6	Pearson Correlation	,373**	,178	,563**	,593**	,510**	1	,812**
	Sig. (2-tailed)	,003	,170	,000	,000	,000		,000
	N	61	61	61	61	61	61	61
Totalskor	Pearson Correlation	,613**	,441**	,759**	,761**	,723**	,812**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	61	61	61	61	61	61	61

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

Hasil *Output* SPSS Versi 22 Uji Validitas Pelayanan (X₂)

Correlations

		Item1	Item2	Item3	Item4	Item5	Item6	Item7	Totalskor
Item1	Pearson Correlation	1	,345**	,334**	,219	,423**	,304*	,362**	,628**
	Sig. (2-tailed)		,007	,008	,090	,001	,017	,004	,000
	N	61	61	61	61	61	61	61	61
Item2	Pearson Correlation	,345**	1	,113	,160	,343**	,731**	,430**	,589**
	Sig. (2-tailed)	,007		,385	,218	,007	,000	,001	,000
	N	61	61	61	61	61	61	61	61
Item3	Pearson Correlation	,334**	,113	1	,564**	,427**	,058	,338**	,701**
	Sig. (2-tailed)	,008	,385		,000	,001	,660	,008	,000
	N	61	61	61	61	61	61	61	61
Item4	Pearson Correlation	,219	,160	,564**	1	,477**	,182	,196	,674**
	Sig. (2-tailed)	,090	,218	,000		,000	,160	,129	,000
	N	61	61	61	61	61	61	61	61
Item5	Pearson Correlation	,423**	,343**	,427**	,477**	1	,253*	,603**	,769**
	Sig. (2-tailed)	,001	,007	,001	,000		,049	,000	,000
	N	61	61	61	61	61	61	61	61
Item6	Pearson Correlation	,304*	,731**	,058	,182	,253*	1	,356**	,523**
	Sig. (2-tailed)	,017	,000	,660	,160	,049		,005	,000
	N	61	61	61	61	61	61	61	61
Item7	Pearson Correlation	,362**	,430**	,338**	,196	,603**	,356**	1	,695**
	Sig. (2-tailed)	,004	,001	,008	,129	,000	,005		,000
	N	61	61	61	61	61	61	61	61
Totalskor	Pearson Correlation	,628**	,589**	,701**	,674**	,769**	,523**	,695**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	61	61	61	61	61	61	61	61

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

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

Hasil *Output* SPSS Versi 22 Uji Validitas Nilai Taksiran (X_3)

		Correlations								
		Item1	Item2	Item3	Item4	Item5	Item6	Item7	Item8	Totalskor
Item1	Pearson Correlation	1	,456**	,452**	,396**	,463**	,386**	,518**	,520**	,696**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,002	,000	,002	,000	,000	,000
	N	61	61	61	61	61	61	61	61	61
Item2	Pearson Correlation	,456**	1	,549**	,406**	,450**	,526**	,451**	,549**	,707**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,001	,000	,000	,000	,000	,000
	N	61	61	61	61	61	61	61	61	61
Item3	Pearson Correlation	,452**	,549**	1	,670**	,573**	,410**	,472**	,456**	,739**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,001	,000	,000	,000
	N	61	61	61	61	61	61	61	61	61
Item4	Pearson Correlation	,396**	,406**	,670**	1	,709**	,598**	,414**	,514**	,760**
	Sig. (2-tailed)	,002	,001	,000		,000	,000	,001	,000	,000
	N	61	61	61	61	61	61	61	61	61
Item5	Pearson Correlation	,463**	,450**	,573**	,709**	1	,618**	,564**	,632**	,813**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	61	61	61	61	61	61	61	61	61
Item6	Pearson Correlation	,386**	,526**	,410**	,598**	,618**	1	,570**	,623**	,771**
	Sig. (2-tailed)	,002	,000	,001	,000	,000		,000	,000	,000
	N	61	61	61	61	61	61	61	61	61
Item7	Pearson Correlation	,518**	,451**	,472**	,414**	,564**	,570**	1	,782**	,792**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,001	,000	,000		,000	,000
	N	61	61	61	61	61	61	61	61	61
Item8	Pearson Correlation	,520**	,549**	,456**	,514**	,632**	,623**	,782**	1	,838**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	61	61	61	61	61	61	61	61	61
Totalskor	Pearson Correlation	,696**	,707**	,739**	,760**	,813**	,771**	,792**	,838**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	61	61	61	61	61	61	61	61	61

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

Totals	Pearson										
kor	Correlation	,615**	,574**	,671**	,666**	,799**	,500**	,680**	,765**	,657**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61

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

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

LAMPIRAN 4

Hasil *Output* SPSS Versi 22 Uji Reliabilitas Promosi (X_1)

	N	%
Cases Valid	61	100,0
Excluded ^a	0	,0
Total	61	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,773	7

Hasil *Output* SPSS Versi 22 Uji Reliabilitas Pelayanan (X_1)

	N	%
Cases Valid	61	100,0
Excluded ^a	0	,0
Total	61	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,760	8

Hasil *Output* SPSS Versi 22 Uji Reliabilitas Nilai Taksiran (X_3)

	N	%
Cases Valid	61	100,0
Excluded ^a	0	,0
Total	61	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,783	9

Hasil *Output* SPSS Versi 22 Uji Reliabilitas Minat (Y)

	N	%
Cases Valid	61	100,0
Excluded ^a	0	,0
Total	61	100,0

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

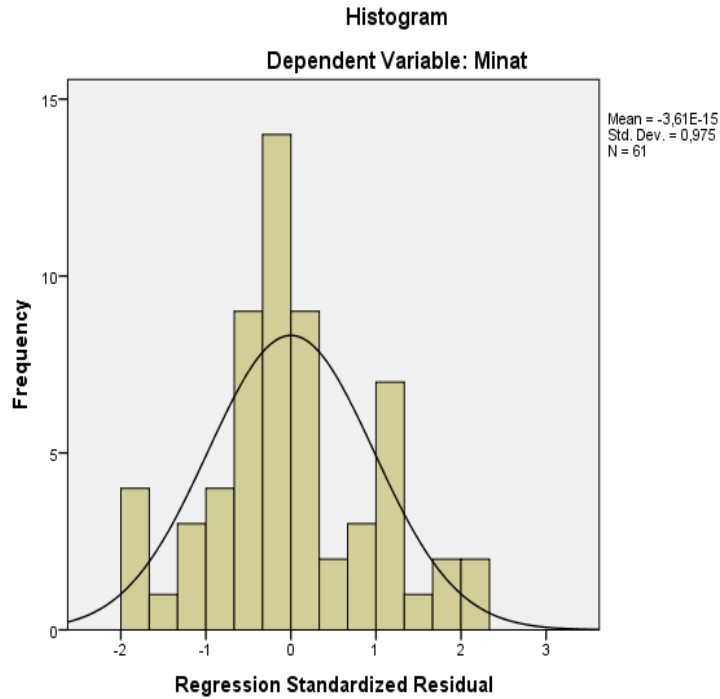
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,761	10

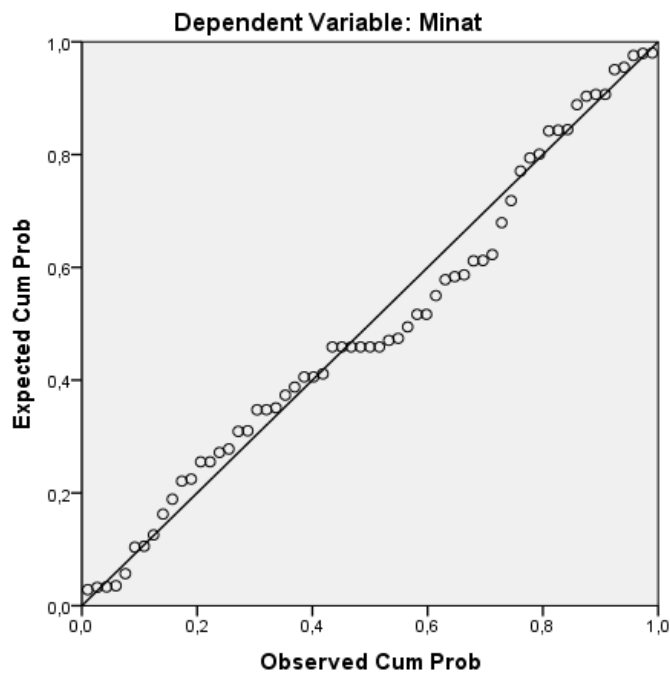
LAMPIRAN 5

Hasil *Output* SPSS Versi 22 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



2. Uji Linearitas
 a. Promosi dengan Minat

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat Promosi	* Between Groups	(Combined)	395,773	11	35,979	6,524	,000
		Linearity	246,109	1	246,109	44,627	,000
		Deviation from Linearity	149,665	10	14,966	2,714	,110
	Within Groups		270,227	49	5,515		
Total			666,000	60			

b. Pelayanan dengan Minat

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat Pelayanan	* Between Groups	(Combined)	647,028	10	64,703	170,520	,000
		Linearity	643,446	1	643,446	1695,759	,000
		Deviation from Linearity	3,581	9	,398	1,049	,416
	Within Groups		18,972	50	,379		
Total			666,000	60			

c. Nilai Taksiran dengan Minat

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat Nilai Taksiran	* Between Groups	(Combined)	533,927	11	48,539	18,008	,000
		Linearity	464,091	1	464,091	172,182	,000
		Deviation from Linearity	69,836	10	6,984	2,591	,133
	Within Groups		132,073	49	2,695		
Total			666,000	60			

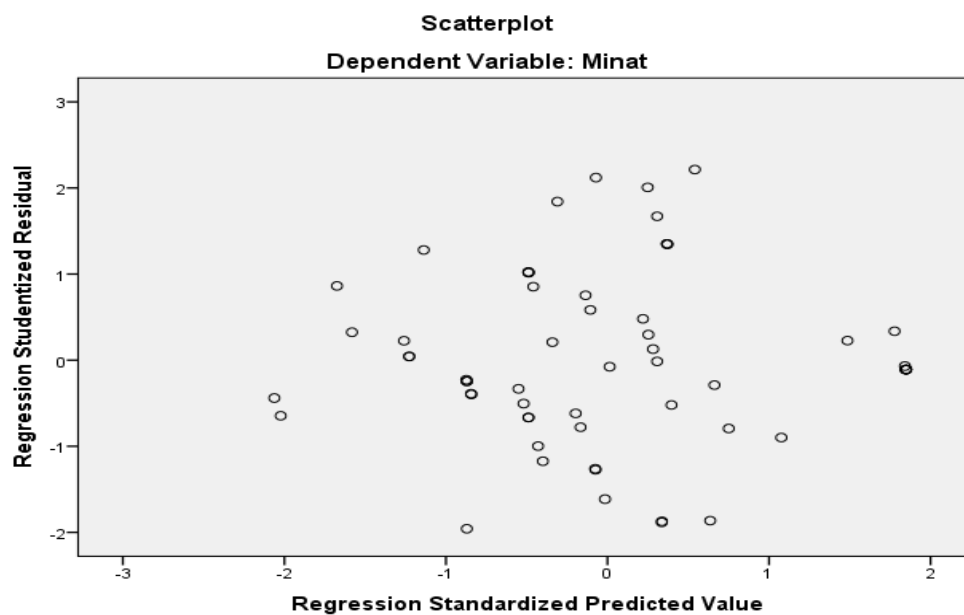
4. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,469	,927		,507	,614		
	Promosi	,003	,028	,003	,103	,919	,619	1,616
	Pelayanan	1,160	,055	,904	21,062	,000	,294	3,402
	Nilai Taksiran	,098	,042	,095	2,338	,023	,329	3,042

a. Dependent Variable: Minat

5. Uji Heteroskedastisitas



6. Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,984 ^a	,969	,968	,60028	1,687

a. Predictors: (Constant), Nilai Taksiran, Promosi, Pelayanan

b. Dependent Variable: Minat

Hasil *Output* SPSS Versi 22 Uji Hipotesis

1. Uji Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,984 ^a	,969	,968	,60028	1,687

a. Predictors: (Constant), Nilai Taksiran, Promosi, Pelayanan

b. Dependent Variable: Minat

2. Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,469	,927		,507	,614		
	Promosi	,003	,028	,003	,103	,919	,619	1,616
	Pelayanan	1,160	,055	,904	21,062	,000	,294	3,402
	Nilai Taksiran	,098	,042	,095	2,338	,023	,329	3,042

a. Dependent Variable: Minat

3. Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	645,461	3	215,154	597,101	,000 ^b
	Residual	20,539	57	,360		
	Total	666,000	60			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), Nilai Taksiran, Promosi, Pelayanan

4. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	,469	,927		,507	,614		
Promosi	,003	,028	,003	,103	,919	,619	1,616
Pelayanan	1,160	,055	,904	21,062	,000	,294	3,402
Nilai Taksiran	,098	,042	,095	2,338	,023	,329	3,042



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

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

Nomor : B-596 /In.14/G/TL.00/5/2017
Lamp. : -
Hal : Mohon Izin Riset

03 Mei 2017

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

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

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

Nama : Novita Sari
NIM : 13 220 0074
Semester : VIII (Delapan)
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan

adalah benar Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul "**Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah terhadap Produk Qardh pada PT. Bank SUMUT Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan**".

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

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

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.



Dekan,

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



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

Nomor : B-88/In.14/G.5a/PP.00.9/02/2017

Padangsidimpuan, 21 Februari 2017

Tempat : -

Objek : **Permohonan Kesediaan Menjadi Pembimbing**

Kepada Yth :

H. Aswadi Lubis, S.E., M.Si

Zulaika Matondang, M.Si

Padangsidimpuan

Assalamu 'Alaikum Wr. Wb.

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

Nama : NOVITA SARI

NPM : 13 220 0074

Fakultas/Jur : FEBI/PERBANKAN SYARIAH

Judul Skripsi : **Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Produk Qardh Pada PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan.**

Berdasarkan hasil sidang Tim Pengkajian Kelayakan Judul Skripsi, judul tersebut dapat diterima sebagai judul skripsi, untuk itu diharapkan kepada Bapak/Ibu membimbing mahasiswa tersebut dalam penulisan proposal dan sekaligus penyempurnaan judul bila diperlukan.

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

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Mengetahui:

Rekan,

H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag
NIP. 19731128 199303 200112 1 001

Ketua Jurusan Perbankan Syariah

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

PERNYATAAN KESEDIAAN SEBAGAI PEMBIMBING

BERSEDIA/TIDAK BERSEDIA
PEMBIMBING I

BERSEDIA/TIDAK BERSEDIA
PEMBIMBING II

KANTOR CABANG SYARIAH:

KANTOR PUSAT

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

SURAT KETERANGAN PENGAMBILAN DATA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Zul Bahri Lumbantobing
Jabatan : Wakil Pimpinan Cabang Pembantu PT. Bank SUMUT
Capem Syariah Panyabungan

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Novita Sari
NIM : 13 220 0074
Semester : VIII (Delapan)
Jurusan : Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Islam
Institut Agama Islam Negeri Padang Sidempuan

Telah selesai mengambil data penelitian di PT. Bank SUMUT Capem Syariah Panyabungan berupa sejumlah data perkembangan Nasabah Produk Qard.

Demikian disampaikan agar dapat digunakan seperlunya.

Panyabungan, 01 Agustus 2017
PT. Bank SUMUT
Capem Syariah Panyabungan



ZUL BAHRI LUMBANTOBING
Wakil Pemimpin Capem

KANTOR CABANG SYARIAH:

Nomor : 163/KCSy02-KCPSy015/L/2017

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

KANTOR PUSAT

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

Panyabungan, 01 Agustus 2017

H a l : Keterangan Pelaksanaan Riset

Assalamu'alaikum Wr. Wb,

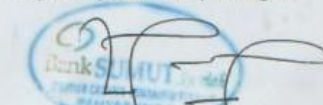
Sehubungan dengan Surat No. 3-596/In.14/G/TL.00/5/2017 tanggal 23 Mei 2017 hal Izin Riset, dengan ini kami sampaikan sebagai berikut :

Nama : Novita Sari
NIM : 13.220.0074
Jurusan : Perbankan Syariah
Judul : **"Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Produk Qard PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan"**.

Adalah benar telah melakukan riset di Bank SUMUT Cabang Pembantu Syariah Panyabungan pada tanggal 21 Juni 2017 sampai dengan tanggal 20 Juli 2017.

Demikian kami sampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

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



ZUL BAHRILUMBANTOBING
Wakil Pemimpin Capem