



**PENGARUH PROMOSI, PENGETAHUAN DAN PELAYANAN  
TERHADAP MINAT PEDAGANG MENGGUNAKAN JASA  
BANK SYARIAH DI PASAR LAMA PANYABUNGAN**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Dan Syarat-Syarat*

*Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)*

*Dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh

**NIKMAH ANGRAINI**

**NIM. 1540100042**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)**

**PADANGSIDIMPUAN**

**2020**



**PENGARUH PROMOSI, PENGETAHUAN DAN  
PELAYANAN TERHADAP MINAT PEDAGANG  
MENGUNAKAN JASA  
BANK SYARIAH DI PASAR LAMA PANYABUNGAN**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Dan Syarat-Syarat*

*Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)*

*Dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh

**NIKMAH ANGRAINI**

**NIM. 1540100042**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH**

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

**PADANGSIDIMPUAN**

**2020**





**PENGARUH PROMOSI, PENGETAHUAN DAN PELAYANAN  
TERHADAP MINAT PEDAGANG MENGGUNAKAN JASA  
BANK SYARIAH DI PASAR LAMA PANYABUNGAN**

**SKRIPSI**

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

Oleh

**NIKMAH ANGRAINI  
NIM. 15 401 00042**

**Pembimbing I**

**Dr.H. Arbanur Rasyid, MA  
NIP. 19730725199031002**

**Pembimbing II**

**Hamni Fadillah Nasution, M.Pd  
NIP. 198303172018012001**

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

**2020**



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

Hal : Lampiran Skripsi  
a.n. **NIKMAH ANGRAINI**  
Lampiran : 7 (Tujuh) Eksemplar

Padangsidimpuan, 26 Februari 2020  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
IAIN Padangsidimpuan

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **NIKMAH ANGRAINI** yang berjudul "**Pengaruh Promosi, Pengaruh, dan Pelayanan Terhadap Minat Pedagang di Pasar Lama Panyabungan**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.

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

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

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

**PEMBIMBING I**

**Dr. H. Arbanur Rasyid, MA**  
NIP. 19730725 19903 1 002

**PEMBIMBING II**

**Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd**  
NIP. 19830137 201801 2 001



## SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : **NIKMAH ANGRAINI**  
NIM : 15 401 00042  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : **Pengaruh Promosi, Pengetahuan dan Pelayanan Terhadap Minat Pedagang Menggunakan Jasa Bank Syariah di Pasar Lama Panyabungan**

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

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

Padangsidempuan, 26 Februari 2020  
Saya yang menyatakan,



**NIKMAH ANGRAINI**  
**NIM. 15 401 00042**

KEPENTINGAN AGAMA BERTILIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

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

Nama : NIKMAH ANGRAINI  
Nim : 15 401 00042  
Jurusan : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

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 **“Pengaruh Promosi, Pengetahuan dan Pelayanan Terhadap Minat Pedagang Menggunakan Jasa Bank Syariah di Pasar Lama 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 hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Padangsidempuan

Pada tanggal, 26 Februari 2020

Yang Menyatakan



**NIKMAH ANGRAINI**  
**NIM. 15 401 00042**





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

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

**DEWAN PENGUJI  
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

**Nama** : Nikmah Angraini  
**NIM** : 15 401 00042  
**Fakultas/Jurusan** : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah  
**Judul Skripsi** : Pengaruh Promosi, Pengetahuan, dan Pelayanan Terhadap Minat Pedagang Menggunakan Jasa Bank Syariah di Pasar Lama Panyabungan

**Ketua**

**Dr. H. Arbanur Rasyid, MA**  
NIP. 197307251999031002

**Sekretaris**

**Windari, SE., MA**  
NIP. 198305102015032003

**Anggota**

**Dr. H. Arbanur Rasyid, MA**  
NIP. 197307251999031002

**Windari, SE., MA**  
NIP. 198305102015032003

**Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd**  
NIP. 198301372018012001

**Nurul Izzah, M.Si**  
NIP. 199001222018012003

**Pelaksanaan Sidang Munaqasyah**

**Di** : Padangsidimpuan  
**Hari/Tanggal** : Kamis/ 20 Februari 2020  
**Pukul** : 13.00-16.00 WIB  
**Hasil/Nilai** : Lulus/76,5B  
**Predikat** : SANGAT MEMUASKAN  
**IPK** : 3,24



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

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

**PENGESAHAN**

**JUDUL SKRIPSI : PENGARUH PROMOSI, PENGETAHUAN,  
DAN PELAYANAN TERHADAP MINAT  
PEDAGANG MENGGUNAKAN JASA BANK  
SYARIAH DI PASAR LAMA PANYABUNGAN**

**NAMA : NIKMAH ANGRAINI  
NIM : 15 401 00042**

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

Padangsidimpuan, 28 Februari 2020  
Dekan



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



## KATA PENGANTAR



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

Skripsi ini berjudul: **“Pengaruh Promosi, Pengetahuan, dan Pelayanan Terhadap Minat Pedagang Menggunakan Jasa Bank Syariah di Pasar Lama Panyabungan”**, ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam 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 Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL selaku Rektor IAIN Padangsidimpuan, Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan pengembangan lembaga, Bapak Dr. Anhar, M.A selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan

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

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Drs. Kamaluddin, M.Ag selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. H. Arbanur Rasyid, M.A selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Nofinawati, S.E.I., M.A selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah dan Ibu Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidimpuan.
4. Bapak Dr. H. Arbanur Rasyid, M.A selaku pembimbing I dan Ibu Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd selaku pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Yusri Fahmi, S.Ag., M.Hum selaku 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 Padangsidimpuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidimpuan.



7. Teristimewa kepada Ayahanda Alm. Zulfikar Lubis dan Ibunda tercinta Umairah Rambe, 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 beliau dengan surga firdaus-Nya, serta kepada Kakak saya Nur Asyiyah Lubis, S.Pd Abang Saya Ibrahim Ja'far Lubis, S.Pd dan Abang Ipar Saya Muhammad Yazid Lubis, S.Pd yang tidak hentinya memberikan dukungan kepada peneliti karena keluarga selalu menjadi tempat teristimewa bagi peneliti.
8. Kepada Abanganda Amin Kahar Hasibuan, S.E yang selalu memotivasi dan memberikan semangat untuk peneliti.
9. Kepada sahabat yang selalu memotivasi dan memberikan semangat untuk peneliti yaitu Elfa Winda Hutauruk, S.E., Kharisma Ramanda Sikumbang, S.E., Jeni Kurnia Cahaya Zega, S.E., Parida Utami Siregar, S. Sos., Elida Hafni Silitonga, S.Pd., Afni Lestari Nasution, S.E., Indah Lanniari Lubis, S.E., Sri Rahmadhani Sitompul, S.E., Widya Atika Sari Tanjung, Putri Aminah Nasution, Wenni Wahyuni Lubis, Ummi Amiroh Nasution, Fauziah Ammi Lubis, Seri Wahyuni Nasution, Murni Asridah Chaniago, Dinda Angreni Rangkuti, Atiah Sari Rangkuti dan Khairunnisa.
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,      Februari 2020

Peneliti,

**NIKMAH ANGRAINI**  
**NIM.15 401 00042**



## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

### 1. Konsonan

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




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

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

## 2. Vokal

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

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	fathah	a	A
	Kasrah	i	I
	ḍommah	u	U



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

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
.....يْ	fathahdanya	Ai	a dan i
وُ.....	fathahdanwau	Au	a dan u

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
.....اَ.....	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
.....يِ.....	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah
.....وُ.....	dommah dan wau	ū	u dan garis di atas

### 3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua yaitu:

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

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

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

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

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

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

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

#### **6. Hamzah**

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



## **7. Penulisan Kata**

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim, maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah per kata dan bisa pula dirangkaikan.

## **8. Huruf Kapital**

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

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

## **9. Tajwid**

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

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

## ABSTRAK

**NAMA : Nikmah Angraini**  
**NIM : 15 401 00042**  
**JUDUL : Pengaruh Promosi, Pengetahuan dan Pelayanan Terhadap Minat Pedagang Menggunakan Jasa Bank Syariah di Pasar Lama Panyabungan.**

Data yang diperoleh melalui Dinas Perdagangan Panyabungan menunjukkan masih banyak pedagang yang menggunakan jasa bank konvensional. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah promosi, pengetahuan dan pelayanan berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap minat pedagang menggunakan jasa bank syariah di Pasar Lama Panyabungan? Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh promosi, pengetahuan dan pelayanan secara parsial dan simultan terhadap minat pedagang menggunakan jasa bank syariah di Pasar Lama Panyabungan. Kegunaan penelitian ini adalah bagi peneliti, bagi pedagang di Pasar Lama Panyabungan, bagi IAIN Padangsidimpuan, bagi peneliti selanjutnya, dan bagi bank syariah.

Pembahasan penelitian ini berkaitan dengan minat, promosi, pengetahuan dan pelayanan. Minat adalah segala sesuatu yang berasal dari dalam diri seseorang untuk memperoleh benda yang diminati tanpa ada unsur paksaan dari pihak mana pun. Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Pengetahuan merupakan semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa, serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa. Pelayanan merupakan kegiatan pemberian jasa dari suatu pihak kepada pihak lainnya.

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, sumber data adalah data primer. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah angket, wawancara dan dokumentasi dengan jumlah sampel 62 responden. Teknik analisis data dengan uji validitas, uji reabilitas, uji statistik deskriptif, uji normalitas, uji linearitas, uji asumsi klasik, uji multikolenearitas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi, uji linear berganda, uji hipotesis, uji koefisien determinasi, uji t, uji F. Proses pengolahan data dibantu dengan *software SPSS versi 23*.

Hasil penelitian adalah promosi berpengaruh terhadap minat pedagang di Pasar Lama Panyabungan. Pengetahuan berpengaruh terhadap minat pedagang di Pasar Lama Panyabungan. Pelayanan berpengaruh terhadap minat pedagang di Pasar Lama Panyabungan. Sedangkan secara simultan (uji F), promosi, pengetahuan dan pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap minat pedagang di Pasar Lama Panyabungan.

**Kata Kunci: Promosi, Pengetahuan, Pelayanan, Minat Pedagang**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI</b>	
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b>	
<b>BERITA ACARA UJIAN MUNAQASYAH</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b>	
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>ii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah .....	5
C. Batasan Masalah.....	5
D. Definisi Operasional Variabel.....	5
E. Rumusan Masalah .....	7
F. Tujuan Penelitian .....	7
G. Kegunaan Penelitian.....	8
H. Sistematika Pembahasan .....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Kerangka Teori.....	12
1. Minat Pedagang.....	12
a. Pengertian Minat .....	12
b. Faktor-Faktor Timbulnya Minat .....	13
c. Pedagang .....	14
d. Perdagangan dalam Islam .....	14
2. Jasa Bank Syariah .....	15
a. Pengertian Jasa Bank .....	15
3. Promosi .....	17
a. Pengertian Promosi .....	17
b. Tujuan Promosi .....	18
c. Promosi dalam Islam.....	19
4. Pengetahuan .....	21
a. Pengertian Pengetahuan .....	21
b. Jenis-jenis Pengetahuan .....	21
5. Pelayanan .....	22
a. Pengertian Pelayanan .....	22



b. Ciri-ciri Pelayanan yang Baik .....	23
B. Penelitian Terdahulu .....	24
C. Kerangka Pikir .....	27
D. Hipotesis.....	28

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

A. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	30
B. Jenis Penelitian.....	30
C. Populasi dan Sampel .....	30
1. Populasi.....	30
2. Sampel.....	30
D. Sumber Data.....	32
E. Teknik Pengumpulan Data.....	32
1. Angket .....	33
2. Wawancara.....	34
3. Dokumentasi .....	35
F. Teknik Analisis Data.....	35
1. Uji Validitas .....	35
2. Uji Reliabilitas .....	36
G. Analisis Data .....	36
1. Analisis Deskriptif .....	36
2. Uji Normalitas .....	37
3. Uji Linearitas.....	37
4. Uji Asumsi Klasik .....	38
a. Uji Multikolinearitas .....	38
b. Uji Heterokedastisitas .....	39
c. Uji autokorelasi .....	39
5. Analisis Regresi Linear Berganda.....	40
6. Uji Hipotesis .....	41
a. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	41
b. Uji Signifikan Parsial (Uji t) .....	41
c. Uji F.....	42

### **BAB IV HASIL PENELITIAN**

A. Gambaran Umum tentang Pasar Lama Panyabungan.....	43
1. Sejarah Pasar Lama Panyabungan .....	43
2. Visi dan Misi Dinas Pasar Lama Panyabungan .....	43
B. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	44
1. Hasil Uji Validitas.....	44
2. Hasil Uji Reliabilitas .....	47
C. Hasil Analisis Data.....	48
1. Hasil Analisis Deskriptif .....	48
2. Hasil Uji Normalitas .....	49
3. Hasil Uji Linearitas .....	50
4. Hasil Uji Asumsi Klasik .....	52
a. Hasil Uji Multikolinearitas.....	52

b. Hasil Uji Heterokedastisitas.....	53
c. Hasil Uji autokorelasi.....	55
5. Hasil Analisis Regresi Berganda.....	55
6. Hasil Uji Hipotesis .....	57
a. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	57
b. Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji t).....	58
c. Hasil Uji F .....	60
D. Pembahasan Hasil Penelitian .....	61
E. Keterbatasan Penelitian .....	65

## **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	67
B. Saran.....	68

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

## **LAMPIRAN**

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

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

Bank syariah memiliki perbedaan yang cukup mendasar dengan bank konvensional dalam menjalankan fungsinya sebagai lembaga intermediasi. Hal yang cukup mendasar dalam membedakan antara bank konvensional adalah pada aspek kepemilikan komoditi yang dibiayai dalam kerangka jual beli dan sewa.

Bank merupakan salah satu lembaga perusahaan yang bergerak di bidang keuangan. Menurut Yudiana bank syariah merupakan lembaga keuangan yang berfungsi untuk memperlancar mekanisme perekonomian terutama disektor nyata. Pada umumnya lembaga keuangan di Indonesia sendiri terbagi menjadi dua, yaitu perbankan konvensional dan perbankan syariah. Bank syariah merupakan suatu lembaga intermediasi antara pihak yang kelebihan dana dengan pihak lain yang membutuhkan dana.<sup>1</sup>

Di dalam perbankan, minat merupakan suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang.<sup>2</sup> Minat merupakan sesuatu yang dapat mendorong dan mempengaruhi seseorang untuk menggunakan produk dan jasa bank. Jumlah pedagang yang menggunakan jasa perbankan dapat dilihat dari tabel berikut:

---

<sup>1</sup>Ismail, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 39.

<sup>2</sup>Abdul Rahman Saleh dan Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Kencana, 2004), hlm. 263.

**Tabel I.1**  
**Jumlah Pedagang di Pasar Lama Panyabungan yang**  
**Menggunakan Jasa Perbankan Tahun 2019**

<b>Tahun</b>	<b>Bank Syariah</b>	<b>Bank Konvensional</b>	<b>Tidak Menggunakan Bank Sama Sekali</b>	<b>Total</b>
2019	34	103	22	159

*Sumber: Dinas Perdagangan Panyabungan*

Jumlah pedagang di Pasar Lama Panyabungan yang menggunakan jasa perbankan tahun 2019 di atas dapat diketahui bahwa pedagang yang ada di Pasar Lama Panyabungan ini masih banyak yang menggunakan bank konvensional belum beralih ke bank syariah, padahal mayoritas pedagang di Pasar Lama Panyabungan adalah muslim. Penyebabnya adalah pedagang mengatakan bahwa bank konvensional dan bank syariah sama saja yang membedakannya hanya label syariah saja. Berdasarkan fenomena diatas, maka bank syariah khususnya yang berada di daerah Pasar Lama ini dituntut untuk menjalankan peran dan fungsi strategis mensosialisasikan perbankan dan keuangan syariah kepada para pedagang atau kepada nasabahnya.

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat, yaitu faktor budaya, sosial, kepribadian, dan psikologi.<sup>3</sup> Rendahnya minat pedagang di Pasar Lama Panyabungan dalam menggunakan jasa bank syariah karena memiliki keterbatasan pemahaman mengenai kegiatan operasional bank syariah. Pedagang di Pasar Lama Panyabungan lebih mengenal bank konvensional dibandingkan dengan bank syariah. Meskipun jumlah bank syariah dan bank

---

<sup>3</sup>Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Ke 12*, (Indonesia: PT. Macana Jaya Cemerlang, 2007), hlm. 4.



konvensional hampir sama namun belum juga menarik minat pedagang untuk menggunakan jasa yang ditawarkan bank syariah.

**Tabel I.2**  
**Perbedaan bank syariah dengan bank konvensional<sup>4</sup>**

No	Pokok-pokok Perbedaan	Bank Syariah	Bank Konvensional
1.	Dasar perjanjian penentuan bunga/imbalan	Berdasarkan keuntungan/kerugian	Tidak berdasarkan keuntungan/kerugian
2.	Dasar perhitungan bunga/imbalan	Besarnya nisbah bagi hasil didasarkan atas jumlah keuntungan yang diperoleh nasabah	Persentase tergantung dari total dana yang dipinjamkan dari nasabah
3.	Kewajiban pembayaran bunga	a. Dilakukan jika nasabah untung, jika rugi ditanggung bersama b. Besarnya imbalan berubah sesuai keuntungan	a. Harus terus dilakukan meskipun usaha nasabah rugi b. Besarnya pembayaran bunga tetap meskipun keuntungan nasabah lebih besar
4.	Persyaratan jaminan pembiayaan	Tidak mutlak	Berupa barang/harta nasabah
5.	Obyek pembiayaan	Jenis usaha yang dibiayai harus sesuai syariah	Jenis usaha tidak dibedakan asal memenuhi persyaratan
6.	Pandangan sistem syariah terhadap sistem bunga	Pembayaran imbalan berdasarkan bagi hasil sipatnya halal	Pengenaan bunga kepada debitur dianggap haram

Menurut Ibu Aisyah selaku pedagang di Pasar Lama Panyabungan, promosi yang dilakukan bank syariah masih kurang, sehingga Ibu Aisyah lebih memilih bank konvensional dibandingkan bank syariah, hal ini dapat

<sup>4</sup>M. Sulhan & Ely Siswanto, Manajemen Bank Konvensional dan Syariah, (Malang: UIN-Malang Press, 2008), hlm. 128-129.

dibuktikan bahwa Ibu Aisyah mengetahui produk jasa bank syariah dari kerabatnya bukan dari promosi pihak bank syariah tersebut.<sup>5</sup>

Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Dalam persaingan yang begitu ketat, perusahaan tidak hanya mengandalkan peningkatan mutu dan pengembangan produk jasa semata. Walaupun kualitas suatu produk, bila konsumen belum mengetahui dan tidak yakin kalau produk itu berguna pada mereka, maka mereka tidak akan menggunakan produk tersebut. Produk yang dihasilkan oleh perusahaan agar dapat dikenal dengan baik dan akhirnya dipakai oleh konsumen, maka perusahaan harus melakukan kegiatan promosi.<sup>6</sup>

Pengetahuan merupakan pengalaman aktual yang tersimpan dalam kesadaran manusia. Pengetahuan adalah informasi, informasi bisa diperoleh melalui berbagai media seperti iklan pada majalah, TV, koran, radio, brosur dan bisa juga dari pengalaman seseorang.<sup>7</sup>

Pelayanan merupakan syarat utama bagi kelangsungan hidup suatu bank, khususnya bank syariah. Dengan pelayanan yang baik serta kenyamanan yang diberikan kepada nasabah dapat menentukan laju pertumbuhan suatu bank. Pelayanan yang baik salah satu hal yang penting bagi nasabah karena dengan pelayanan yang baik akan membuat nasabah menjadi lebih tertarik menggunakan jasa perbankan dan nasabah lebih merasa nyaman.<sup>8</sup>

---

<sup>5</sup>Hasil Wawancara dengan Ibu Aisyah, (Pedagang di Pasar Lama Panyabungan), Minggu 28 Juli 2019 Pukul 13.40 WIB.

<sup>6</sup>Adiwarman Karim, *Bank Islam*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007), hlm. 74.

<sup>7</sup>*Ibid.*, hlm 79.

<sup>8</sup>*Ibid.*, hlm. 82.

Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai minat menggunakan jasa bank syariah. Judul penelitian ini adalah: **“Pengaruh Promosi, Pengetahuan dan Pelayanan Terhadap Minat Pedagang Menggunakan Jasa Bank Syariah di Pasar Lama Panyabungan”**.

#### **B. Identifikasi Masalah**

1. Minat pedagang di Pasar Lama Panyabungan masih rendah untuk menggunakan jasa bank syariah.
2. Masih kurangnya minat pedagang di Pasar Lama Panyabungan dalam menggunakan jasa bank syariah.
3. Masih kurangnya pengetahuan pedagang di Pasar Lama Panyabungan mengenai jasa bank syariah.
4. Masih kurangnya promosi yang dilakukan oleh bank syariah.
5. Masih kurangnya pelayanan yang dilakukan oleh bank syariah sehingga kurang menarik minat pedagang di Pasar Lama Panyabungan.

#### **C. Batasan Masalah**

Berdasarkan beberapa masalah teridentifikasi, adapun batasan masalah pada penelitian ini terfokus pada pengaruh Promosi, Pengetahuan, dan Pelayanan terhadap Minat pedagang menggunakan jasa bank syariah di Pasar Lama Panyabungan.

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

Adapun definisi dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

**Tabel I.3**  
**Definisi Operasional Variabel**

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
1	Minat Pedagang (Y)	Minat merupakan suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan tindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang. <sup>9</sup>	1. Minat Transaksional 2. Minat Refensial 3. Minat Prefensial 4. Minat Eksploratif	Ordinal
2	Promosi (X <sub>1</sub> )	Promosi adalah untuk menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru kemudian promosi juga berfungsi mengingatkan nasabah akan produk, promosi juga ikut mempengaruhi nasabah untuk membeli dan menggunakan produk tersebut. <sup>10</sup>	1. Periklanan 2. Promosi Penjualan 3. Penjualan Pribadi 4. Publisitas	Ordinal
3	Pengetahuan (X <sub>2</sub> )	Pengetahuan adalah informasi yang telah dikombinasikan	1. Pengetahuan Produk 2. Pengetahuan Pembelian	Ordinal

<sup>9</sup>Abdur Rahman Saleh, *Op. Cit.*, hlm. 74.

<sup>10</sup>Herry Susanto dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), hlm. 46.



		dengan pemahaman dan potensi untuk menindaki yang lantak melekat di benak seseorang. <sup>11</sup>	3. Pengetahuan Pemakaian	
4	Pelayanan (X <sub>3</sub> )	Pelayanan merupakan kegiatan pemberian jasa dari suatu pihak kepada pihak lainnya. <sup>12</sup>	1. Bukti fisik 2. Empati 3. Reabilitas 4. Daya tanggap 5. Jaminan	Ordinal

### E. Rumusan Masalah

1. Apakah promosi berpengaruh terhadap minat pedagang Pasar Lama Panyabungan menggunakan jasa bank syariah?
2. Apakah pengetahuan berpengaruh terhadap minat pedagang Pasar Lama Panyabungan menggunakan jasa bank syariah?
3. Apakah pelayanan berpengaruh terhadap minat pedagang Pasar Lama Panyabungan menggunakan jasa bank syariah?
4. Apakah promosi, pengetahuan dan pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap minat pedagang Pasar Lama Panyabungan menggunakan jasa bank syariah?

### F. Tujuan Penelitian.

1. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap minat pedagang menggunakan jasa bank syariah di Pasar Lama Panyabungan.

<sup>11</sup>*Ibid.*, hlm. 64.

<sup>12</sup>Malayu S.P Hasibuan, *Dasar-dasar Perbankan*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2009), hlm. 152.

2. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan terhadap minat pedagang menggunakan jasa bank syariah di Pasar Lama Panyabungan.
3. Untuk mengetahui pelayanan berpengaruh terhadap minat pedagang menggunakan jasa bank syariah di Pasar Lama Panyabungan.
4. Untuk mengetahui pengaruh promosi, pengetahuan dan pelayanan secara simultan terhadap minat pedagang menggunakan jasa bank syariah.

#### **G. Kegunaan Penelitian**

##### 1. Bagi Peneliti

Menambah pemahaman dan wawasan terutama mengenai lembaga keuangan syariah serta dapat mengetahui pengaruh promosi, pengetahuan dan pelayanan, terhadap minat pedagang di Pasar Lama Panyabungan.

##### 2. Bagi Pedagang di Pasar Lama Panyabungan

Dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan oleh praktisi perbankan syariah, khususnya berkaitan dengan minat pedagang menggunakan jasa bank syariah.

##### 3. Bagi IAIN Padangsidimpuan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan mahasiswa mengenai pengaruh promosi, pengetahuan dan pelayanan terhadap minat pedagang menggunakan jasa bank syariah maupun sebagai tambahan referensi bagi mahasiswa yang dapat dijadikan mahasiswa untuk mengadakan suatu penelitian dimasa yang akan datang.

#### 4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dengan adanya hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber tambahan informasi dan pengetahuan untuk lebih memahami minat pedagang menggunakan jasa bank syariah di Pasar Lama Panyabungan.

#### 5. Bagi Bank Syariah

Penelitian ini dilakukan sebagai masukan dan bahan evaluasi dalam meningkatkan minat pedagang dalam menggunakan jasa bank syariah.

### **H. Sistematika Pembahasan**

Untuk mempermudah penelitian ini sesuai dengan permasalahan yang ada maka peneliti menggunakan sistematika pembahasan menjadi lima bab, masing-masing bab terdiri dari beberapa sub bab dengan rincian sebagai berikut:

Bab I pendahuluan, yang didalamnya berisikan latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, definisi operasional variabel, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika pembahasan. Secara umum, seluruh sub bahasan yang ada dalam pendahuluan ini membahas tentang hal yang melatarbelakangi masalah yang diteliti. Masalah yang muncul akan diidentifikasi kemudian memilih beberapa poin untuk batasan masalah dari identifikasi masalah yang telah ada. Batasan masalah yang ditentukan akan membahas mengenai definisi, indikator serta skala pengukuran yang berkaitan dengan variabel. Kemudian dari identifikasi dan batasan masalah yang telah ada, akan dirumuskan sesuai dengan tujuan dari penelitian tersebut yang

nantinya penelitian ini akan berguna bagi peneliti, perguruan tinggi dan lembaga terkait.

Bab II landasan teori, yang didalamnya berisikan kerangka teori, penelitian terdahulu, kerangka pikir dan hipotesis. Secara umum, seluruh sub bahasan ini adalah yang ada dalam landasan teori yang membahas tentang penjelasan-penjelasan mengenai variabel dalam penelitian secara teori yang dijelaskan dalam kerangka teori. Kemudian teori yang berkaitan dengan variabel penelitian tersebut akan dibandingkan dengan pengaplikasiannya sehingga akan terlihat jelas masalah yang terjadi. Setelah itu, penelitian ini akan dilihat dan akan dibanding dengan penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan variabel yang sama. Teori yang ada tentang variabel penelitian akan digambarkan bagaimana pengaruhnya terhadap antar variabel yang dibuat dalam bentuk kerangka pikir dan dibuat dalam hipotesis yang merupakan jawaban sementara tentang penelitian.

Bab III metodologi penelitian, yang didalamnya berisikan lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, sumber data, teknik pengumpulan data, dan analisis data. Secara umum, seluruh sub bahasan dalam metodologi penelitian membahas tentang lokasi dan waktu penelitian dan jenis penelitian. Selain itu, akan ditentukan populasi ataupun yang berkaitan dengan seluruh kelompok orang, peristiwa atau benda yang menjadi pusat perhatian peneliti untuk diteliti dan memilih beberapa atau seluruh populasi sebagai sampel dalam penelitian. Data yang dibutuhkan akan dikumpulkan guna memperlancar pelaksanaan penelitian. Setelah data terkumpul maka akan

dilanjutkan dengan melakukan analisis data sesuai dengan berbagai uji yang diperlukan dalam penelitian ini.

Bab IV hasil penelitian, yang didalamnya berisikan sejarah Pasar Lama Panyabungan, deskriptif dan data penelitian, hasil penelitian, pembahasan penelitian dan keterbatasan penelitian. Secara umum, seluruh sub bahasan yang ada dalam penelitian ini adalah membahas tentang hasil penelitian. Mulai dari pendeskripsian data yang akan diteliti secara rinci, kemudian melakukan analisis data menggunakan teknik analisis data yang sudah dicantumkan dalam bab III sehingga diperoleh hasil yang telah diperoleh.

Bab V penutup, yang didalamnya berisikan 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. Hal ini merupakan akhir dari penelitian dengan membuat kesimpulan dari hasil penelitian.



## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Kerangka Teori

##### 1. Minat Pedagang

###### a. Pengertian Minat

Minat seseorang tumbuh karena suatu motif berdasarkan atribut-atribut sesuai dengan keinginan dalam menggunakan suatu pelayanan jasa, berdasarkan hal tersebut maka analisa mengenai bagaimana proses minat dari dalam diri seseorang sangat penting dilakukan.<sup>1</sup> Secara sederhana minat dapat diartikan sebagai kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, menurut Abdul Rahman Saleh minat merupakan suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan tindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang.<sup>2</sup>

Jadi, dari defenisi di atas dapat disimpulkan bahwa minat adalah segala sesuatu yang berasal dari dalam diri seseorang untuk memperoleh benda yang diminati tanpa ada unsur paksaan dari pihak mana pun.

Ada beberapa ciri-ciri seseorang menunjukkan minat terhadap suatu produk atau jasa, dapat dilihat:<sup>3</sup>

- 1) Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.

---

<sup>1</sup>Dedy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2013), hlm. 381.

<sup>2</sup>Abdul Rahman Saleh dan Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Kencana, 2004), hlm. 74.

<sup>3</sup>*Ibid.*, hlm. 80.

- 2) Minat refrensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain. Konsumen memiliki minat besar terhadap suatu produk atau jasa akan menceritakan hal yang positif.
- 3) Minat prefensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki prefensi utama pada produk tersebut.
- 4) Minat eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

#### **b. Faktor-Faktor Timbulnya Minat**

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi secara umum adalah:<sup>4</sup>

##### 1) Faktor Budaya

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

##### 2) Faktor Sosial

Kelompok acuan yang terdiri dari semua kelompok yang mempunyai pengaruh langsung atau tidak langsung.

##### 3) Faktor Pribadi

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

---

<sup>4</sup>Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana Pradana Media Group, 2004), hlm. 54.

#### 4) Faktor Psikologi

Kepercayaan dan sikap pendirian, suatu kepercayaan adalah fikiran deskriptif yang dianut seseorang mengenai suatu hal. Suatu pendirian adalah evaluasi kognitif yang menguntungkan, perasaan emosional, dan kecenderungan tindakan yang mapan dari seseorang terhadap suatu objek.

#### c. Pedagang

Pedagang adalah orang yang melakukan perdagangan, memperjual belikan barang yang tidak diproduksi sendiri, untuk memperoleh suatu keuntungan. Menurut Damsar “Pedagang adalah orang atau institusi yang memperjual produk atau barang kepada konsumen baik langsung maupun tidak langsung”.<sup>5</sup> Dapat disimpulkan bahwa minat pedagang yaitu suatu keadaan dimana pedagang mempunyai perhatian terhadap benda maupun sesuatu yang didorong oleh keinginannya sendiri untuk memenuhi kebutuhannya.

#### d. Perdagangan dalam Islam

Dalam ekonomi Islam, ada satu titik awal yang benar-benar harus diperhatikan, akidah dalam ekonomi Islam sesungguhnya bermula yang bersumber dari syariatnya, Al-Qur'an dan As-sunnah. Pada zaman Rasulullah SAW, perdagangan yang dilakukan selalu didasarkan pada prinsip kebebasan. Artinya kebebasan tersebut dilakukan oleh pihak-pihak yang bersangkutan yaitu antara penjual dan pembeli (dimana tidak

---

<sup>5</sup>Damsar, *Sosiologi Ekonomi*, (Yogyakarta: Raja Grafindo Persada, 1997), hlm. 106.

ada jual beli paksa). Prinsip dasar perdagangan Islam adalah adanya unsur kebebasan dalam melakukan transaksi dengan mengindahkan keridhaan dan melarang pemaksaan.<sup>6</sup>

Jadi, dapat disimpulkan bahwa perdagangan dalam Islam adalah perdagangan yang didalamnya menggunakan landasan hukum syariat, prinsip perdagangan Islam adalah harus adanya unsur kebebasan dalam melakukan transaksi dengan keridhaan dan keikhlasan, bukan dari unsur pemaksaan.

## **2. Jasa Bank Syariah**

### **a. Pengertian Jasa Bank**

Jasa bank adalah suatu aktivitas yang dilakukan oleh pihak bank untuk membantu seseorang dan beberapa orang sehingga mendapatkan imbalan dari jasa dimaksud.<sup>7</sup> Bank selain untuk menghimpun dan menyalurkan dana kepada masyarakat, perbankan menyediakan fasilitas-fasilitas lainnya. Semakin lengkap jasa bank yang diberikan, semakin baik.

Dalam prakteknya perbankan syariah menawarkan jasa-jasa tersebut dengan beragam jenis akad yang dapat digunakan, diantaranya:<sup>8</sup>

---

<sup>6</sup>Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah: Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Kencana, 2013), hlm. 213.

<sup>7</sup>Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2010), hlm. 29.

<sup>8</sup>Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 226-

1) *Al-Wakalah* (Amanat)

*Wakalah* artinya penyerahan atau pendelegasian atau pemberian mandat dari satu pihak kepada pihak lain. Mandat ini harus dilakukan sesuai dengan yang telah disepakatii oleh sipemberi madat.

2) *Al-Kafalah* (Garansi)

*Al-Kafalah* merupakan jaminan yang diberikan penanggung kepada pihak ketiga untuk memenuhi kewajiban pihak kedua atau yang ditanggung. Dapat pula diartikan sebagai pengalihan tanggung jawab dari satu pihak kepada pihak lain. Dalam dunia perbankan dapat dilakukan dalam hal pembiayaan dengan jaminan seseorang.

3) *AL-Hawalah*

*AL-Hawalah* merupakan pengalihan utang dari orang yang berutang kepada orang lain yang wajib menanggungnya. Atau dengan kata lain pemindahan beban utang dari satu pihak kepada lain pihak. Dalm dunia keuangan atau perbankan dikenal dengan kegiatan anjak piutang atau *factoring*.

4) *Ar-Rahn* (Gadai)

*Ar-Rahn* merupakan kegiatan menahan salah satu harta milik si peminjam sebagai jaminan atau pinjaman yang diterimanya. Kegiatan seperti ini dilakukan seperti jaminan utang atau gadai.

### 3. Promosi

#### a. Pengertian Promosi

Promosi merupakan kegiatan-kegiatan yang aktif dilakukan perusahaan untuk mendorong konsumen membeli produk yang ditawarkan. Promosi juga dikatakan sebagai proses berlanjuti karena dapat menimbulkan rangkaian kegiatan perusahaan yang selanjutnya.<sup>9</sup> Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan konsumennya. Salah satu tujuan promosi adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon konsumen yang baru. Paling tidak ada empat macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh setiap perusahaan dalam mempromosikan baik produk maupun jasanya antara lain: (1) Periklanan (*advertising*), (2) Promosi Penjualan (*sales promotion*), (3) Penjualan pribadi (*personal selling*), (4) Publisitas (*publicity*).<sup>10</sup>

Secara garis besar keempat macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh perbankan adalah sebagai berikut:<sup>11</sup>

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

<sup>9</sup>M. Puad, dkk, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000), hlm.

<sup>10</sup>Kasmir, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta: Kencana, 2012), hlm. 59.

<sup>11</sup>Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 156.

- 2) Promosi penjualan (*sales promotion*), merupakan promosi yang digunakan untuk meningkatkan penjualan melalui potongan harga atau hadiah pada waktu tertentu terhadap barang-barang tertentu pula.
- 3) Publisitas (*Publicity*), merupakan promosi yang dilakukan untuk meningkatkan citra bank didepan para calon nasabah atau nasabahnya melalui kegiatan sphonsorship terhadap suatu kegiatan amal atau sosial atau olahraga.
- 4) Penjualan pribadi (*personal selling*), merupakan promosi yang dilakukan melalui pribadi-pribadi karyawan bank dalam melayani serta ikut memengaruhi nasabah.

#### **b. Tujuan Promosi**

Tujuan penggunaan dan pemilihan media iklan tergantung dari tujuan bank. Tiap-tiap media mempunyai tujuan yang berbeda. Sedikitnya ada empat macam tujuan penggunaan iklan sebagai media promosi, yaitu:<sup>12</sup>

- 1) Untuk pemberitahuan tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan produk dan jasa bank yang dimiliki ole suatu bank. Seperti peluncuran produk baru, manfaat produk, atau di mana dapat diperoleh, keuntungan dan kelebihan suatu produk, atau informasi lainnya. Iklan juga bertujuan untuk memberitahukan tentang pembukaan cabang baru, atau penggunaan teknologi baru.

---

<sup>12</sup>*Ibid.*, hlm. 157-158.



- 2) Untuk mengingatkan kembali kepada nasabah tentang keberadaan atau keunggulan jasa bank yang ditawarkan. Biasanya karena banyak saingan yang masuk sehingga perlu diingatkan agar nasabah kita tidak beralih ke bank lain.
- 3) Untuk menarik perhatian dan minat para nasabaah baru dengan harapan akan memperoleh daya tarik dari para calon nasabah. Diharapkan mereka mencoba untuk membeli atau menggunakan produk yang ditawarkan atau paling tidak mereka sudah mengerti tentang kehadiran produk.
- 4) Mempengaruhi nasabah saingan agar berpindah ke bank yang mengiklankan. Dalam hal ini sasarannya adalah nasabah yang sudah mengerti dan sudah menjadi nasabah kita. Diharapkan nasabah bank lain juga ikut terpengaruh dengan peringatan kita.
- 5) Membangun citra perusahaan untuk jangka panjang, baik untuk produk yang dihasilkan maupun nama perusahaan.

### **c. Promosi dalam Islam**

Promosi dalam Islam adalah suatu aktifitas yang dilakukan oleh produsen, baik secara langsung maupun tidak, untuk memperkenalkan produknya kepada konsumen melalui beragam media dengan tujuan meningkatkan permintaan atas produknya yang didalamnya tidak mengandung *maysir*, *qimar* dan *qharar*.<sup>13</sup> Dalam pandangan Islam disebut bahwa, dalam pasar syariah, bisnis yang disertai keikhlasan

---

<sup>13</sup>Herry Susanto, dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013). hlm. 73.

semata-mata untuk mencari keridhohan Allah maka seluruh bentuk bertransaksi Insya Allah menjadi ibadah dihadapan Allah SWT. Ini akan menjadi bibit dan model besar baginya untuk menjadi bisnis yang besar, memiliki *spiritual brand*, kharisma, keunggulan, dan keunikan yang tak tertandingi.<sup>14</sup> Sebagaimana firman Allah SWT dalam Al-Qur'an surah An-Nisaa ayat 29:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ  
بِالْبَطْلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا  
تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perniagaan yang berlaku antara dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh Allah Maha Penyayang kepadamu”.

Pada QS. An-Nisaa diatas dijelaskan “kecuali dalam perdagangan suka sama suka diantara kamu”. Maksudnya, janganlah kamu melakukan praktik-praktik yang diharamkan dalam memperoleh harta kekayaan, namun harus melalui perdagangan yang disyariatkan dan bersasarkan kerelaan antara penjual dengan pembeli. Kerjakan perdagangan yang demikian dan jadikanlah sebagai sarana untuk memperoleh harta kekayaan.<sup>15</sup>

<sup>14</sup>Kasmir, *Op. Cit.*, hlm. 48.

<sup>15</sup>Muhammad Nasib Ar-rifa'I, *Ringkasan Tafsir Ibnu Katsir Jilid 1*, (Jakarta: Gema Insani Perss, 1999), hlm. 693-694.

## 4. Pengetahuan

### a. Pengertian Pengetahuan

Pengetahuan adalah informasi yang telah dikombinasikan dengan pemahaman dan potensi untuk menindaki yang lantas melekat di benak seseorang.<sup>16</sup> Menurut Sunyoto Purwanto pengetahuan adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa, serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen.

### b. Jenis-jenis Pengetahuan

Menurut Engel, Blackwell, dan Miniard membagi pengetahuan ke dalam tiga macam, yaitu:<sup>17</sup>

- 1) Pengetahuan Produk
  - a) Kategori produk
  - b) Merek
  - c) Terminology produk
  - d) Atribut atau fitur produk
  - e) Harga produk
  - f) Kepercayaan produk
- 2) Pengetahuan Pembelian
  - a) Pengetahuan tentang toko
  - b) Lokasi produk didalam toko

---

<sup>16</sup>Herry Susanto dan Khaerul Umam, *Op.Cit.*, hlm.64.

<sup>17</sup>Agustina Shinta, *Manajemen Pemasaran*, (Malang: UB Press, 2011), hlm. 46-47.

c) Penempatan produk yang sebenarnya didalam toko

### 3) Pengetahuan Pemakaian

Konsumen mengetahui manfaat dalam produk.

## 5. Pelayanan

### a. Pengertian Pelayanan

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. Pelayanan adalah kegiatan pemberian jasa dari suatu pihak kepada pihak lainnya. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah, adil, cepat, tepat dan dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya.<sup>18</sup>

Hasil kajian empiris tentang persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa berfokus pada lima dimensi. Adalah sebagai berikut:<sup>19</sup>

#### 1) Bukti fisik (*tangible*)

Artinya, jasa yang berkualitas dilihat dari fasilitas fisik seperti gedung kantor, ruangan, pakaian dan penampilan petugas karyawan, lokasi pelayanan serta fasilitas kantor.

#### 2) Empati (*empathy*)

Artinya, jasa yang berkualitas mencakup kemudahan komunikasi dan pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan, seperti sikap, kewajaran

---

<sup>18</sup>Malayu S.P Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009), hlm. 152.

<sup>19</sup>Kasmir, *Op.Cit.*, hlm. 194.

yang ditawarkan, kesediaan membantu nasabah, menanggapi setiap permintaan nasabah, kesopanan karyawan, perhatian kepada kepentingan dan kebutuhan nasabah.

3) *Reliability* (keandalan)

Artinya, jasa yang berkualitas meliputi kepercayaan kepada institusi akurasi catatan nasabah dan kepercayaan nasabah kepada karyawan.

4) Daya tanggap (*responsiveness*)

Artinya, jasa yang berkualitas mencakup kecepatan layanan karyawan dan dukungan institusi pada karyawan.

5) Jaminan (*assurance*)

Artinya, jasa yang berkualitas mencakup janji institusi kepada pelanggan, penetapan waktu pemberian jasa, keamanan bertransaksi, penetapan waktu operasi, dan kepastian jasa yang diberikan.

**b. Ciri-Ciri Pelayanan yang Baik**

Dalam melayani nasabah hal-hal yang perlu diperhatikan adalah kepuasan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan. Puas artinya nasabah akan merasa semua keinginan dan kebutuhannya dapat dilakukan secara tepat waktu. Berikut ini ciri-ciri pelayanan yang baik sebagai berikut:<sup>20</sup>

- 1) Tersedia sarana dan prasarana yang baik.
- 2) Tersedia personil yang baik.
- 3) Bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga selesai.

---

<sup>20</sup>Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Rajawali, 2008), hlm. 232-234.

- 4) Mampu melayani secara cepat dan tepat.
- 5) Mampu berkomunikasi.
- 6) Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi.
- 7) Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik.
- 8) Berusaha memahami kebutuhan nasabah.
- 9) Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah.

## B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan acuan yang peneliti gunakan dalam melakukan penelitian. Penelitian terdahulu dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Penelitian terdahulu adalah kajian terhadap teori-teori hasil penelitian. Kajian terhadap teori atau hasil studi terdahulu difokuskan pada konsep utama yang digunakan. Konsep utama dalam hal ini adalah variabel dependennya. Untuk memperkuat penelitian ini, maka peneliti mengambil beberapa penelitian terdahulu. Dapat dijelaskan pada tabel dibawah berikut:

**Tabel II.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Raihana Daulay	Pengaruh kualitas pelayanan, pengetahuan dan kepuasan terhadap keputusan menabung di bank mandiri syariah kota medan	Kualitas pelayanan dan bagi hasil berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah menabung
2	Zulkifli	Pengaruh promosi dan kualitas terhadap pengambilan keputusan memilih jasa perbankan syariah (Studi kasus	Promosi terhadap pengambilan keputusan berpengaruh positif terhadap memilih jasa

		pasar makmur binjai)	perbankan syariah. kualitas berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan memilih jasa bank syariah.
3	Musliana Ratnasari	Pengaruh pengetahuan, pelayanan dan citra produk terhadap keputusan memilih produk pembiayaan murabahah rakyat syariah di Yogyakarta.	Kualitas pelayanan dan pengetahuan berpengaruh positif terhadap keputusan memilih produk pembiayaan murabahah rakyat syariah di Yogyakarta. citra produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih produk pembiayaan rakyat syariah. secara simultan pengetahuan, pelayanan dan citra produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan memilih produk pembiayaan murabahah rakyat syariah di Yogyakarta
4	Riska Rahmadani	Pengaruh lokasi dan pelayanan terhadap minat nasabah untuk menabung di BMT sumber mulia tuntang	Lokasi berpengaruh positif terhadap minat nasabah untuk menabung di BMT sumber mulia tuntang. Kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di BMT sumber mulia tuntang
5	Latief	Pengaruh kualitas pelayanan, promosi dan komitmen terhadap loyalitas nasabah (studi	Kualitas pelayanan berpengaruh negatif, kepercayaan dan komitmen berpengaruh



		kasus BPR Bank Pasar Kendal)	positif terhadap nasabah. variabel berpengaruh simultan.	signifikan loyalitas Semua bebas secara
--	--	------------------------------	--	---

Adapun persamaan dan perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian terdahulu dapat dijelaskan sebagai berikut: Persamaan penelitian ini dengan penelitian Raihana Daulay terdapat pada variabel independen yang digunakan yaitu pelayanan dan pengetahuan. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian Raihana Daulay yaitu pada Pelayanan, pengetahuan dan kepuasan terhadap keputusan menabung. Melakukan penelitian pada Bank Syariah Mandiri.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian Zulkifli terdapat pada variabel independen yang digunakan yaitu promosi. Sedangkan perbedaannya pada penelitian ini menggunakan variabel independen promosi, pengetahuan, dan pelayanan dan pada penelitian Zulkifli menggunakan 2 variabel independen promosi dan kualitas, melakukan penelitian pada Pasar Makmur Binjai, sedangkan peneliti melakukan penelitian pada Pedagang Pasar Lama Panyabungan.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian Musliana Ratnasari terdapat pada beberapa variabel independen yaitu pengetahuan dan pelayanan. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian Musliana Ratnasari yaitu pada variabel independen yang digunakan yaitu citra produk. Melakukan penelitian pada rakyat syariah di Yogyakarta sedangkan peneliti melakukan penelitian pada pedagang Pasar Lama Panyabungan.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian Riska Rahmadani terdapat pada beberapa variabel independen yang digunakan yaitu promosi dan pelayanan. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian Riska Rahmadani yaitu melakukan penelitian pada BMT sumber mulia tuntang sedangkan peneliti melakukan penelitian pada pedagang Pasar Lama Panyabungan.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian Latief terdapat pada variabel independen yaitu pelayanan dan promosi. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian Latief yaitu pada variabel dependen loyalitas, melakukan penelitian pada BPR Bank Pasar Kendal.

### **C. Kerangka Pikir**

Kerangka pikir merupakan sintesa tentang hubungan antara variabel yang disusun dari berbagai teori yang di deskripsikan. Berdasarkan teori-teori yang telah dideskripsikan tersebut, selanjutnya dianalisis secara kritis dan sistematis, sehingga menghasilkan sintesa tentang hubungan antar variabel yang diteliti. Sintesa tentang hubungan variabel tersebut, selanjutnya digunakan untuk merumuskan hipotesis.<sup>21</sup> Promosi merupakan menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah. Semakin besar promosi yang ditawarkan bank kepada kepada nasabah maka akan semakin besar pula minat nasabah menggunakan jasa bank syariah.

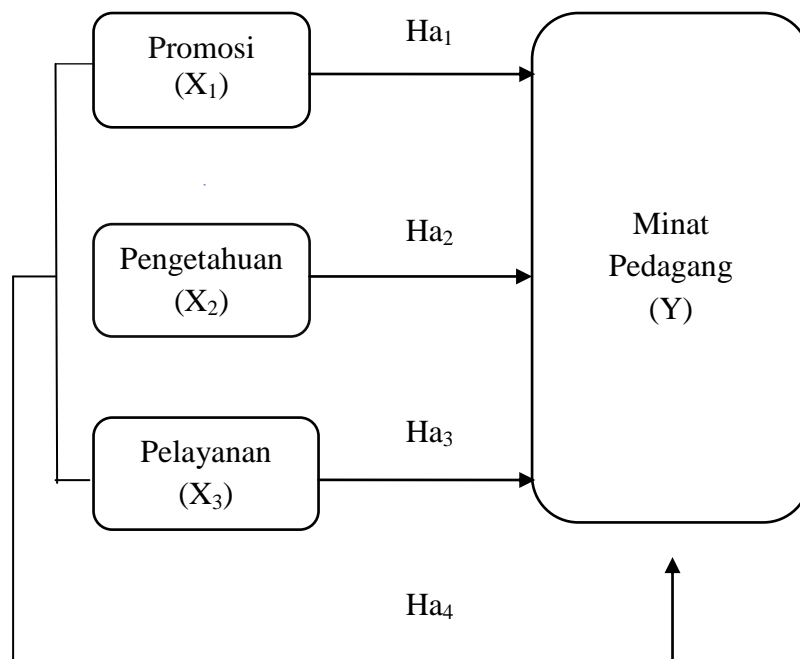
Pengetahuan merupakan suatu perubahan dalam perilaku individu yang berasal dari pengalaman dan informasi yang telah dikombinasikan dengan

---

<sup>21</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2005), hlm. 89.

pemahaman dan potensi untuk menindaki yang lintas di benak seseorang. Semakin tinggi pengetahuan seseorang dalam bank syariah maka semakin besar pula nasabah yang memahami untuk menggunakan jasa bank syariah.

Pelayanan merupakan kegiatan pemberian jasa dari suatu pihak kepada pihak lainnya. Semakin baik pelayanan yang diberikan bank syariah kepada masyarakat maka semakin mudah nasabah menggunakan jasa bank syariah.



#### D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap masalah rumusan penelitian. Oleh karena itu rumusan masalah penelitian dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan oleh fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.<sup>22</sup>

<sup>22</sup>*Ibid.*, hlm. 93.

Jadi dapat disimpulkan bahwa hipotesis adalah jawaban sementara terhadap suatu pertanyaan yang perlu diuji kebenarannya. Berdasarkan kerangka pikir diatas maka hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah:

H<sub>a1</sub>: Promosi berpengaruh terhadap minat pedagang menggunakan jasa bank syariah di Pasar Lama Panyabungan.

H<sub>a2</sub>: Pengetahuan berpengaruh terhadap minat pedagang menggunakan jasa bank syariah di Pasar Lama Panyabungan.

H<sub>a3</sub>: Pelayanan berpengaruh terhadap minat pedagang menggunakan jasa bank syariah di Pasar Lama Panyabungan.

H<sub>a4</sub>: Promosi, pengetahuan, dan pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap minat pedagang menggunakan jasa bank syariah di Pasar Lama Panyabungan.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

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

Penelitian ini berlokasi di Pasar Lama Panyabungan, Kecamatan Panyabungan, Kabupaten Mandailing Natal. Adapun waktu penelitian ini dilakukan pada bulan Juli 2019 sampai dengan Januari 2020.

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

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif yang diartikan sebagai metode penelitian yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu.<sup>1</sup>

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

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

Menurut Maman Abdurrahman dan Sambas Ali Muhidin. Populasi adalah keseluruhan elemen, atau unit penelitian, atau unit analisis yang penelitian atau menjadi perhatian dalam suatu penelitian (pengalaman).<sup>2</sup> Adapun populasi dari penelitian ini sebanyak 159 pedagang yang berada di Pasar Lama Panyabungan.

##### **2. Sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut. Pengambilan sampel dilakukan dengan pertimbangan bahwa populasi yang ada sangat besar jumlahnya. Sehingga tidak

---

<sup>1</sup>Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 14.

<sup>2</sup>Maman Adurrahman & Sambas Ali Muhidin, *Panduan Praktisi Memahami Penelitian* (Bandung: Pustaka Setia, 2011), hlm.119.

memungkinkan meneliti populasi yang ada. Sehingga dibentuk sebuah perwakilan populasi.<sup>3</sup> Dalam penelitian ini peneliti menggunakan rumus Slovin, adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

Keterangan:

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

N = Besaran sampel

e = *error level* (tingkat kesalahan)

Sehingga jumlah sampel yang diperoleh dengan ketentuan yang digunakan e = 10% adalah:<sup>4</sup>

$$\frac{159}{1 + (159 \times 0,1)^2} = \frac{159}{1 + (159 \times 0,01)}$$

n = 61,38 dibulatkan menjadi 62

Sehingga jumlah sampel minimal 62 responden.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *convenience* sampling yaitu sampel dengan pertimbangan kemudahan merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kemudahan saja. Seseorang diambil sebagai sampel karena kebutuhan orang tadi ada disitu atau kebetulan dia mengenal orang tersebut. Secara kebetulan, atau siapa saja yang kebetulan bertemu

---

<sup>3</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 116.

<sup>4</sup>Juliansyah Noor, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup. 2012), hlm.

dengan peneliti yang dianggap cocok dengan karakteristik sampel yang ditentukanakan dijadikan sampel.

#### **D. Sumber Data**

Jenis data yang dipakai yaitu data primer adalah sumber data yang langsung yang memberikan data kepada pengumpul data. Maka dapat disimpulkan bahwa data primer adalah data yang didapat sendiri dan merupakan data yang tidak dapat diperoleh dari siapapun kecuali dengan meneliti sendiri.<sup>5</sup> Dalam penelitian ini yang menjadi data primer yaitu melalui survei dengan cara membagikan angket kepada pedagang di Pasar Lama Panyabungan.

Data sekunder yaitu data yang diperoleh melalui teknik dokumentasi, buku-buku referensi, maupun arsip serta catatan-catatan yang ada dalam perusahaan. Dalam penelitian ini yang menjadi data skunder yaitu melalui teknik dokumentasi.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Instrumen adalah alat yang digunakan untuk mengumpulkan data, jadi semua alat yang bisa mendukung suatu penelitian untuk mendapatkan hasil berupa data. Adapun instrument yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup>Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisni*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013), hlm. 49.

<sup>6</sup>Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu pendekatanPraktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), hlm 84.

## 1. Angket (kuesioner)

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.<sup>7</sup> Angket adalah suatu daftar yang berisikan rangkaian pertanyaan mengenai sesuatu masalah atau bidang yang akan diteliti. Kuesioner yang dipakai disini adalah model tertutup karena jawaban telah disediakan dan pengukurannya merupakan skala *likert*, skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan lima alternatif jawaban dalam suatu daftar pertanyaan, responden diminta untuk memilih salah satu alternatif jawaban yang telah disediakan sebagai berikut:

**Tabel III.1**  
**Penetapan Skor Alternatif Atas Jawaban Kuesioner**

Katagori Jawaban	Pernyataan	
	Positif (+)	Negatif (-)
Sangat Setuju (SS)	5	1
Setuju (S)	4	2
Ragu-ragu (RR)	3	3
Tidak Setuju (TS)	2	4
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

Angket yang dibuat dalam penelitian ini yaitu tentang minat pedagang, promosi, pengetahuan dan pelayanan yang akan disebarkan kepada responden. Adapun indikator angketnya adalah sebagai berikut:

---

<sup>7</sup>Sugiyono, *Op.Cit.*, hlm. 199.



**Tabel III.2**  
**Kisi-kisi angket**

No	Variabel	Indikator	Nomor Pertanyaan	
			Positif (+)	Negatif (-)
1	Minat Pedagang	1. Minat Transaksional	1,2	
		2. Minat Refsensial	3,4	
		3. Minat Prefensial	5	6
		4. minat Eksploratif	7	8
2	Promosi	1. Periklanan	1	2
		2. Promosi Penjualan	3,4	
		3. Penjualan Pribadi	5,6	
		4. Publisitas	7,8	
3	Pengetahuan	1. Pengetahuan Produk	1,2	
		2. Pengetahuan Pembelian	3	4
		3. Pengetahuan Pemakaian	5,6	
4	Pelayanan	1. Bukti Fisik	1	2
		2. Empati	3,4	
		3. Reabilitas	5,6	
		4. Daya Tanggap	7,8	
		5. Jaminan	9,10	

## 2. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data, apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan masalah yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden lebih mendalam. Wawancara dapat dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur, dan dapat dilakukan melalui tatap muka maupun menggunakan telepon.<sup>8</sup> Adapun yang diwawancara dalam penelitian ini

---

<sup>8</sup>*Ibid.*, hlm. 194.

adalah dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan kepada pedagang di Pasar Lama Panyabungan mengenai promosi, pengetahuan, dan pelayanan yang dilakukan bank syariah.

### **3. Dokumentasi**

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang digunakan dalam metode penelitian sosial untuk menelusuri data historis. Sebagian besar data yang tersedia terbentuk surat, catatan, kenangan-kenangan, dan laporan. Sifat dari data-data tersebut tidak terbatas pada ruang dan waktu sehingga memberi peluang kepada peneliti untuk mengetahui hal-hal yang baru.<sup>9</sup>

## **F. Teknik Analisis Data**

Setelah data terkumpul dari hasil pengumpulan data, maka akan dilakukan analisis data. Adapun metode analisis data yang digunakan adalah dengan bantuan SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 23 sebagai alat hitung. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

### **1. Uji Validitas**

Validitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur benar-benar mengukur apa yang akan diukur. Suatu skala pengukuran disebut valid apabila ia melakukan apa yang seharusnya diukur. Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner yang harus diganti karena dianggap tidak relevan.

---

<sup>9</sup>Elvinaro Ardianto, *Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*, (Jatinagor: 2010), hlm. 167.

Uji yang validitas yang digunakan pada penelitian ini dengan menggunakan *korelasi person product moment* dengan aplikasi SPSS versi 23 yaitu jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka instrument penelitian tersebut dinyatakan valid. Dalam penentuan layak atau tidaknya suatu item yang akan digunakan, biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 10% artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total.<sup>10</sup>

## 2. Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui konsistensi dari instrumen sebagai alat ukur, sehingga hasil pengukuran dapat dipercaya apabila telah diuji beberapa kali dengan subjek yang sama dan hasil yang diperoleh tetap sama pula. Pada penelitian ini menggunakan metode *Alpha (Cronbach's)*.

Suatu instrumen pengumpulan data dikatakan reliabel jika pengukurannya konsisten dan akurat. Jadi, uji reliabilitas instrumen sebagai alat ukur sehingga hasil pengukuran dapat dipercaya. Untuk menguji reliabilitas instrumen dalam penelitian ini dengan koefisien Alfa ( $\alpha$ ) dari *Cronbachis Alpha*. Jika nilai *Cronbachis Alpha*  $> 0,60$  maka pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah “*reliabel*”. Jika nilai *Cronbachis Alpha*  $< 0,60$  maka pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah “*tidak reliabel*”.<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup>Sugiyono, *Op.Cit.*, hlm. 455.

<sup>11</sup>*Ibid.*, hlm. 456.

## G. Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

### 1. Uji Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan proses pengolahan data untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui sampel atau populasi. Metode ini bertujuan untuk mengetahui gambaran variabel penelitian yaitu promosi ( $X_1$ ), pengetahuan ( $X_2$ ) dan pelayanan ( $X_3$ ) terhadap minat pedagang menggunakan jasa bank syariah di Pasar Lama Panyabungan ( $Y$ ). Analisis deskriptif meliputi penyajian data *maximum*, *minimum* dan rata-rata.<sup>12</sup> Hal ini perlu dilakukan untuk melihat gambaran keseluruhan dari sampel yang berhasil dikumpulkan dan untuk dijadikan sampel penelitian.

### 2. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, likert, interval dan rasio. Dalam penelitian ini digunakan uji *one sample kolmogrov-smirnov* yaitu uji yang digunakan untuk mengetahui kenormalan distribusi beberapa data. Kriteria pengujiannya sebagai berikut:<sup>13</sup>

- a. Nilai sig > 0,1. Maka  $H_0$  normal.
- b. Nilai sig < 0,1. Maka  $H_0$  tidak normal.

---

<sup>12</sup>*Ibid.*, hlm. 206.

<sup>13</sup>Syofian Siregar, *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010), hlm. 245.

### 3. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Adapun dasar pengambilan keputusannya yaitu:<sup>14</sup>

- a. Jika nilai signifikan  $< 0,1$  maka dapat dikatakan mempunyai hubungan yang linear.
- b. Jika nilai signifikan  $> 0,1$  maka dapat dikatakan tidak mempunyai hubungan yang linear.

### 4. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk melihat apakah model regresi untuk peramalan memenuhi asumsi-asumsi dalam regresi berganda. Tahap pengujian yang dilakukan adalah uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, uji autokorelasi antara variabel independen dalam model regresi. Hasil uji tersebut maka dijelaskan dibawah ini:

#### a) Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas adalah untuk melihat adanya hubungan linear yang sempurna atau pasti diantaranya beberapa atau semua variabel penjelas (bebas) dari regresi berganda. Yang berarti untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu regresi linear berganda.<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup>Dwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS* (Yogyakarta: Mediakom, 2008), hlm. 36.

<sup>15</sup>Dwi Priyanto, *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis* (Yogyakarta: CV, Andi Offset, 2014), hlm. 82.

Kriteria menguji terjadinya multikolinieritas yaitu:

- 1) Melihat nilai *tolerance*, jika nilai *tolerance*  $> 0,10$  maka artinya tidak terjadi multikolinieritas terhadap data yang di uji. Sebaliknya jika nilai *tolerance*  $< 0,10$  maka artinya terjadi multikolinieritas.
- 2) Melihat dari nilai VIF (*Variance Inflation Factor*), jika nilai VIF  $< 10,00$  maka artinya tidak terjadi multikolinieritas terhadap data yang diuji, sebaliknya jika nilai VIF  $> 10,00$  maka artinya terjadi multikolinieritas.

#### **b) Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah ada ketidaksamaan variasi dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah dimana terdapat persamaan varian dari residual satu pengamatan lain tetap atau disebut homokedastisitas.

Dalam penelitian ini yang digunakan adalah uji koefisien sperman's rho ialah mengkorelasikan variabel independen dengan residual. Pengujian menggunakan tingkat signifikan 0,1 dengan uji 2 sisi. Jika korelasi antara variabel independen dengan residual didapat signifikan lebih dari 0,1 maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.<sup>16</sup>

---

<sup>16</sup>Sugiyono dan Agus Susanto, *Op.Cit.*, hlm. 46.

### c) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah korelasi antara observasi yang disusun menurut waktu dan tempat. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi auto korelasi. Untuk menguji autokorelasi biasanya dipakai uji Durbin Watson. Dengan ketentuan sebagai berikut:<sup>17</sup>

- 1) Jika angka D-W di bawah -2, berarti autokorelasi positif.
- 2) Jika angka D-W di atas +2, berarti autokorelasi negatif.
- 3) Jika angka D-W diantara -2 sampai dengan +2, berarti tidak ada autokorelasi.

## 5. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel independen promosi ( $X_1$ ), pengetahuan ( $X_2$ ), dan pelayanan ( $X_3$ ), terhadap variabel dependen yaitu minat pedagang menggunakan jasa bank syariah di Pasar Lama Panyabungan ( $Y$ ). Adapun bentuk persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:<sup>18</sup>

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

Keterangan:

$Y$  : Minat

$X_1$  : Promosi

$X_2$  : Pengetahuan

$X_3$  : Pelayanan

---

<sup>17</sup>Nur Asnawi dan Masyhuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran* (Malang: UIN Maliki Press, 2011), hlm. 178.

<sup>18</sup>Sugiyono, *Op, Cit.*, hlm. 211.

a : Konstanta

$b_1b_2b_3$  : Koefisien regresi

e : error

Berdasarkan persamaan di atas maka persamaan yang dibentuk dalam penelitian ini adalah:

$$M = a + b_1Pr + b_2Pe + b_3Pl + e$$

Keterangan:

M : Minat

Pr : Promosi

Pe : Pengetahuan

Pl : Pelayanan

a : Konstanta

$b_1b_2b_3$  : Koefisien regresi

e : error

## 6. Uji Hipotesis

### a) Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) dapat digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan atau kontribusi dari seluruh variabel *independen* (X) terhadap variabel *devenden* (Y), sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel bebas yang tidak dimasukkan di dalam model. Adapun koefisien derminasi adalah nol dan satu.<sup>19</sup>

---

<sup>19</sup>Dwi Priyatno, *Op.Cit.*, hlm. 160.



**Tabel III.3**  
**Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi**  
**Koefisien Korelasi**

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

**b) Uji Signifikan Parsial (Uji t)**

Uji statistik t digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Ketentuannya adalah jika  $\text{sig} < 0,1$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Kriteria Pengujian:<sup>20</sup>

- 1)  $H_0$  diterima jika  $-t_{\text{tabel}} \leq t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$  sebaliknya,
- 2)  $H_0$  ditolak jika  $-t_{\text{hitung}} < -t_{\text{tabel}}$  atau  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ .

$H_0$  = Promosi, pengetahuan, dan pelayanan tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat pedagang menggunakan jasa bank syariah di Pasar Lama Panyabungan.

**c) Uji F**

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel

---

<sup>20</sup>Sugiyono, *Op.Cit.*, hlm. 211.

dependen. Setelah  $F_{hitung}$  diperoleh, maka untuk menginterpretasikan hasilnya berlaku ketentuan sebagai berikut:<sup>21</sup>

Kriteria pengujian:

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

$H_0$  = Promosi, pengetahuan, dan pelayanan tidak berpengaruh secara simultan terhadap minat pedagang menggunakan jasa bank syariah di Pasar Lama Panyabungan.

---

<sup>21</sup> Dwi Priyatno, *Op.Cit.*, hlm. 180.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN

#### A. Gambaran Umum Tentang Pasar Lama Panyabungan

##### 1. Sejarah Pasar Lama Panyabungan

Pasar Lama Panyabungan sudah berdiri sejak tahun 1848, Patuan Moksa membangun pasar Panyabungan sebagai pusat kegiatan ekonomi disimpang empat menurut arah angin, ialah ke arah Barat Panyabungan Tonga, ke Timur Hutasantar, ke Utara Gunung Tua, dan Selatan Pidoli. Pasar ini menjadi pusat perdagangan komoditi ekspor dan impor untuk wilayah kekuasaan Patuan Moksa dan sekitarnya.

Wilayah Mandailing Natal menjadi sebuah kabupaten, wilayah ini masih termasuk Kabupaten Tapanuli Selatan. Setelah terjadi pemekaran, dibentuklah Kabupaten Mandailing Natal berdasarkan Undang-undang Nomor 12 Tahun 1998, secara formal diresmikan oleh Menteri Dalam Negeri pada tanggal 9 Maret 1999. Pada masa pemerintahan H. Amru Daulay, S.H pada tahun 2004. H. Amru Daulay membangun Madina *Square* di Pasar Lama Panyabungan, yang terdiri dari 34 kios.<sup>1</sup>

##### 2. Visi dan Misi Dinas Pasar Lama Panyabungan

###### a. Visi

Adapun visi Dinas Pasar Lama Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal adalah “terwujudnya usaha perekonomian yang maju dan mandiri”.

---

<sup>1</sup><http://madina.go.id>, diakses pada 15 November 2019 pukul 14.00 WIB

**b. Misi**

Beberapa pernyataan misi Dinas Perdagangan Mandailing Natal, adalah:

1. Mendorong ekonomi berbasis SDM yang unggul dan memanfaatkan SDA yang dimiliki dengan orientasi pemberdayaan.
2. Meningkatkan kualitas pelayanan, informasi dan promosi, investasi terhadap dunia usaha perdagangan, melalui pembinaan dan pelatihan.
3. Memanfaatkan SDA melalui intensifitas, eksentisitas dan disertifikasi sebagai bahan baku industri dan perdagangan.
4. Meningkatkan pengawasan barang beredar di pasar dan perlindungan konsumen.
5. Meningkatkan pelayanan kepada pelaku pasar.
6. Melakukan intensifikasi pasar/perdagangan terhadap sumber-sumber pendapatan pasar.<sup>2</sup>

**B. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas****1. Hasil Uji Validitas**

Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner yang harus diganti karena dianggap tidak relevan. Dalam penentuan layak atau tidaknya suatu item yang akan digunakan, dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 10%, artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi

---

<sup>2</sup><http://madina.go.id>, diakses pada 15 November 2019 pukul 14.00 WIB

signifikan terhadap skor total. Adapun hasil uji validitas variabel minat pedagang dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel IV.1**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Minat Pedagang**

Item Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
MP1	0,304	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = N - 2 = 62 - 2 = 60$ pada taraf signifikan 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,2108$	Valid
MP2	0,684		Valid
MP3	0,282		Valid
MP4	0,658		Valid
MP5	0,612		Valid
MP6	0,439		Valid
MP7	0,615		Valid
MP8	0,597		Valid

Sumber: Data Penelitian (Data diolah, Tahun 2019)

Berdasarkan hasil uji validitas minat pedagang menunjukkan bahwa nilai  $r_{hitung}$  dari masing-masing item pernyataan menunjukkan angka lebih besar dari  $r_{tabel}$ . Hal ini menunjukkan pertanyaan 1 sampai 8 dinyatakan valid. Hasil data lengkapnya dapat dilihat pada lampiran 4. Untuk uji validitas variabel promosi dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel IV.2**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Promosi**

Item Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
PR1	0,462	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = N - 2 = 62 - 2 = 60$ pada taraf signifikan 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,2108$	Valid
PR2	0,434		Valid
PR3	0,769		Valid
PR4	0,645		Valid
PR5	0,689		Valid
PR6	0,371		Valid
PR7	0,456		Valid
PR8	0,363		Valid

Sumber: Data Penelitian (Data diolah, Tahun 2019)

Berdasarkan hasil uji validitas promosi menunjukkan bahwa nilai  $r_{hitung}$  dari masing-masing item pernyataan menunjukkan angka lebih besar dari  $r_{tabel}$ . Hal ini menunjukkan pertanyaan 1 sampai 8 dinyatakan valid. Hasil data lengkapnya dapat dilihat pada lampiran 4. Untuk uji validitas variabel pengetahuan dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel IV.3**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Pengetahuan**

Item Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
PE1	0,806	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan df $= N - 2 = 62 - 2 = 60$ pada taraf signifikan 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} =$ 0,2108	Valid
PE2	0,779		Valid
PE3	0,321		Valid
PE4	0,402		Valid
PE5	0,729		Valid
PE6	0,759		Valid

Sumber: Data Penelitian (Data diolah, Tahun 2019)

Berdasarkan hasil uji validitas pengetahuan menunjukkan bahwa nilai  $r_{hitung}$  dari masing-masing item pernyataan menunjukkan angka lebih besar dari  $r_{tabel}$ . Hal ini menunjukkan pertanyaan 1 sampai 6 dinyatakan valid. Hasil data lengkapnya dapat dilihat pada lampiran 4. Untuk uji validitas pelayanan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel IV.4**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Pelayanan**

Item Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
PL1	0,607	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan df = $N - 2 = 62 - 2 =$ 60 pada taraf signifikan 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,2108$	Valid
PL2	0,384		Valid
PL3	0,708		Valid
PL4	0,758		Valid
PL5	0,544		Valid
PL6	0,627		Valid
PL7	0,485		Valid

PL8	0,754		Valid
PL9	0,586		Valid
PL10	0,485		Valid

Sumber: Data Penelitian (Data diolah, Tahun 2019)

Berdasarkan hasil uji validitas pelayanan menunjukkan bahwa nilai  $r_{hitung}$  dari masing-masing item pernyataan menunjukkan angka lebih besar dari  $r_{tabel}$ . Hal ini menunjukkan pertanyaan 1 sampai 10 dinyatakan valid. Hasil data lengkapnya dapat dilihat pada lampiran 4.

## 2. Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui konsistensi dari instrumen sebagai alat ukur, sehingga hasil pengukuran dapat dipercaya apabila telah diuji beberapa kali dengan subjek yang sama dan hasil yang diperoleh tetap sama pula. Jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60 maka pernyataan-pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah *reliable*. Adapun hasil uji reliabilitas dilihat pada tabel berikut:

**Tabel IV.5**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Ketentuan	Keterangan
Minat Pedagang (Y)	0,613	Instrumen reliabel, jika <i>Cronbach's Alpha</i> > 0,60.	Reliabel
Promosi (X <sub>1</sub> )	0,619		Reliabel
Pengetahuan (X <sub>2</sub> )	0,728		Reliabel
Pelayanan (X <sub>3</sub> )	0,801		Reliabel

Sumber: Data Penelitian (Data diolah, Tahun 2019)

Hasil uji reliabilitas pada tabel IV.5 menunjukkan nilai *cronbach alpha* dari masing-masing variabel lebih besar dari 0,60. Sehingga dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel dinyatakan reliabel.

## C. Hasil Analisis Data

### 1. Hasil Analisis Deskriptif

Analisis ini digunakan untuk penggambaran tentang statistik data seperti *minimum*, *maximum* dan nilai rata-rata. Berikut ini disajikan hasil uji statistik deskriptif penelitian ini.

**Tabel IV.6**  
**Hasil Uji Analisis Deskriptif**

	N	Minimum	Maximum	Mean
PR	62	29	39	33.65
PE	62	22	30	26.08
PL	62	33	48	42.06
MP	62	27	38	33.95
Valid N (listwise)	62			

Sumber: Data Penelitian (Data diolah, Tahun 2019)

Hasil uji analisis deskriptif pada tabel IV.6 dapat diketahui bahwa minat terendah sebesar 27, minat tertinggi sebesar 38, rata-rata minat sebesar 33,95. Nilai terendah promosi sebesar 29, nilai tertinggi promosi sebesar 39, nilai rata-rata promosi sebesar 33,65. Nilai terendah pengetahuan sebesar 22, nilai tertinggi pengetahuan sebesar 30, nilai rata-rata pengetahuan sebesar 26,08. Nilai terendah pelayanan sebesar 33, nilai tertinggi pelayanan sebesar 48, nilai rata-rata pelayanan sebesar 42,06.

### 2. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengkaji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas yang dilakukan dengan mendasar pada uji *Kolmogrov-smirnov*. Hasil uji normalitas adalah sebagai berikut:



**Tabel IV.7**  
**Hasil Uji Normalitas**  
**One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		62
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.85879345
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.045
	Positive	.045
	Negative	-.045
Test Statistic		.045
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

Sumber: Data Penelitian (Data diolah, Tahun 2019)

Hasil uji normalitas pada tabel IV.7 dapat disimpulkan bahwa data tersebut memenuhi asumsi klasik normalitas dengan nilai signifikan (*Asymp. Sig. 2- tailed*) sebesar 0,200. Nilai signifikan lebih dari 0,1 ( $0,200 > 0,1$ ), maka residual berdistribusi normal. Sehingga memenuhi syarat untuk uji parametrik.

### 3. Hasil Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, apakah masing-masing variabel promosi, pengetahuan dan pelayanan mempunyai hubungan yang linear atau tidak. Variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikan *linearity* kurang dari 0,1. Jika nilai *deviation from linearity* lebih besar dari pada 0,1 maka dikatakan linear. Adapun hasil uji linearitas dilihat pada tabel berikut ini.

**Tabel IV.8**  
**Hasil Uji Linearitas Minat terhadap Promosi**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
MP * PR	Between	(Combined)	107.052	10	10.705	1.740	.097
	Groups	Linearity	57.561	1	57.561	9.355	.004
		Deviation from Linearity	49.490	9	5.499	.894	.538
Within Groups			313.803	51	6.153		
Total			420.855	61			

Sumber: Data Penelitian (Data diolah, Tahun 2019)

Hasil uji linearitas pada tabel IV.8 dapat diketahui bahwa nilai signifikan pada *linearity* sebesar 0,004. *Linearity* kurang dari 0,1. Nilai signifikan pada *deviation from linearity* sebesar 0,538 > 0,1, maka dapat disimpulkan bahwa variabel promosi dengan minat terdapat hubungan linier. Untuk uji linearitas variabel pengetahuan terhadap minat dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

**Tabel IV.9**  
**Hasil Uji Linearitas Minat terhadap Pengetahuan**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
MP * PE	Between	(Combined )	177.875	8	22.234	4.850	.000
	Groups	Linearity	141.308	1	141.308	30.823	.000
		Deviation from Linearity	36.568	7	5.224	1.139	.353
Within Groups			242.979	53	4.585		
Total			420.855	61			

Sumber: Data Penelitian (Data diolah, Tahun 2019)

Hasil uji linearitas pada tabel IV.9 dapat diketahui bahwa nilai signifikan pada *linearity* sebesar 0,000. *Linearity* kurang dari 0,1. Nilai signifikan pada *deviation from linearity* sebesar  $0,353 > 0,1$ , maka dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan dengan minat terdapat hubungan linier. Untuk uji linearitas variabel pelayanan terhadap minat dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

**Tabel IV.10**  
**Hasil Uji Linearitas Minat terhadap Pelayanan**

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
MP * PL	Between (Combined)	185.730	14	13.266	2.652	.006
	Groups Linearity	141.475	1	141.475	28.280	.000
	Deviation from Linearity	44.255	13	3.404	.680	.772
Within Groups		235.125	47	5.003		
Total		420.855	61			

Sumber: Data Penelitian (Data diolah, Tahun 2019)

Hasil uji linearitas pada tabel IV.10 dapat diketahui bahwa nilai signifikan pada *linearity* sebesar 0,000. *Linearity* kurang dari 0,1. Nilai signifikan pada *deviation from linearity* sebesar  $0,772 > 0,1$ , maka dapat disimpulkan bahwa variabel pelayanan dengan minat terdapat hubungan linier.

Data promosi, pengetahuan dan pelayanan berdistribusi normal dan memiliki hubungan yang linier, sehingga data memenuhi syarat untuk dianalisis dengan regresi linear. Namun, harus memenuhi asumsi klasik untuk uji regresi linier berganda.

#### 4. Hasil Uji Asumsi Klasik

##### a. Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan antar variabel independen yang terdapat dalam model regresi memiliki hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna. Untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala multikolinearitas antara lain dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*, apabila nilai VIF kurang dari 10 dan nilai *Tolerance* lebih dari 0,1 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas. Uji multikolinearitas dijelaskan dalam tabel berikut ini:

**Tabel IV.11**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.976	4.380			
PR	.207	.110	.186	.877	1.141
PE	.488	.125	.402	.812	1.231
PL	.268	.086	.340	.731	1.369

Sumber: Data Penelitian (Data diolah, Tahun 2019)

Hasil uji multikolinearitas pada tabel IV.11 dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* dari promosi sebesar  $0,877 > 0,1$ . Nilai *tolerance* dari pengetahuan sebesar  $0,812 > 0,1$  dan nilai *tolerance* dari pelayanan sebesar  $0,731 > 0,1$ . Nilai VIF dari promosi sebesar  $1,141 < 10$ . Nilai VIF dari pengetahuan sebesar  $1,231 < 10$  dan nilai VIF dari pelayanan sebesar  $1,369 < 10$ . Hal ini menunjukkan bahwa antara

variabel promosi, pengetahuan dan pelayanan tidak terjadi multikolinearitas.

**b. Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan variansi residual dari suatu pengamatan ke pengamatan lainnya. Untuk menguji heteroskedastisitas pada penelitian ini dipakai metode korelasi *sperman's rho*.

Jika korelasi antara variabel independen dengan residual didapat signifikan lebih dari 0,1 maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dijelaskan dalam tabel berikut ini:

**Tabel IV.12**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

			PR	PE	PL	Unstandardized Residual
Spearman's rho	PR	Correlation Coefficient	1.000	.148	.309*	-.013
		Sig. (2-tailed)	.	.250	.014	.921
		N	62	62	62	62
	PE	Correlation Coefficient	.148	1.000	.373**	.049
		Sig. (2-tailed)	.250	.	.003	.705
		N	62	62	62	62
	PL	Correlation Coefficient	.309*	.373**	1.000	-.021
		Sig. (2-tailed)	.014	.003	.	.869
		N	62	62	62	62
Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	-.013	.049	-.021	1.000	
	Sig. (2-tailed)	.921	.705	.869	.	
	N	62	62	62	62	

Sumber: Data Penelitian (Data diolah, Tahun 2019)

Hasil uji heteroskedastisitas pada tabel IV.12 dapat diketahui bahwa nilai sig (2-tailed) promosi sebesar 0,921 lebih besar dari 0,1. Nilai sig (2-tailed) pengetahuan sebesar 0,705 lebih besar dari 0,1. Nilai sig (2-tailed) pelayanan sebesar 0,869 lebih besar dari 0,1. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel promosi, pengetahuan dan pelayanan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

### c. Hasil Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi, yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan lain pada model regresi. Persyaratan yang harus dipenuhi adalah tidak adanya autokorelasi dalam model regresi. Uji autokorelasi dijelaskan dalam tabel berikut ini.

**Tabel IV.13**  
**Hasil Uji Autokorelasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.707 <sup>a</sup>	.499	.473	1.906	1.832

Sumber: Data Penelitian (Data diolah, Tahun 2019)

Hasil uji autokorelasi pada tabel IV.13 dapat dijelaskan bahwa DW sebesar 1,832. Nilai 1,832 berarti berada pada posisi antara -2 dan +2 ( $-2 < 1,832 < +2$ ). Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi.

### 5. Hasil Analisis Regresi Berganda

Regresi linear berganda merupakan teknik statistika yang dapat digunakan untuk menganalisis hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel terikatnya adalah minat (Y), sedangkan variabel bebasnya adalah promosi ( $X_1$ ), pengetahuan ( $X_2$ ) dan pelayanan ( $X_3$ ). Berikut adalah hasil dari analisis regresi linear berganda.

**Tabel IV.15**  
**Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.325	4.271		2.184	.033
PR	.183	.098	.181	1.868	.067
PE	.518	.115	.452	4.515	.000
PL	.225	.076	.314	2.963	.004

Sumber: Data Penelitian (Data diolah, Tahun 2019)

Hasil uji regresi linear berganda pada tabel IV.15, maka persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

$$M = 9,325 + 0,183 PR + 0,518 PE + 0,225 PL$$

Penjelasan persamaan di atas sebagai berikut:

- a) Konstanta (a) sebesar 9,325, artinya jika variabel promosi ( $X_1$ ), pengetahuan ( $X_2$ ) dan pelayanan ( $X_3$ ) dianggap konstan atau 0 maka minat pedagang menggunakan jasa bank syariah di Pasar Lama Panyabungan sebesar 9,235 satuan.
- b) Nilai koefisien regresi variabel promosi sebesar 0,183 artinya jika variabel promosi meningkat 1 satuan dan variabel yang lain dianggap konstan atau 0 maka minat pedagang menggunakan jasa bank syariah di Pasar Lama Panyabungan meningkat 0,183 satuan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara promosi dan minat.
- c) Nilai koefisien regresi variabel pengetahuan sebesar 0,518 artinya jika variabel pengetahuan meningkat 1 satuan dan variabel yang



lain dianggap konstan atau 0 maka minat pedagang menggunakan jasa bank syariah di Pasar Lama Panyabungan meningkat 0,518 satuan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara pengetahuan dan minat.

- d) Nilai koefisien regresi variabel pelayanan sebesar 0,225 artinya jika variabel pelayanan meningkat 1 satuan dan variabel yang lain dianggap konsta atau 0 maka minat pedagang menggunakan jasa bank syariah di Pasar Lama Panyabungan menurun 0,225 satuan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara pelayanan dan minat.

## 6. Hasil Uji Hipotesis

### a. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) dapat digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan atau kontribusi dari seluruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y), sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel bebas yang tidak dimasukkan ke dalam model. Adapun hasil dari koefisien determinasi sebagai berikut:

**Tabel IV.14**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.727 <sup>a</sup>	.528	.504	2.560

Sumber: Data Penelitian (Data diolah, Tahun 2019)

Hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada tabel IV.14 di atas diperoleh nilai R sebesar 0,727. Maka koefisien korelasi yang ditemukan termasuk pada katagori sedang. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,504 atau 50,4%. Hal ini menjelaskan bahwa promosi, pengetahuan dan pelayanan memberikan kostribusi sebesar 50,4% terhadap minat pedagang menggunakan jasa bank syariah di Pasar Lama Panyabungan, sedangkan sisanya 49,6% dipengaruhi oleh variabel independen lain yang mempengaruhi minat seperti harga, produk, lokasi dan variabel lainnya.

**b. Uji Signifikan Parsial (Uji t)**

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam hal ini untuk mengetahui pengaruh promosi, pengetahuan dan pelayanan terhadap minat. Maka digunakan tingkat signifikan 0,1. Penentuan tabel distribusi t dicari menggunakan tingkat signifikansi 0,1 dengan  $df = n - k - 1 = 62 - 3 - 1 = 58$  (n adalah jumlah sampel dan k adalah variabel independen). Hasil diperoleh  $t_{tabel}$  sebesar 1,29632. Hasil analisis regresi ditunjukkan sebagai berikut:

**Tabel IV.16**  
**Hasil Uji T**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.325	4.271		2.184	.033
PR	.183	.098	.181	1.868	.067
PE	.518	.115	.452	4.515	.000
PL	.225	.076	.314	2.963	.004

Sumber: Data Penelitian (Data diolah, Tahun 2019)

Hasil uji T pada tabel IV.16 diatas maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Nilai  $t_{hitung}$  variabel promosi yaitu 1,868. Jadi  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $(1,868 > 1,29632)$ , sehingga  $H_{a1}$  diterima, artinya promosi berpengaruh terhadap minat pedagang menggunakan jasa bank syariah di Pasar Lama Panyabungan.
- 2) Nilai  $t_{hitung}$  variabel pengetahuan yaitu 4,515. Jadi  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $(4,515 > 1,29632)$ , sehingga  $H_{a2}$  diterima, artinya pengetahuan berpengaruh terhadap minat pedagang menggunakan jasa bank syariah di Pasar Lama Panyabungan.
- 3) Nilai  $t_{hitung}$  variabel pelayanan yaitu 2,963. Jadi  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $(2,963 > 1,29632)$ , sehingga  $H_{a3}$  diterima, artinya pelayanan berpengaruh terhadap minat pedagang menggunakan jasa bank syariah di Pasar Lama Panyabungan.

### c. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (promosi, pengetahuan dan pelayanan) terhadap variabel dependen (minat) secara simultan, kriteria pengujian adalah jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_{a4}$  diterima. Penentuan tabel distribusi F dicari menggunakan tingkat signifikansi 10%,  $df_1$  jumlah variabel-1 =  $4-1 = 3$ ,  $df_2 = n-k-1$  atau  $62-3-1 = 58$  (n adalah jumlah sampel dan k adalah variabel independen). Hasil diperoleh untuk  $F_{tabel}$  sebesar 2,18. Hasil analisis regresi ditunjukkan pada tabel berikut:

**Tabel IV.17**  
**Hasil Uji F**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	424.920	3	141.640	21.620	.000 <sup>b</sup>
Residual	379.970	58	6.551		
Total	804.889	61			

Sumber: Data Penelitian (Data diolah, Tahun 2019)

Hasil uji F pada tabel IV.17 dijelaskan bahwa  $F_{hitung}$  (21,620) >  $F_{tabel}$  (2,18) dan signifikansi < 0,1 (0,000 < 0,1) maka  $H_{a4}$  diterima jadi dapat disimpulkan bahwa promosi, pengetahuan dan pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat pedagang menggunakan jasa bank syariah di Pasar Lama Panyabungan.

#### D. Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil interpretasi dari R sebesar 0,727 artinya korelasi antara variabel promosi, pengetahuan dan pelayanan terhadap variabel minat pedagang sebesar 0,727. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang sedang antara variabel promosi, pengetahuan dan pelayanan terhadap variabel minat pedagang. Hasil koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,504. Hal ini menunjukkan bahwa variabel promosi, pengetahuan dan pelayanan mampu menjelaskan variansi minat pedagang sebesar 50,4% sedangkan sisanya sebesar 49,6% dijelaskan oleh faktor atau variabel lain diluar variabel yang diteliti seperti harga, produk, lokasi dan variabel lainnya.

Pembahasan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Promosi Terhadap Minat Pedagang Menggunakan Jasa Bank Syariah di Pasar Lama Panyabungan.

Hasil analisis uji t menunjukkan bahwa  $t_{hitung} = 1,868$  sedangkan  $t_{tabel} = 1,29632$  sehingga  $t_{hitung} (1,868) > t_{tabel} (1,29632)$  maka  $H_{a1}$  diterima. Artinya promosi berpengaruh terhadap minat pedagang menggunakan jasa bank syariah di Pasar Lama Panyabungan. Tanpa promosi jangan diharapkan nasabah dapat mengenal bank. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya.<sup>3</sup> Semakin besar promosi yang ditawarkan bank kepada nasabah maka semakin besar pula minat nasabah menggunakan jasa bank syariah.

---

<sup>3</sup>Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 155.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Zulkifli menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan memilih jasa bank syariah.

Jadi kesimpulannya, promosi berpengaruh terhadap minat pedagang menggunakan jasa bank syariah di Pasar Lama Panyabungan. Hal ini dapat diketahui bahwa promosi yang dilakukan bank syariah sudah bagus akan tetapi bank syariah juga lebih meningkatkan promosi.

## 2. Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Pedagang Menggunakan Jasa Bank Syariah di Pasar Lama Panyabungan

Hasil analisis uji t menunjukkan bahwa  $t_{hitung} = 4,515$  sedangkan  $t_{tabel} = 1,29632$  sehingga  $t_{hitung} (4,515) > t_{tabel} (1,29632)$  maka  $H_{a2}$  diterima. Artinya pengetahuan berpengaruh terhadap minat pedagang menggunakan jasa bank syariah di Pasar Lama Panyabungan. Pemahaman dan pengetahuan nasabah tentang bank syariah juga akan mempengaruhi pandangan nasabah mengenai bank syariah itu sendiri. Secara mudahnya, pandangan nasabah terhadap bank syariah tergantung dengan apa yang mereka ketahui. Jika pengetahuan tentang bank syariah rendah maka dalam memandang bank syariah pastinya rendah pula.<sup>4</sup> Semakin tinggi pengetahuan seseorang dalam bank syariah maka semakin besar pula nasabah yang memahami untuk menggunakan jasa bank syariah.

---

<sup>4</sup>Miranti Wulandari, “*Pengaruh Pengetahuan Dan Religius Nasabah Tentang Perbank Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Pada PT. Bank Sumsel. Babel Syariah Cabang Palembang*”, (Skripsi: UIN Raden Fatah, 2018), hlm. 16.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Ratnasari menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh positif terhadap memilih produk pembiayaan murabahah rakyat syariah di Yogyakarta.

Jadi kesimpulannya, pengetahuan berpengaruh terhadap minat pedagang menggunakan jasa bank syariah di Pasar Lama Panyabungan. Hal ini dapat diketahui bahwa pengetahuan nasabah sudah banyak yang memilih produk jasa bank syariah.

### 3. Pengaruh Pelayanan Terhadap Minat Pedagang Menggunakan Jasa Bank Syariah di Pasar Lama Panyabungan.

Hasil analisis uji t menunjukkan bahwa  $t_{hitung} = 2,963$  sedangkan  $t_{tabel} = 1,29632$  sehingga  $t_{hitung} (2,963) > t_{tabel} (1,29632)$  maka  $H_{a3}$  diterima. Artinya pelayanan berpengaruh terhadap minat pedagang menggunakan jasa bank syariah di Pasar Lama Panyabungan. Pelayanan dan etika pemasaran produk jasa bank harus dilakukan dengan baik dan benar sehingga mendapat simpati dan menarik bagi masyarakat calon nasabah yang bersangkutan. Apabila pelayanan dan etika bank dilakukan dengan baik dan benar maka pemasaran produknya akan berhasil baik pula.<sup>5</sup>

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Riska Rahmadani menunjukkan bahwa pelayanan berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menabung di BMT sumber mulia tuntang. Penelitian ini juga didukung oleh penelitian Raihana Daulay menunjukkan bahwa pelayanan berpengaruh terhadap keputusan menabung di bank mandiri syariah kota Medan.

---

<sup>5</sup>Malayu Hasibuan, *Dasar-dasar Perbankan*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009), hlm. 152.

Jadi kesimpulannya, pelayanan berpengaruh terhadap minat pedagang menggunakan jasa bank syariah di Pasar Lama Panyabungan. Hal ini dapat diketahui bahwa pelayanan yang diberikan bank syariah kepada nasabah baik.

#### 4. Promosi, Pengetahuan dan Pelayanan Berpengaruh Secara Simultan Terhadap Minat Pedagang Menggunakan Jasa Bank Syariah di Pasar Lama Panyabungan.

Secara simultan masing-masing variabel independen berpengaruh positif terhadap minat pedagang menggunakan jasa bank syariah di pasar lama panyabungan, berdasarkan kriteria pengujian yang di atas dapat diketahui bahwa,  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $21,620 > 2,18$ ) maka  $H_{a4}$  diterima, jadi dapat disimpulkan bahwa promosi, pengetahuan dan pelayanan terhadap minat pedagang menggunakan jasa bank syariah di pasar lama panyabungan.

Minat merupakan keinginan individu untuk melakukan perilaku tertentu sebelum perilaku tersebut dilaksanakan. Adanya niat/minat untuk melakukan suatu tindakan akan menentukan apakah kegiatan tersebut akhirnya akan dilakukan. Sedangkan Nasabah merupakan konsumen-konsumen sebagai penyedia dana dalam proses transaksi barang ataupun jasa.<sup>6</sup>

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Ratnasari menunjukkan bahwa pengetahuan, pelayanan dan citra produk terhadap

---

<sup>6</sup>Isnaine Maulida, “Analisis Pengaruh Promosi Dan pelayanan Terhadap minat Nasabah Menabung Pada BMT Taruna Sejahtera Caban Tuntang”, (Skripsi: IAIN Salatiga, 2016), hlm. 9.



keputusan memilih produk pembiayaan murabahah rakyat syariah di Yogyakarta.

Jadi kesimpulannya, secara simultan promosi, pengetahuan dan pelayanan berpengaruh terhadap minat pedagang menggunakan jasa bank syariah di Pasar Lama Panyabungan. Hal ini dapat diketahui promosi, pengetahuan dan pelayanan yang dilakukan bank syariah sudah besar untuk menarik minat pedagang.

#### **E. Keterbatasan Penelitian**

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan dengan langkah-langkah yang disusun sedemikian rupa agar hasil yang diperoleh sebaik mungkin. Namun, dalam prosesnya untuk mendapatkan hasil yang baik ada kesulitan yang dialami, sebab dalam pelaksanaan penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan. Adapun keterbatasan selama melakukan penelitian ini adalah:

1. Keterbatasan tempat penelitian, yang dimana peneliti hanya bisa meneliti di pasar lama panyabungan.
2. Pada saat penyebaran angket, peneliti tidak mengetahui apakah responden memberikan kejujuran dalam menjawab setiap pertanyaan yang diberikan sehingga mempengaruhi variabel yang diperoleh
3. Keterbatasan penggunaan variabel, penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel independen yaitu promosi, pengetahuan dan pelayanan, sementara ada variabel lain yang mempengaruhi minat pedagang menggunakan jasa bank syariah di pasar lama panyabungan.

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

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan pada hasil analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh promosi, pengetahuan dan pelayanan terhadap minat pedagang menggunakan jasa bank syariah di pasar lama panyabungan, dengan metode analisis yang digunakan yaitu regresi linear berganda, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Promosi berpengaruh terhadap minat pedagang menggunakan jasa bank syariah di Pasar Lama Panyabungan, dibuktikan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $(1,868 > 1,29632)$ .
2. Pengetahuan berpengaruh terhadap minat pedagang menggunakan jasa bank syariah di Pasar Lama Panyabungan, dibuktikan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $(4,515 > 1,29632)$ .
3. Pelayanan berpengaruh terhadap minat pedagang menggunakan jasa bank syariah di Pasar Lama Panyabungan, dibuktikan  $t_{tabel} > t_{hitung}$  atau  $(2,963 > 1,29632)$ .
4. Promosi, pengetahuan, dan pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap minat pedagang menggunakan jasa bank syariah di Pasar Lama Panyabungan, dibuktikan  $f_{hitung} > f_{tabel}$  atau  $(21,625 > 2,18)$ .

## **B. SARAN**

Berdasarkan kesimpulan diatas maka saran-saran yang dapat diberikan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Kepada pedagang di Pasar Lama Panyabungan supaya lebih meningkatkan karena dari hasil penelitian yang dilakukan bahwasanya promosi mempunyai pengaruh yang paling besar terhadap promosi dibandingkan dengan pengetahuan dan pelayanan.
2. Bagi IAIN Padangsidimpuan penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi tambahan terutama bagi peneliti selanjutnya dengan menambahkan variabel-variabel lain yang mempengaruhi minat pedagang dari Promosi, Pengetahuan dan Pelayanan untuk memperoleh hasil penelitian yang lebih akurat.
3. Kepada peneliti selanjutnya dapat diarahkan agar dapat melakukan perluasan sampel dalam penelitiannya, karena sampel yang digunakan dalam penelitian ini masih terbatas, serta menambah variabel-variabel dalam penelitian karena masih banyak faktor yang mempengaruhi minat pedagang menggunakan jasa bank syariah di Pasar Lama Panyabungan.
4. Kepada pihak lembaga keuangan syariah khususnya Bank Syariah Panyabungan agar meningkatkan strategi sehingga bisa menjadi media untuk meningkatkan jumlah nasabah dan profit yang maksimal.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rahman Saleh dan Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam*, Jakarta: Kencana, 2004.
- Adiwarman Karim, *Bank Islam*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007.
- Agustina Shinta, *Manajemen Pemasaran*, Malang: UB Press, 2011.
- Damsar, *Sosiologi Ekonomi*, Yogyakarta: Raja Grafindo Persada, 1997.
- Dedy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2013.
- Dwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS*, Yogyakarta: Mediakom, 2008.
- \_\_\_\_\_, *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*, Yogyakarta: CV, Andi Ofset, 2014.
- Elvinaro Ardianto, *Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*, Jatinagor: 2010.
- Hasibuan Malayu S.P, *Dasar-dasar Perbankan*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2009.
- Herry Susanto dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Pustaka Setia, 2013.
- Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisni*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013.
- Ismail, *Manajemen Perbankan*, Jakarta: Kencana, 2010.
- Juliansyah Noor, *Metode Penelitian*, Jakarta: Kencana Prenada Media Grub. 2012.
- Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008.
- \_\_\_\_\_, *Manajemen Perbankan*, Jakarta: Rajawali, 2008.
- \_\_\_\_\_, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana Pradana Media Group, 2004.
- \_\_\_\_\_, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana, 2010.

\_\_\_\_\_, *Studi Kelayakan Bisnis*, Jakarta: Kencana, 2012.

Maman Adurrahman & Sambas Ali Muhidin, *Panduan Praktisi Memahami Penelitian*, Bandung: Pustaka Setia, 2011.

Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah: Fiqh Muamalah*, Jakarta: Kencana, 2013.

Muhammad Nasib Ar-rifa'I, *Ringkasan Tafsir Ibnu Katsir Jilid 1*, Jakarta: Gema Insani Perss, 1999.

M. Puad, dkk, *Pengantar Bisnis*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000.

M. Sulhan & Ely Siswanto, *Manajemen Bank Konvensional dan Syariah*, Malang: UIN-Malang Press, 2008.

Nur Asnawi dan Masyhuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*, Malang: UIN Maliki Press, 2011.

Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Ke 12*, Indonesia: PT. Macana Jaya Cemerlang, 2007.

Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, 2002.

Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2005.

\_\_\_\_\_, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2012.

\_\_\_\_\_, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, Bandung: Alfabeta, 2013.

Syofian Siregar, *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010.

Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Syariah*, Jakarta: Sinar Grafika, 2010.

### **Sumber lain:**

Hasil Wawancara dengan Ibu Aisyah, (Pedagang di Pasar Lama Panyabungan), Minggu 28 Juli 2019 Pukul 13.40 WIB.

<http://madina.go.id>, diakses pada 15 November 2019 pukul 14.00 WIB.

Isnaine Maulida, "Analisis Pengaruh Promosi Dan pelayanan Terhadap minat Nasabah Menabung Pada BMT Taruna Sejahtera Caban Tuntang"

Miranti Wulandari, “Pengaruh Pengetahuan Dan Religius Nasabah Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Pada PT. Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang”, (Skripsi: UIN Raden Fatah, 2018).

**CURICULUM VITAE**  
**(Daftar Riwayat Hidup)**

**DATA PRIBADI**

Nama : Nikmah Angraini  
Tempat/ tanggal lahir : Mompang Julu, 02 Nopember 1996  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Anak Ke : 3 (tiga) dari 3 (tiga) bersaudara  
Agama : Islam  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Alamat Lengkap : Mompang Julu, Kecamatan Panyabungan Utara,  
Kabupaten Mandailing Natal, Provinsi Sumatra Utara  
Telepon/ No. HP : 082167444694  
E-mail : nikmahangraini4@gmail.com  
Motto : Usaha tidak akan mengkhianati hasil

**Nama Orangtua**

Ayah : Alm. Zulfikar Lubis  
Ibu : Umairah Rambe

**LATAR BELAKANG PENDIDIKAN**

Tahun 2003-2009 : SD Negeri 142602 Mompang Julu  
Tahun 2009-2012 : SMP Negeri 1 Panyabungan  
Tahun 2012-2015 : SMA Negeri 1 Panyabungan  
Tahun 2015-2019 : Program Sarjana (Strata-1) Perbankan Syariah IAIN  
Padangsidempuan

**PRESTASI AKADEMIK**

Karya Tulis Ilmiah : Pengaruh Promosi, Pengetahuan dan Pelayanan Terhadap  
Minat Pedagang Menggunakan Jasa Bank Syariah di Pasar  
Lama Panyabungan





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

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

Nomor : 2254/In.14/G.1/PP.00.9/09/2019  
Lampiran : -  
Hal : Penunjukan Pembimbing Skripsi

6 September 2019

Yth. Bapak:

1. Arbanur Rasyid : Pembimbing I
2. Hamni Fadlilah Nasution : Pembimbing II

Dengan hormat, bersama ini disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa, berdasarkan hasil sidang tim pengkajian kelayakan judul skripsi, telah ditetapkan judul skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Nikmah Angraini  
NIM : 1540100042  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi, Pengetahuan dan Pelayanan Terhadap Minat Pedagang Menggunakan Jasa Bank Syariah di Pasar Lama Panyabungan.

Untuk itu, diharapkan kepada Bapak bersedia sebagai pembimbing mahasiswa tersebut dalam penyelesaian skripsi dan sekaligus penyempurnaan judul bila diperlukan.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wakil Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Akademik  
  
Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan :  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.



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

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

Nomor : 2050/In.14/G.1/TL.00/10/2019  
Hal : Mohon Izin Riset

31 Oktober 2019

Yth; Pengelola Pasar Lama Panyabungan.

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

Nama : Nikmah Angraini  
NIM : 1540100642  
Semester : IX (Sembilan)  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

adalah benar Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul: " Pengaruh Promosi, Pengetahuan dan Pelayanan Terhadap Minat Pedagang Menggunakan Jasa Bank Syariah di Pasar Lama Panyabungan ".

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

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



a.n Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Akademik

Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan:  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan



PEMERINTAH KABUPATEN MANDAILING NATAL  
**BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK**

KOMPLEK PERKANTORAN PAYALOTING PANYABUNGAN SUMATERA UTARA KODE POS 22978

Telp/ Fax : (0636) 3221589  
E.mail : badankesbangpol\_madina@yahoo.com

**REKOMENDASI PENELITIAN**

Nomor : 070/ 107 /BKBP/ 2019

1. Undang- undang RI Nomor 18 Tahun 2002 tentang System Nasional Penelitian Pengembangan dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.
2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian yang telah diubah dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 7 Tahun 2014 tentang Penerbitan Rekomendasi Penelitian.
  - a. Bahwa untuk tertib administrasi dari pengendalian pelaksanaan penelitian dan pengembangan perlu diterbitkan Rekomendasi Penelitian.
  - b. Bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a, dapat diterbitkan Rekomendasi Penelitian.

PERHATIKAN : Surat Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Nomor : 2850/In.14/G.1/TL.00/10/2019 Tanggal 31 Oktober 2019 tentang Mohon Izin Riset.

KEPALA BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK KABUPATEN MANDAILING NATAL, Memberikan Surat Rekomendasi Penelitian Kepada :

Nama : NIKMAH ANGRAINI  
NIM : 1540100042  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Alamat : Panyabungan Kec. Panyabungan  
Pekerjaan : Mahasiswi  
Kebangsaan : Indonesia  
Judul Penelitian : "Pengaruh Promosi, Pengetahuan dan Pelayanan terhadap minat Pedagang menggunakan Jasa Bank Syariah di Pasar Lama Panyabungan."  
Daerah Penelitian : Dinas Perdagangan dan Bank Syariah Panyabungan  
Terhitung Mulai : November 2019 s/d Januari 2020  
Peserta : -  
PenanggungJawab : Wakil Dekan Bidang Akademik  
Abdul Nasser Hasibuan

melakukan Penelitian dengan ketentuan sebagai berikut :  
Sebelum melakukan kegiatan penelitian harus melaporkan kedatangannya kepada Instansi yang bersangkutan dengan menunjukkan surat pemberitahuan ini.  
Tidak dibenarkan melakukan penelitian yang tidak sesuai/tidak ada kaitannya dengan penelitian dimaksud.  
Harus mentaati ketentuan perundang-undangan yang berlaku serta mengindahkan adat istiadat setempat.  
Apabila telah selesai melakukan Penelitian harus melapor/mengirimkan hasilnya kepada Bupati Mandailing Natal Cq. Kepala Badan Kesatuan Bangsa Dan Politik Kabupaten Mandailing Natal.  
Apabila masa berlaku surat pemberitahuan ini sudah berakhir, sedangkan pelaksanaan penelitian belum selesai, perpanjangan penelitian harus diajukan kepada instansi terkait.  
Surat Pemberitahuan ini akan dicabut kembali dan dinyatakan tidak berlaku, apabila ternyata pemegang surat pemberitahuan tidak mentaati/mengindahkan ketentuan-ketentuan seperti tersebut di atas.  
Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dikeluarkan di Panyabungan  
Padatanggal, 15 November 2019  
a.n. BUPATI MANDAILING NATAL  
KEPALA BADAN KESBANGPOL  
KABUPATEN MANDAILING NATAL



Disusun :  
Kepala Bupati Mandailing Natal (sebagai laporan).  
Kepala Dinas Perdagangan Kabupaten Mandailing Natal  
Kepala Pimpinan Bank Syariah Panyabungan  
Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (IAIN) Padangsidimpuan

**LAMPIRAN 1**

**SURAT VALIDASI ANGKET**

Menerangkan bahwa saya yang bertanda tangan di bawah ini.

Nama : Hamni Fadlilah Nasution, M. Pd

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

**Pengaruh Promosi, Pengetahuan dan Pelayanan terhadap Minat Pedagang Menggunakan Jasa Bank Syariah di Pasar Lama Panyabungan.**

yang disusun oleh:

Nama : Nikmah Angraini

Nim : 1540100042

Fakultas : Ekonomi & Bisnis Islam

Jurusan : Perbankan Syariah

Adapun masukan yang saya berikan adalah sebagai berikut :

1. ....
2. ....
3. ....

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

Padangsidempuan, 2019  
Validator

**Hamni Fadlilah Nasution, M. Pd**  
**NIP. 19830317 201801 2001**

**LEMBAR VALIDASI  
ANGKET PROMOSI**

Petunjuk:

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

Indikator	No Soal	V	VR	TV
Periklanan	1,2			
Promosi Penjualan	3,4			
Promosi Pribadi	5,6			
Publisitas	7,8			

Catatan:

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

Padangsidimpuan                      2019  
Validator

**Hamni Fadillah Nasution, M. Pd**  
**NIP. 19830317 201801 2001**

**LEMBAR VALIDASI  
ANGKET PENGETAHUAN**

Petunjuk:

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

Indikator	No Soal	V	VR	TV
Pengetahuan Produk	1,2			
Pengetahuan Pembelian	3,4			
Pengetahuan Pemakaian	5,6			

Catatan:

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

Padangsidempuan                      2019  
Validator

**Hamni Fadillah Nasution, M. Pd**  
**NIP. 19830317 201801 2001**

**LEMBAR VALIDASI  
ANGKET PELAYANAN**

Petunjuk:

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

Indikator	No Soal	V	VR	TV
Bukti Fisik	1,2			
Empati	3,4			
Reabilitas	5,6			
Daya Tanggap	7,8			
Jaminan	9,10			

Catatan:

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

Padangsidimpuan                      2019  
Validator

**Hamni Fadillah Nasution, M. Pd**  
**NIP. 19830317 201801 2001**

**LEMBAR VALIDASI  
ANGKET MINAT PEDAGANG**

Petunjuk:

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

Indikator	No Soal	V	VR	TV
Minat Transaksional	1,2			
Minat Refsensial	3,4			
Minat Prefensial	5,6			
Minat Eksploratif	7,8			

Catatan:

.....

.....

.....

Padangsidimpuan                      2019  
Validator

**Hamni Fadillah Nasution, M. Pd**  
**NIP. 19830317 201801 2001**



## KUESIONER PENELITIAN

Hal : Kuesioner Penelitian

Yth. Bapak/Ibu/Saudara/i

Pedagang di Pasar Lama Panyabungan

Dengan Hormat,

Bersama ini saya,

Nama : Nikmah Angraini

Nim : 1540100042

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi & Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan.

Memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i pedagang di Pasar Lama Panyabungan untuk mengisi kuesioner penelitian saya yang berjudul **“Pengaruh Promosi, Pengetahuan dan Pelayanan terhadap Minat Pedagang Menggunakan Jasa Bank Syariah di Pasar Lama Panyabungan.”** Seluruh data yang diperoleh akan dijaga kerahasiaannya dan digunakan semata-mata untuk kepentingan akademik serta tidak dipublikasikan secara umum.

Atas partisipasi Bapak/Ibu/Saudara/i saya ucapkan terimakasih.

Padangsidempuan, 2019

Hormat saya

Nikmah Angraini

### **Petunjuk Pengisian Kuesioner**

1. Tulislah terlebih dahulu identitas anda pada kolom yang sudah disediakan.
2. Isilah dengan jawaban yang paling sesuai dengan keadaan anda dengan memberi *checklist* (✓) dari pertanyaan di bawah ini :

SS : Sangat Setuju dengan skor 5

S : Setuju dengan skor 4

RR : Ragu-ragu dengan skor 3

TS : Tidak Setuju dengan skor 2

STS : Sangat Tidak Setuju dengan skor 1

3. Dalam satu nomor tidak boleh ada jawaban atau tanda *checklist* (✓) lebih dari satu.

### **Identitas Responden**

Nama :

Usia :

Jenis Kelamin : ( ) Laki-laki ( ) Perempuan

Pendidikan Terakhir : ( ) SD ( ) SMP

( ) SMA ( ) Sarjana

( ) Lainnya

**A. VARIABEL X<sub>1</sub> (Promosi)**

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	RR	TS	STS
1	Saya melihat promosi bank syariah melalui brosur.					
2	Saya belum pernah melihat promosi yang dilakukan bank syariah melalui brosur.					
3	Saya mengetahui promosi penjualan melalui potongan harga.					
4	Saya tertarik menggunakan bank syariah karena adanya promosi					
5	Saya mengetahui produk-produk jasa bank syariah dari <i>customer service</i> .					
6	Bank syariah melaksanakan promosi melalui tatap muka langsung dengan nasabahnya.					
7	Saya mengetahui produk jasa bank syariah melalui bakti sosial yang dilakukan oleh pihak bank syariah.					
8	Saya mengetahui produk jasa bank syariah melalui kegiatan sponsorship.					

**B. VARIABEL X<sub>2</sub> (Pengetahuan)**

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	RR	TS	STS
1	Saya mengetahui produk jasa bank syariah melalui mereknya.					
2	Saya tidak mengetahui produk jasa bank syariah.					
3	Saya akan menggunakan produk pembiayaan jika sedang membutuhkan dana.					
4	Saya tidak akan membeli produk jasa bank syariah.					
5	Saya memakai produk pembiayaan bank syariah karena sesuai dengan syariah.					

6	Saya puas dengan produk yang ditawarkan bank syariah.					
---	---	--	--	--	--	--

**C. VARIABEL X<sub>3</sub> (Pelayanan)**

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	RR	TS	STS
1	Bank syariah mempunyai fasilitas gedung yang bersih.					
2	Bank syariah mempunyai ATM yang kotor.					
3	Karyawan bank syariah mampu berkomunikasi yang baik dengan nasabahnya.					
4	Bank syariah mampu memberikan perhatian dan kebutuhan pelanggan.					
5	Pelayanan kinerja bank syariah tepat waktu.					
6	Saya merasa puas dengan pelayanan yang dilakukan bank syariah.					
7	Karyawan bank syariah cepat menanggapi keluhan nasabah.					
8	Karyawan bank syariah memberikan solusi terhadap masalah nasabah.					
9	Karyawan bank syariah mempunyai sipat yang sopan terhadap nasabah.					
10	Karyawan bank syariah memiliki pengetahuan dan sipat yang dapat dipercaya.					

**D. VARIABEL Y (Minat Pedagang)**

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	RR	TS	STS
1	Saya memiliki keinginan membeli produk bank syariah.					
2	Saya berminat untuk membeli produk jasa bank syariah.					

3	Saya mempromosikan jasa bank syariah kepada orang lain.					
4	Saya mempromosikan kepada orang lain tentang produk bank syariah.					
5	Saya menggunakan produk bank syariah.					
6	Saya tidak akan pernah menggunakan produk bank syariah.					
7	Saya mencari informasi tentang produk bank syariah.					
8	Saya tidak ingin mencari informasi terhadap produk bank syariah.					

**Panyabungan,**

**2019**

**Responden**

( )

**LAMPIRAN 2**

<b>JAWABAN RESPONDEN VARIABEL PROMOSI</b>									
<b>RESPONDEN</b>	<b>PR1</b>	<b>PR2</b>	<b>PR3</b>	<b>PR4</b>	<b>PR5</b>	<b>PR6</b>	<b>PR7</b>	<b>PR8</b>	<b>TOTAL</b>
1	4	3	5	5	4	5	5	5	36
2	5	2	5	5	5	5	5	5	37
3	5	4	4	5	4	5	4	4	35
4	4	3	5	5	5	5	4	4	35
5	5	3	5	5	5	4	4	5	36
6	4	2	4	4	4	4	4	4	30
7	4	4	4	5	4	5	4	5	35
8	4	2	3	4	4	4	4	4	29
9	5	4	5	5	5	4	4	5	37
10	4	3	4	4	4	4	4	4	31
11	5	3	4	4	4	4	4	4	32
12	5	3	5	5	5	5	4	5	37
13	5	3	5	4	4	4	4	4	33
14	4	3	4	4	4	4	4	4	31
15	5	4	5	5	5	4	4	5	37
16	4	3	3	4	3	5	4	4	30
17	4	4	4	4	4	4	4	4	32
18	5	4	4	4	5	4	4	s	35
19	5	2	5	5	5	4	3	5	34
20	4	4	4	5	4	4	4	5	34
21	4	2	4	4	4	5	4	4	31
22	4	4	4	4	4	4	4	4	32
23	5	4	5	4	4	4	4	4	34
24	4	2	4	4	4	4	4	4	30
25	5	4	5	5	4	4	4	5	36
26	4	4	5	4	5	5	5	4	36
27	4	2	4	4	5	4	4	4	31
28	5	4	5	4	5	5	4	4	36
29	5	4	4	4	4	4	4	4	33
30	4	4	3	4	4	4	4	4	31
31	4	2	4	4	4	5	4	4	31
32	4	3	4	4	4	4	4	4	31
33	5	3	5	4	4	4	4	4	33

34	5	4	5	5	5	4	4	5	37
35	4	3	4	4	4	4	4	4	31
36	4	4	4	4	4	4	4	4	32
37	4	3	4	4	4	4	4	4	31
38	4	4	5	4	4	5	5	4	35
39	4	3	4	4	4	4	4	4	31
40	5	4	5	4	4	4	4	4	34
41	5	3	5	5	5	4	4	5	36
42	5	4	5	4	5	5	4	4	36
43	4	4	5	4	5	5	4	4	35
44	4	4	5	4	5	5	5	4	36
45	4	4	4	4	4	4	4	4	32
46	4	3	4	5	4	4	4	5	33
47	5	2	4	4	4	4	4	4	31
48	5	4	4	5	4	4	4	5	35
49	3	4	4	5	4	4	4	5	33
50	4	3	4	4	4	5	4	4	32
51	5	4	4	4	4	4	4	4	33
52	4	4	4	4	4	4	4	4	32
53	4	2	5	5	5	5	5	5	36
54	4	4	5	5	5	5	5	5	38
55	4	2	4	4	4	5	4	4	31
56	5	4	4	4	4	4	4	4	33
57	5	4	4	4	4	5	5	4	35
58	5	4	4	5	4	4	4	5	35
59	5	2	4	5	4	5	4	5	34
60	4	4	5	4	5	4	4	4	34
61	4	3	5	4	5	4	5	5	35
62	5	4	5	5	5	5	5	5	39

<b>JAWABAN RESPONDEN VARIABEL PENGETAHUAN</b>							
<b>RESPONDEN</b>	<b>PE1</b>	<b>PE2</b>	<b>PE3</b>	<b>PE4</b>	<b>PE5</b>	<b>PE6</b>	<b>TOTAL</b>
1	5	5	5	4	4	4	27
2	5	5	4	4	4	4	26
3	4	4	4	5	4	4	25
4	5	5	4	4	5	5	28
5	4	4	4	4	5	5	26
6	5	5	4	5	5	5	29
7	5	5	5	5	5	5	30
8	3	3	4	4	4	4	22
9	5	5	4	5	5	5	29
10	5	5	4	5	5	5	29
11	3	3	4	5	5	4	24
12	3	3	4	5	4	4	23
13	5	5	4	5	4	4	27
14	4	4	4	5	4	4	25
15	4	4	4	5	5	5	27
16	3	4	4	4	4	4	23
17	3	4	4	4	5	4	24
18	3	3	4	4	4	4	22
19	4	4	4	4	4	4	24
20	4	4	4	5	4	4	25
21	3	3	4	4	4	4	22
22	4	4	4	5	4	4	25
23	3	3	4	5	5	5	25
24	4	4	4	4	4	4	24
25	4	4	4	5	4	4	25
26	3	3	4	4	4	4	22
27	4	4	4	4	4	4	24
28	4	4	4	4	4	4	24
29	3	3	4	5	4	5	24
30	4	4	4	5	4	4	25
31	4	4	4	4	5	5	26
32	4	4	4	4	5	5	26
33	4	4	4	4	4	4	24
34	4	4	4	5	5	5	27
35	4	4	4	5	4	4	25



36	4	4	4	5	5	5	27
37	4	4	4	5	5	5	27
38	4	4	5	5	5	5	28
39	4	4	4	5	5	5	27
40	5	5	4	5	5	5	29
41	4	4	4	5	5	5	27
42	4	4	4	5	5	5	27
43	4	4	4	4	4	4	24
44	4	4	4	5	5	5	27
45	4	4	4	4	4	4	24
46	4	4	4	5	5	5	27
47	4	4	5	5	5	5	28
48	4	4	5	5	5	5	28
49	3	3	5	5	5	5	26
50	5	5	4	5	5	5	29
51	5	5	4	5	5	5	29
52	5	5	4	4	5	5	28
53	5	5	4	5	5	5	29
54	5	5	4	4	5	5	28
55	5	5	4	4	5	5	28
56	5	5	4	5	5	5	29
57	5	5	4	4	5	5	28
58	5	5	5	5	5	5	30
59	4	4	5	5	4	4	26
60	3	3	4	5	4	4	23
61	3	3	4	5	5	5	25
62	5	3	4	5	4	5	26



35	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
37	5	3	4	4	4	4	4	4	4	5	41
38	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
39	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	42
40	5	3	4	5	4	4	4	5	4	5	43
41	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	48
42	5	2	4	5	4	5	4	5	4	5	43
43	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
44	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	40
45	5	2	4	4	4	3	4	5	5	5	41
46	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	47
47	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	40
48	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	45
49	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	43
50	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	48
51	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
52	4	3	4	4	4	5	4	4	5	4	41
53	5	4	4	4	3	5	4	4	5	5	43
54	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	43
55	4	4	4	4	5	3	4	4	5	4	41
56	4	3	4	4	4	5	4	4	5	5	42
57	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
58	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	44
59	5	3	5	5	4	4	4	4	4	5	43
60	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	43
61	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	46
62	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	44

<b>JAWABAN RESPONDEN VARIABEL MINAT PEDAGANG</b>									
<b>RESPONDEN</b>	<b>MP</b>	<b>MP</b>	<b>MP</b>	<b>MP</b>	<b>MP</b>	<b>MP</b>	<b>MP</b>	<b>MP</b>	<b>TOTAL</b>
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	
1	4	4	4	5	5	4	5	5	36
2	5	4	4	5	4	4	5	4	35
3	4	4	5	4	3	4	5	4	33
4	5	5	4	5	3	4	5	4	35
5	4	5	4	4	4	3	5	5	34
6	4	5	4	5	3	4	4	4	33
7	4	5	5	5	4	4	5	5	37
8	4	4	4	3	4	4	4	4	31
9	4	5	5	5	3	4	5	5	36
10	3	5	5	5	3	3	5	4	33
11	5	5	5	4	5	5	4	4	37
12	4	3	5	3	3	4	4	3	29
13	5	4	5	5	3	3	4	4	33
14	5	4	5	4	3	3	4	4	32
15	5	5	5	4	3	3	5	4	34
16	4	4	4	3	3	4	3	4	29
17	4	3	4	4	4	5	3	5	32
18	4	4	4	3	3	4	4	4	30
19	4	5	4	4	4	4	5	3	33
20	3	4	5	4	4	4	4	3	31
21	4	3	4	3	3	3	4	3	27
22	5	4	5	4	3	4	4	5	34
23	4	4	5	3	4	4	5	3	32
24	3	3	4	3	3	4	3	4	27
25	4	4	5	4	4	3	4	4	32
26	5	5	4	4	4	3	5	4	34
27	4	4	4	3	3	4	4	3	29
28	5	4	5	4	4	3	4	4	33
29	5	4	4	4	4	4	5	4	34
30	4	4	5	3	4	4	5	3	32
31	3	4	4	5	4	4	5	5	34
32	4	4	4	4	4	4	4	4	32
33	3	4	4	4	4	4	4	4	31
34	3	5	5	5	4	5	4	4	35

35	4	5	5	4	4	5	4	5	36
36	4	4	4	4	4	5	5	5	35
37	3	5	4	5	4	5	4	5	35
38	3	4	4	4	5	5	5	5	35
39	3	5	5	4	4	4	4	5	34
40	4	5	5	4	4	4	4	5	35
41	4	5	5	4	4	4	4	4	34
42	4	5	5	4	4	4	5	5	36
43	4	5	4	4	4	3	4	4	32
44	4	5	5	4	4	5	5	5	37
45	5	4	4	4	4	3	5	4	33
46	5	5	5	4	4	4	5	4	36
47	5	4	5	5	4	4	5	4	36
48	3	5	5	5	4	4	5	5	36
49	5	5	5	5	4	4	5	5	38
50	3	5	5	4	4	4	5	5	35
51	3	5	5	4	3	3	4	4	31
52	4	5	4	4	5	4	5	4	35
53	4	5	5	4	5	5	5	5	38
54	5	5	4	4	5	5	5	4	37
55	4	5	4	4	5	5	5	4	36
56	3	5	5	4	5	4	5	4	35
57	5	5	4	4	5	5	4	4	36
58	5	5	4	5	5	5	5	4	38
59	4	4	5	5	5	4	5	5	37
60	5	4	5	5	4	4	5	5	37
61	5	5	5	4	4	4	5	5	37
62	5	5	5	5	4	4	4	4	36

**LAMPIRAN 3**

<b>JAWABAN RESPONDEN VARIABEL PROMOSI YANG SUDAH DI MSI</b>									
<b>RESPONDE N</b>	<b>PR1</b>	<b>PR2</b>	<b>PR3</b>	<b>PR4</b>	<b>PR5</b>	<b>PR6</b>	<b>PR7</b>	<b>PR8</b>	<b>TOTA L</b>
1	4.86 3	2.99 7	6.01 8	5.63 1	5.00 5	5.63 1	7.05 6	5.63 1	42.830
2	6.41 3	2.00 0	6.01 8	5.63 1	6.59 5	5.63 1	7.05 6	5.63 1	44.974
3	6.41 3	4.19 4	4.53 9	5.63 1	5.00 5	5.63 1	5.26 6	4.00 0	40.678
4	4.86 3	2.99 7	6.01 8	5.63 1	6.59 5	5.63 1	5.26 6	4.00 0	41.000
5	6.41 3	2.99 7	6.01 8	5.63 1	6.59 5	4.00 0	5.26 6	5.63 1	42.550
6	4.86 3	2.00 0	4.53 9	4.00 0	5.00 5	4.00 0	5.26 6	4.00 0	33.673
7	4.86 3	4.19 4	4.53 9	5.63 1	5.00 5	5.63 1	5.26 6	5.63 1	40.759
8	4.86 3	2.00 0	3.00 0	4.00 0	5.00 5	4.00 0	5.26 6	4.00 0	32.133
9	6.41 3	4.19 4	6.01 8	5.63 1	6.59 5	4.00 0	5.26 6	5.63 1	43.747
10	4.86 3	2.99 7	4.53 9	4.00 0	5.00 5	4.00 0	5.26 6	4.00 0	34.669
11	6.41 3	2.99 7	4.53 9	4.00 0	5.00 5	4.00 0	5.26 6	4.00 0	36.219
12	6.41 3	2.99 7	6.01 8	5.63 1	6.59 5	5.63 1	5.26 6	5.63 1	44.181
13	6.41 3	2.99 7	6.01 8	4.00 0	5.00 5	4.00 0	5.26 6	4.00 0	37.698
14	4.86 3	2.99 7	4.53 9	4.00 0	5.00 5	4.00 0	5.26 6	4.00 0	34.669
15	6.41 3	4.19 4	6.01 8	5.63 1	6.59 5	4.00 0	5.26 6	5.63 1	43.747
16	4.86 3	2.99 7	3.00 0	4.00 0	3.00 0	5.63 1	5.26 6	4.00 0	32.756
17	4.86 3	4.19 4	4.53 9	4.00 0	5.00 5	4.00 0	5.26 6	4.00 0	35.867
18	6.41 3	4.19 4	4.53 9	4.00 0	6.59 5	4.00 0	5.26 6	5.63 1	40.638
19	6.41 3	2.00 0	6.01 8	5.63 1	6.59 5	4.00 0	3.00 0	5.63 1	39.287
20	4.86 3	4.19 4	4.53 9	5.63 1	5.00 5	4.00 0	5.26 6	5.63 1	39.128

21	4.86 3	2.00 0	4.53 9	4.00 0	5.00 5	5.63 1	5.26 6	4.00 0	35.304
22	4.86 3	4.19 4	4.53 9	4.00 0	5.00 5	4.00 0	5.26 6	4.00 0	35.867
23	6.41 3	4.19 4	6.01 8	4.00 0	5.00 5	4.00 0	5.26 6	4.00 0	38.896
24	4.86 3	2.00 0	4.53 9	4.00 0	5.00 5	4.00 0	5.26 6	4.00 0	33.673
25	6.41 3	4.19 4	6.01 8	5.63 1	5.00 5	4.00 0	5.26 6	5.63 1	42.157
26	4.86 3	4.19 4	6.01 8	4.00 0	6.59 5	5.63 1	7.05 6	4.00 0	42.356
27	4.86 3	2.00 0	4.53 9	4.00 0	6.59 5	4.00 0	5.26 6	4.00 0	35.263
28	6.41 3	4.19 4	6.01 8	4.00 0	6.59 5	5.63 1	5.26 6	4.00 0	42.116
29	6.41 3	4.19 4	4.53 9	4.00 0	5.00 5	4.00 0	5.26 6	4.00 0	37.417
30	4.86 3	4.19 4	3.00 0	4.00 0	5.00 5	4.00 0	5.26 6	4.00 0	34.327
31	4.86 3	2.00 0	4.53 9	4.00 0	5.00 5	5.63 1	5.26 6	4.00 0	35.304
32	4.86 3	2.99 7	4.53 9	4.00 0	5.00 5	4.00 0	5.26 6	4.00 0	34.669
33	6.41 3	2.99 7	6.01 8	4.00 0	5.00 5	4.00 0	5.26 6	4.00 0	37.698
34	6.41 3	4.19 4	6.01 8	5.63 1	6.59 5	4.00 0	5.26 6	5.63 1	43.747
35	4.86 3	2.99 7	4.53 9	4.00 0	5.00 5	4.00 0	5.26 6	4.00 0	34.669
36	4.86 3	4.19 4	4.53 9	4.00 0	5.00 5	4.00 0	5.26 6	4.00 0	35.867
37	4.86 3	2.99 7	4.53 9	4.00 0	5.00 5	4.00 0	5.26 6	4.00 0	34.669
38	4.86 3	4.19 4	6.01 8	4.00 0	5.00 5	5.63 1	7.05 6	4.00 0	40.766
39	4.86 3	2.99 7	4.53 9	4.00 0	5.00 5	4.00 0	5.26 6	4.00 0	34.669
40	6.41 3	4.19 4	6.01 8	4.00 0	5.00 5	4.00 0	5.26 6	4.00 0	38.896
41	6.41 3	2.99 7	6.01 8	5.63 1	6.59 5	4.00 0	5.26 6	5.63 1	42.550
42	6.41 3	4.19 4	6.01 8	4.00 0	6.59 5	5.63 1	5.26 6	4.00 0	42.116
43	4.86	4.19	6.01	4.00	6.59	5.63	5.26	4.00	40.566

	3	4	8	0	5	1	6	0	
44	4.86 3	4.19 4	6.01 8	4.00 0	6.59 5	5.63 1	7.05 6	4.00 0	42.356
45	4.86 3	4.19 4	4.53 9	4.00 0	5.00 5	4.00 0	5.26 6	4.00 0	35.867
46	4.86 3	2.99 7	4.53 9	5.63 1	5.00 5	4.00 0	5.26 6	5.63 1	37.931
47	6.41 3	2.00 0	4.53 9	4.00 0	5.00 5	4.00 0	5.26 6	4.00 0	35.223
48	6.41 3	4.19 4	4.53 9	5.63 1	5.00 5	4.00 0	5.26 6	5.63 1	40.678
49	3.00 0	4.19 4	4.53 9	5.63 1	5.00 5	4.00 0	5.26 6	5.63 1	37.265
50	4.86 3	2.99 7	4.53 9	4.00 0	5.00 5	5.63 1	5.26 6	4.00 0	36.300
51	6.41 3	4.19 4	4.53 9	4.00 0	5.00 5	4.00 0	5.26 6	4.00 0	37.417
52	4.86 3	4.19 4	4.53 9	4.00 0	5.00 5	4.00 0	5.26 6	4.00 0	35.867
53	4.86 3	2.00 0	6.01 8	5.63 1	6.59 5	5.63 1	7.05 6	5.63 1	43.424
54	4.86 3	4.19 4	6.01 8	5.63 1	6.59 5	5.63 1	7.05 6	5.63 1	45.618
55	4.86 3	2.00 0	4.53 9	4.00 0	5.00 5	5.63 1	5.26 6	4.00 0	35.304
56	6.41 3	4.19 4	4.53 9	4.00 0	5.00 5	4.00 0	5.26 6	4.00 0	37.417
57	6.41 3	4.19 4	4.53 9	4.00 0	5.00 5	5.63 1	7.05 6	4.00 0	40.837
58	6.41 3	4.19 4	4.53 9	5.63 1	5.00 5	4.00 0	5.26 6	5.63 1	40.678
59	6.41 3	2.00 0	4.53 9	5.63 1	5.00 5	5.63 1	5.26 6	5.63 1	40.115
60	4.86 3	4.19 4	6.01 8	4.00 0	6.59 5	4.00 0	5.26 6	4.00 0	38.936
61	4.86 3	2.99 7	6.01 8	4.00 0	6.59 5	4.00 0	7.05 6	5.63 1	41.159
62	6.41 3	4.19 4	6.01 8	5.63 1	5.00 5	5.63 1	7.05 6	5.63 1	45.579



**JAWABAN RESPONDEN VARIABEL PENGETAHUAN YANG SUDAH  
DI MSI**

<b>RESPONDEN</b>	<b>PE1</b>	<b>PE2</b>	<b>PE3</b>	<b>PE4</b>	<b>PE5</b>	<b>PE6</b>	<b>TOTAL</b>
1	5.533	5.626	5.868	4.000	4.000	4.000	29.028
2	5.533	5.626	4.000	4.000	4.000	4.000	27.160
3	4.253	4.300	4.000	5.617	4.000	4.000	26.170
4	5.533	5.626	4.000	4.000	5.603	5.600	30.363
5	4.253	4.300	4.000	4.000	5.603	5.600	27.757
6	5.533	5.626	4.000	5.617	5.603	5.600	31.980
7	5.533	5.626	5.868	5.617	5.603	5.600	33.848
8	3.000	3.000	4.000	4.000	4.000	4.000	22.000
9	5.533	5.626	4.000	5.617	5.603	5.600	31.980
10	5.533	5.626	4.000	5.617	5.603	5.600	31.980
11	3.000	3.000	4.000	5.617	5.603	4.000	25.220
12	3.000	3.000	4.000	5.617	4.000	4.000	23.617
13	5.533	5.626	4.000	5.617	4.000	4.000	28.777
14	4.253	4.300	4.000	5.617	4.000	4.000	26.170
15	4.253	4.300	4.000	5.617	5.603	5.600	29.374
16	3.000	4.300	4.000	4.000	4.000	4.000	23.300
17	3.000	4.300	4.000	4.000	5.603	4.000	24.903
18	3.000	3.000	4.000	4.000	4.000	4.000	22.000
19	4.253	4.300	4.000	4.000	4.000	4.000	24.553
20	4.253	4.300	4.000	5.617	4.000	4.000	26.170
21	3.000	3.000	4.000	4.000	4.000	4.000	22.000
22	4.253	4.300	4.000	5.617	4.000	4.000	26.170
23	3.000	3.000	4.000	5.617	5.603	5.600	26.821
24	4.253	4.300	4.000	4.000	4.000	4.000	24.553
25	4.253	4.300	4.000	5.617	4.000	4.000	26.170
26	3.000	3.000	4.000	4.000	4.000	4.000	22.000
27	4.253	4.300	4.000	4.000	4.000	4.000	24.553
28	4.253	4.300	4.000	4.000	4.000	4.000	24.553
29	3.000	3.000	4.000	5.617	4.000	5.600	25.217
30	4.253	4.300	4.000	5.617	4.000	4.000	26.170
31	4.253	4.300	4.000	4.000	5.603	5.600	27.757
32	4.253	4.300	4.000	4.000	5.603	5.600	27.757
33	4.253	4.300	4.000	4.000	4.000	4.000	24.553
34	4.253	4.300	4.000	5.617	5.603	5.600	29.374
35	4.253	4.300	4.000	5.617	4.000	4.000	26.170

36	4.253	4.300	4.000	5.617	5.603	5.600	29.374
37	4.253	4.300	4.000	5.617	5.603	5.600	29.374
38	4.253	4.300	5.868	5.617	5.603	5.600	31.242
39	4.253	4.300	4.000	5.617	5.603	5.600	29.374
40	5.533	5.626	4.000	5.617	5.603	5.600	31.980
41	4.253	4.300	4.000	5.617	5.603	5.600	29.374
42	4.253	4.300	4.000	5.617	5.603	5.600	29.374
43	4.253	4.300	4.000	4.000	4.000	4.000	24.553
44	4.253	4.300	4.000	5.617	5.603	5.600	29.374
45	4.253	4.300	4.000	4.000	4.000	4.000	24.553
46	4.253	4.300	4.000	5.617	5.603	5.600	29.374
47	4.253	4.300	5.868	5.617	5.603	5.600	31.242
48	4.253	4.300	5.868	5.617	5.603	5.600	31.242
49	3.000	3.000	5.868	5.617	5.603	5.600	28.689
50	5.533	5.626	4.000	5.617	5.603	5.600	31.980
51	5.533	5.626	4.000	5.617	5.603	5.600	31.980
52	5.533	5.626	4.000	4.000	5.603	5.600	30.363
53	5.533	5.626	4.000	5.617	5.603	5.600	31.980
54	5.533	5.626	4.000	4.000	5.603	5.600	30.363
55	5.533	5.626	4.000	4.000	5.603	5.600	30.363
56	5.533	5.626	4.000	5.617	5.603	5.600	31.980
57	5.533	5.626	4.000	4.000	5.603	5.600	30.363
58	5.533	5.626	5.868	5.617	5.603	5.600	33.848
59	4.253	4.300	5.868	5.617	4.000	4.000	28.038
60	3.000	3.000	4.000	5.617	4.000	4.000	23.617
61	3.000	3.000	4.000	5.617	5.603	5.600	26.821
62	5.533	3.000	4.000	5.617	4.000	5.600	27.750

<b>JAWABAN RESPONDEN VARIABEL PELAYANAN YANG SUDAH DI MSI</b>											
<b>RESPON DEN</b>	<b>PL 1</b>	<b>PL 2</b>	<b>PL 3</b>	<b>PL 4</b>	<b>PL 5</b>	<b>PL 6</b>	<b>PL 7</b>	<b>PL 8</b>	<b>PL 9</b>	<b>PL 10</b>	<b>TOT AL</b>
1	5.5 96	3.0 84	5.9 27	5.9 04	5.7 73	5.7 39	5.9 17	5.6 12	4.4 99	4.0 00	52.05 1
2	4.0 00	4.1 93	4.4 69	4.4 59	4.3 87	5.7 39	4.4 61	4.0 00	5.9 70	5.5 97	47.27 4
3	4.0 00	5.4 55	5.9 27	4.4 59	4.3 87	5.7 39	5.9 17	4.0 00	4.4 99	4.0 00	48.38 3
4	5.5 96	4.1 93	4.4 69	4.4 59	4.3 87	5.7 39	4.4 61	5.6 12	4.4 99	5.5 97	49.01 1
5	4.0 00	2.0 00	4.4 69	4.4 59	3.0 00	4.3 35	4.4 61	5.6 12	4.4 99	4.0 00	40.83 5
6	5.5 96	4.1 93	5.9 27	4.4 59	4.3 87	4.3 35	5.9 17	5.6 12	4.4 99	5.5 97	50.52 1
7	5.5 96	3.0 84	4.4 69	4.4 59	4.3 87	5.7 39	4.4 61	5.6 12	4.4 99	5.5 97	47.90 2
8	4.0 00	4.1 93	3.0 00	3.0 00	4.3 87	5.7 39	3.0 00	4.0 00	4.4 99	4.0 00	39.81 8
9	5.5 96	3.0 84	4.4 69	4.4 59	4.3 87	5.7 39	4.4 61	4.0 00	4.4 99	5.5 97	46.29 1
10	5.5 96	4.1 93	3.0 00	4.4 59	5.7 73	4.3 35	3.0 00	5.6 12	3.0 00	4.0 00	42.96 8
11	4.0 00	3.0 84	3.0 00	3.0 00	3.0 00	4.3 35	3.0 00	5.6 12	3.0 00	4.0 00	36.03 1
12	5.5 96	4.1 93	4.4 69	4.4 59	4.3 87	5.7 39	4.4 61	5.6 12	4.4 99	5.5 97	49.01 1
13	4.0 00	4.1 93	5.9 27	5.9 04	5.7 73	4.3 35	5.9 17	4.0 00	3.0 00	4.0 00	47.04 9
14	4.0 00	3.0 84	4.4 69	4.4 59	4.3 87	5.7 39	4.4 61	4.0 00	3.0 00	5.5 97	43.19 6
15	4.0 00	5.4 55	3.0 00	3.0 00	4.3 87	5.7 39	3.0 00	4.0 00	4.4 99	4.0 00	41.08 0
16	5.5 96	4.1 93	5.9 27	4.4 59	3.0 00	5.7 39	5.9 17	4.0 00	4.4 99	5.5 97	48.92 7
17	5.5 96	4.1 93	4.4 69	4.4 59	3.0 00	5.7 39	4.4 61	4.0 00	4.4 99	4.0 00	44.41 6
18	5.5 96	5.4 55	4.4 69	4.4 59	4.3 87	5.7 39	4.4 61	5.6 12	4.4 99	5.5 97	50.27 3
19	4.0 00	4.1 93	4.4 69	4.4 59	4.3 87	5.7 39	4.4 61	5.6 12	3.0 00	4.0 00	44.31 9
20	4.0	4.1	3.0	3.0	3.0	5.7	3.0	4.0	4.4	4.0	38.43

	00	93	00	00	00	39	00	00	99	00	1
21	5.5 96	4.1 93	3.0 00	3.0 00	4.3 87	4.3 35	3.0 00	4.0 00	4.4 99	4.0 00	40.01 0
22	5.5 96	4.1 93	4.4 69	4.4 59	3.0 00	3.0 00	4.4 61	5.6 12	4.4 99	5.5 97	44.88 5
23	5.5 96	4.1 93	4.4 69	3.0 00	5.7 73	4.3 35	4.4 61	4.0 00	3.0 00	4.0 00	42.82 7
24	4.0 00	2.0 00	3.0 00	4.4 59	3.0 00	4.3 35	3.0 00	5.6 12	4.4 99	5.5 97	39.50 2
25	4.0 00	3.0 84	3.0 00	4.4 59	3.0 00	4.3 35	3.0 00	4.0 00	4.4 99	4.0 00	37.37 8
26	4.0 00	5.4 55	4.4 69	3.0 00	5.7 73	5.7 39	4.4 61	4.0 00	5.9 70	4.0 00	46.86 7
27	4.0 00	4.1 93	3.0 00	3.0 00	3.0 00	4.3 35	3.0 00	4.0 00	4.4 99	4.0 00	37.02 7
28	4.0 00	3.0 84	5.9 27	5.9 04	4.3 87	3.0 00	5.9 17	4.0 00	4.4 99	5.5 97	46.31 4
29	5.5 96	4.1 93	5.9 27	4.4 59	4.3 87	4.3 35	5.9 17	4.0 00	3.0 00	4.0 00	45.81 4
30	5.5 96	3.0 84	4.4 69	4.4 59	4.3 87	3.0 00	4.4 61	4.0 00	4.4 99	4.0 00	41.95 5
31	4.0 00	3.0 84	5.9 27	5.9 04	5.7 73	5.7 39	5.9 17	4.0 00	5.9 70	4.0 00	50.31 4
32	5.5 96	3.0 84	4.4 69	5.9 04	4.3 87	5.7 39	4.4 61	5.6 12	4.4 99	5.5 97	49.34 7
33	4.0 00	4.1 93	4.4 69	4.4 59	4.3 87	4.3 35	3.0 00	4.0 00	4.4 99	4.0 00	41.34 2
34	4.0 00	5.4 55	4.4 69	4.4 59	4.3 87	4.3 35	4.4 61	4.0 00	4.4 99	4.0 00	44.06 5
35	5.5 96	4.1 93	4.4 69	4.4 59	4.3 87	4.3 35	4.4 61	4.0 00	4.4 99	4.0 00	44.39 9
36	4.0 00	4.1 93	4.4 69	4.4 59	4.3 87	4.3 35	4.4 61	4.0 00	4.4 99	4.0 00	42.80 3
37	5.5 96	3.0 84	4.4 69	4.4 59	4.3 87	4.3 35	4.4 61	4.0 00	4.4 99	5.5 97	44.88 7
38	4.0 00	4.1 93	4.4 69	4.4 59	3.0 00	4.3 35	4.4 61	4.0 00	4.4 99	4.0 00	41.41 6
39	5.5 96	4.1 93	4.4 69	4.4 59	4.3 87	4.3 35	4.4 61	4.0 00	4.4 99	5.5 97	45.99 6
40	5.5 96	3.0 84	4.4 69	5.9 04	4.3 87	4.3 35	4.4 61	5.6 12	4.4 99	5.5 97	47.94 3
41	5.5 96	4.1 93	5.9 27	5.9 04	5.7 73	5.7 39	5.9 17	5.6 12	4.4 99	5.5 97	54.75 6
42	5.5 96	2.0 00	4.4 69	5.9 04	4.3 87	5.7 39	4.4 61	5.6 12	4.4 99	5.5 97	48.26 3

43	4.0 00	4.1 93	4.4 69	4.4 59	3.0 00	4.3 35	4.4 61	4.0 00	4.4 99	4.0 00	41.41 6
44	4.0 00	4.1 93	4.4 69	5.9 04	3.0 00	4.3 35	4.4 61	4.0 00	4.4 99	4.0 00	42.86 1
45	5.5 96	2.0 00	4.4 69	4.4 59	4.3 87	3.0 00	4.4 61	5.6 12	5.9 70	5.5 97	45.55 0
46	4.0 00	5.4 55	5.9 27	5.9 04	5.7 73	5.7 39	5.9 17	4.0 00	5.9 70	4.0 00	52.68 5
47	4.0 00	3.0 84	4.4 69	5.9 04	4.3 87	4.3 35	4.4 61	4.0 00	4.4 99	4.0 00	43.13 9
48	5.5 96	5.4 55	4.4 69	4.4 59	5.7 73	4.3 35	4.4 61	5.6 12	4.4 99	5.5 97	50.25 5
49	5.5 96	4.1 93	4.4 69	4.4 59	4.3 87	4.3 35	4.4 61	5.6 12	4.4 99	5.5 97	47.60 7
50	5.5 96	3.0 84	5.9 27	5.9 04	5.7 73	5.7 39	5.9 17	5.6 12	5.9 70	5.5 97	55.11 8
51	4.0 00	4.1 93	4.4 69	4.4 59	4.3 87	4.3 35	4.4 61	4.0 00	5.9 70	4.0 00	44.27 4
52	4.0 00	3.0 84	4.4 69	4.4 59	4.3 87	5.7 39	4.4 61	4.0 00	5.9 70	4.0 00	44.56 9
53	5.5 96	4.1 93	4.4 69	4.4 59	3.0 00	5.7 39	4.4 61	4.0 00	5.9 70	5.5 97	47.48 3
54	5.5 96	4.1 93	4.4 69	4.4 59	4.3 87	4.3 35	4.4 61	4.0 00	5.9 70	5.5 97	47.46 6
55	4.0 00	4.1 93	4.4 69	4.4 59	5.7 73	3.0 00	4.4 61	4.0 00	5.9 70	4.0 00	44.32 4
56	4.0 00	3.0 84	4.4 69	4.4 59	4.3 87	5.7 39	4.4 61	4.0 00	5.9 70	5.5 97	46.16 5
57	5.5 96	5.4 55	5.9 27	5.9 04	5.7 73	5.7 39	5.9 17	5.6 12	5.9 70	4.0 00	55.89 2
58	4.0 00	5.4 55	4.4 69	4.4 59	4.3 87	5.7 39	4.4 61	5.6 12	4.4 99	5.5 97	48.67 7
59	5.5 96	3.0 84	5.9 27	5.9 04	4.3 87	4.3 35	4.4 61	4.0 00	4.4 99	5.5 97	47.79 0
60	4.0 00	4.1 93	4.4 69	4.4 59	4.3 87	4.3 35	4.4 61	5.6 12	5.9 70	5.5 97	47.48 2
61	5.5 96	5.4 55	4.4 69	5.9 04	4.3 87	4.3 35	4.4 61	5.6 12	5.9 70	5.5 97	51.78 5
62	5.5 96	5.4 55	4.4 69	4.4 59	4.3 87	5.7 39	4.4 61	5.6 12	4.4 99	4.0 00	48.67 7

<b>JAWABAN RESPONDEN VARIABEL MINAT YANG SUDAH DI MSI</b>									
<b>RESPONDE N</b>	<b>MP 1</b>	<b>MP 2</b>	<b>MP 3</b>	<b>MP 4</b>	<b>MP 5</b>	<b>MP 6</b>	<b>MP 7</b>	<b>MP 8</b>	<b>TOTA L</b>
1	4.23 2	4.28 7	4.00 0	5.76 8	5.69 9	4.38 6	5.77 8	5.72 7	39.877
2	5.49 9	4.28 7	4.00 0	5.76 8	4.35 6	4.38 6	5.77 8	4.34 5	38.418
3	4.23 2	4.28 7	5.59 8	4.37 9	3.00 0	4.38 6	5.77 8	4.34 5	36.005
4	5.49 9	5.70 6	4.00 0	5.76 8	3.00 0	4.38 6	5.77 8	4.34 5	38.482
5	4.23 2	5.70 6	4.00 0	4.37 9	4.35 6	3.00 0	5.77 8	5.72 7	37.178
6	4.23 2	5.70 6	4.00 0	5.76 8	3.00 0	4.38 6	4.32 5	4.34 5	35.762
7	4.23 2	5.70 6	5.59 8	5.76 8	4.35 6	4.38 6	5.77 8	5.72 7	41.550
8	4.23 2	4.28 7	4.00 0	3.00 0	4.35 6	4.38 6	4.32 5	4.34 5	32.930
9	4.23 2	5.70 6	5.59 8	5.76 8	3.00 0	4.38 6	5.77 8	5.72 7	40.195
10	3.00 0	5.70 6	5.59 8	5.76 8	3.00 0	3.00 0	5.77 8	4.34 5	36.195
11	5.49 9	5.70 6	5.59 8	4.37 9	5.69 9	5.77 3	4.32 5	4.34 5	41.324
12	4.23 2	3.00 0	5.59 8	3.00 0	3.00 0	4.38 6	4.32 5	3.00 0	30.541
13	5.49 9	4.28 7	5.59 8	5.76 8	3.00 0	3.00 0	4.32 5	4.34 5	35.822
14	5.49 9	4.28 7	5.59 8	4.37 9	3.00 0	3.00 0	4.32 5	4.34 5	34.433
15	5.49 9	5.70 6	5.59 8	4.37 9	3.00 0	3.00 0	5.77 8	4.34 5	37.305
16	4.23 2	4.28 7	4.00 0	3.00 0	3.00 0	4.38 6	3.00 0	4.34 5	30.249
17	4.23 2	3.00 0	4.00 0	4.37 9	4.35 6	5.77 3	3.00 0	5.72 7	34.467
18	4.23 2	4.28 7	4.00 0	3.00 0	3.00 0	4.38 6	4.32 5	4.34 5	31.574
19	4.23 2	5.70 6	4.00 0	4.37 9	4.35 6	4.38 6	5.77 8	3.00 0	35.837
20	3.00 0	4.28 7	5.59 8	4.37 9	4.35 6	4.38 6	4.32 5	3.00 0	33.331
21	4.23 2	3.00 0	4.00 0	3.00 0	3.00 0	3.00 0	4.32 5	3.00 0	27.557

22	5.49 9	4.28 7	5.59 8	4.37 9	3.00 0	4.38 6	4.32 5	5.72 7	37.201
23	4.23 2	4.28 7	5.59 8	3.00 0	4.35 6	4.38 6	5.77 8	3.00 0	34.636
24	3.00 0	3.00 0	4.00 0	3.00 0	3.00 0	4.38 6	3.00 0	4.34 5	27.731
25	4.23 2	4.28 7	5.59 8	4.37 9	4.35 6	3.00 0	4.32 5	4.34 5	34.521
26	5.49 9	5.70 6	4.00 0	4.37 9	4.35 6	3.00 0	5.77 8	4.34 5	37.063
27	4.23 2	4.28 7	4.00 0	3.00 0	3.00 0	4.38 6	4.32 5	3.00 0	30.230
28	5.49 9	4.28 7	5.59 8	4.37 9	4.35 6	3.00 0	4.32 5	4.34 5	35.788
29	5.49 9	4.28 7	4.00 0	4.37 9	4.35 6	4.38 6	5.77 8	4.34 5	37.030
30	4.23 2	4.28 7	5.59 8	3.00 0	4.35 6	4.38 6	5.77 8	3.00 0	34.636
31	3.00 0	4.28 7	4.00 0	5.76 8	4.35 6	4.38 6	5.77 8	5.72 7	37.301
32	4.23 2	4.28 7	4.00 0	4.37 9	4.35 6	4.38 6	4.32 5	4.34 5	34.309
33	3.00 0	4.28 7	4.00 0	4.37 9	4.35 6	4.38 6	4.32 5	4.34 5	33.077
34	3.00 0	5.70 6	5.59 8	5.76 8	4.35 6	5.77 3	4.32 5	4.34 5	38.870
35	4.23 2	5.70 6	5.59 8	4.37 9	4.35 6	5.77 3	4.32 5	5.72 7	40.096
36	4.23 2	4.28 7	4.00 0	4.37 9	4.35 6	5.77 3	5.77 8	5.72 7	38.532
37	3.00 0	5.70 6	4.00 0	5.76 8	4.35 6	5.77 3	4.32 5	5.72 7	38.654
38	3.00 0	4.28 7	4.00 0	4.37 9	5.69 9	5.77 3	5.77 8	5.72 7	38.643
39	3.00 0	5.70 6	5.59 8	4.37 9	4.35 6	4.38 6	4.32 5	5.72 7	37.477
40	4.23 2	5.70 6	5.59 8	4.37 9	4.35 6	4.38 6	4.32 5	5.72 7	38.709
41	4.23 2	5.70 6	5.59 8	4.37 9	4.35 6	4.38 6	4.32 5	4.34 5	37.327
42	4.23 2	5.70 6	5.59 8	4.37 9	4.35 6	4.38 6	5.77 8	5.72 7	40.162
43	4.23 2	5.70 6	4.00 0	4.37 9	4.35 6	3.00 0	4.32 5	4.34 5	34.342
44	4.23	5.70	5.59	4.37	4.35	5.77	5.77	5.72	41.549

	2	6	8	9	6	3	8	7	
45	5.49 9	4.28 7	4.00 0	4.37 9	4.35 6	3.00 0	5.77 8	4.34 5	35.643
46	5.49 9	5.70 6	5.59 8	4.37 9	4.35 6	4.38 6	5.77 8	4.34 5	40.047
47	5.49 9	4.28 7	5.59 8	5.76 8	4.35 6	4.38 6	5.77 8	4.34 5	40.016
48	3.00 0	5.70 6	5.59 8	5.76 8	4.35 6	4.38 6	5.77 8	5.72 7	40.318
49	5.49 9	5.70 6	5.59 8	5.76 8	4.35 6	4.38 6	5.77 8	5.72 7	42.817
50	3.00 0	5.70 6	5.59 8	4.37 9	4.35 6	4.38 6	5.77 8	5.72 7	38.930
51	3.00 0	5.70 6	5.59 8	4.37 9	3.00 0	3.00 0	4.32 5	4.34 5	33.353
52	4.23 2	5.70 6	4.00 0	4.37 9	5.69 9	4.38 6	5.77 8	4.34 5	38.525
53	4.23 2	5.70 6	5.59 8	4.37 9	5.69 9	5.77 3	5.77 8	5.72 7	42.892
54	5.49 9	5.70 6	4.00 0	4.37 9	5.69 9	5.77 3	5.77 8	4.34 5	41.179
55	4.23 2	5.70 6	4.00 0	4.37 9	5.69 9	5.77 3	5.77 8	4.34 5	39.912
56	3.00 0	5.70 6	5.59 8	4.37 9	5.69 9	4.38 6	5.77 8	4.34 5	38.891
57	5.49 9	5.70 6	4.00 0	4.37 9	5.69 9	5.77 3	4.32 5	4.34 5	39.726
58	5.49 9	5.70 6	4.00 0	5.76 8	5.69 9	5.77 3	5.77 8	4.34 5	42.568
59	4.23 2	4.28 7	5.59 8	5.76 8	5.69 9	4.38 6	5.77 8	5.72 7	41.475
60	5.49 9	4.28 7	5.59 8	5.76 8	4.35 6	4.38 6	5.77 8	5.72 7	41.398
61	5.49 9	5.70 6	5.59 8	4.37 9	4.35 6	4.38 6	5.77 8	5.72 7	41.429
62	5.49 9	5.70 6	5.59 8	5.76 8	4.35 6	4.38 6	4.32 5	4.34 5	39.983





MP 7	Pearson Correlation	.171	.379*	.110	.362*	.355**	.022	1	.193	.615**
	Sig. (2-tailed)	.184	.002	.394	.004	.005	.868		.134	.000
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62
MP 8	Pearson Correlation	-.094	.286*	.141	.463*	.239	.268*	.193	1	.597**
	Sig. (2-tailed)	.466	.024	.276	.000	.061	.035	.134		.000
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62
SK OR	Pearson Correlation	.304*	.648*	.282*	.658*	.612**	.439*	.615*	.597**	1
	Sig. (2-tailed)	.016	.000	.027	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62

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

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

#### Hasil Uji Validitas Variabel Minat Pedagang

	PR1	PR2	PR3	PR4	PR5	PR6	PR7	PR8	SKOR
PR1 Pearson Correlation	1	.143	.340*	.242	.222	-.079	-.138	.037	.462**
		.269	.007	.058	.083	.543	.285	.775	.000
	N	62	62	62	62	62	62	62	62
PR2 Pearson Correlation	.143	1	.165	.039	.064	-.091	.110	-.071	.434**
	.269		.199	.763	.621	.483	.395	.582	.000
	N	62	62	62	62	62	62	62	62
PR3 Pearson Correlation	.340**	.165	1	.343*	.705**	.225	.331**	.299*	.769**
	.007	.199		.006	.000	.078	.009	.018	.000
	N	62	62	62	62	62	62	62	62
PR4 Pearson Correlation	.242	.039	.343*	1	.330**	.155	.069	.652**	.645**

Sig. (2-tailed)	.058	.763	.006		.009	.230	.595	.000	.000
N	62	62	62	62	62	62	62	62	62
PR5 Pearson Correlation	.222	.064	.705*	.330*	1	.195	.252*	.112	.689**
Sig. (2-tailed)	.083	.621	.000	.009		.128	.048	.385	.000
N	62	62	62	62	62	62	62	62	62
PR6 Pearson Correlation	-	-	.225	.155	.195	1	.495**	.092	.371**
Sig. (2-tailed)	.079	.091	.078	.230	.128		.000	.478	.003
N	62	62	62	62	62	62	62	62	62
PR7 Pearson Correlation	-	.110	.331*	.069	.252*	.495**	1	.143	.456**
Sig. (2-tailed)	.138	.395	.009	.595	.048	.000		.267	.000
N	62	62	62	62	62	62	62	62	62
PR8 Pearson Correlation	.037	-	.299*	.652*	.112	.092	.143	1	.363**
Sig. (2-tailed)	.775	.071	.018	.000	.385	.478	.267		.004
N	62	62	62	62	62	62	62	62	62
SK OR Pearson Correlation	.462**	.434**	.769*	.645*	.689**	.371**	.456**	.363**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.003	.000	.004	
N	62	62	62	62	62	62	62	62	62

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

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

#### Hasil Uji Validitas Variabel Minat Pedagang

	PE1	PE2	PE3	PE4	PE5	PE6	SKOR
PE1 Pearson Correlation	1	.902**	.083	.057	.302*	.394**	.806**
Sig. (2-tailed)		.000	.522	.657	.017	.002	.000

N	62	62	62	62	62	62	62
PE2 Pearson Correlation	.902 <sup>*</sup>	1	.086	-.038	.360 <sup>**</sup>	.312 <sup>*</sup>	.779 <sup>**</sup>
Sig. (2-tailed)	.000		.508	.772	.004	.013	.000
N	62	62	62	62	62	62	62
PE3 Pearson Correlation	.083	.086	1	.196	.144	.144	.321 <sup>*</sup>
Sig. (2-tailed)	.522	.508		.127	.264	.264	.011
N	62	62	62	62	62	62	62
PE4 Pearson Correlation	.057	-.038	.196	1	.268 <sup>*</sup>	.336 <sup>**</sup>	.402 <sup>**</sup>
Sig. (2-tailed)	.657	.772	.127		.035	.008	.001
N	62	62	62	62	62	62	62
PE5 Pearson Correlation	.302 <sup>*</sup>	.360 <sup>**</sup>	.144	.268 <sup>*</sup>	1	.869 <sup>**</sup>	.729 <sup>**</sup>
Sig. (2-tailed)	.017	.004	.264	.035		.000	.000
N	62	62	62	62	62	62	62
PE6 Pearson Correlation	.394 <sup>*</sup>	.312 <sup>*</sup>	.144	.336 <sup>**</sup>	.869 <sup>**</sup>	1	.759 <sup>**</sup>
Sig. (2-tailed)	.002	.013	.264	.008	.000		.000
N	62	62	62	62	62	62	62
SK OR Pearson Correlation	.806 <sup>*</sup>	.779 <sup>**</sup>	.321 <sup>*</sup>	.402 <sup>**</sup>	.729 <sup>**</sup>	.759 <sup>**</sup>	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.011	.001	.000	.000	
N	62	62	62	62	62	62	62

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

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

**Hasil Uji Validitas Variabel Minat Pedagang**

	PL1	PL2	PL3	PL4	PL5	PL6	PL7	PL8	PL9	PL10	SKOR
PL1 Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	1 .207 62	.207 .107 62	.372** .003 62	.383** .002 62	.107 .409 62	.244 .056 62	.208 .104 62	.527** .000 62	.424** .001 62	.208 .104 62	.607** .000 62
PL2 Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.207 .107 62	1 .331 62	.126 .331 62	.296* .019 62	.211 .100 62	.148 .249 62	-.089 .493 62	.214 .094 62	.290* .022 62	-.089 .493 62	.384** .002 62
PL3 Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.372** .003 62	.126 .331 62	1 .000 62	.584** .000 62	.335** .008 62	.490** .000 62	.233 .068 62	.512** .000 62	.246 .054 62	.233 .068 62	.708** .000 62
PL4 Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.383** .002 62	.296* .019 62	.584** .000 62	1 .000 62	.464** .000 62	.490** .000 62	.211 .100 62	.490** .000 62	.325* .010 62	.211 .100 62	.758** .000 62
PL5 Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.107 .409 62	.211 .100 62	.335** .008 62	.464** .000 62	1 .000 62	.466** .000 62	.112 .387 62	.220 .086 62	.181 .159 62	.112 .387 62	.544** .000 62
PL6 Pearson Correlation Sig. (2-tailed)	.244 .056	.148 .249	.490** .000	.490** .000	.466** .000	1 .747	.042 .001	.421** .001	.216 .092	.042 .747	.627** .000

N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
PL7 Pearson Correlation	.208	-.089	.233	.211	.112	.042	1	.226	.115	1.000**	.485**
Sig. (2-tailed)	.104	.493	.068	.100	.387	.747		.078	.374	.000	.000
N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
PL8 Pearson Correlation	.527**	.214	.512**	.490**	.220	.421**	.226	1	.569**	.226	.754**
Sig. (2-tailed)	.000	.094	.000	.000	.086	.001	.078		.000	.078	.000
N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
PL9 Pearson Correlation	.424**	.290*	.246	.325*	.181	.216	.115	.569**	1	.115	.586**
Sig. (2-tailed)	.001	.022	.054	.010	.159	.092	.374	.000		.374	.000
N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
PL10 Pearson Correlation	.208	-.089	.233	.211	.112	.042	1.000**	.226	.115	1	.485**
Sig. (2-tailed)	.104	.493	.068	.100	.387	.747	.000	.078	.374		.000
N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
SKOR Pearson Correlation	.607**	.384**	.708**	.758**	.544**	.627**	.485**	.754**	.586**	.485**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62

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

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

**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Pedagang**

Cronbach's Alpha	N of Items
.613	8

**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi**

Cronbach's Alpha	N of Items
.619	8

**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pengetahuan**

Cronbach's Alpha	N of Items
.728	6

**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pengetahuan**

Cronbach's Alpha	N of Items
.801	10

**LAMPIRAN 6**

**Hasil Uji Analisis Deskriptif**

	N	Minimum	Maximum	Mean
PR	62	29	39	33.65
PE	62	22	30	26.08
PL	62	33	48	42.06
MP	62	27	38	33.95
Valid N (listwise)	62			

**Hasil Uji Normalitas  
One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		62
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.85879345
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.045
	Positive	.045
	Negative	-.045
Test Statistic		.045
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

**Hasil Uji Linearitas Minat terhadap Promosi**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
MP * PR	Between Groups	(Combined)	107.052	10	10.705	1.740	.097
		Linearity	57.561	1	57.561	9.355	.004
		Deviation from Linearity	49.490	9	5.499	.894	.538
	Within Groups		313.803	51	6.153		
Total			420.855	61			



### Hasil Uji Linearitas Minat terhadap Pengetahuan

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
MP * PE	Between Groups	(Combined )	177.875	8	22.234	4.850	.000
		Linearity	141.308	1	141.308	30.823	.000
		Deviation from Linearity	36.568	7	5.224	1.139	.353
Within Groups			242.979	53	4.585		
Total			420.855	61			

### Hasil Uji Linearitas Minat terhadap Pelayanan

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
MP * PL	Between Groups	(Combined) Linearity	185.730	14	13.266	2.652	.006
		Deviation from Linearity	141.475	1	141.475	28.280	.000
			44.255	13	3.404	.680	.772
Within Groups			235.125	47	5.003		
Total			420.855	61			

### Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.976	4.380			
	PR	.207	.110	.186	.877	1.141
	PE	.488	.125	.402	.812	1.231
	PL	.268	.086	.340	.731	1.369

### Hasil Uji Heteroskedastisitas

			PR	PE	PL	Unstandardized Residual
Spearman's rho	PR	Correlation Coefficient	1.000	.148	.309*	-.013
		Sig. (2-tailed)	.	.250	.014	.921
		N	62	62	62	62
	PE	Correlation Coefficient	.148	1.000	.373**	.049
		Sig. (2-tailed)	.250	.	.003	.705
		N	62	62	62	62
	PL	Correlation Coefficient	.309*	.373**	1.000	-.021
		Sig. (2-tailed)	.014	.003	.	.869
		N	62	62	62	62
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	-.013	.049	-.021	1.000
		Sig. (2-tailed)	.921	.705	.869	.
		N	62	62	62	62

### Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.707 <sup>a</sup>	.499	.473	1.906	1.832

**LAMPIRAN 7****Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.325	4.271		2.184	.033
	PR	.183	.098	.181	1.868	.067
	PE	.518	.115	.452	4.515	.000
	PL	.225	.076	.314	2.963	.004

**Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.727 <sup>a</sup>	.528	.504	2.560

**LAMPIRAN 8****Hasil Uji T**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.325	4.271		2.184	.033
	PR	.183	.098	.181	1.868	.067
	PE	.518	.115	.452	4.515	.000
	PL	.225	.076	.314	2.963	.004

**LAMPIRAN 9****Hasil Uji F**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	424.920	3	141.640	21.620	.000 <sup>b</sup>
	Residual	379.970	58	6.551		
	Total	804.889	61			

## LAMPIRAN 10

### Dokumentasi















# Titik Persentase Distribusi F

## Probabilita = 0.10

Diproduksi oleh: Junaidi  
<http://junaidichaniago.wordpress.com>

**Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,10**

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	39.86	49.50	53.59	55.83	57.24	58.20	58.91	59.44	59.86	60.19	60.47	60.71	60.90	61.07	61.22
2	8.53	9.00	9.16	9.24	9.29	9.33	9.35	9.37	9.38	9.39	9.40	9.41	9.41	9.42	9.42
3	5.54	5.46	5.39	5.34	5.31	5.28	5.27	5.25	5.24	5.23	5.22	5.22	5.21	5.20	5.20
4	4.54	4.32	4.19	4.11	4.05	4.01	3.98	3.95	3.94	3.92	3.91	3.90	3.89	3.88	3.87
5	4.06	3.78	3.62	3.52	3.45	3.40	3.37	3.34	3.32	3.30	3.28	3.27	3.26	3.25	3.24
6	3.78	3.46	3.29	3.18	3.11	3.05	3.01	2.98	2.96	2.94	2.92	2.90	2.89	2.88	2.87
7	3.59	3.26	3.07	2.96	2.88	2.83	2.78	2.75	2.72	2.70	2.68	2.67	2.65	2.64	2.63
8	3.46	3.11	2.92	2.81	2.73	2.67	2.62	2.59	2.56	2.54	2.52	2.50	2.49	2.48	2.46
9	3.36	3.01	2.81	2.69	2.61	2.55	2.51	2.47	2.44	2.42	2.40	2.38	2.36	2.35	2.34
10	3.29	2.92	2.73	2.61	2.52	2.46	2.41	2.38	2.35	2.32	2.30	2.28	2.27	2.26	2.24
11	3.23	2.86	2.66	2.54	2.45	2.39	2.34	2.30	2.27	2.25	2.23	2.21	2.19	2.18	2.17
12	3.18	2.81	2.61	2.48	2.39	2.33	2.28	2.24	2.21	2.19	2.17	2.15	2.13	2.12	2.10
13	3.14	2.76	2.56	2.43	2.35	2.28	2.23	2.20	2.16	2.14	2.12	2.10	2.08	2.07	2.05
14	3.10	2.73	2.52	2.39	2.31	2.24	2.19	2.15	2.12	2.10	2.07	2.05	2.04	2.02	2.01
15	3.07	2.70	2.49	2.36	2.27	2.21	2.16	2.12	2.09	2.06	2.04	2.02	2.00	1.99	1.97
16	3.05	2.67	2.46	2.33	2.24	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.01	1.99	1.97	1.95	1.94
17	3.03	2.64	2.44	2.31	2.22	2.15	2.10	2.06	2.03	2.00	1.98	1.96	1.94	1.93	1.91
18	3.01	2.62	2.42	2.29	2.20	2.13	2.08	2.04	2.00	1.98	1.95	1.93	1.92	1.90	1.89
19	2.99	2.61	2.40	2.27	2.18	2.11	2.06	2.02	1.98	1.96	1.93	1.91	1.89	1.88	1.86
20	2.97	2.59	2.38	2.25	2.16	2.09	2.04	2.00	1.96	1.94	1.91	1.89	1.87	1.86	1.84
21	2.96	2.57	2.36	2.23	2.14	2.08	2.02	1.98	1.95	1.92	1.90	1.87	1.86	1.84	1.83
22	2.95	2.56	2.35	2.22	2.13	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.86	1.84	1.83	1.81
23	2.94	2.55	2.34	2.21	2.11	2.05	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87	1.84	1.83	1.81	1.80
24	2.93	2.54	2.33	2.19	2.10	2.04	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83	1.81	1.80	1.78
25	2.92	2.53	2.32	2.18	2.09	2.02	1.97	1.93	1.89	1.87	1.84	1.82	1.80	1.79	1.77
26	2.91	2.52	2.31	2.17	2.08	2.01	1.96	1.92	1.88	1.86	1.83	1.81	1.79	1.77	1.76
27	2.90	2.51	2.30	2.17	2.07	2.00	1.95	1.91	1.87	1.85	1.82	1.80	1.78	1.76	1.75
28	2.89	2.50	2.29	2.16	2.06	2.00	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79	1.77	1.75	1.74
29	2.89	2.50	2.28	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78	1.76	1.75	1.73
30	2.88	2.49	2.28	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77	1.75	1.74	1.72
31	2.87	2.48	2.27	2.14	2.04	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.77	1.75	1.73	1.71
32	2.87	2.48	2.26	2.13	2.04	1.97	1.91	1.87	1.83	1.81	1.78	1.76	1.74	1.72	1.71
33	2.86	2.47	2.26	2.12	2.03	1.96	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75	1.73	1.72	1.70
34	2.86	2.47	2.25	2.12	2.02	1.96	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.75	1.73	1.71	1.69
35	2.85	2.46	2.25	2.11	2.02	1.95	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.74	1.72	1.70	1.69
36	2.85	2.46	2.24	2.11	2.01	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.76	1.73	1.71	1.70	1.68
37	2.85	2.45	2.24	2.10	2.01	1.94	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.73	1.71	1.69	1.68
38	2.84	2.45	2.23	2.10	2.01	1.94	1.88	1.84	1.80	1.77	1.75	1.72	1.70	1.69	1.67
39	2.84	2.44	2.23	2.09	2.00	1.93	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.72	1.70	1.68	1.67
40	2.84	2.44	2.23	2.09	2.00	1.93	1.87	1.83	1.79	1.76	1.74	1.71	1.70	1.68	1.66
41	2.83	2.44	2.22	2.09	1.99	1.92	1.87	1.82	1.79	1.76	1.73	1.71	1.69	1.67	1.66
42	2.83	2.43	2.22	2.08	1.99	1.92	1.86	1.82	1.78	1.75	1.73	1.71	1.69	1.67	1.65
43	2.83	2.43	2.22	2.08	1.99	1.92	1.86	1.82	1.78	1.75	1.72	1.70	1.68	1.67	1.65
44	2.82	2.43	2.21	2.08	1.98	1.91	1.86	1.81	1.78	1.75	1.72	1.70	1.68	1.66	1.65
45	2.82	2.42	2.21	2.07	1.98	1.91	1.85	1.81	1.77	1.74	1.72	1.70	1.68	1.66	1.64



**Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,10**

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	2.82	2.42	2.21	2.07	1.98	1.91	1.85	1.81	1.77	1.74	1.71	1.69	1.67	1.65	1.64
47	2.82	2.42	2.20	2.07	1.97	1.90	1.85	1.80	1.77	1.74	1.71	1.69	1.67	1.65	1.64
48	2.81	2.42	2.20	2.07	1.97	1.90	1.85	1.80	1.77	1.73	1.71	1.69	1.67	1.65	1.63
49	2.81	2.41	2.20	2.06	1.97	1.90	1.84	1.80	1.76	1.73	1.71	1.68	1.66	1.65	1.63
50	2.81	2.41	2.20	2.06	1.97	1.90	1.84	1.80	1.76	1.73	1.70	1.68	1.66	1.64	1.63
51	2.81	2.41	2.19	2.06	1.96	1.89	1.84	1.79	1.76	1.73	1.70	1.68	1.66	1.64	1.62
52	2.80	2.41	2.19	2.06	1.96	1.89	1.84	1.79	1.75	1.72	1.70	1.67	1.65	1.64	1.62
53	2.80	2.41	2.19	2.05	1.96	1.89	1.83	1.79	1.75	1.72	1.70	1.67	1.65	1.63	1.62
54	2.80	2.40	2.19	2.05	1.96	1.89	1.83	1.79	1.75	1.72	1.69	1.67	1.65	1.63	1.62
55	2.80	2.40	2.19	2.05	1.95	1.88	1.83	1.78	1.75	1.72	1.69	1.67	1.65	1.63	1.61
56	2.80	2.40	2.18	2.05	1.95	1.88	1.83	1.78	1.75	1.71	1.69	1.67	1.65	1.63	1.61
57	2.80	2.40	2.18	2.05	1.95	1.88	1.82	1.78	1.74	1.71	1.69	1.66	1.64	1.63	1.61
58	2.79	2.40	2.18	2.04	1.95	1.88	1.82	1.78	1.74	1.71	1.68	1.66	1.64	1.62	1.61
59	2.79	2.39	2.18	2.04	1.95	1.88	1.82	1.78	1.74	1.71	1.68	1.66	1.64	1.62	1.61
60	2.79	2.39	2.18	2.04	1.95	1.87	1.82	1.77	1.74	1.71	1.68	1.66	1.64	1.62	1.60
61	2.79	2.39	2.18	2.04	1.94	1.87	1.82	1.77	1.74	1.71	1.68	1.66	1.64	1.62	1.60
62	2.79	2.39	2.17	2.04	1.94	1.87	1.82	1.77	1.73	1.70	1.68	1.65	1.63	1.62	1.60
63	2.79	2.39	2.17	2.04	1.94	1.87	1.81	1.77	1.73	1.70	1.68	1.65	1.63	1.61	1.60
64	2.79	2.39	2.17	2.03	1.94	1.87	1.81	1.77	1.73	1.70	1.67	1.65	1.63	1.61	1.60
65	2.78	2.39	2.17	2.03	1.94	1.87	1.81	1.77	1.73	1.70	1.67	1.65	1.63	1.61	1.59
66	2.78	2.38	2.17	2.03	1.94	1.87	1.81	1.77	1.73	1.70	1.67	1.65	1.63	1.61	1.59
67	2.78	2.38	2.17	2.03	1.94	1.86	1.81	1.76	1.73	1.70	1.67	1.65	1.63	1.61	1.59
68	2.78	2.38	2.17	2.03	1.93	1.86	1.81	1.76	1.73	1.69	1.67	1.64	1.62	1.61	1.59
69	2.78	2.38	2.16	2.03	1.93	1.86	1.81	1.76	1.72	1.69	1.67	1.64	1.62	1.60	1.59
70	2.78	2.38	2.16	2.03	1.93	1.86	1.80	1.76	1.72	1.69	1.66	1.64	1.62	1.60	1.59
71	2.78	2.38	2.16	2.03	1.93	1.86	1.80	1.76	1.72	1.69	1.66	1.64	1.62	1.60	1.59
72	2.78	2.38	2.16	2.02	1.93	1.86	1.80	1.76	1.72	1.69	1.66	1.64	1.62	1.60	1.58
73	2.78	2.38	2.16	2.02	1.93	1.86	1.80	1.76	1.72	1.69	1.66	1.64	1.62	1.60	1.58
74	2.77	2.38	2.16	2.02	1.93	1.86	1.80	1.75	1.72	1.69	1.66	1.64	1.62	1.60	1.58
75	2.77	2.37	2.16	2.02	1.93	1.85	1.80	1.75	1.72	1.69	1.66	1.63	1.61	1.60	1.58
76	2.77	2.37	2.16	2.02	1.92	1.85	1.80	1.75	1.72	1.68	1.66	1.63	1.61	1.59	1.58
77	2.77	2.37	2.16	2.02	1.92	1.85	1.80	1.75	1.71	1.68	1.66	1.63	1.61	1.59	1.58
78	2.77	2.37	2.16	2.02	1.92	1.85	1.80	1.75	1.71	1.68	1.65	1.63	1.61	1.59	1.58
79	2.77	2.37	2.15	2.02	1.92	1.85	1.79	1.75	1.71	1.68	1.65	1.63	1.61	1.59	1.58
80	2.77	2.37	2.15	2.02	1.92	1.85	1.79	1.75	1.71	1.68	1.65	1.63	1.61	1.59	1.57
81	2.77	2.37	2.15	2.02	1.92	1.85	1.79	1.75	1.71	1.68	1.65	1.63	1.61	1.59	1.57
82	2.77	2.37	2.15	2.01	1.92	1.85	1.79	1.75	1.71	1.68	1.65	1.63	1.61	1.59	1.57
83	2.77	2.37	2.15	2.01	1.92	1.85	1.79	1.75	1.71	1.68	1.65	1.63	1.61	1.59	1.57
84	2.77	2.37	2.15	2.01	1.92	1.85	1.79	1.74	1.71	1.68	1.65	1.63	1.60	1.59	1.57
85	2.77	2.37	2.15	2.01	1.92	1.84	1.79	1.74	1.71	1.67	1.65	1.62	1.60	1.59	1.57
86	2.76	2.37	2.15	2.01	1.92	1.84	1.79	1.74	1.71	1.67	1.65	1.62	1.60	1.58	1.57
87	2.76	2.36	2.15	2.01	1.91	1.84	1.79	1.74	1.70	1.67	1.65	1.62	1.60	1.58	1.57
88	2.76	2.36	2.15	2.01	1.91	1.84	1.79	1.74	1.70	1.67	1.65	1.62	1.60	1.58	1.57
89	2.76	2.36	2.15	2.01	1.91	1.84	1.79	1.74	1.70	1.67	1.64	1.62	1.60	1.58	1.57
90	2.76	2.36	2.15	2.01	1.91	1.84	1.78	1.74	1.70	1.67	1.64	1.62	1.60	1.58	1.56

**Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,10**

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	2.76	2.36	2.14	2.01	1.91	1.84	1.78	1.74	1.70	1.67	1.64	1.62	1.60	1.58	1.56
92	2.76	2.36	2.14	2.01	1.91	1.84	1.78	1.74	1.70	1.67	1.64	1.62	1.60	1.58	1.56
93	2.76	2.36	2.14	2.01	1.91	1.84	1.78	1.74	1.70	1.67	1.64	1.62	1.60	1.58	1.56
94	2.76	2.36	2.14	2.01	1.91	1.84	1.78	1.74	1.70	1.67	1.64	1.62	1.60	1.58	1.56
95	2.76	2.36	2.14	2.00	1.91	1.84	1.78	1.74	1.70	1.67	1.64	1.62	1.60	1.58	1.56
96	2.76	2.36	2.14	2.00	1.91	1.84	1.78	1.74	1.70	1.67	1.64	1.62	1.59	1.58	1.56
97	2.76	2.36	2.14	2.00	1.91	1.84	1.78	1.73	1.70	1.67	1.64	1.61	1.59	1.58	1.56
98	2.76	2.36	2.14	2.00	1.91	1.84	1.78	1.73	1.70	1.66	1.64	1.61	1.59	1.57	1.56
99	2.76	2.36	2.14	2.00	1.91	1.83	1.78	1.73	1.70	1.66	1.64	1.61	1.59	1.57	1.56
100	2.76	2.36	2.14	2.00	1.91	1.83	1.78	1.73	1.69	1.66	1.64	1.61	1.59	1.57	1.56
101	2.76	2.36	2.14	2.00	1.91	1.83	1.78	1.73	1.69	1.66	1.64	1.61	1.59	1.57	1.56
102	2.76	2.36	2.14	2.00	1.90	1.83	1.78	1.73	1.69	1.66	1.63	1.61	1.59	1.57	1.56
103	2.75	2.35	2.14	2.00	1.90	1.83	1.78	1.73	1.69	1.66	1.63	1.61	1.59	1.57	1.55
104	2.75	2.35	2.14	2.00	1.90	1.83	1.78	1.73	1.69	1.66	1.63	1.61	1.59	1.57	1.55
105	2.75	2.35	2.14	2.00	1.90	1.83	1.77	1.73	1.69	1.66	1.63	1.61	1.59	1.57	1.55
106	2.75	2.35	2.14	2.00	1.90	1.83	1.77	1.73	1.69	1.66	1.63	1.61	1.59	1.57	1.55
107	2.75	2.35	2.14	2.00	1.90	1.83	1.77	1.73	1.69	1.66	1.63	1.61	1.59	1.57	1.55
108	2.75	2.35	2.14	2.00	1.90	1.83	1.77	1.73	1.69	1.66	1.63	1.61	1.59	1.57	1.55
109	2.75	2.35	2.13	2.00	1.90	1.83	1.77	1.73	1.69	1.66	1.63	1.61	1.59	1.57	1.55
110	2.75	2.35	2.13	2.00	1.90	1.83	1.77	1.73	1.69	1.66	1.63	1.61	1.59	1.57	1.55
111	2.75	2.35	2.13	2.00	1.90	1.83	1.77	1.73	1.69	1.66	1.63	1.61	1.58	1.57	1.55
112	2.75	2.35	2.13	2.00	1.90	1.83	1.77	1.73	1.69	1.66	1.63	1.61	1.58	1.57	1.55
113	2.75	2.35	2.13	2.00	1.90	1.83	1.77	1.73	1.69	1.66	1.63	1.60	1.58	1.57	1.55
114	2.75	2.35	2.13	1.99	1.90	1.83	1.77	1.72	1.69	1.66	1.63	1.60	1.58	1.56	1.55
115	2.75	2.35	2.13	1.99	1.90	1.83	1.77	1.72	1.69	1.65	1.63	1.60	1.58	1.56	1.55
116	2.75	2.35	2.13	1.99	1.90	1.83	1.77	1.72	1.69	1.65	1.63	1.60	1.58	1.56	1.55
117	2.75	2.35	2.13	1.99	1.90	1.83	1.77	1.72	1.69	1.65	1.63	1.60	1.58	1.56	1.55
118	2.75	2.35	2.13	1.99	1.90	1.82	1.77	1.72	1.69	1.65	1.63	1.60	1.58	1.56	1.55
119	2.75	2.35	2.13	1.99	1.90	1.82	1.77	1.72	1.68	1.65	1.63	1.60	1.58	1.56	1.55
120	2.75	2.35	2.13	1.99	1.90	1.82	1.77	1.72	1.68	1.65	1.63	1.60	1.58	1.56	1.55
121	2.75	2.35	2.13	1.99	1.90	1.82	1.77	1.72	1.68	1.65	1.62	1.60	1.58	1.56	1.54
122	2.75	2.35	2.13	1.99	1.90	1.82	1.77	1.72	1.68	1.65	1.62	1.60	1.58	1.56	1.54
123	2.75	2.35	2.13	1.99	1.89	1.82	1.77	1.72	1.68	1.65	1.62	1.60	1.58	1.56	1.54
124	2.75	2.35	2.13	1.99	1.89	1.82	1.77	1.72	1.68	1.65	1.62	1.60	1.58	1.56	1.54
125	2.75	2.35	2.13	1.99	1.89	1.82	1.77	1.72	1.68	1.65	1.62	1.60	1.58	1.56	1.54
126	2.75	2.35	2.13	1.99	1.89	1.82	1.77	1.72	1.68	1.65	1.62	1.60	1.58	1.56	1.54
127	2.75	2.34	2.13	1.99	1.89	1.82	1.76	1.72	1.68	1.65	1.62	1.60	1.58	1.56	1.54
128	2.75	2.34	2.13	1.99	1.89	1.82	1.76	1.72	1.68	1.65	1.62	1.60	1.58	1.56	1.54
129	2.74	2.34	2.13	1.99	1.89	1.82	1.76	1.72	1.68	1.65	1.62	1.60	1.58	1.56	1.54
130	2.74	2.34	2.13	1.99	1.89	1.82	1.76	1.72	1.68	1.65	1.62	1.60	1.58	1.56	1.54
131	2.74	2.34	2.13	1.99	1.89	1.82	1.76	1.72	1.68	1.65	1.62	1.60	1.58	1.56	1.54
132	2.74	2.34	2.13	1.99	1.89	1.82	1.76	1.72	1.68	1.65	1.62	1.60	1.58	1.56	1.54
133	2.74	2.34	2.13	1.99	1.89	1.82	1.76	1.72	1.68	1.65	1.62	1.60	1.57	1.56	1.54
134	2.74	2.34	2.13	1.99	1.89	1.82	1.76	1.72	1.68	1.65	1.62	1.60	1.57	1.56	1.54
135	2.74	2.34	2.12	1.99	1.89	1.82	1.76	1.72	1.68	1.65	1.62	1.60	1.57	1.56	1.54

**Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,10**

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
136	2.74	2.34	2.12	1.99	1.89	1.82	1.76	1.72	1.68	1.65	1.62	1.59	1.57	1.55	1.54
137	2.74	2.34	2.12	1.99	1.89	1.82	1.76	1.72	1.68	1.65	1.62	1.59	1.57	1.55	1.54
138	2.74	2.34	2.12	1.99	1.89	1.82	1.76	1.72	1.68	1.65	1.62	1.59	1.57	1.55	1.54
139	2.74	2.34	2.12	1.99	1.89	1.82	1.76	1.71	1.68	1.64	1.62	1.59	1.57	1.55	1.54
140	2.74	2.34	2.12	1.99	1.89	1.82	1.76	1.71	1.68	1.64	1.62	1.59	1.57	1.55	1.54
141	2.74	2.34	2.12	1.99	1.89	1.82	1.76	1.71	1.68	1.64	1.62	1.59	1.57	1.55	1.54
142	2.74	2.34	2.12	1.98	1.89	1.82	1.76	1.71	1.68	1.64	1.62	1.59	1.57	1.55	1.54
143	2.74	2.34	2.12	1.98	1.89	1.82	1.76	1.71	1.68	1.64	1.62	1.59	1.57	1.55	1.54
144	2.74	2.34	2.12	1.98	1.89	1.82	1.76	1.71	1.68	1.64	1.62	1.59	1.57	1.55	1.54
145	2.74	2.34	2.12	1.98	1.89	1.82	1.76	1.71	1.68	1.64	1.62	1.59	1.57	1.55	1.53
146	2.74	2.34	2.12	1.98	1.89	1.81	1.76	1.71	1.67	1.64	1.62	1.59	1.57	1.55	1.53
147	2.74	2.34	2.12	1.98	1.89	1.81	1.76	1.71	1.67	1.64	1.61	1.59	1.57	1.55	1.53
148	2.74	2.34	2.12	1.98	1.89	1.81	1.76	1.71	1.67	1.64	1.61	1.59	1.57	1.55	1.53
149	2.74	2.34	2.12	1.98	1.89	1.81	1.76	1.71	1.67	1.64	1.61	1.59	1.57	1.55	1.53
150	2.74	2.34	2.12	1.98	1.89	1.81	1.76	1.71	1.67	1.64	1.61	1.59	1.57	1.55	1.53
151	2.74	2.34	2.12	1.98	1.89	1.81	1.76	1.71	1.67	1.64	1.61	1.59	1.57	1.55	1.53
152	2.74	2.34	2.12	1.98	1.89	1.81	1.76	1.71	1.67	1.64	1.61	1.59	1.57	1.55	1.53
153	2.74	2.34	2.12	1.98	1.89	1.81	1.76	1.71	1.67	1.64	1.61	1.59	1.57	1.55	1.53
154	2.74	2.34	2.12	1.98	1.89	1.81	1.76	1.71	1.67	1.64	1.61	1.59	1.57	1.55	1.53
155	2.74	2.34	2.12	1.98	1.88	1.81	1.76	1.71	1.67	1.64	1.61	1.59	1.57	1.55	1.53
156	2.74	2.34	2.12	1.98	1.88	1.81	1.76	1.71	1.67	1.64	1.61	1.59	1.57	1.55	1.53
157	2.74	2.34	2.12	1.98	1.88	1.81	1.76	1.71	1.67	1.64	1.61	1.59	1.57	1.55	1.53
158	2.74	2.34	2.12	1.98	1.88	1.81	1.76	1.71	1.67	1.64	1.61	1.59	1.57	1.55	1.53
159	2.74	2.34	2.12	1.98	1.88	1.81	1.75	1.71	1.67	1.64	1.61	1.59	1.57	1.55	1.53
160	2.74	2.34	2.12	1.98	1.88	1.81	1.75	1.71	1.67	1.64	1.61	1.59	1.57	1.55	1.53
161	2.74	2.34	2.12	1.98	1.88	1.81	1.75	1.71	1.67	1.64	1.61	1.59	1.57	1.55	1.53
162	2.74	2.34	2.12	1.98	1.88	1.81	1.75	1.71	1.67	1.64	1.61	1.59	1.57	1.55	1.53
163	2.74	2.34	2.12	1.98	1.88	1.81	1.75	1.71	1.67	1.64	1.61	1.59	1.57	1.55	1.53
164	2.74	2.34	2.12	1.98	1.88	1.81	1.75	1.71	1.67	1.64	1.61	1.59	1.57	1.55	1.53
165	2.74	2.34	2.12	1.98	1.88	1.81	1.75	1.71	1.67	1.64	1.61	1.59	1.56	1.55	1.53
166	2.74	2.33	2.12	1.98	1.88	1.81	1.75	1.71	1.67	1.64	1.61	1.59	1.56	1.55	1.53
167	2.74	2.33	2.12	1.98	1.88	1.81	1.75	1.71	1.67	1.64	1.61	1.59	1.56	1.55	1.53
168	2.74	2.33	2.12	1.98	1.88	1.81	1.75	1.71	1.67	1.64	1.61	1.59	1.56	1.55	1.53
169	2.74	2.33	2.12	1.98	1.88	1.81	1.75	1.71	1.67	1.64	1.61	1.59	1.56	1.55	1.53
170	2.74	2.33	2.12	1.98	1.88	1.81	1.75	1.71	1.67	1.64	1.61	1.58	1.56	1.54	1.53
171	2.74	2.33	2.12	1.98	1.88	1.81	1.75	1.71	1.67	1.64	1.61	1.58	1.56	1.54	1.53
172	2.73	2.33	2.12	1.98	1.88	1.81	1.75	1.71	1.67	1.64	1.61	1.58	1.56	1.54	1.53
173	2.73	2.33	2.12	1.98	1.88	1.81	1.75	1.71	1.67	1.64	1.61	1.58	1.56	1.54	1.53
174	2.73	2.33	2.12	1.98	1.88	1.81	1.75	1.71	1.67	1.64	1.61	1.58	1.56	1.54	1.53
175	2.73	2.33	2.12	1.98	1.88	1.81	1.75	1.71	1.67	1.64	1.61	1.58	1.56	1.54	1.53
176	2.73	2.33	2.12	1.98	1.88	1.81	1.75	1.71	1.67	1.64	1.61	1.58	1.56	1.54	1.53
177	2.73	2.33	2.11	1.98	1.88	1.81	1.75	1.71	1.67	1.63	1.61	1.58	1.56	1.54	1.53
178	2.73	2.33	2.11	1.98	1.88	1.81	1.75	1.70	1.67	1.63	1.61	1.58	1.56	1.54	1.53
179	2.73	2.33	2.11	1.98	1.88	1.81	1.75	1.70	1.67	1.63	1.61	1.58	1.56	1.54	1.53
180	2.73	2.33	2.11	1.98	1.88	1.81	1.75	1.70	1.67	1.63	1.61	1.58	1.56	1.54	1.53

**Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,10**

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
181	2.73	2.33	2.11	1.98	1.88	1.81	1.75	1.70	1.67	1.63	1.61	1.58	1.56	1.54	1.53
182	2.73	2.33	2.11	1.98	1.88	1.81	1.75	1.70	1.67	1.63	1.61	1.58	1.56	1.54	1.53
183	2.73	2.33	2.11	1.98	1.88	1.81	1.75	1.70	1.67	1.63	1.61	1.58	1.56	1.54	1.53
184	2.73	2.33	2.11	1.98	1.88	1.81	1.75	1.70	1.67	1.63	1.61	1.58	1.56	1.54	1.52
185	2.73	2.33	2.11	1.98	1.88	1.81	1.75	1.70	1.67	1.63	1.61	1.58	1.56	1.54	1.52
186	2.73	2.33	2.11	1.98	1.88	1.81	1.75	1.70	1.67	1.63	1.61	1.58	1.56	1.54	1.52
187	2.73	2.33	2.11	1.98	1.88	1.81	1.75	1.70	1.67	1.63	1.61	1.58	1.56	1.54	1.52
188	2.73	2.33	2.11	1.98	1.88	1.81	1.75	1.70	1.67	1.63	1.61	1.58	1.56	1.54	1.52
189	2.73	2.33	2.11	1.97	1.88	1.81	1.75	1.70	1.66	1.63	1.60	1.58	1.56	1.54	1.52
190	2.73	2.33	2.11	1.97	1.88	1.81	1.75	1.70	1.66	1.63	1.60	1.58	1.56	1.54	1.52
191	2.73	2.33	2.11	1.97	1.88	1.81	1.75	1.70	1.66	1.63	1.60	1.58	1.56	1.54	1.52
192	2.73	2.33	2.11	1.97	1.88	1.81	1.75	1.70	1.66	1.63	1.60	1.58	1.56	1.54	1.52
193	2.73	2.33	2.11	1.97	1.88	1.80	1.75	1.70	1.66	1.63	1.60	1.58	1.56	1.54	1.52
194	2.73	2.33	2.11	1.97	1.88	1.80	1.75	1.70	1.66	1.63	1.60	1.58	1.56	1.54	1.52
195	2.73	2.33	2.11	1.97	1.88	1.80	1.75	1.70	1.66	1.63	1.60	1.58	1.56	1.54	1.52
196	2.73	2.33	2.11	1.97	1.88	1.80	1.75	1.70	1.66	1.63	1.60	1.58	1.56	1.54	1.52
197	2.73	2.33	2.11	1.97	1.88	1.80	1.75	1.70	1.66	1.63	1.60	1.58	1.56	1.54	1.52
198	2.73	2.33	2.11	1.97	1.88	1.80	1.75	1.70	1.66	1.63	1.60	1.58	1.56	1.54	1.52
199	2.73	2.33	2.11	1.97	1.88	1.80	1.75	1.70	1.66	1.63	1.60	1.58	1.56	1.54	1.52
200	2.73	2.33	2.11	1.97	1.88	1.80	1.75	1.70	1.66	1.63	1.60	1.58	1.56	1.54	1.52
201	2.73	2.33	2.11	1.97	1.88	1.80	1.75	1.70	1.66	1.63	1.60	1.58	1.56	1.54	1.52
202	2.73	2.33	2.11	1.97	1.88	1.80	1.75	1.70	1.66	1.63	1.60	1.58	1.56	1.54	1.52
203	2.73	2.33	2.11	1.97	1.88	1.80	1.75	1.70	1.66	1.63	1.60	1.58	1.56	1.54	1.52
204	2.73	2.33	2.11	1.97	1.88	1.80	1.75	1.70	1.66	1.63	1.60	1.58	1.56	1.54	1.52
205	2.73	2.33	2.11	1.97	1.88	1.80	1.75	1.70	1.66	1.63	1.60	1.58	1.56	1.54	1.52
206	2.73	2.33	2.11	1.97	1.88	1.80	1.75	1.70	1.66	1.63	1.60	1.58	1.56	1.54	1.52
207	2.73	2.33	2.11	1.97	1.88	1.80	1.75	1.70	1.66	1.63	1.60	1.58	1.56	1.54	1.52
208	2.73	2.33	2.11	1.97	1.88	1.80	1.75	1.70	1.66	1.63	1.60	1.58	1.56	1.54	1.52
209	2.73	2.33	2.11	1.97	1.88	1.80	1.75	1.70	1.66	1.63	1.60	1.58	1.56	1.54	1.52
210	2.73	2.33	2.11	1.97	1.87	1.80	1.75	1.70	1.66	1.63	1.60	1.58	1.56	1.54	1.52
211	2.73	2.33	2.11	1.97	1.87	1.80	1.75	1.70	1.66	1.63	1.60	1.58	1.56	1.54	1.52
212	2.73	2.33	2.11	1.97	1.87	1.80	1.75	1.70	1.66	1.63	1.60	1.58	1.56	1.54	1.52
213	2.73	2.33	2.11	1.97	1.87	1.80	1.75	1.70	1.66	1.63	1.60	1.58	1.56	1.54	1.52
214	2.73	2.33	2.11	1.97	1.87	1.80	1.75	1.70	1.66	1.63	1.60	1.58	1.56	1.54	1.52
215	2.73	2.33	2.11	1.97	1.87	1.80	1.74	1.70	1.66	1.63	1.60	1.58	1.56	1.54	1.52
216	2.73	2.33	2.11	1.97	1.87	1.80	1.74	1.70	1.66	1.63	1.60	1.58	1.56	1.54	1.52
217	2.73	2.33	2.11	1.97	1.87	1.80	1.74	1.70	1.66	1.63	1.60	1.58	1.56	1.54	1.52
218	2.73	2.33	2.11	1.97	1.87	1.80	1.74	1.70	1.66	1.63	1.60	1.58	1.55	1.54	1.52
219	2.73	2.33	2.11	1.97	1.87	1.80	1.74	1.70	1.66	1.63	1.60	1.58	1.55	1.54	1.52
220	2.73	2.33	2.11	1.97	1.87	1.80	1.74	1.70	1.66	1.63	1.60	1.58	1.55	1.54	1.52
221	2.73	2.33	2.11	1.97	1.87	1.80	1.74	1.70	1.66	1.63	1.60	1.58	1.55	1.54	1.52
222	2.73	2.33	2.11	1.97	1.87	1.80	1.74	1.70	1.66	1.63	1.60	1.58	1.55	1.54	1.52
223	2.73	2.33	2.11	1.97	1.87	1.80	1.74	1.70	1.66	1.63	1.60	1.58	1.55	1.54	1.52
224	2.73	2.33	2.11	1.97	1.87	1.80	1.74	1.70	1.66	1.63	1.60	1.58	1.55	1.54	1.52
225	2.73	2.33	2.11	1.97	1.87	1.80	1.74	1.70	1.66	1.63	1.60	1.58	1.55	1.53	1.52



Tabel r untuk df = 1 - 50

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

**Tabel r untuk df = 51 - 100**

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

**Tabel r untuk df = 101 - 150**

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
101	0.1630	0.1937	0.2290	0.2528	0.3196
102	0.1622	0.1927	0.2279	0.2515	0.3181
103	0.1614	0.1918	0.2268	0.2504	0.3166
104	0.1606	0.1909	0.2257	0.2492	0.3152
105	0.1599	0.1900	0.2247	0.2480	0.3137
106	0.1591	0.1891	0.2236	0.2469	0.3123
107	0.1584	0.1882	0.2226	0.2458	0.3109
108	0.1576	0.1874	0.2216	0.2446	0.3095
109	0.1569	0.1865	0.2206	0.2436	0.3082
110	0.1562	0.1857	0.2196	0.2425	0.3068
111	0.1555	0.1848	0.2186	0.2414	0.3055
112	0.1548	0.1840	0.2177	0.2403	0.3042
113	0.1541	0.1832	0.2167	0.2393	0.3029
114	0.1535	0.1824	0.2158	0.2383	0.3016
115	0.1528	0.1816	0.2149	0.2373	0.3004
116	0.1522	0.1809	0.2139	0.2363	0.2991
117	0.1515	0.1801	0.2131	0.2353	0.2979
118	0.1509	0.1793	0.2122	0.2343	0.2967
119	0.1502	0.1786	0.2113	0.2333	0.2955
120	0.1496	0.1779	0.2104	0.2324	0.2943
121	0.1490	0.1771	0.2096	0.2315	0.2931
122	0.1484	0.1764	0.2087	0.2305	0.2920
123	0.1478	0.1757	0.2079	0.2296	0.2908
124	0.1472	0.1750	0.2071	0.2287	0.2897
125	0.1466	0.1743	0.2062	0.2278	0.2886
126	0.1460	0.1736	0.2054	0.2269	0.2875
127	0.1455	0.1729	0.2046	0.2260	0.2864
128	0.1449	0.1723	0.2039	0.2252	0.2853
129	0.1443	0.1716	0.2031	0.2243	0.2843
130	0.1438	0.1710	0.2023	0.2235	0.2832
131	0.1432	0.1703	0.2015	0.2226	0.2822
132	0.1427	0.1697	0.2008	0.2218	0.2811
133	0.1422	0.1690	0.2001	0.2210	0.2801
134	0.1416	0.1684	0.1993	0.2202	0.2791
135	0.1411	0.1678	0.1986	0.2194	0.2781
136	0.1406	0.1672	0.1979	0.2186	0.2771
137	0.1401	0.1666	0.1972	0.2178	0.2761
138	0.1396	0.1660	0.1965	0.2170	0.2752
139	0.1391	0.1654	0.1958	0.2163	0.2742
140	0.1386	0.1648	0.1951	0.2155	0.2733
141	0.1381	0.1642	0.1944	0.2148	0.2723
142	0.1376	0.1637	0.1937	0.2140	0.2714
143	0.1371	0.1631	0.1930	0.2133	0.2705
144	0.1367	0.1625	0.1924	0.2126	0.2696
145	0.1362	0.1620	0.1917	0.2118	0.2687
146	0.1357	0.1614	0.1911	0.2111	0.2678
147	0.1353	0.1609	0.1904	0.2104	0.2669
148	0.1348	0.1603	0.1898	0.2097	0.2660
149	0.1344	0.1598	0.1892	0.2090	0.2652
150	0.1339	0.1593	0.1886	0.2083	0.2643

Tabel r untuk df = 151 - 200

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
151	0.1335	0.1587	0.1879	0.2077	0.2635
152	0.1330	0.1582	0.1873	0.2070	0.2626
153	0.1326	0.1577	0.1867	0.2063	0.2618
154	0.1322	0.1572	0.1861	0.2057	0.2610
155	0.1318	0.1567	0.1855	0.2050	0.2602
156	0.1313	0.1562	0.1849	0.2044	0.2593
157	0.1309	0.1557	0.1844	0.2037	0.2585
158	0.1305	0.1552	0.1838	0.2031	0.2578
159	0.1301	0.1547	0.1832	0.2025	0.2570
160	0.1297	0.1543	0.1826	0.2019	0.2562
161	0.1293	0.1538	0.1821	0.2012	0.2554
162	0.1289	0.1533	0.1815	0.2006	0.2546
163	0.1285	0.1528	0.1810	0.2000	0.2539
164	0.1281	0.1524	0.1804	0.1994	0.2531
165	0.1277	0.1519	0.1799	0.1988	0.2524
166	0.1273	0.1515	0.1794	0.1982	0.2517
167	0.1270	0.1510	0.1788	0.1976	0.2509
168	0.1266	0.1506	0.1783	0.1971	0.2502
169	0.1262	0.1501	0.1778	0.1965	0.2495
170	0.1258	0.1497	0.1773	0.1959	0.2488
171	0.1255	0.1493	0.1768	0.1954	0.2481
172	0.1251	0.1488	0.1762	0.1948	0.2473
173	0.1247	0.1484	0.1757	0.1942	0.2467
174	0.1244	0.1480	0.1752	0.1937	0.2460
175	0.1240	0.1476	0.1747	0.1932	0.2453
176	0.1237	0.1471	0.1743	0.1926	0.2446
177	0.1233	0.1467	0.1738	0.1921	0.2439
178	0.1230	0.1463	0.1733	0.1915	0.2433
179	0.1226	0.1459	0.1728	0.1910	0.2426
180	0.1223	0.1455	0.1723	0.1905	0.2419
181	0.1220	0.1451	0.1719	0.1900	0.2413
182	0.1216	0.1447	0.1714	0.1895	0.2406
183	0.1213	0.1443	0.1709	0.1890	0.2400
184	0.1210	0.1439	0.1705	0.1884	0.2394
185	0.1207	0.1435	0.1700	0.1879	0.2387
186	0.1203	0.1432	0.1696	0.1874	0.2381
187	0.1200	0.1428	0.1691	0.1869	0.2375
188	0.1197	0.1424	0.1687	0.1865	0.2369
189	0.1194	0.1420	0.1682	0.1860	0.2363
190	0.1191	0.1417	0.1678	0.1855	0.2357
191	0.1188	0.1413	0.1674	0.1850	0.2351
192	0.1184	0.1409	0.1669	0.1845	0.2345
193	0.1181	0.1406	0.1665	0.1841	0.2339
194	0.1178	0.1402	0.1661	0.1836	0.2333
195	0.1175	0.1398	0.1657	0.1831	0.2327
196	0.1172	0.1395	0.1652	0.1827	0.2321
197	0.1169	0.1391	0.1648	0.1822	0.2315
198	0.1166	0.1388	0.1644	0.1818	0.2310
199	0.1164	0.1384	0.1640	0.1813	0.2304
200	0.1161	0.1381	0.1636	0.1809	0.2298

