



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PENINGKATAN JUMLAH NASABAH DI
PT. BANK SUMUT CABANG SYARIAH
PADANGSIDIMPUAN PADA
PRODUK GIRO WADI'AH**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Islam (SEI)
Dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah*

Oleh:

**RISNA YENI
NIM. 11 220 0080**

JURUSAN PERBANKAN SYARI'AH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN
2015**



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PENINGKATAN JUMLAH NASABAH DI
PT. BANK SUMUT CABANG SYARIAH
PADANGSIDIMPUAN PADA
PRODUK GIRO *WADI'AH***

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Islam (SEI)
Dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah*

Oleh:

**RISNA YENI
NIM.11 220 0080**



JURUSAN PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN
2015**



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENINGKATAN
JUMLAH NASABAH DI PT. BANK SUMUT CABANG
SYARIAH PADANGSIDIMPUAN PADA
PRODUK GIRO *WADI'AH***

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Islam (SEI)
Dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah*

Oleh:

**RISNA YENI
NIM.11 220 0080**

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH

PEMBIMBING I

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

PEMBIMBING II

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

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN
2015**



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

Hal : Skripsi

An. **RISNA YENI**

Lampiran : 7 (tujuh) Eksemplar

Padangsidimpuan, 06 September 2015

Kepada Yth:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

IAIN Padangsidimpuan

di

Padangsidimpuan

Assalamualaikum Wr.Wb

Setelah membaca, meneliti dan memberikan saran-saran untuk perbaikan seperlunya terhadap skripsi an. **RISNA YENI** yang berjudul: **"FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENINGKATAN JUMLAH NASABAH DI PT. BANK SUMUT CABANG SYARIAH PADANGSIDIMPUAN PADA PRODUK GIRO WADI'AH"**, maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.E.I) dalam Ilmu Perbankan Syariah IAIN Padangsidimpuan.

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

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

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Pembimbing I

Fatahuddin Aziz Sircgar, M. Ag
Nip. 19731128 200112 1 001

Pembimbing II

Budi Gautama Sircgar, S.Pd., M.M
Nip. 19790720 201101 1 005

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan Menyebut Nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : RISNA YENI
NIM : 11.220.0080
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah
JudulSkripsi : **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Peningkatan Jumlah Nasabah Di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan Pada Produk Giro Wadi'ah.**

Dengan ini menyatakan menyusun skripsi sendiri tanpa menerima bantuan tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidimpuan pasal 14 ayat 11.

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

Padangsidimpuan, 03 Juli 2015

Saya yang menyatakan

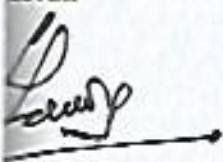


RISNA YENI
NIM: 11 220 0080

**DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SARJANA**

NAMA : RISNA YENI
NIM : 11 220 0080
JUDUL SKRIPSI : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PENINGKATAN JUMLAH NASABAH I PT. BANK SUMUT
CABANG SYARIAH PADANGSIDIMPUAN PADA PRODUK
GIRO WADI'AH

Ketua



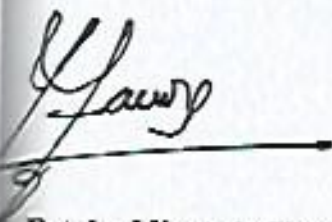
Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag
NIP : 19731128 200112 1 001

Sekretaris

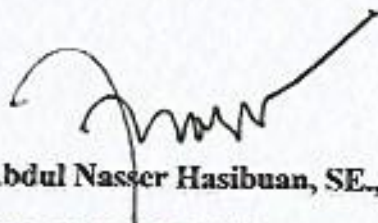


Abdul Nasser Hasibuan, SE., M.Si
NIP : 19790525 200901 1 004

Anggota



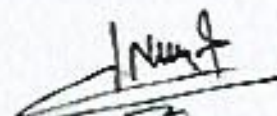
Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag
NIP : 19731128 200112 1 001



2. Abdul Nasser Hasibuan, SE., M.Si
NIP : 19790525 200901 1 004



3. Dr. H. Sumper Mulia Harahap, MA
NIP : 19720313 200312 1 002



4. Nofinawati, MA
NIP : 19821116 201101 2 003

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

| | |
|--|---------------------|
| Tanggal | : Padangsidimpuan |
| Pukul | : 13 Juli 2015 |
| Hasil/Nilai | : 09.00 s/d selesai |
| Predikat | : 85 (A) |
| Indeks Prestasi Kumulatif (IPK) | : CUMLAUDE |
| | : 3,80 |



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

PENGESAHAN

**TITUL SKRIPSI : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PENINGKATAN JUMLAH NASABAH DI PT. BANK SUMUT
CABANG SYARIAH PADANGSIDIMPUAN PADA PRODUK
GIRO WADIAH**

**NAMA : RISNA YENI
NIM : 11 220 0080**

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas
dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi Islam (SEI)
dalam bidang ilmu Perbankan Syariah

Padangsidimpuan, 21 Oktober 2015

Dekan,



[Signature]
Fatahuiddin Aziz Siregar, M.Ag
NIP. 19731128 200112 1 001

ABSTRAK

Nama : Risna Yeni
Nim : 11 220 0080
Judul Skripsi : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Peningkatan Jumlah Nasabah di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan Pada Produk Giro Wadi'ah.

Sesuai dengan judul “Faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan pada produk giro *wadi'ah*”, maka pihak perbankan sangat perlu memperhatikan faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah, faktor ini sangat perlu diperhatikan oleh pihak manajemen perbankan demi kelangsungan dan tetap eksisnya lembaga tersebut. Permasalahan pada penelitian ini adalah seberapa besar pengaruh promosi dan lokasi terhadap peningkatan jumlah nasabah giro *wadi'ah*.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh faktor promosi dan faktor lokasi terhadap peningkatan jumlah nasabah giro *wadi'ah* di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah dan untuk mengetahui faktor manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan diantara ke dua faktor diatas. Sampel yang diambil dalam penelitian ini berjumlah 41 nasabah giro sebagai responden. Penelitian ini menggunakan data kuantitatif, dan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpul data.

Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda, uji asumsi klasik, uji hipotesa (uji t dan uji F), dan uji koefisien determinasi, pengolahan datanya menggunakan SPSS 22 *for Windows*. Dari koefisien determinasi diketahui bahwa variable dependent berpengaruh sebesar 0,707 atau 70,7%. Sedangkan sisanya sebesar 29,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang dalam hal ini tidak menjadi bahan penelitian penulis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan pada produk giro *wadi'ah*, sedangkan variabel promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan pada produk giro *wadi'ah*.

Hal ini dapat dilihat dari hasil uji F dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Berdasarkan uji t bahwa dari kedua variabel bebas yang paling dominan mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah pada produk giro *wadi'ah* adalah faktor lokasi. Data dalam penelitian ini berdistribusi normal, tidak terjadi *heterokedastisitas*, *multikolinieritas* dan tidak ada kepastian dalam *autokorelasi*.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Alhamdulillah puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Peningkatan Jumlah Nasabah di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan pada Produk Giro Wadi’ah**”. Shalawat dan salam kepada junjungan kita Rasulullah Saw, yang merupakan contoh teladan kepada umat manusia, sekaligus yang kita harapkan syafa’atnya di *yaumul mahsar* kelak.

Penyelesaian skripsi ini merupakan salah satu syarat tugas akhir dalam menyelesaikan perkuliahan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam (SEI) pada jurusan Perbankan Syari’ah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan.

Namun, berkat arahan dan bimbingan para dosen dan berbagai pihak, skripsi ini dapat terselesaikan. Untuk itu pada kesempatan ini tidak lupa mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL selaku Rektor IAIN Padangsidimpuan, serta Bapak Drs. H. Irwan Saleh Dalimunthe, M.A, Bapak Aswadi Lubis, S.E, M.Si,dan Bapak Drs. Samsuddin Pulungan, M.Ag, selaku Wakil Rektor di IAIN Padangsidimpuan.
2. Bapak Fatahuddin Aziz Siregar,M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan, Bapak Darwis Harahap, M.Si, Ibu

Rosnani Siregar, M.Ag, dan Bapak Ikhwanuddin Harahap, M.Ag selaku wakil dekan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

3. Bapak Abdul Nasser Hasibuan, M. Si, sebagai ketua Jurusan Perbankan Syari'ah Ibu Nofinawati, M.A sebagai Sekretaris Jurusan, serta seluruh civitas akademika IAIN Padangsidimpuan yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidimpuan.
4. Bapak Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag dan Bapak Budi Gautama Siregar, S.Pd. M.M selaku dosen pembimbing I dan II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan petunjuk yang sangat berharga bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak serta Ibu Dosen IAIN Padangsidimpuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan, dorongan dan masukan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidimpuan.
7. Bapak Direksi PT. Bank SUMUT yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian di Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan.
8. Bapak Ari Asriadi dan Bapak Hilman Saleh Daulay sebagai Pemimpin dan Wakil Pemimpin Cabang PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan, Bang Ahmad Sanusi selaku Pemimpin Seksi Operasional yang banyak memberi arahan demi perbaikan skripsi ini, Bang M. Lutfie

Ananda Harahap selaku Pimpinan Seksi Administrasi dan Penyelamatan Pembiayaan, Bang Ainul Haq Daulay selaku Pimpinan Seksi Pemasaran, serta seluruh staff dan pegawai Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan yang telah memberikan data dan membina dalam penyelesaian skripsi ini.

9. Teristimewa kepada keluarga tercinta, Abak saya tercinta Afridal, Umak saya tercinta Tasmi, dan kedua adik saya tercinta Roni Gunawan dan Lisda Yanti, yang tidak pernah lelah memberikan semangat, motivasi, dukungan moril dan materil.
10. Rekan-rekan mahasiswa yang selalu bersedia memberikan bantuan dan sebagai teman dalam diskusi serta selalu memberi saya dukungan dan do'a, memberi senyum saat saya sedih, membangunkan saya saat saya terjatuh dan memotivasi disaat saya rapuh, *Thank's for All*.

Akhir kata, Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan serta kemampuan penulis yang jauh dari "Cukup". Untuk itu, penulis dengan segala kerendahan hati menerima kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan penulisan skripsi ini. Semoga Allah SWT memberi dan melindungi kita semua, dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak. Amin.

Padangsidimpuan, 28 Juni 2015

Penulis,

RISNA YENI
NIM. 11 220 0080

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf arab dan translitasinya 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 | ha | ḥ | ha(dengan titik di bawah) |
| خ | kha | kh | ka dan ha |
| د | dal | d | de |
| ذ | zal | z | zet (dengan titik di atas) |
| ر | ra | r | er |
| ز | zai | z | zet |
| س | sin | s | es |
| ش | syin | sy | es |
| ص | šad | š | es dan ye |
| 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 | ..’.. | apostrof |
| ي | ya | y | ye |

2. Vokal

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

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

| Tanda | Nama | Huruf Latin | Nama |
|---|--------|-------------|------|
|  | fathah | a | a |
|  | kasrah | i | i |
|  | dommah | u | u |

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

| Tanda dan Huruf | Nama | Gabungan | Nama |
|-----------------|---------------|----------|---------|
| يْ | fathah dan ya | ai | a dan i |

| | | | |
|------------------|----------------|----|---------|
| و | fathah dan wau | au | a dan u |
|------------------|----------------|----|---------|

c. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

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

3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

a. Ta marbutah hidup

Ta marbutah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dommah, transliterasinya adalah /t/.

b. Ta marbutah mati

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 (Tsaydid)

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

5. Kata Sandang

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

ال . 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

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

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 Capital

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

Penggunaan huruf awal kapital 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 kapital tidak dipergunakan.

9. Tajwid

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

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

DAFTAR ISI

Halaman

| | |
|--|-------------|
| Halaman Judul | |
| Halaman Pengesahan Pembimbing | |
| Surat Pernyataan Pembimbing | |
| Surat Pernyataan Menyusun Skripsi Sendiri | |
| Berita Acara Ujian Munaqasyah | |
| Halaman Pengesahan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam | |
| ABSTRAK | i |
| KATA PENGANTAR..... | ii |
| TRANSLITERASI..... | v |
| DAFTAR ISI..... | viii |
| DAFTAR TABEL | x |
| DAFTAR GAMBAR..... | xi |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Identifikasi Masalah | 10 |
| C. Batasan Masalah | 10 |
| D. Defenisi Operasional Variabel..... | 11 |
| E. Rumusan Masalah | 12 |
| F. Tujuan Penelitian..... | 12 |
| G. Kegunaan Penelitian | 13 |
| H. Sistematika Pembahasan | 13 |
| BAB II LANDASAN TEORI | 15 |
| A. Kerangka Teori..... | 15 |
| 1. Akad <i>Wadi'ah</i> | 15 |
| 2. Giro <i>Wadi'ah</i> | 18 |
| 3. Minat Menjadi Nasabah..... | 26 |
| 4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Peningkatan Jumlah Nasabah | 27 |
| a. Promosi | 27 |
| b. Lokasi | 31 |
| 5. Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Giro <i>Wadi'ah</i> | 35 |
| 6. Pengaruh Lokasi Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Giro <i>Wadi'ah</i> | 37 |
| B. Penelitian Terdahulu..... | 39 |

| | |
|---|---------------|
| C. Kerangka Berpikir | 41 |
| D. Hipotesis | 42 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | 44 |
| A. Lokasi dan Waktu Penelitian | 44 |
| B. Jenis Penelitian | 44 |
| C. Populasi dan Sampel | 44 |
| D. Sumber Data | 46 |
| E. Instrumen Pengumpulan Data | 46 |
| F. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen | 49 |
| G. Teknik Analisis Data | 50 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN | 56 |
| A. Gambaran Umum Perusahaan | 56 |
| B. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas | 64 |
| C. Hasil Penelitian | 67 |
| 1. Asumsi Klasik | 67 |
| a. Uji Normalitas | 67 |
| b. Uji <i>Multikolinearitas</i> | 69 |
| c. Uji <i>Heterokedastisitas</i> | 70 |
| d. Uji <i>Autokorelasi</i> | 71 |
| 2. Analisis Regresi Berganda | 72 |
| 3. Koefisien Determinasi | 74 |
| 4. Uji Hipotesis (t) | 74 |
| 5. Uji F (Uji Serentak) | 76 |
| D. Pembahasan | 78 |
| E. Keterbatasan Penelitian | 81 |
| BAB V KESIMPULAN DAN PENUTUP | 83 |
| A. Kesimpulan | 83 |
| B. Saran | 84 |

DAFTAR PUSTAKA
DAFTAR RIWAYAT HIDUP
LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

| | <i>Halaman</i> |
|---|----------------|
| Tabel 1.1 Perkembangan Asset PT. Bank SUMUT Syariah..... | 4 |
| Tabel 1.2 PerkembanganJumlah Nasabah Giro <i>Wadi'ah</i> Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan | 5 |
| Tabel 1.3 Definisi Operasional Variabel..... | 11 |
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu | 39 |
| Tabel 3.1 Populasi Penelitian..... | 45 |
| Tabel 4.1 Produk dan Fitur Produk PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan..... | 61 |
| Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Pada Faktor Promosi (X_1) | 64 |
| Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Pada Faktor Lokasi (X_2)..... | 65 |
| Tabel 4.4 Uji Validitas Pada Peningkatan Jumlah Nasabah (Y)..... | 65 |
| Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas pada Variabel Promosi (X_1) | 66 |
| Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Pada Variabel Lokasi (X_2)..... | 67 |
| Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Pada Variabel Peningkatan Jumlah Nasabah (Y)..... | 67 |
| Tabel 4.8 Hasil <i>kolmogorov-smirnov</i> Uji Normalitas | 68 |
| Tabel 4.9 <i>Multikolinearitas</i> | 69 |
| Tabel 4.10 uji <i>Autokorelasi</i> | 72 |
| Tabel 4.11 Analisis Regresi Berganda (<i>Coefficients</i>) | 72 |
| Tabel 4.12 Koefisien Determinasi..... | 74 |
| Tabel 4.13 Hasil Uji t | 75 |
| Tabel 4.14 Uji F | 77 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1.1 Kerangka Berpikir | 42 |
| Gambar 4.1 Struktur Organisasi | 63 |
| Gambar 4.2 Hasil <i>Plot</i> Uji Normalitas | 68 |
| Gambar 4.3 Uji <i>Heteroskedastisitas</i> | 71 |

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Masyarakat maju dan berkembang sangat membutuhkan bank sebagai tempat untuk melakukan transaksi keuangannya. Mereka menganggap bank merupakan lembaga keuangan yang aman dalam melakukan berbagai macam aktivitas keuangan. Dimana produk yang ditawarkan oleh perbankan menjadi salah satu faktor penentu untuk membantu masyarakat memudahkan dan melancarkan urusan-urusan mengenai keuangan serta bisnisnya. Aktivitas keuangan yang sering dilakukan masyarakat di negara maju dan negara berkembang antara lain aktivitas penyimpanan dan penyaluran dana.¹

Menurut Undang-Undang RI tentang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998 tanggal 10 November 1998 yang dimaksud dengan bank adalah “badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya ke masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak”.²

Penyempurnaan tentang Undang-Undang tersebut tidak berhenti disitu, dengan adanya Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 yang mengatur secara terpisah tentang Perbankan Syariah telah memberikan angin segar bagi perbankan yang beroperasi dengan sistem syariah untuk terus melaju dalam dunia perbankan di Indonesia.

¹ Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), hlm. 29.

² Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan.

Bank syariah merupakan bank yang secara operasional berbeda dengan bank konvensional. Salah satu ciri bank syariah yaitu tidak menerima atau membebani bunga kepada nasabah, akan tetapi menerima atau membebaskan bagi hasil serta imbalan lain yang sesuai dengan akad-akad yang diperjanjikan. Konsep dasar bank syariah didasarkan pada Al-Qur'an dan hadits. Semua produk jasa yang ditawarkan tidak boleh bertentangan dengan Al-Qur'an dan hadits Rasulullah SAW.³

Setelah dikeluarkannya Undang-Undang oleh pemerintah, banyak bank konvensional yang mendirikan bank umum yang berprinsip syariah. Seperti halnya PT. Bank SUMUT yang juga mendirikan Unit Usaha Syariah, yaitu unit kerja dari pusat kantor bank konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor atau unit yang melaksanakan kegiatan usaha yang berdasarkan prinsip syariah.⁴ Dimana salah satunya adalah PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan yang didirikan pada tanggal 04 september 2004.

Fungsi utama bank syariah yang pertama yaitu menghimpun dana dari masyarakat yang kelebihan dana. Penghimpunan dana yang dilakukan bank syariah tidak jauh berbeda dengan bank konvensional pada umumnya. Perbedaanannya adalah penghimpunan dana dalam bank syariah tidak didasarkan atas nama produk melainkan berdasarkan prinsip yang digunakan. Pendanaan di bank syariah dapat berupa giro, tabungan, dan deposito dengan menggunakan akad *wadi'ah* dan *mudhârabah*.

³ Ismail, *Op. Cit.*, hlm. 29.

⁴ www.bi.go.id/unit-usaha-syariah, Diakses tanggal 01 September 2015, pukul 07.02.

Dalam kegiatannya, baik bank syariah maupun bank konvensional memiliki fasilitas produk yang sama dalam hal penghimpunan dana maupun penyaluran dana, salah satu produk pendanaan yang ditawarkan bank syariah guna menyerap sumber dana dari masyarakat adalah produk giro yang berprinsip akad *wadi'ah*. Salah satu bank syariah yang mengeluarkan produk giro *wadi'ah* adalah PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan dengan nama Giro iB Bank SUMUT.

Giro adalah simpanan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana perintah pembayaran lainnya, atau dengan pemindahbukuan.⁵ Giro yang didasarkan pada prinsip *wadi'ah* adalah giro yang dijalankan dengan akad *wadi'ah*, yaitu titipan yang setiap saat dapat diambil jika pemiliknya menghendaki. Menurut Syafi'i Antonio, “*wadi'ah* adalah titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik individu maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja si penitip menghendaki”.⁶

Dalam Kamus Lengkap Ekonomi Islam disebutkan bahwa:

Wadi'ah adalah titipan; akad perjanjian simpan-menyimpan atau penitipan barang berharga antar pihak yang mempunyai barang dan pihak yang diberi kepercayaan. Tujuan *wadi'ah* adalah; untuk menjaga keselamatan, keamanan, dan keutuhan barang tersebut dari kecurian, kemusnahan dan kehilangan. Barang-barang yang dititipkan sewaktu-waktu dapat di ambil kembali sebagian atau seluruhnya. Bila yang dititip itu berupa uang di bank, maka bank di beri izin untuk mengelola uang tersebut. Bank diperbolehkan memberikan imbalan kepada pemilik uang, namun bila terjadi kerugian bank wajib menggantinya; titipan nasabah yang harus dijaga dan dikembalikan

⁵ Ascarya, *Akad & Produk Bank Syariah* (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2002), hlm. 113-114.

⁶ Sunarto Zulkifli, *Panduan Praktisi Transaksi Perbankan Syariah* (Jakarta: Zikrul Hakim, 2002), hlm. 33.

setiap saat apabila nasabah bersangkutan menghendaki, bank bertanggung jawab atas pengembalian titipan tersebut.⁷

Dalam kaitannya dengan produk giro, bank syariah menerapkan prinsip *wadi'ah yad dhamanah*, yakni pihak yang menerima titipan boleh menggunakan dan memanfaatkan uang atau barang yang dititipi. Dengan demikian, pihak bank dan pemilik dana tidak boleh saling menjanjikan imbalan atau bagi hasil dari pengelolaan dan pemanfaatan dana titipan atas barang yang dititipkan tersebut. Namun bank syariah diperkenankan memberikan insentif bonus (*fee*) dengan catatan tidak diperjanjikan sebelumnya.⁸

Dalam sebuah situs Medan Magazine, Direktur Utama PT. Bank SUMUT Gus Irawan Pasaribu menyebutkan, total penghimpunan dana pihak ketiga (DPK) Bank SUMUT Syariah di tahun 2010 sebesar Rp 431,5 M dan meningkat menjadi Rp 666,9 M pada tahun 2011 atau tumbuh sebesar 64,7%.⁹ Berikut data perkembangan asset PT. Bank SUMUT Syariah dapat dilihat pada tabel 1.1:

Tabel 1.1
Perkembangan Asset PT. Bank SUMUT Syariah

| No | Jenis Dana | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|----|---------------------|---------|-----------|----------|--------|
| 1. | DPK | 666,9 M | 783,379 M | 867,756M | 1,06 T |
| 2. | Giro <i>Wadi'ah</i> | 105 M | 131,8 M | 147,2 M | 283,5M |

Sumber: www.banksumut.com. laporan keuangan publikasi. Selasa, 24 Februari 2015. Pukul. 11.00 Wib.

⁷Dwi Suwiknyo, *Kamus Lengkap Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Total Media, 2009), hlm. 269.

⁸Adiwarman, A. Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqh Dan Keuangan* (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2010), hlm. 339-340.

⁹<http://www.medanmagazine.com> dari sumber www.banksumut.com Diakses 13 Februari 2015 Pukul 15.40 Wib.

Berdasarkan perkembangan asset di atas terlihat jumlah dana giro *wadi'ah* terus meningkat setiap tahunnya, ini merupakan respon yang sangat baik bagi Bank SUMUT khususnya cabang Padangsidempuan. Perkembangan giro *wadi'ah* pada tahun 2011 ada sekitar 105M, dan terus meningkat hingga 283,5 M di tahun 2014.

Dari sumber yang penulis dapatkan melalui konfirmasi dengan salah satu karyawan PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan, diperoleh informasi bahwa produk penghimpunan dana yaitu khusus produk giro *wadi'ah* terus mengalami peningkatan jumlah nasabah setiap tahunnya, meskipun peningkatannya tidak begitu signifikan setiap tahunnya.¹⁰

Tabel 1.2.
Perkembangan Jumlah Nasabah Giro *Wadi'ah* PT. Bank SUMUT
Cabang Syariah Padangsidempuan

| No | Tahun | Jumlah Nasabah |
|----|-------|----------------|
| 1. | 2011 | 78 |
| 2. | 2012 | 82 |
| 3. | 2013 | 85 |
| 4. | 2014 | 88 |

Sumber: PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan (2015).

Berdasarkan tabel perkembangan jumlah nasabah giro *wadi'ah* diatas terlihat bahwa produk penghimpunan dana Giro iB mengalami peningkatan meskipun hanya sedikit setiap tahunnya. Nasabah giro *wadi'ah* pada tahun 2011 berjumlah 78 Orang, kemudian pada tahun 2012 mengalami peningkatan sebesar 5,15%, tahun berikutnya juga mengalami kenaikan sebesar 3,65% (2013) dan 3,50% pada tahun 2014. Fenomena inilah yang menjadi daya tarik

¹⁰Hasil Konfirmasi Dengan Karyawan PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan, Bagian Operasional, Pada Hari Jum'at, 20 Februari 2015. Pukul. 11.20 Wib.

penulis untuk mengetahui faktor- faktor apa saja yang mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah produk giro *wadi'ah*.

Secara umum, pengertian dari minat adalah keinginan, kehendak, dan kesukaan seseorang. Sedangkan untuk mengetahui apakah bank dapat menarik minat seseorang terhadap suatu produk, baik barang maupun jasa, maka terlebih dahulu bank harus mengadakan penentuan pasar supaya apa yang diinginkan oleh nasabah sesuai dengan apa yang diberikan oleh bank, sehingga dengan demikian nasabah memiliki minat, yaitu kemauan ataupun keinginan untuk menjadi nasabah.

Dengan banyaknya bisnis perbankan di Padangsidempuan, berarti tingkat persaingan antar bank semakin ketat dan masalah yang dihadapi juga semakin kompleks. Terlebih lagi Padangsidempuan dikenal sebagai kota dagang, karena sebagian besar penduduknya bekerja sebagai wiraswasta. Khusus untuk nasabah produk giro *wadi'ah*, selain karena produk ini berprinsipkan syariah, nasabah untuk produk ini adalah mereka yang berasal dari kalangan pebisnis dan pengusaha yang selalu ingin serba cepat dalam setiap transaksi. Oleh karena itu bank juga harus lebih berpikir keras untuk menciptakan dan mencari strategi serta memberikan pelayanan terbaik untuk nasabahnya sehingga si calon nasabahnya tertarik untuk bergabung dengan mereka. Di minati atau tidaknya suatu produk, dan meningkat atau tidaknya jumlah nasabah dalam sebuah lembaga keuangan sangat dipengaruhi oleh banyak faktor.

Menurut Monle Lee dan Carla Johnson “proses keputusan pembelian dalam pasar konsumen kebanyakan dipengaruhi oleh faktor-faktor pribadi, psikologi, dan sosial”.¹¹ Selanjutnya, menurut Kotler dan Keller “prilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis”.¹²

Evi Yupitri dalam jurnalnya yang berjudul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri di Medan” menjelaskan bahwa “faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah non muslim menjadi nasabah adalah faktor fasilitas, promosi dan produk”.¹³

Rizky Amelia dalam skripsinya yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Untuk Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Padang)” menyebutkan bahwa “faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan jasa perbankan adalah faktor karakteristik bank, produk, promosi, pelayanan, dan pengetahuan”.¹⁴

Promosi berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah, karena promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabah bank. Promosi ikut mempengaruhi nasabah untuk membeli dan akhirnya promosi juga akan meningkatkan citra bank di mata

¹¹ Monle Lee dan Carla Johnson, *Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global*, (Jakarta: Kencana, 2007), hlm. 113.

¹² Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Macanan Jaya Cemerlang, 2007), hlm. 214.

¹³ Evi Yupitri, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri Di Medan” Dalam Jurnal Ekonomi Dan Keuangan, Vol. 1, No. 1, Desember 2012, hlm. 46.

¹⁴ Rizky Amelia, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Untuk Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Padang)” (Skripsi, Universitas Andalas Padang, 2014), hlm. 36.

para nasabahnya. promosi juga mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan produk yang ditawarkan perbankan, karena tanpa promosi calon nasabah dan masyarakat tidak akan mengenal bank dan produknya.

Promosi adalah salah satu kegiatan yang dilakukan agar produk atau jasa yang dihasilkan suatu perusahaan laku dijual kemasyarakat atau nasabah.¹⁵ Dalam hal ini, PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan juga melakukan sarana promosi dalam menarik dan meningkatkan jumlah nasabah mereka.

Hasil konfirmasi yang penulis peroleh dari salah satu karyawan PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan menyatakan bahwa promosi yang diupayakan pihak bank dalam menarik minat dan meningkatkan jumlah nasabah giro *wadi'ah* adalah melalui pembagian brosur kepada nasabah, periklanan melalui stasiun radio, dan terjun langsung kelapangan yang dilakukan oleh bagian pemasaran.¹⁶

Damayanti Maysaroh menyatakan dalam penelitiannya bahwa “faktor budaya, lokasi, promosi, psikologis, pribadi berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah”.¹⁷ Hasil konfirmasi juga diperoleh penulis dengan salah satu karyawan PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan yang mengatakan bahwa lokasi dari PT. Bank

¹⁵Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2004), hlm. 212.

¹⁶Hasil Konfirmasi Dengan Karyawan PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan, Bagian Operasional, Pada Hari Kamis, 07 Maret 2015. Pukul. 10.15 Wib.

¹⁷Damayanti Maysaroh, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah”, Skripsi, Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga, 2014), hal. 95.

SUMUT Cabang Syariah terletak pada kawasan yang cukup strategis karena berada didaerah keramaian, dekat dengan pasar, pusat perbelanjaan dan berada tepat di pusat kota, dan hal ini akan memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi nasabah dalam berhubungan dengan bank.¹⁸

Faktor lokasi juga mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan jasa perbankan syariah, semakin strategis letak lokasi suatu bank maka semakin memberikan akses mudah bagi nasabah dalam bertransaksi. Dimana yang dimaksud dengan lokasi bank adalah tempat diperjual belikannya produk perbankan dan pusat pengendalian kegiatan perbankan.¹⁹

Pemilihan lokasi sangat penting mengingat apabila salah dalam menganalisis akan berakibat meningkatnya biaya yang akan dikeluarkan nantinya. Hubungan faktor lokasi terhadap peningkatan jumlah nasabah juga menjadi salah satu faktor yang perlu diperhatikan oleh pihak perbankan. Lokasi yang tidak srategis akan menyulitkan nasabah dan dapat mengurangi minat nasabah dalam berhubungan dengan bank.

Faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah, sangat perlu diperhatikan oleh pihak manajemen perbankan demi kelangsungan dan tetap eksisnya lembaga tersebut. PT. Bank sumut Cabang Syariah Padangsidimpun juga dituntut untuk menjaga hubungan baik dan harmonis kepada para nasabahnya. Karena apabila hal tersebut tidak

¹⁸Hasil Konfirmasi Dengan Karyawan PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpun, Bagian Operasional, Pada Hari Kamis, 07 Maret 2015. Pukul. 10. 35 Wib.

¹⁹ Muhammad Isa, *Manajemen Pemasaran Bank* (Padangsidimpun: Diktat: Mata Kuliah STAIN Padangsidimpun, 2012), hlm. 55.

dilakukan dengan baik maka bukan tidak mungkin nasabah tersebut akan lari kebank lain.

Dari uraian-uraian yang telah dijelaskan di atas, maka penulis merasa tertarik melakukan penelitian tentang produk penghimpunan dana *wadi'ah* khususnya giro *wadiah* dengan judul **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Peningkatan Jumlah Nasabah di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan Pada Produk Giro *Wadi'ah*”**.

B. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang masalah dapat diambil identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Ada banyak faktor yang mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan, khususnya pada produk giro *wadi'ah*, diantaranya faktor sosial, faktor budaya, faktor psikologi, faktor pribadi, faktor pelayanan, faktor lokasi, faktor promosi, faktor produk, dan faktor pengetahuan konsumen.
2. Persepsi nasabah dalam memahami faktor budaya, sosial, pribadi, psikologi, pelayanan, lokasi, produk, pengetahuan dan promosi dalam memilih produk perbankan.
3. Banyak masyarakat yang berprofesi sebagai pedagang dan wiraswasta di kota Padangsidimpuan serta pada umumnya beragama Islam.

C. Batasan Masalah

Sesuai dengan yang dipaparkan pada identifikasi masalah, banyak faktor yang mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah. Pada penelitian ini

penulis hanya membahas produk giro *wadi'ah*. Giro *wadi'ah* dipilih karena nasabah untuk giro adalah mereka dari kalangan pengusaha, dan disini penulis melihat bahwa sebagian besar masyarakat Kota Padangsidempuan bekerja sebagai wirausaha (pedagang).

Dalam penelitian ini juga, penulis tidak membahas semua faktor yang mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah produk giro *wadi'ah*, melainkan hanya dua faktor saja yaitu promosi dan lokasi. Produk yang diteliti penulis adalah produk giro *wadi'ah* untuk nasabah PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.

D. Definisi Operasional Variabel

Untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman terhadap definisi yang digunakan dalam penelitian ini, maka dibuat definisi operasional variabel sebagai berikut:

Tabel 1.3
Definisi Operasional Variabel

| No | Variabel | Definisi | Indikator | Skala |
|----|--|---|--|------------------------|
| 1 | Promosi (variabel X_1) | Merupakan kegiatan untuk mempromosikan produk dan jasa perbankan | 1. Iklan 2. <i>Personal selling</i> 3. Brosur 4. Promosi penjualan | Skala <i>Likert</i> |
| 2 | Lokasi (variabel X_2) | Lokasi adalah tempat dimana diperjual belikannya produk bank dan pusat pengendalian perbankan | 1. Strategis 2. Terjangkau 3. <i>Lay out</i> ruangan 4. Kelengkapan fasilitas | Skala <i>Likert</i> |
| 3 | Peningkatan Jumlah Nasabah (variabel) | Persentase perubahan jumlah nasabah yang dipengaruhi oleh keinginan dan keputusan nasabah | 1. Kepuasan produk 2. Kenyamanan transaksi 3. Informasi yang disampaikan | Skala <i>Likert</i> |

| | | | | |
|--|----|-------------------------------------|--|--|
| | Y) | dalam menggunakan produk perbankan. | teman/ saudara 5. Fasilitas pelayanan | |
|--|----|-------------------------------------|--|--|

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan di atas, maka penulis merumuskan masalah penelitian. Adapun rumusan masalahnya, yaitu:

1. Apakah promosi dan lokasi berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan pada produk giro *wadi'ah*?
2. Faktor manakah yang paling berpengaruh signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan pada produk giro *wadi'ah*?

F. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui apakah faktor promosi dan lokasi berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan untuk produk giro *wad'ah*.
2. Untuk mengetahui faktor manakah diantara kedua faktor tersebut yaitu promosi dan lokasi, yang dominan paling berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan untuk produk giro *wadi'ah*.

G. Kegunaan Penelitian

1. Bagi pihak perbankan, dapat dijadikan informasi bagi manajemen bank khususnya dalam mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah pada produk giro *wadi'ah*.
2. Bagi peneliti lain, diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi bagi penelitian lanjutan.
3. Mengembangkan khazanah ilmu pengetahuan tentang dunia perbankan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah produk giro *wadi'ah*.

H. Sistematika Pembahasan

Adapun sistematika pembahasan ini, yaitu:

1. Bab Pertama berisi uraian tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, definisi operasional variabel, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika pembahasan.
2. Bab Kedua berisi mengenai penjelasan judul yang diteliti, mengenai teori-teori yang menjelaskan tentang persoalan yang akan diteliti, yaitu tentang akad *wadi'ah*, giro *wadi'ah*, faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah yaitu tentang promosi dan lokasi, pengaruh promosi terhadap peningkatan jumlah nasabah giro *wadi'ah*, pengaruh lokasi terhadap peningkatan jumlah nasabah giro *wadi'ah*, penelitian terdahulu, kerangka berpikir dan hipotesis.

3. Bab Ketiga merupakan bagian yang berisi mengenai lokasi dan waktu penelitian, metode penelitian, populasi dan sampel, sumber penelitian, dan instrumen pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, dan teknik analisis data.
4. Bab Keempat adalah hasil penelitian dan analisis data yang terdiri dari gambaran umum perusahaan, uji validitas dan reliabilitas instrumen, pengujian hipotesis, pembahasan dan keterbatasan penelitian.
5. Bab Kelima adalah penutup yang memuat kesimpulan dan saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Akad *Wadi'ah*

a. Pengertian *Al-wadi'ah*

Dalam Kamus Lengkap Ekonomi Islam, akad adalah “*Aqd*” transaksi dalam fiqh didefinisikan dengan “*irtibath ijab biqabulin ‘ala wajbin yatsbutu atsara-hu fi mahillih*” yaitu pertalian ijab dengan qabul menurut cara-cara yang disyaratkan yang berpengaruh terhadap objeknya.¹

Akad mengikat kedua belah pihak yang saling bersepakat, yakni masing-masing pihak terikat untuk melaksanakan kewajiban mereka masing-masing yang telah disepakati terlebih dahulu, bila salah satu atau kedua pihak yang terikat dalam kontrak itu tidak dapat memenuhi kewajibannya, maka mereka menerima sanksi seperti yang sudah disepakati dalam akad.

Menurut Syafi'i Antonio, “*wadi'ah* adalah titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik individu maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja si penitip menghendaki”.² *Wadi'ah* adalah salah satu prinsip yang digunakan bank syariah dalam memobilisasi dana dengan menggunakan prinsip titipan. Adapun akad yang sesuai dengan prinsip ini adalah *al-wadi'ah*. *Al-wadi'ah* dapat diartikan sebagai titipan dari satu pihak ke pihak lain, baik individu maupun badan hukum yang

¹Dwi Suwiknyo, *Op. Cit.*, hlm. 14.

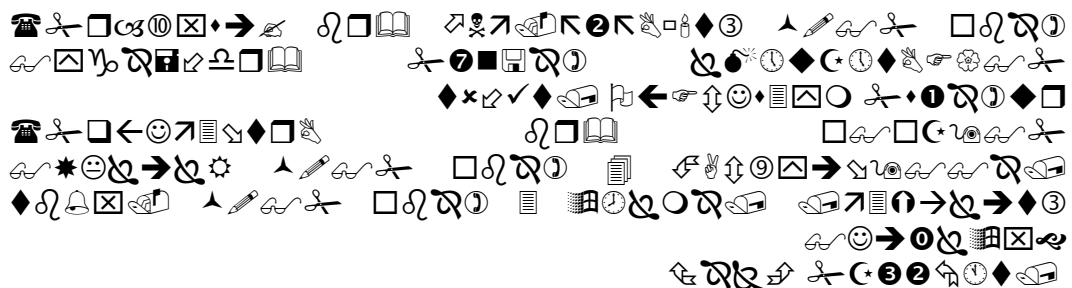
²Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek* (Jakarta: Gema Insani, 2001), hlm.

harus dijaga dan dikembalikan kapan saja si penyimpan menghendakinya.³

Karena akad ini ditawarkan dalam bentuk titipan, maka tidak ada istilah bagi hasil untuk kedua produknya, kecuali untuk investasi yang berakadkan *mudhârabah*.

b. Landasan Hukum *Wadi'ah*

Landasan *wadi'ah* terdapat dalam surah *an-Nisa'*: 58 yang berbunyi:



Artinya: “Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha melihat.”⁴

Dari Abu Hurairah, diriwayatkan bahwa Rasulullah SAW.

Bersabda:

“Tunaikanlah amanat (titipan) kepada yang berhak menerimanya dan janganlah membalas khianat kepada orang yang telah mengkhianatimu”⁵

³Sunarto Zulkifli, *Op. Cit.*, hlm. 33.

⁴Departemen Agama RI, *Al-Quran Dan Terjemahannya: Al-Jumanatul ‘Ali* (Bandung, CV. J-Art, 2004), hlm. 87.

⁵Nurul Huda Dan Mohammad Haykal, *Lembaga Keuangan Islam: Tinjauan Teoritis dan Praktis* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), hlm. 88.

Berdasarkan ayat dan hadits di atas, para ulama sepakat mengatakan bahwa akad *wadi'ah* (titipan) hukumnya mandub (disunahkan), dalam rangka tolong-menolong sesama manusia.

c. Rukun dan Syarat *Wadi'ah*

Menurut Syafi'iyah *al-wadi'ah* memiliki tiga rukun, yaitu:

- 1) Barang yang dititipkan, syarat barang yang ditipkan adalah barang atau benda itu merupakan sesuatu yang dapat dimiliki menurut syara'.
- 2) Orang yang menitipkan dan yang menerima titipan, disyaratkan bagi penitip dan penerima titipan sudah baligh, berakal, serta syarat-syarat lain yang sesuai dengan dengan syarat yang berwakil.
- 3) Sighat ijab dan kabul, disyaratkan pada ijab dan kabul ini dimengerti oleh kedua belah pihak, baik dengan jelas maupun samar.⁶

d. Jenis Produk Akad *Wadi'ah*

Ada dua jenis akad *wadi'ah* yang biasa diterapkan di bank syariah yaitu:

- 1) *Wadi'ah yad amanah* merupakan titipan murni dari pihak yang menitipkan barangnya kepada pihak yang menerima titipan.⁷ Pihak penerima titipan harus menjaga dan memelihara barang titipan dan tidak diperkenankan untuk memanfaatkannya. Dalam perbankan syariah produk yang dapat ditawarkan dengan akad *wadi'ah yad amanah* adalah *save deposit box*.
- 2) *Wadi'ah yad dhamanah* adalah akad antara dua belah pihak, dimana pihak yang dititipi dapat memanfaatkan barang titipan dan bertanggung jawab atas keutuhan harta titipan. Dalam aplikasi perbankan, akad

⁶Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1997), hlm. 183.

⁷Ismail, *Op. Cit.*, hlm. 60.

wadi'ah yad dhamanah dapat diterapkan dalam produk penghimpunan dana pihak ketiga antara lain giro dan tabungan *wadi'ah*.⁸

2. Giro *Wadi'ah*

Menurut UU Perbankan Syariah Nomor 21 Tahun 2008 giro adalah “simpanan dari pihak ketiga kepada bank yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana perintah pembayaran lainnya atau dengan pemindah bukuan”.⁹

Giro *wadi'ah* merupakan titipan murni (*wadi'ah yad dhamanah*) yang seizin penitip dapat dipergunakan oleh bank. Merupakan salah satu cara penyimpanan dana, alat pembayaran, dengan menggunakan media *cheque*, *bilyet giro*, dan perintah bayar lainnya. Bank atas kehendaknya sendiri dan tanpa perjanjian dimuka bank dapat memberikan semacam bonus kepada para nasabahnya.¹⁰

Dalam Kamus Lengkap Ekonomi Islam giro *wadi'ah* adalah:

Titipan pihak ketiga pada bank syariah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, kartu ATM, sarana perintah bayar lainnya atau dengan cara pemindahbukuan. Termasuk diantaranya giro *wadi'ah* yang diblokir untuk tujuan tertentu, misalnya dalam rangka *escrow account*, giro yang diblokir oleh yang berwajib karena suatu perkara.¹¹

Giro *wadi'ah* adalah produk pendanaan bank syariah berupa simpanan dari nasabah dalam bentuk rekening giro (*current account*) untuk keamanan dan kemudahan pemakaiannya. Karakteristik giro

⁸*Ibid.*, hlm. 65.

⁹ Undang-Undang Republik Indonesia No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.

¹⁰ Karnaen Perwatantmadja Dan Muhammad Syafi'i Antonio, *Apa Dan Bagaimana Bank Islam* (Yogyakarta: Dana Bakti Wakaf, 1992), hlm. 40.

¹¹ Dwi Suwiknyo, *Op. Cit.*, hlm. 88-89.

wadi'ah ini mirip dengan giro pada bank konvensional, ketika kepada nasabah penyimpanan diberi garansi untuk dapat menarik dananya sewaktu-waktu dengan menggunakan berbagai fasilitas yang disediakan bank, seperti cek, bilyet giro, kartu ATM, atau dengan menggunakan sarana perintah pembayaran lainnya atau dengan pemindah bukuan tanpa biaya.¹²

Dapat ditarik setiap saat maksudnya bahwa uang yang sudah disimpan di rekening giro dapat ditarik berkali-kali dalam sehari, dengan catatan dana yang tersedia masih mencukupi. Kemudian juga harus memenuhi persyaratan lain yang ditetapkan oleh bank yang bersangkutan seperti keabsahan dan alat penarikannya.

Dari pemaparan di atas, dapat dinyatakan beberapa ketentuan umum giro *wadi'ah* sebagai berikut:

- a. Dana *wadi'ah* dapat digunakan oleh bank untuk kegiatan komersial dengan syarat bank harus menjamin pembayaran kembali nominal dana *wadi'ah* tersebut.
- b. Keuntungan atau kerugian dari penyaluran dana menjadi hak milik atau ditanggung bank, sedang pemilik dana tidak dijanjikan imbalan dan tidak menanggung kerugian.
- c. Pemilik dana *wadi'ah* dapat menarik kembali dananya sewaktu-waktu (*on call*), baik sebagian ataupun seluruhnya.¹³

¹²Ascarya, *Op. Cit.*, hlm. 114.

¹³Adiwarman, A. Karim, *Op.Cit.*, hlm. 340.

Penarikan adalah pengambilan sejumlah uang dari rekening giro sehingga menyebabkan giro tersebut berkurang jumlahnya. Penarikan uang direkening giro dapat dilakukan secara tunai maupun ditarik secara non tunai (pemindahbukuan). Penarikan secara tunai adalah dengan menggunakan cek dan penarikan non tunai adalah dengan menggunakan bilyet giro (BG).¹⁴

a. Pengertian Cek (*Cheque*)

Cek dalam Kamus Hukum Ekonomi adalah “perintah tertulis nasabah kepada bank untuk menarik dananya sejumlah tertentu atas namanya atau atas unjuk”.¹⁵ Jadi pengertian cek adalah surat perintah tanpa syarat dari nasabah kepada bank yang memelihara rekening giro nasabah tersebut, untuk membayar sejumlah uang kepada pihak yang disebutkan didalam cek atau kepada pembawa cek. Proses penarikannya dapat melalui kliring dan inkaso.¹⁶

Agar cek memenuhi syarat sebagai alat pembayaran diperlukan syarat-syarat hukum, sehingga memenuhi syarat-syarat sebagai cek yang diatur dalam KUH Dagang pasal 178 yaitu:

- 1) Pada surat cek tertulis perkataan “CEK”;
- 2) Surat cek harus berisi perintah tak bersyarat untuk membayar sejumlah uang tertentu;
- 3) Nama bank yang harus membayar;
- 4) Penyambutan tanggal dan tempat cek yang dikeluarkan;

¹⁴Kasmir, *Manajemen Perbankan*,, *Op.Cit.*, hlm. 51.

¹⁵Sri Rejeki Hartono, *Kamus Hukum Ekonomi Islam* (Semarang: Ghalia Indonesia, 2010) , hlm. 45.

¹⁶Kasmir, *Loc. Cit.*

5) Tanda tangan penarik.

Syarat lain yang ditetapkan oleh bank untuk melakukan penarikan dengan cek yaitu:

- 1) Tersedianya dana yang cukup;
- 2) Ada materai yang cukup;
- 3) Jika ada coretan atau perubahan harus ditandatangani oleh si pemberi cek;
- 4) Jumlah uang yang tertulis di angka dengan huruf haruslah sama;
- 5) Memperhatikan masa kadaluarsa cek yaitu 70 hari setelah dikeluarkannya cek tersebut;
- 6) Tanda tangan atau stempel perusahaan harus sama dengan yang *specimen* (contoh tanda tangan);
- 7) Dalam keadaan tidak di blokir pihak berwenang;
- 8) Resi cek yang diberikan ke nasabah sudah kembali;
- 9) Endosrsment cek benar jika ada;
- 10) Kondisi cek sempurna tidak cacat;
- 11) Rekening nasabah belum ditutup;
- 12) Dan syarat-syarat lainnya.

Penarikan dana dengan menggunakan sarana cek di samping persyaratan di atas juga tergantung dari syarat lain yaitu jenis cek yang dikeluarkan oleh si pemberi cek. Beberapa jenis cek yang ada di masyarakat dewasa ini antara lain sebagai berikut¹⁷:

1) Cek Atas Unjuk

Yaitu cek yang tidak tertulis nama seseorang atau badan hukum tertentu di dalam cek tersebut, jadi siapa saja dapat menguangkan cek atau dengan kata lain cek dapat diuangkan oleh si pembawa cek.

¹⁷Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan* (Jakarta: PT. RajaGarfindo Persada, 2002), hlm. 71-73.

2) Cek Atas Nama

Merupakan cek yang diterbitkan atas nama seseorang atau badan hukum yang tertulis jelas didalam cek tersebut.

3) Cek Silang

Merupakan cek yang di pojok kiri atas di beri dua tanda silang. Cek tersebut berfungsi sama dengan bilyet giro.

4) Cek Mundur

Merupakan cek yang diberi tanggal mundur dari tanggal sekarang, artinya cek tersebut belum jatuh tempo.

5) Cek Kosong adalah cek yang dananya tidak tersedia di dalam rekening giro.

b. Pengertian Bilyet Giro

Bilyet giro dalam Kamus Hukum Ekonomi yaitu “surat dengan bentuk tertentu berisi permintaan nasabah kepada bank untuk memindahbukukan dananya kepada pihak lain (*giro bilyet*)”.¹⁸ Jadi bilyet giro adalah surat perintah dari nasabah kepada bank yang memelihara rekening giro nasabah tersebut untuk pemindahbukuan sejumlah uang dari rekening giro yang bersangkutan kepada pihak penerima yang disebutkan namanya pada bank yang sama atau bank lainnya. Proses penarikannya juga bisa melalui kliring dan inkaso.¹⁹

Pemindahbukuan pada rekening bank yang bersangkutan artinya dipindahkan dari rekening nasabah pemberi bilyet giro kepada nasabah

¹⁸Sri Rejeki Hartono, *Op. Cit.*, hlm. 118.

¹⁹Kamir, *Manajemen Perbankan.., Op. Cit.*, hlm. 53.

penerima bilyet giro. Syarat-syarat yang berlaku untuk pemindahbukuan dapat dilakukan adalah:

- 1) Ada nama bilyet giro dan nomor serinya;
- 2) Perintah tanpa syarat untuk memindahbukukan sejumlah uang atas beban rekening yang bersangkutan;
- 3) Nama dan tempat bank tertarik;
- 4) Jumlah dana yang dipindahkan dalam angka dan huruf;;
- 5) Nama atau nomor rekening pihak penerima;
- 6) Tanda tangan penarik atau stempel penarik jika si penarik merupakan perusahaan;
- 7) Tanggal dan tempat penarikan;
- 8) Nama bank yang menerima pemindah bukuan tersebut.

Masa berlakunya Bilyet giro yang diatur sesuai dengan persyaratan yang ditentukan adalah 70 hari terhitung mulai dari tanggal penarikannya. Kemudian bila tanggal efektif tidak dicantumkan, tanggal penarikan berlaku pula sebagai tanggal efektif. Selanjutnya bila tanggal penarikan tidak dicantumkan, tanggal efektif dianggap sebagai tanggal penarikan.²⁰

Bank boleh menggunakan dana nasabah yang terhimpun untuk tujuan mencari keuntungan dalam kegiatan yang berjangka pendek atau untuk memenuhi kebutuhan likuiditas bank, selama dan tersebut tidak ditarik. Biasanya bank tidak menggunakan dana ini untuk pembiayaan bagi hasil karena sifatnya yang jangka pendek. Keuntungan yang diperoleh bank dari dana ini menjadi milik bank. Demikian juga kerugian yang timbul menjadi tanggung jawab bank sepenuhnya. Bank diperbolehkan

²⁰Kasmir, *Manajemen Perbankan, Loc. Cit.*

memberikan insentif berupa bonus kepada nasabah, selama hal ini tidak disyaratkan sebelumnya. Besarnya bonus juga tidak ditetapkan dimuka.

Karena *wadi'ah* yang diterapkan dalam produk giro perbankan disifati dengan *yad dhamanah*, implikasi hukumnya sama dengan *qardh*, dimana nasabah bertindak sebagai yang memijamkan uang, dan bank bertindak sebagai yang dipinjami. Jadi mirip seperti yang dilakukan Zubair bin Awwam ketika menerima titipan uang pada zaman Rasulullah SAW.²¹

Dalam aplikasinya ada giro *wadi'ah* yang memberikan bonus dan ada giro *wadi'ah* yang tidak memberikan bonus. Pada kasus pertama, giro *wadi'ah* memberikan bonus karena bank menggunakan dana simpanan giro ini untuk tujuan yang produktif dan menghasilkan keuntungan sehingga bank dapat memberikan bonus kepada nasabah giran. Pada kasus kedua, giro *wadi'ah* tidak memberikan bonus karena bank menggunakan dana simpanan giro ini untuk menyeimbangkan kebutuhan likuiditas bank dan untuk transaksi jangka pendek atas tanggung jawab bank yang tidak menghasilkan keuntungan riil. Bank tidak menggunakan dan ini untuk tujuan produktif mencari keuntungan karena memandang bahwa giro *wadi'ah* adalah kepercayaan, yaitu dana yang dititipkan kepada bank dimaksudkan untuk diproteksi dan diamankan tidak untuk diusahakan.

c. Giro Wadi'ah PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan

PT. Bank SUMUT Cabang Syariah memiliki produk giro iB yang berprinsipkan *Wadi'ah Yad Dhamanah* (Titipan Murni). Pada produk giro

²¹Adiwarman, A. Karim, *Op. Cit.*, hlm. 340.

iB, dana yang dititipkan pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan, dana tersebut akan dipergunakan sesuai dengan prinsip syariah dan pihak bank menjamin akan mengembalikan titipan tersebut secara utuh bila sewaktu-waktu nasabah membutuhkan untuk keperluan transaksi.

Kelebihan dari produk giro iB yang ditawarkan PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan yaitu nasabah dapat menarik dananya setiap saat dengan menggunakan cek atau bilyet giro diseluruh unit kantor cabang secara on line. Namun bank tidak bertanggung jawab atas penyalahgunaan buku cek/bilyet giro karena kelalaian nasabah sendiri.

Ada beberapa persyaratan umum yang harus dilengkapi nasabah untuk pembukaan rekening giro, yaitu sebagai berikut:

- 1) Fotokopi identitas diri berupa KTP/SIM/Passport/KITAS/KIMS;
 - 2) Mengisi dan menandatangani formulir permohonan pembukaan rekening;
 - 3) Setoran awal perorangan Rp. 1.000.000,- dan perusahaan Rp. 2.000.000,-;
 - 4) Saldo minimal rekening Rp. 500.000,-;
 - 5) NPWP;
 - 6) Pasphoto ukuran 3x4= 2 lbr;
 - 7) Pajak sesuai ketentuan pemerintah.
- Khusus badan usaha harus melengkapi:
- a. SIUP/TDP/Ijin usaha lainnya;
 - b. Surat Keputusan Menteri Kehakiman (PT);
 - c. Surat Domisili Perusahaan.²²

²²Brosur Giro iB PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.

3. Minat Menjadi Nasabah

a. Pengertian Minat

Minat sebagai aspek kejiwaan bukan hanya mewarnai perilaku seseorang untuk melakukan aktifitas yang menyebabkan seseorang merasa tertarik kepada sesuatu. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dan sesuatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar pula minatnya.

Crow and Crow mengatakan bahwa “minat berhubungan dengan gaya gerak yang mendorong seseorang untuk menghadapi atau berurusan dengan orang, benda, kegiatan, pengalaman yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri”.²³

b. Pengertian Nasabah

Dalam Kamus Istilah Karya Tulis Ilmiah, nasabah bank diartikan sebagai “pihak yang menggunakan jasa bank”.²⁴ Nasabah adalah orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank (dalam hal keuangan). Sedangkan nasabah penyimpan adalah nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan

²³Djaali, *Psikologi Pendidikan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), hlm. 121.

²⁴Komaruddin dkk., *Kamus Istilah Karya Tulis Ilmiah* (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), hlm.

berdasarkan perjanjian pihak bank dengan nasabah yang bersangkutan.²⁵

Secara umum, pengertian dari minat adalah keinginan, kehendak, dan kesukaan seseorang. Sedangkan untuk mengetahui apakah bank dapat menarik minat seseorang terhadap suatu produk, baik barang maupun jasa, maka terlebih dahulu bank harus mengadakan penentuan pasar supaya apa yang diinginkan oleh nasabah sesuai dengan apa yang diberikan oleh bank.

Sedangkan apa yang diinginkan oleh nasabah serta apa yang mereka butuhkan seringkali yang ada malah sangat berbeda dan pemahaman serta kewaspadaan akan perbedaan tersebut penting jika dikaitkan dengan penentuan pasar. Diharapkan dengan demikian, bank menjadi lebih tahu atas apa yang diharapkan oleh nasabah, sehingga bank dapat menerapkan kepada produk mereka yang bergerak di bidang jasa, karena jasa harus menciptakan pelayanan penuh yang dapat memuaskan nasabah, sehingga dengan demikian nasabah memiliki minat, yaitu kemauan ataupun keinginan untuk menjadi nasabah.

4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Peningkatan Jumlah Nasabah

a. Promosi

1) Pengertian Promosi

²⁵Ety Roehaety dan Ratih Trisnaty, *Kamus Istilah Ekonomi* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2005), hlm. 229.

Promosi adalah komunikasi yang persuasif, mengajak, mendesak, membujuk, meyakinkan. Ciri dari komunikasi yang persuasif (komunikasi) adalah komunikator yang secara terencana mengatur berita dan cara menyampaikannya untuk mendapatkan akibat tertentu dalam sikap dan tingkah laku si penerima (target pendengar).²⁶

Promosi adalah salah satu kegiatan agar produk atau jasa yang dihasilkan perusahaan laku dijual kemasyarakat atau nasabah. Sarana promosi digunakan untuk memberitahukan keada nasabah dan calon nasabah tentang produk berikut manfaatnya, harga dan dimana diperoleh.

Michael Ray mendefinisikan bahwa promosi adalah:

Promosi sebagai *the coordination of all seller-initiated efforts to setup channels of information and persuasion to sell goods and service of promote on idea* (koordinasi dari seluruh upaya yang dimulai pihak penjual untuk membangun berbagai saluran informasi dan persuasi untuk menjualkan barang dan jasa atau memperkenalkan suatu gagasan).²⁷

Tanpa promosi jangan harapkan masyarakat, calon nasabah akan mengenal bank dan semua produknya. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabah bank. Salah satu tujuan promosi bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah baru.²⁸

²⁶M. Mursyid, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Bumi Aksara bekerja sama dengan Pusat Antar Universitas-Studi Ekonomi Universitas Indonesia, 2008), hlm. 95.

²⁷Morisson, *Periklanan...*, *Loc. Cit.*

²⁸Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), hlm. 58-59.

2) Tujuan Promosi

Ada beberapa tujuan mengapa sebuah lembaga atau perusahaan perlu melakukan promosi, yaitu:

- a) Karena ada banyak hal mengenai perusahaan yang sebaiknya diketahui oleh pihak luar;
- b) Ingin meningkatkan penjualan;
- c) Ingin agar perusahaan dikenal sebagai perusahaan yang baik/*bonafide*;
- d) Ingin mengetengahkan segi kelebihan perusahaan/ produk jasa kepada saingan.

Secara garis besar tujuan promosi dapat dibagi dua yaitu tujuan jangka panjang (misalnya: membangun nama baik perusahaan, menciptakan reputasi tinggi dari suatu produk), dan tujuan jangka pendek (misalnya: menaikkan penjualan, mengumumkan lokasi agen, mengumumkan perubahan atau penyempurnaan produk).²⁹

3) Target Promosi

- a) Pemakai dan calon pemakai;
- b) Si pembawa pengaruh;
- c) Penyalur;
- d) Bank;
- e) Masyarakat luas;
- f) Pemerintah.³⁰

4) Sarana Promosi

Dalam praktiknya, paling tidak ada empat macam promosi yang dapat digunakan oleh setiap bank dalam mempromosikan produk

²⁹M. Mursyid, *Op. Cit.*, hlm. 95.

³⁰*Ibid.*, hlm. 95-96.

dan jasanya. Masing-masing sarana promosi ini mempunyai tujuannya sendiri-sendiri. Sarana promosi yang dapat digunakan perbankan adalah sebagai berikut:

a) Periklanan (*advertising*)

Merupakan promosi yang dilakukan dalam bentuk tayangan atau gambar dan kata-kata yang tertuang dalam spanduk, brosur, *billboard*, koran, majalah, radio atau televisi. Iklan adalah salah satu promosi yang digunakan bank guna menginformasikan, menarik, dan mempengaruhi calon nasabah. Periklanan dapat dilakukan melalui dua cara yaitu melalui media elektronik dan media cetak.³¹

b) Promosi penjualan (*Sales promotion*)

Merupakan promosi yang digunakan untuk meningkatkan penjualan melalui potongan harga atau hadiah pada waktu tertentu dan barang-barang tertentu pula. Tujuan promosi penjualan adalah untuk meningkatkan penjualan atau untuk meningkatkan jumlah nasabah, promosi ini dilakukan untuk menarik nasabah untuk segera membeli setiap produk atau jasa yang ditawarkan.

c) Publisitas (*Publicity*)

Merupakan promosi yang dilakukan untuk meningkatkan citra bank didepan para calon nasabah atau nasabahnya melalui kegiatan *sponsorship* terhadap suatu kegiatan amal atau kegiatan

³¹Malayu. S.P. Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan* (Jakarta: Bumi Aksara 2009), hlm. 150.

sosial. Publisitas merupakan kegiatan suatu promosi untuk memancing nasabah melalui kegiatan pameran, bakti sosial, serta kegiatan lainnya melalui berbagai media. Kegiatan promosi dapat meningkatkan citra bank dimata nasabah baik secara langsung dan tidak langsung.

d) Penjualan pribadi (*Personal selling*)

Merupakan promosi yang dilakukan melalui pribadi-pribadi karyawan bank dalam melayani dan mempengaruhi calon nasabah maupun nasabah.³² Dalam dunia perbankan penjualan pribadi dapat dilakukan oleh seluruh karyawan bank, mulai dari *cleaning service*, satpam, hingga pejabat bank. Secara khusus *personal selling* dilakukan oleh *costomer service*.³³

b. Lokasi

1) Pengertian Lokasi Bank

Yang dimaksud dengan lokasi bank adalah tempat dimana diperjualbelikannya produk bank dan pusat pengendalian perbankan.³⁴ Penentuan lokasi suatu cabang bank merupakan salah satu kebijakan yang sangat penting. Bank yang terletak dalam lokasi yang strategis sangat memudahkan nasabah berurusan dengan bank. Disamping lokasi yang strategis, hal lain yang juga mendukung lokasi tersebut adalah *layout* gedung dan *layout* ruangan itu sendiri.³⁵

³²Kasmir, *Manajemen Perbankan...Op. Cit.*, hlm. 213.

³³Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana, 2008), hlm. 156-160.

³⁴Muhammad Isa, *Manajemen Pemasaran Bank...*, *Loc.Cit.*

³⁵*Ibid.*, hlm. 55.

Penetapan *layout* yang baik dan benar akan menambah kenyamanan nasabah dalam berhubungan dengan bank. Pada akhirnya lokasi dan *layout* merupakan dua hal yang tidak bisa dipisahkan dan harus merupakan suatu paduan yang serasi dan sepadan.

Tujuan yang hendak dicapai dalam penentuan lokasi dan *layout* bank yaitu:

- a) Agar bank dapat menentukan lokasi yang tepat untuk lokasi kantor pusat, kantor cabang sampai penentuan lokasi mesin-mesin ATM. Tujuannya agar memudahkan nasabah berhubungan dan melakukan transaksi dengan bank.
- b) Agar bank dapat menentukan dan membeli atau menggunakan teknologi yang paling tepat dalam memberikan kecepatan dan keakuratan guna melayani nasabahnya.
- c) Agar bank dapat menentukan *layout* yang sesuai dengan standar keamanan, keindahan, dan kenyamanan bagi nasabahnya.
- d) Agar bank bisa menentukan metode antrian yang paling optimal, terutama pada hari atau jam-jam sibuk, baik didepan *teller* atau kasir.
- e) Agar bank menentukan kualitas tenaga kerja sekarang dan dimasa yang akan datang.

2) Pertimbangan dan Penentuan Lokasi

Penentuan lokasi bank tidak dapat dilakukan secara sembarangan, tetapi harus mempertimbangkan berbagai faktor. Hal-hal

yang perlu diperhatikan dalam pemilihan dan penentuan lokasi suatu bank adalah dengan pertimbangan sebagai berikut³⁶:

- a) Dekat dengan kawasan industri pabrik;
- b) Dekat dengan perkantoran;
- c) Dekat dengan pasar;
- d) Dekat dengan perumahan (masyarakat);
- e) Mempertimbangkan jumlah pesaing yang ada dalam suatu lokasi.

Dalam memilih lokasi tergantung dari keperluan lokasi tersebut.

Terdapat paling tidak enam lokasi yang dipertimbangkan sesuai dengan kebutuhan perusahaan:

- a) Lokasi untuk kantor pusat;
- b) Lokasi untuk kantor cabang;
- c) Lokasi untuk kantor cabang utama;
- d) Lokasi untuk kantor cabang pembantu;
- e) Kantor kas;
- f) Mesin-mesin ATM.³⁷

Secara umum pertimbangan dalam menentukan letak suatu lokasi adalah sebagai berikut:

- a) Jenis usaha yang dijalankan;
- b) Dekat dengan pasar;
- c) Dekat dengan bahan baku;
- d) Dekat tenaga kerja;
- e) Tersedia sarana dan prasarana (transportasi, listrik dan air);
- f) Dekat pemerintah;
- g) Dekat lembaga keuangan;
- h) Di kawasan industri;
- i) Kemudahan untuk ekspansi;

³⁶Kasmir, *Manajemen Perbankan...Op.Cit.*, hlm. 210.

³⁷Kasmir, *Pemasaran Bank...Op. Cit.*, hlm. 212.

- j) Adat istiadat/ budaya/ sikap masyarakat;
- k) Hukum yang berlaku di wilayah setempat.³⁸

Secara khusus ada dua faktor yang menjadi pertimbangan dalam penentuan lokasi suatu bank,³⁹ yaitu:

1) Faktor Utama (Primer)

Pertimbangan faktor primer dalam pertimbangan lokasi bank adalah:

- a) Dekat dengan pasar;
 - b) Dekat dengan perumahan;
 - c) Tersedia tenaga kerja baik jumlah maupun kualifikasi yang diinginkan;
 - d) Terdapat fasilitas pengangkutan seperti jalan raya, atau kereta api, atau pelabuhan laut atau pelabuhan udara;
 - e) Tersedia sarana atau prasarana seperti listrik, telepon dan sarana lainnya;
 - f) Sikap masyarakat.
- #### 2) Faktor Sekunder

Pertimbangan dalam faktor sekunder dalam penentuan lokasi bank adalah:

- a) Biaya untuk investasi di lokasi seperti biaya pembangunan tanah atau gedung;
- b) Prospek perkembangan harga tanah, gedung atau kemajuan di lokasi tersebut;
- c) Kemungkinan untuk perluasan lokasi;
- d) Terdapat fasilitas penunjang lain seperti pusat pembelanjaan dan perumahan;
- e) Masalah pajak dan peraturan perburuhan di lokasi setempat.

³⁸Kasmir, *Manajemen Perbankan...Op. Cit.*, hlm. 216.

³⁹*Ibid.*, hlm. 152-154.

Kemudian setelah lokasi diperoleh, maka langkah yang selanjutnya adalah menentukan *layout* gedung dan ruangan kantor.⁴⁰

Hilangkan kesan kantor yang sumpek dan semrawut yang mengakibatkan nasabah tidak betah berlama-lama berada di kantor. Usahakan *layout* ruangan senyaman mungkin dengan susunan meja, tempat duduk atau keindahan lainnya seperti lukisan dan musik sehingga nasabah menjadi nyaman.

Penentuan *lay out* dapat dilakukan untuk dua macam yaitu *lay out* gedung dan ruangan, kedua *lay out* ini sangat mendukung kenyamanan nasabah serta keamanan nasabah dalam berurusan dengan bank. Hal-hal yang perlu diperhatikan untuk *lay out* gedung adalah sebagai berikut:

- a) Bentuk gedung yang memberikan kesan *bonafide*;
- b) Lokasi parkir luas dan aman;
- c) Keamanan sekitar gedung;
- d) Tersedia tempat ibadah;
- e) Tersedia telepon umum atau fasilitas lainnya khusus untuk nasabah.

Sedangkan untuk *lay out* ruangan yang harus diperhatikan adalah:

- a) Suasana ruangan terkesan luas dan lega;
- b) Tata letak kursi dan meja sesuai dengan urutan proses dokumen;
- c) Dekorasi dan hiasan didalam ruangan.⁴¹

5. Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Giro Wadi'ah

Promosi sangat berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah dalam mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan produk yang

⁴⁰*Ibid.*, hlm. 210.

⁴¹*Ibid.*, hlm. 210-211.

ditawarkan perbankan, karena tanpa promosi calon nasabah dan masyarakat tidak akan mengenal bank dan produknya.

Untuk produk giro *wadi'ah*, dalam salah satu hasil konfirmasi dengan pegawai bank, mengatakan bahwa promosi yang dilakukan PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan dalam menarik minat nasabah untuk produk giro *wadi'ah* yaitu melalui pembagian brosur, media cetak, stasiun radio, dan juga langsung turun ke lapangan.

Tri Astuti dan Indah Mustikawati dalam jurnal yang berjudul “Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah” hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa “tingkat suku bunga, promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah”.⁴²

Dalam pendapat lain, Winda dalam skripsinya yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Deposito PT. Bank Tabungan Pensiunan. Tbk. Cabang Medan” Hasil penelitiannya menyebutkan bahwa “suku bunga, fasilitas pelayanan berpengaruh signifikan, sedangkan keamanan dana simpanan dan promosi tidak berpengaruh”.⁴³

⁴²Tri Astuti dan Indah Mustikawati, “Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah” Dalam Jurnal Nominal, Vol. II. No. 1. Tahun 2013. hlm. 193-195.

⁴³Winda, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Deposito PT. Bank Tabungan Pensiunan. Tbk. Cabang Medan” (Skripsi, Universitas Sumatera utara, 2009), hlm. 61-68.

Dari penjelasan di atas dan beberapa teori yang juga sudah dijelaskan penulis dalam skripsi ini. Oleh karena itu, penulis dapat menyimpulkan bahwa promosi berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah. Namun dalam hal ini, berpengaruh tidaknya faktor tersebut tentu saja sangat tergantung pada pihak bank itu sendiri dalam merancang strategi promosi yang lebih baik guna menarik minat nasabah agar tertarik pada produk yang mereka tawarkan. Jika promosi bank baik, relatif jumlah nasabah akan tinggi.

6. Pengaruh Lokasi Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Giro *Wadi'ah*

Lokasi termasuk salah satu faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan jasa perbankan syariah, semakin strategis letak lokasi suatu bank maka semakin memberikan akses mudah bagi nasabah dalam bertransaksi dan berhubungan dengan bank.

Irmawani Purba dalam skripsinya yang berjudul “Analisis Perilaku Konsumen Dalam Memilih Produk Perbankan Di Kota Pematangsiantar” menjelaskan bahwa “faktor produk, promosi, rekening tabungan, lokasi dan benafiditas bank berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk perbankan”.⁴⁴

Dalam pendapat lain, Toni Prasetyo Utomo dalam skripsinya yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan

⁴⁴Irmawani Purba, “Analisis Perilaku Konsumen Dalam Memilih Produk Perbankan Di Kota Pematangsiantar” (Skripsi, Universitas Sumatera Utara (USU), 2013), hlm. 72-97.

Nasabah Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Pada Bank Syariah Mandiri, Kantor Cabang Malang)” juga menjelaskan bahwa:

Faktor pelayanan bank syariah, faktor pengetahuan tentang konsep bank syariah, dan faktor harga/biaya berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah, Sedangkan faktor karakteristik bank syariah, faktor lokasi/aksesibilitas dan faktor promosi tidak berpengaruh secara signifikan.⁴⁵

Dari penjelasan di atas dan beberapa teori yang juga sudah penulis jelaskan dalam skripsi ini, maka penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa faktor lokasi suatu bank berpengaruh positif terhadap minat nasabah dalam menggunakan jasa dan produk perbankan, dan secara tidak langsung akan mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah.

Di khususkan untuk produk giro *wadi'ah*, selain karena produk ini berprinsipkan syariah, dimana para nasabah untuk produk ini adalah mereka dari kalangan pebisnis dan pengusaha yang selalu ingin cepat dalam setiap transaksi, faktor lokasi juga mempunyai pengaruh penting terhadap kemudahan dan kenyamanan mereka dalam berhubungan dengan bank. Alasan ini juga diperoleh penulis dari hasil konfirmasi sementara dengan salah satu pegawai PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan, yang menjelaskan bahwa lokasi dari PT. Bank SUMUT Cabang Syariah terletak pada kawasan yang cukup strategis karena berada didaerah keramaian, dekat dengan pasar, pusat perbelanjaan dan berada

⁴⁵Toni Prasetyo Utomo, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Pada Bank Syariah Mandiri, Kantor Cabang Malang)” (Skripsi, Universitas Brawijaya, 2013), hlm. 3.

tepat di pusat kota. Maka hal ini akan membantu mereka dalam memudahkan akses bertransaksi dengan pihak bank.

Namun,berpengaruh atau tidaknya faktor ini tentu saja sangat tergantung pada pihak bank dalam membuat strategi lokasi yang memungkinkan dapat memberikan rasa nyaman dan aman bagi nasabah dan calon nasabahnya. Semakin strategis letak lokasi suatu bank, dan semakin baik fasilitas yang disediakan oleh pihak bank maka akan memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi nasabah dalam melakukan akses dengan bank tersebut.

B. Penelitian Terdahulu

Untuk menguatkan penelitian ini, maka peneliti mengambil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan judul yang diteliti. Maksud dikemukakannya hasil penelitian terdahulu adalah untuk mendukung isi dari penelitian ini. Adapun isi penelitian terdahulu dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel. 2.1
Penelitian Terdahulu

| No | Nama Peneliti | Judul Penelitian | Analisis Data | Hasil Penelitian |
|----|--------------------|--|---|---|
| 1. | Evi Yupitri (2012) | Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah. | Metode analisis yang digunakan adalah analisis koefisien Korelasi berganda. | Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa faktor promosi dan produk berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah |
| 2. | Damay anti | Analisis Faktor-Faktor | Metode analisis yang digunakan | Hasil penelitian menyebutkan bahwa |

| | | | | |
|----|---|--|---|---|
| | Maysaroh (2014) | Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah | adalah regresi linear berganda. | faktor budaya, psikologi, lokasi dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah |
| 3. | Irmawani Purba (2013) | Analisis Perilaku Konsumen Dalam Memilih Produk Perbankan Di Kota Pematangsiantar | Pengelolaan data menggunakan SPSS 17,0. Dengan menggunakan analisis deskriptif. | Hasil penelitian menyebutkan bahwa faktor produk, promosi, rekening tabungan, lokasi dan benefiditas bank berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk perbankan |
| 4. | Winda (2009) | Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Deposito PT. Bank Tabungan Pensiunan. Tbk. Cabang Medan | Metode analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda dan bantuan SPSS | Hasil penelitian menyebutkan suku bunga, fasilitas pelayanan berpengaruh signifikan, sedangkan keamanan dana simpanan dan promosi tidak berpengaruh |
| 5. | Tri Astuti dan Indah Mustikawati (2013) | Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap | Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda. | Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa Tingkat Suku Bunga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung Nasabah |

| | | | | |
|--|--|-------------------------------|--|--|
| | | Minat Menabung Nasabah. | | |
|--|--|-------------------------------|--|--|

Dari uraian di atas, banyak perbedaannya dengan yang akan penulis teliti, data yang di atas, sebagian judulnya mengenai nasabah yang menabung dan minat nasabah dalam menggunakan jasa perbankan. Dari penelitian terdahulu terdapat banyak faktor yang mempengaruhi minat dan keputusan nasabah dalam usaha meningkatkan jumlah nasabah bank, sementara faktor yang akan penulis teliti hanya promosi dan lokasi saja, serta metode yang digunakan pada penelitian terdahulu di atas dengan SPSS versi 16 dan 17 sedangkan pada penelitian ini penulis menggunakan analisis regresi berganda dan memakai asumsi klasik dengan bantuan program SPSS versi 22.0.

C. Kerangka Berfikir

Kerangka pemikiran merupakan sintesa dari serangkaian yang tertuang dalam tinjauan pustaka, yang pada dasarnya merupakan gambaran sistematis dari kinerja teori dalam memberikan solusi atau alternatif dan serangkaian masalah yang ditetapkan.⁴⁶

Promosi merupakan sarana yang paling ampuh dalam menarik dan mempertahankan nasabah, strategi promosi yang bagus tentu saja akan mampu menarik minat nasabah untuk mau dan membeli produk yang ditawarkan.

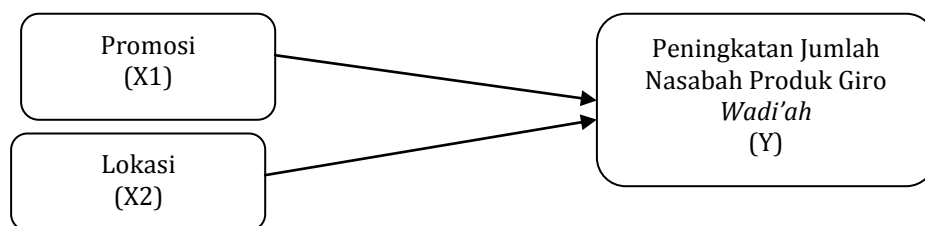
⁴⁶Abdul Hamid, *Metode Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2007), hlm. 26.

Lokasi merupakan tempat dimana diperjualbelikannya produk bank dan pusat pengendalian perbankan. Penentuan lokasi suatu cabang bank merupakan salah satu kebijakan yang sangat penting. Bank yang terletak dalam lokasi yang strategis sangat memudahkan nasabah berurusan dengan bank

Oleh sebab itu, penulis perlu mengkaji dan meneliti apakah faktor promosi dan faktor lokasi berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah produk giro *wadi'ah*. Adapun model penelitian untuk diteliti adalah:

Gambar 1.1 Kerangka Berfikir

Kerangka berpikir



Sumber: Model yang diolah untuk penelitian ini.

D. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan yang diteliti. Menurut Suharsimi Arikunto “hipotesis diartikan sebagai suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian sampai terbukti melalui data yang terkumpul”.⁴⁷

Berdasarkan dengan kerangka berfikir dan rumusan masalah hipotesis yang diajukan maka penulis memberikan suatu jawaban sementara, yaitu:

⁴⁷Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), hlm. 62.

diduga bahwa faktor promosidan faktor lokasi berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah untuk produk giro *wadi'ah*.

H₁= Bahwa faktor promosi dan lokasi berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan untuk produk giro *wadi'ah*.

H₂= Bahwa faktor lokasi lebih berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan untuk produk giro *wadi'ah*.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan yang berada di Jalan Merdeka No. 12 Padangsidempuan. Sedangkan waktu pelaksanaan penelitian dilakukan dari bulan Maret sampai bulan Mei tahun 2015.

B. Jenis Penelitian

Rancangan penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu yang pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.¹

C. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi menurut Sugiyono dalam bukunya Metode Penelitian Bisnis adalah “wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.²

¹Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm. 14.

²Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung : Alfabeta, 2012), hlm. 33.

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah giro *wadi'ah* PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan, yang berjumlah 88 orang pada tabel jumlah seperti terlihat pada tabel di bawah ini:

Tabel. 3.1
Populasi Penelitian

| No | Kelompok Nasabah | Jumlah |
|--------------|------------------|--------|
| 1 | Pedagang | 30 |
| 2 | Pemborong | 11 |
| 3 | Perusahaan | 47 |
| Jumlah Total | | 88 |

Sumber: PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan. Kamis, 05 Maret 2015. Pukul. 10.10 wib.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel menggunakan desain sampel probabilitas dengan teknik *simple random sampling*, yaitu teknik yang dikatakan sederhana karena pengambilan sampel anggota populasi akan dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam polulasi tersebut.³

Sebagaimana disebutkan Suharsimi Arikunto bahwa “apabila subjeknya kurang dari 100 lebih baik diambil semua.Selanjutnya jika jumlah subjeknya besardapat diambil (antara 10-15% atau 20-25%) atau lebih tergantung pada waktu dan tenaga dan dana”.⁴

Berdasarkan hal di atas, maka peneliti mengambil keseluruhan sampel di karenakan subjek sampel kurang dari 100. Dengan demikian

³Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi Edisi 3*, (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 129.

⁴Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian* (Jakarta: Rineka Cipta, 1998), hlm. 102.

penelitian ini berjumlah 88 sampel untuk produk giro *wadi'ah*. Namun dari 88 sampel yang akan diteliti, peneliti tidak dapat mengambil sampel dari golongan perusahaan di karenakan nasabah perusahaan adalah kelompok nasabah yang sangat dirahasiakan oleh pihak bank. Oleh karena hal di atas, sampel dalam penelitian ini berjumlah 41 orang, yaitu 30 orang dari kelompok pedagang dan 11 orang dari kelompok pemborong.

D. Sumber Data

- 1) Data primer, yaitu data yang diperoleh melalui angket dengan nasabah, dan konfirmasi dengan karyawan PT.Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan tentang nasabah yang di teliti.
- 2) Data sekunder, yaitu data yang digunakan untuk mendukung data primer seperti catatan-catatan perusahaan, literatur, artikel, surat kabar, internet dan kepustakaan lain yang berkaitan dengan masalah penelitian ini.

E. Instrumen Pengumpulan Data

a. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.

Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas.⁵

Untuk pengukuran variabel menggunakan skala ordinal. Skala ordinal adalah skala data kualitatif yang lebih tinggi dibanding dengan skala nominal, yaitu skala yang diberikan pada objek yang dapat memberikan arti perbandingan/ tingkatan. Dengan jarak rentang yang tidak sama Skala ini dapat dioperasikan secara matematis.⁶ Sedangkan untuk teknik pengumpulan data digunakan Skala Likert yang dibuat berdasarkan indikator variabel yang diteliti. Instrumen yang digunakan adalah skala 5 point yang terdiri atas sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju. Kelima penilaian tersebut diberikan bobot sebagai berikut:

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

Keterangan:

SS : sangat setuju
 S : setuju
 STS : sangat tidak setuju
 KS : kurang setuju
 TS : tidak setuju

Dalam skripsi Bayu Dwi Kresna yang berjudul “Pengaruh *Customer In Service Delivery* Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pada PT. Sulselbar Syariah Cabang Makassar” dijelaskan dalam penelitian

⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis...Op. Cit.*, hlm. 135.

⁶Getut Pramesti, *Kupas Tuntas Data Penelitian dengan SPSS 22* (Jakarta: PT. Gramedia, 2014), hlm. 2.

ini bahwa saudara Bayu Dwi Kresna menyamakan variabel Y (peningkatan jumlah nasabah) menjadi pengambilan keputusan menabung. Penelitian ini menggunakan kuisioner sebagai teknik pengumpulan datanya dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Dijelaskan juga dalam skripsi ini bahwa pernyataan ditujukan untuk memperoleh data primer, yaitu langsung kepada nasabah. Dalam penelitian ini penulis juga melakukan hal yang sama, yaitu menyamakan variabel peningkatan jumlah nasabah menjadi minat nasabah.

Dalam penelitian lain juga dijelaskan oleh Mawar Juita dalam skripsinya yang berjudul “Pengaruh Promosi Terhadap Jumlah Nasabah BMT Cengkareng Syariah Mandiri (BCSM) Jakarta Barat” dalam penelitian ini, saudara Mawar Juita juga menyamakan variabel jumlah nasabah (Y) menjadi minat nasabah, penelitian ini menggunakan teknik wawancara dalam pengumpulan datanya.

b. Studi pustaka

Yaitu mencari sumber informasi dari berbagai referensi buku yang ada yang berkaitan dengan judul peneliti angket, berupa buku perbankan dan ekonomi, jurnal, skripsi terdahulu dan situs internet yang menjadi referensi pendukung tentang penelitian ini.

c. Dokumentasi

Proses dokumentasi ini dilakukan peneliti untuk mengumpulkan data dan informasi tentang jumlah nasabah giro *wadiah* PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.

d. Pengamatan (Observasi)

Pengamatan atau observasi adalah cara pengumpulan data dengan terjun dan melihat langsung kelapangan terhadap objek yang diteliti (populasi atau sampel).⁷ Adapun objek observasi peneliti yaitu mengenai promosi, lokasi, *lay out* gedung dan ruangan, kenyamanan ruangan, dan kelengkapan fasilitas yang berhubungan dengan fasilitas kantor dan aplikasi produk di bank tersebut.

F. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

a. Uji Validitas

uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner, suatu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Bila skala pengukuran tidak valid, maka tidak bermanfaat bagi peneliti karena tidak mengukur atau melakukan apa yang seharusnya dilakukan.⁸

Dalam penentuan layak atau tidaknya suatu item yang digunakan, biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikan 0,05 artinya kalau setiap item tingkat signifikansi $0,05 > \text{Sig}$ maka suatu item dianggap valid.⁹

⁷Iqbal Hasan, *Analisa Data Penelitian Dengan Statistik*(Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2004), hlm. 23.

⁸Mudrajad Kuncoro, *Op. Cit.*, hlm. 172.

⁹Getut Pramesti, *Op. Cit.*, hlm. 41.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten dari waktu ke waktu. Penelitian yang reliabel belum tentu valid, tetapi penelitian yang valid sudah pasti reliabel. Peneliitian reliabilitas dilakukan dengan rumus *Cronbachis Alpha*.¹⁰ Suatu instrumen dapat dikatakan reliabel jika koefisien *Cronbachis Alpha* diatas 0,6, mka dapat dikatakan instrumen mempunyai reliabilitas tinggi.¹¹

G. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan menggunakan bantuan program komputer yaitu SPSS (*Statistical Package For Sosial Science*). Adapun versi SPSS yang digunakan adalah SPSS versi 22.0.

Teknis analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Uji Penyimpangan Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik dengan menggunakan SPSS Versi 22,0. Pengujian ini menggunakan uji *normalitas*, uji *multikolinearitas*, uji *heterokedastisitas*, dan uji *autokorelasi*.

1) Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menyelidiki apakah data yang dikumpulkan mengikuti dugaan, mengikuti distribusi normal atau tidak.

Untuk memakai uji normalitas dapat dengan memakai uji Kolmogorov-

¹⁰*Ibid.*, hlm. 42.

¹¹*Ibid.*, hlm. 44.

Smirnov, yaitu uji normalitas untuk sampel besar. Pada SPSS, jika dipilih tingkat signifikansi $\alpha = 0,05 < \text{nilai Sig SPSS}$, maka dapat dikatakan bahwa data memiliki distribusi normal.¹²

2) Uji *Multikolinearitas*

Multikolinearitas berarti adanya hubungan linear yang sempurna atau yang pasti diantara beberapa atau semua variabel penjelas (bebas) dari model regresi ganda.¹³ Metode yang digunakan untuk mendeteksi adanya *multikolinearitas* dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *Tolerance and Variance Inflation Factor*.

Dengan kriteria pengambilan keputusan yaitu:

VIF > 5 artinya mempunyai persoalan *multikolinearitas*,

VIF < 5 artinya tidak terdapat *multikolinearitas*.

Tolerance > 0,1 artinya tidak terdapat *multikolinearitas*,

Tolerance < 0,1 artinya mempunyai persoalan *multikolinearitas*.

3) Uji *Heteroskedastisitas*

Metode ini digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik *heteroskedastisitas* yaitu adanya ketidaksamaan varian dan residual untuk semua muatan pada model adanya gejala *heteroskedastisitas*.¹⁴

4) Uji *Autokorelasi*

Uji *autokorelasi* digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik *autokorelasi*, yaitu korelasi yang terjadi

¹²Getut Pramesti, *Op.Cit.*, hlm. 24.

¹³*Ibid.*, hlm. 82.

¹⁴Duwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS* (Jakarta: MediaKom, 2008), hlm. 41.

antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Prasyarat yang harus dipenuhi adalah tidak adanya *autokorelasi* dalam model regresi. Metode pengujian yang sering digunakan adalah dengan uji Durbin-Watson (uji D-W) dengan ketentuan sebagai berikut:

- a) jika D-W lebih kecil dari dL atau lebih besar dari (4-dL), maka H_0 ditolak, yang berarti terdapat *autokorelasi*.
- b) jika D-W lebih besar dari dU dan (4-dU), maka H_0 diterima yang berarti tidak ada *autokorelasi*.
- c) jika D-W terletak antara dL dan dU, atau di antara (4-dU) dan (4-dL) maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.¹⁵

b. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel independen yaitu promosi (X_1), lokasi (X_2) terhadap variabel dependen yaitu peningkatan jumlah nasabah produk giro *wadi'ah* (Y) di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan. Yayan Fauzi dalam skripsinya yang berjudul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Menabung Di Bank Syariah (Kasus Pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta)” menggunakan analisis regresi berganda dalam analisis datanya.¹⁶ Begitupun dengan beberapa penelitian terdahulu yang tercantum dalam penelitian penulis

¹⁵*Ibid.*, hlm. 47.

¹⁶Yayan Fauzi, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Menabung Di Bank Syariah (Kasus Pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta)” (Skripsi, Universitas Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2010), hlm. 98.

yang juga kebanyakan memakai analisis regresi linear berganda dalam penelitian mereka. Adapun bentuk persamaan regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e^{17}$$

Keterangan:

Y : peningkatan jumlah nasabah produk giro *wadi'ah*
 a : konstanta
 b₁, b₂ : koefesien regresi
 X₁ : promosi
 X₂ : lokasi
 e : *error*.

c. Uji Hipotesis (Uji-t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variansi variabel terikat. Melalui uji t dengan menggunakan langkah-langkah berikut:

H₀ : secara parsial tidak ada pengaruh signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.

H_a : secara parsial ada pengaruh signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.

Dalam menggunakan perhitungan dengan *software* SPSS, maka pengambilan kesimpulan dilakukan dengan menggunakan kriteria pengujian pada tingkat signifikansi 0,05 yaitu:

Ho diterima dan Ha ditolak jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada $\alpha 5\%$.¹⁸

¹⁷Getut Pramesti, *Op.Cit.*, hlm. 74.

¹⁸Duwi Priyatno, *Op. Cit.*, hlm. 64.

d. Uji-F (Uji Serentak)

Untuk mengetahui kebenaran hipotesis pertama uji F yaitu untuk menguji keberartian regresi secara keseluruhan. Pengujian dengan uji F variansinya adalah dengan membandingkan F_{hitung} (F_h) dengan F_{tabel} (F_t) pada $\alpha = 0,05$. Apabila hasil perhitungannya menunjukkan:

1. $F_h > F_t$, atau apabila nilai $\text{sig} > \text{tingkat sig}$ yaitu sebesar 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan variasi variabel bebas, sejauh mana pengaruhnya terhadap variabel tidak bebas.
2. $F_h < F_t$, atau apabila nilai $\text{sig} < \text{tingkat sig}$ yaitu sebesar 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya variasi dari model regresi tidak berhasil menerangkan variasi variabel bebas, sejauh mana pengaruhnya terhadap variabel tidak bebas.¹⁹

e. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi berganda (R^2) digunakan untuk mengetahui sampai sejauh mana ketepatan atau kecocokan garis regresi yang terbentuk dalam semua variabel independen (X_1 dan X_2) terhadap variabel dependen (Y). Koefisien determinasi menggambarkan bagian dari variasi yang dapat diterangkan oleh model.

Jika determinasi (R^2) semakin besar (mendekati satu), maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel independen besar terhadap variabel dependen. Sebaliknya jika determinasi (R^2) semakin kecil (mendekati nol)

¹⁹Setiawan dan Dwi Endah Kusri, *Ekonometrika* (Yogyakarta: Andi offset, 2010), hlm. 63-64.

maka dapat dikatakan tidak terdapat hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen (pengaruhnya semakin kecil).²⁰

²⁰*Ibid.*, hlm. 64.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Sejarah Singkat dan Perkembangan PT. Bank SUMUT

PT. Bank Pembangun Daerah Sumatera Utara didirikan pada tanggal 04 November 1961 dengan Akta Notaris Rusli No. 22 dalam bentuk perseroan terbatas. Berdasarkan UU No. 13/1962 tentang ketentuan pokok Bank Pembangunan Daerah bentuk usaha diubah menjadi Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) sesuai perda TK. I Sumatera Utara No. 5/1965 dengan modal dan saham yang dimiliki Pemda Tk.I dan Pemda Tk. II se-Sumatera Utara.

Kemudian dalam perkembangannya sesuai dengan kebutuhan maka pada tanggal 16 April 1999 bentuk hukum diubah menjadi Perseroan Terbatas sesuai dengan Akte Pendirian Perseroan terbatas No. 38/1999 Notaris Alina Hanum Nasution, SH yang telah mendapatkan pengesahan dari Menteri Kehakiman RI No. C-8224HT.01.01/1999 dan telah diumumkan dalam berita Negara RI No. 54 tanggal 06 Juli 1999. Dasar perubahan bentuk hukum sebelumnya telah diungkapkan dalam Perda Tk.I Sumatera Utara No. 2/1999 sesuai dengan kebutuhan dan perkembangan selanjutnya dengan Akte No. 31 tanggal 15 Desember 1999.

Kebijakan dan gagasan untuk mendirikan unit usaha syariah didasari tingginya minat masyarakat di Sumut untuk mendapatkan layanan berbasis syariah dan telah berkembang cukup lama dikalangan pemangku

kepentingan PT. Bank SUMUT, terutama sejak dikeluarkannya UU No. Tahun 1998 yang memberi peluang bagi Bank Konvensional untuk mendirikan unit usaha syariah.

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

Hasil survei yang dilakukan di delapan kota di Sumatera Utara menunjukkan minat masyarakat terhadap pelayanan Bank cukup tinggi, yakni 70 % untuk tingkat ketertarikan dan lebih dari 50 % untuk keinginan mendapatkan pelayanan perbankan syariah.

Atas dasar itulah akhirnya pada tanggal 04 November 2004 PT. Bank SUMUT membuka unit usaha syariah dengan dua kantor Cabang Syariah (KCSy), yaitu KCSy Medan dan Padangsidimpuan. Kemudian pada tanggal 26 Desember 2005 juga di buka KCSy Tebing Tinggi dilanjutkan dengan KCSy Stabat pada tanggal 26 Desember 2006. Selanjutnya pada tahun 2007, PT. Bank SUMUT telah membuka layanan syariah (*office channelling*) pada 66 unit kantor Cabang Konvensional yang lain.

Laju pertumbuhan PT. Bank SUMUT kian menunjukkan perkembangan yang sangat signifikan dilihat dari kinerja dan prestasi yang diperoleh dari tahun ke tahun, tercatat total aset PT. Bank SUMUT mencapai 10,75 Trilyun pada tahun 2009 dan menjadi 12,76 Trilyun pada tahun 2010. Didukung semangat menjadi Bank Profesional dan tangguh menghadapi persaingan dengan dilakukannya program *to be the best* yang sejalan dengan *road map BPD Regional Champion 2014*, tentunya dengan konsekuensi harus memperkuat permodalan yang tidak lagi mengandalkan penyertaan saham dari pemerintah daerah, melainkan juga membuka akses permodalan lain seperti penerbitan obligasi, untuk itu modal dasar PT. Bank SUMUT kembali ditingkatkan dari Rp. 1 Trilyun pada tahun 2008 menjadi Rp. 2 Trilyun pada tahun 2011 dengan total aset meningkat menjadi 18,95 Trilyun.

Sepanjang tahun 2013 PT. Bank SUMUT meraih laba sebesar Rp. 532 Juta yang menerapkan PT. Bank SUMUT sebagai Bank Pembangunan terbesar di pulau Sumatera. PT. Bank SUMUT termasuk dalam jajaran Bank Pembangunan Daerah yang memiliki aset terbesar, saat ini asetnya telah mencapai 27 Triliun dengan dukungan 200 unit kantor yang terdiri dari kantor cabang utama, kantor cabang, kantor cabang pembantu, kantor cabang unit mikro, serta *payment point*.

PT. Bank SUMUT Unit Usaha Syariah merupakan bagian dari PT. Bank SUMUT. Saat ini Unit Usaha Syariah PT. Bank SUMUT telah memiliki 5 kantor cabang dan 17 kantor cabang pembantu serta 113 unit

Office Channeling, yaitu kantor-kantor konvensional PT. Bank SUMUT diberbagai daerah di Sumut yang dapat melayani transaksi syariah.

Dimana PT. Bank SUMUT menentukan sasaran dalam rangka pengembangan unit usaha syariah sebagaimana berikut ini:

1. Menjadi pemain Utama Bank Syariah di Sumatera Utara dengan pangsa pasar terbesar.
2. Beroperasi secara sehat dan menjadi sumber andalan profitabilitas bagi PT. Bank SUMUT.

2. Visi dan Misi PT. Bank SUMUT

Visi adalah cara pandang jauh kedepan sebuah perusahaan untuk tetap dapat eksis, kreatif, dan inovatif serta dapat membawa perubahan dan perkembangan yang lebih baik. Visi merupakan gambaran yang menentang tentang keadaan masa depan yang dapat diinginkan oleh *stake holder*.

Adapun Visi yang telah ditetapkan PT. Bank SUMUT adalah menjadi bank andalan untuk membantu dan mendorong pertumbuhan perekonomian dan pembangunan daerah disegala bidang serta sebagai salah satu sumber pendapatan daerah dalam rangka peningkatan taraf hidup rakyat.

Sedangkan Misi dari PT. Bank SUMUT adalah mengelola dana pemerintah dan dana masyarakat secara profesional yang dalam pelaksanaannya dilakukan dengan selalu berpedoman pada prinsip *good corporate governance*. Sebagai bank yang memiliki visi dan misi PT. Bank

SUMUT senantiasa berusaha mengikuti perkembangan yang ada, termasuk rencana untuk mendirikan unit baru. Secara garis besar, terdapat tiga pertimbangan utama yang menjadi landasan pengembangan unit atau usaha syariah Bank Sumut, yaitu:

1. Memperluas jangkauan target pasar PT. Bank SUMUT khususnya umat Islam, sehingga mendorong partisipasi masyarakat yang lebih besar dalam kegiatan ekonomi.
2. Meningkatkan kualitas layanan produk dan jasa perbankan sehingga memperkuat daya saing PT. Bank SUMUT.
3. Meningkatkan sumber pendapatan dalam rangka memperkuat kesehatan PT. Bank SUMUT dan viabilitasnya.

Berdasarkan pertimbangan tersebut dan sebagai unit usaha dibawah organisasi PT. Bank SUMUT maka visi divisi usaha syariah adalah mendukung pencapaian visi PT. Bank SUMUT secara umum. Atas hal itu, maka divisi usaha syariah telah menetapkan visi dan misi sebagai berikut:

1. Visi PT. Bank SUMUT Syariah adalah meningkatkan keunggulan Bank Sumut dengan memberikan layanan lebih luas berdasarkan prinsip syariah sehingga mendorong partisipasi masyarakat secara luas dalam pembangunan daerah dalam mewujudkan masyarakat yang sejahtera.
2. Misi PT. Bank SUMUT Syariah adalah meningkatkan posisi PT. Bank SUMUT melalui prinsip layanan perbankan syariah yang aman, adil,

dan saling menguntungkan serta dikelola secara profesional dan terpercaya.¹

3. Produk-Produk yang ada di PT. Bank SUMUT Syariah

Adapun produk-produk dari PT. Bank SUMUT Syariah adalah sebagai berikut ini, yang merupakan produk-produk yang telah mendapatkan persetujuan dari Direksi PT. Bank SUMUT yang terdiri dari:

Tabel 4.1
Produk dan Fitur Produk PT. Bank SUMUT
Cabang Syariah Padangsidimpuan

| Produk | Fitur Produk |
|-------------------|--|
| Produk Pendanaan | <ol style="list-style-type: none"> 1) Tabungan iB Martabe (Tabungan <i>Marwah</i>) yaitu tabungan (titipan dana) yang menggunakan akad <i>wadi'ah yad dhamanah</i>. 2) Tabungan iB Martabe Bagi Hasil dengan prinsip <i>mudhârabah muthlaqah</i> (Tabungan <i>Marhamah</i>) 3) Deposito iB- Ibadah dengan prinsip <i>mudhârabah muthlaqah</i>. Bank dapat melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan menguntungkan. 4) Giro iB Bank SUMUT dengan prinsip <i>wadi'ah yad dhamanah</i> (titipan murni). |
| Produk Pembiayaan | <ol style="list-style-type: none"> 1) Pembiayaan iB Multiguna dengan akad <i>murabahah</i>. 2) KPR iB Griya Bank SUMUT. 3) Pembiayaan iB Modal Kerja dengan akad <i>mudhârabah</i>. 4) <i>Qardh</i> yang terdiri dari: <ol style="list-style-type: none"> a) iB Talangan Haji b) Gadai Emas iB Sumut |

¹http://www.banksumut.com/visi_misi.php, Diakses tanggal 10 Mei 2015, Pukul. 15.25 wib.

| | |
|-----------------------------|---|
| | |
| Produk Jasa-Jasa Lainnya | 1) ATM 2) Penggunaan ATM bersama 3) Transfer, terdiri dari SKNBI, RTGS, <i>kafalah</i> / garansi bank. |

Sumber: PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan.

B. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan sebelum instrumen digunakan dalam pengumpulan data. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket. Uji coba dilakukan kepada 41 orang untuk mencari validitas (kesahihan) dan reliabilitas (ketepatan).

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk melihat apakah data yang ada valid atau tidak. Untuk pengujian validitas digunakan 41 orang dengan 10 pernyataan untuk variabel promosi (X_1), 10 pernyataan untuk variabel lokasi (X_2), 10 pernyataan untuk variabel peningkatan jumlah nasabah nasabah (Y) dan r_{tabel} signifikan 5% = 0,308 (tabel r terlampir).

Untuk mengetahui validitas pernyataan-pernyataan tersebut dapat dilihat dari nilai *Correlations Item Total* yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel. 4.2
Hasil Uji Validitas pada Faktor Promosi (X_1)

| Nomor Item Pernyataan | r_{hitung} | r_{tabel} | Keterangan |
|-----------------------|---------------------|--------------------|------------|
| 1 | 0,648 | 0,308 | Valid |
| 2 | 0,506 | | Valid |
| 3 | 0,333 | | Valid |
| 4 | 0,450 | | Valid |
| 5 | 0,632 | | Valid |
| 6 | 0,432 | | Valid |
| 7 | 0,403 | | Valid |
| 8 | 0,431 | | Valid |
| 9 | 0,587 | | Valid |
| 10 | 0,360 | | Valid |

Dari tabel 4.2 dapat dilihat bahwa ke-10 item-item pernyataan untuk variabel promosi (X_1) dinyatakan valid, karena nilai korelasi ke 10 item di atas 0,308. Maka dapat disimpulkan bahwa semua item pada variabel promosi adalah valid.

Tabel 4.3
Hasil Uji Validitas pada Faktor Lokasi (X_2)

| Nomor Item Pernyataan | r_{hitung} | r_{tabel} | Keterangan |
|-----------------------|--------------|-------------|-------------|
| 1 | 0,642 | 0,308 | Valid |
| 2 | 0,521 | | Valid |
| 3 | 0,565 | | Valid |
| 4 | 0,480 | | Valid |
| 5 | 0,574 | | Valid |
| 6 | 0,522 | | Valid |
| 7 | 0,533 | | Valid |
| 8 | 0,334 | | Valid |
| 9 | 0,044 | | Tidak Valid |
| 10 | 0,592 | | Valid |

Dari tabel 4.3 dapat dilihat bahwa ke-10 item-item pernyataan untuk variabel lokasi (X_2) berdasarkan hasil analisis didapat korelasi untuk item 1,2,3,4,5,6,7,8,10 dinyatakan valid, karena nilai korelasi ke 9 item di atas 0,308. Sedangkan untuk item 9 nilainya kurang dari 0,308. Maka dapat disimpulkan bahwa item tersebut dinyatakan tidak valid.

Tabel. 4.4
Uji Validitas Pada Peningkatan Jumlah Nasabah (Y)

| Nomor Item Pernyataan | r_{hitung} | r_{tabel} | Keterangan |
|-----------------------|--------------|-------------|-------------|
| 1 | 0,574 | 0,308 | Valid |
| 2 | 0,552 | | Valid |
| 3 | 0,009 | | Tidak Valid |
| 4 | 0,541 | | Valid |
| 5 | 0,654 | | Valid |
| 6 | 0,381 | | Valid |
| 7 | 0,682 | | Valid |
| 8 | 0,532 | | Valid |

| | | | |
|----|-------|--|-------------|
| 9 | -,011 | | Tidak Valid |
| 10 | 0,456 | | Valid |

Dari tabel 4.3 dapat dilihat bahwa ke-10 item-item pernyataan untuk variabel Peningkatan Jumlah Nasabah (Y) berdasarkan hasil analisis didapat nilai korelasi untuk item 1,2,4,5,6,7,8,dan 10 dinyatakan valid, karena nilai korelasi ke 8 item di atas 0,308. Sedangkan untuk item 3 dan 9 nilainya kurang dari 0,308. Maka dapat disimpulkan bahwa item tersebut dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui tingkat keandalan atau dapat dikatakan kepercayaan data yang dihasilkan oleh butiran instrumen. Suatu variabel dapat dikatakan reliabilitas apabila nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60. Nilai reliabilitas dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel. 4.5
Hasil Uji Reliabilitas pada Variabel Promosi (X₁)

| <i>Reliability Statistics</i> | |
|-------------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| ,624 | 10 |

Sumber: Hasil Output Spss Versi 22

Dari tabel di atas dapat dilihat nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60. Maka dapat disimpulkan bahwa item-item pernyataan pada variabel promosi tersebut reliabel.

Tabel 4.6
Hasil Uji Reliabilitas Pada Variabel Lokasi (X₂)

| <i>Reliability Statistics</i> | |
|-------------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| ,655 | 9 |

Sumber: Hasil Output Spss Versi 22

Dari tabel di atas dapat dilihat nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60. Maka dapat disimpulkan bahwa item-item pernyataan pada variabel lokasi tersebut reliabel.

Tabel 4.7
Hasil Uji Reliabilitas Pada Variabel Peningkatan Jumlah Nasabah (Y)

| <i>Reliability Statistics</i> | |
|-------------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| ,705 | 8 |

Sumber: Hasil Output Spss Versi 22

Dari tabel di atas dapat dilihat nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60. Maka dapat disimpulkan bahwa item-item pernyataan pada variabel peningkatan jumlah nasabah tersebut reliabel.

C. Hasil Penelitian

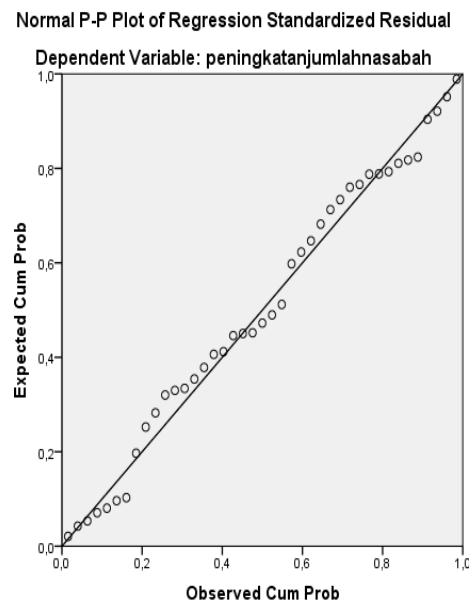
1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji model regresi variabel terikat dan variabel bebas apakah keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Dalam pembahasan ini akan digunakan uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov* dengan menggunakan taraf signifikansi

0,05. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 5% atau 0,05. Hasil *output* SPSS terlihat pada gambar dibawah ini.

Gambar. 4.2
Hasil Plot Uji Normalitas



Sumber: Hasil Output Spss Versi 22

Pada gambar 4.2 terlihat titik yang mengikuti data di sepanjang garis diagonal, hal ini berarti data berdistribusi normal. Namun untuk lebih memastikan bahwa data di sepanjang garis diagonal berdistribusi normal maka dilakukan uji *Kolmogorov-Smirnov* (K-S).

Tabel. 4.8
Hasil *Kolmogorov-Smirnov* Uji Normalitas

| Tests of Normality | | | | | | |
|----------------------------|---------------------------------|----|-------------------|--------------|----|------|
| | Kolmogorov-Smirnov ^a | | | Shapiro-Wilk | | |
| | Statistic | df | Sig. | Statistic | df | Sig. |
| Peningkatan jumlah nasabah | ,098 | 41 | ,200 [*] | ,969 | 41 | ,321 |
| promosi | ,108 | 41 | ,200 [*] | ,975 | 41 | ,506 |
| Lokasi | ,107 | 41 | ,200 [*] | ,969 | 41 | ,326 |

^{*}. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

Sumber: Hasil Output Spss Versi 22

Berdasarkan tabel 4.8 dapat dilihat pada kolom *kolmogorov-smirnov* diketahui bahwa nilai signifikansi untuk variabel peningkatan jumlah nasabah sebesar 0,200, untuk variabel promosi sebesar 0,200 dan untuk variabel lokasi sebesar 0,200. Karena signifikansi seluruh variabel lebih besar dari 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa data pada variabel peningkatan jumlah nasabah, variabel promosi dan variabel lokasi normal.

b. Uji *Multikolinearitas*

Multikolinearitas adalah keadaan dimana pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna antara variabel independen. Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna di antara variabel bebas (korelasinya 1 atau mendekati 1). Untuk mendeteksi adanya *multikolinearitas* dapat dilihat dari *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai VIF >5 maka terjadi *multikolinearitas*. Sebaliknya apabila VIF <5 maka tidak terjadi *multikolinearitas*.

Tabel. 4.9
Uji *Multikolinearitas*
Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. | Collinearity Statistics | |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| | | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | ,610 | 3,530 | | ,173 | ,864 | | |
| | promosi | ,128 | ,082 | ,137 | 1,560 | ,127 | ,999 | 1,001 |
| | lokasi | ,839 | ,089 | ,825 | 9,394 | ,000 | ,999 | 1,001 |

a. Dependent Variable: peningkatan jumlah nasabah

Sumber: Hasil Output Spss Versi 22

Dalam tabel di atas diperoleh VIF variabel X_1 dengan nilai sebesar 1,001, variabel X_2 dengan nilai sebesar 1,001 dan *tolerance* di atas 0,1 yaitu 0,999 yang berarti tidak terjadi *multikolinearitas*. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel X_1 dan X_2 lulus dari uji *multikolinearitas* berdasarkan nilai VIF lebih kecil dari 5 dan *tolerance* di atas 0,1.

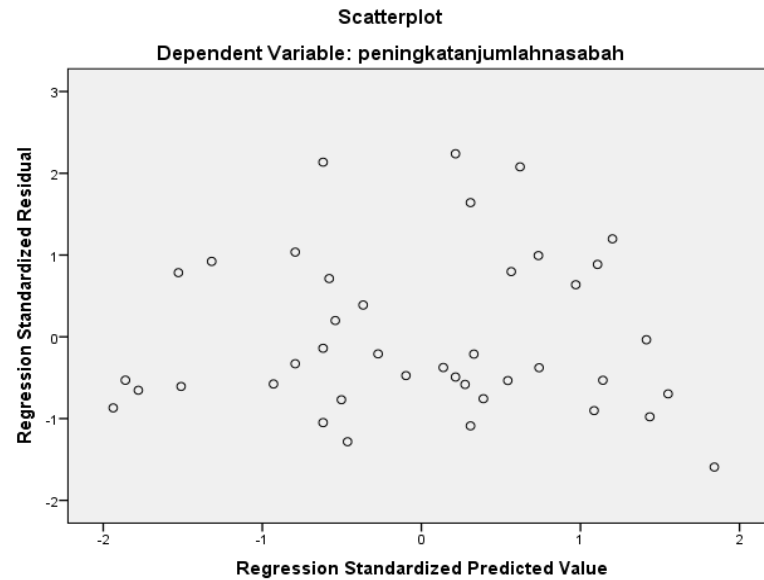
c. Uji *Heterokedastisitas*

Metode ini digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik *heteroskedastisitas* yaitu adanya ketidaksamaan varian dan residual untuk semua muatan pada model regresi. Prasyarat yang harus dipenuhi model regresi adalah tidak adanya gejala *heteroskedastisitas*.

Aturan yang digunakan dalam pengambilan keputusan adalah:

- a. Jika penyebaran data *scatter plot* teratur dan membentuk pola tertentu (naik turun, mengelompok menjadi satu) maka terjadi problem *heterokedastisitas*.
- b. Jika penyebaran data pada *scatter plot* tidak teratur dan tidak membentuk pola tertentu (naik turun, mengelompok menjadi satu) maka tidak terjadi problem *heterokedastisitas*.

Gambar. 4.3
Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Hasil Output Spss Versi 22

Dari output di atas dapat diketahui bahwa titik-titik tidak membentuk pola yang jelas. Titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 dan pada sumbu Y. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah *heteroskedastisitas* dalam model regresi.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik *autokorelasi*, yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Prasyarat yang harus dipenuhi adalah tidak adanya *autokorelasi* dalam model regresi. Metode pengujian dengan uji Durbin-Watson (uji DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) jika D-W lebih kecil dari dL atau lebih besar dari (4-dL), maka H_0 ditolak, yang berarti terdapat *autokorelasi*.

- 2) jika D-W lebih besar dari dU dan (4-dU), maka H_0 diterima yang berarti tidak ada *autokorelasi*.
- 3) jika D-W terletak antara dL dan dU, atau di antara (4-dU) dan (4-dL) ($dL < D-W < dU$), artinya tidak ada kepastian atau kesimpulan yang pasti.

Nilai dU dan dL yang diperoleh dari *table statistic* Durbin-Watson. Dengan nilai $n = 41$, dan $k = 2$ di dapat nilai $dL = 1,391$ dan $dU = 1,600$. Jadi nilai $4 - dL = 2,609$ dan $4 - dU = 2,400$.

Tabel. 4.10
Uji Autokorelasi

| Model Summary ^b | | | | | |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
| 1 | ,841 ^a | ,707 | ,692 | 2,198 | 2,457 |

a. Predictors: (Constant), x2 lokasi, x1 promosi

b. Dependent Variable: peningkatan jumlah nasabah

Dari tabel diatas dapat diketahui nilai Durbin- Wotson sebesar 2,457. karena nilai D-W terletak antara $DL < D-W < DU$ ($2,457 > 2,400$) maka hasilnya tidak terjadi *autokorelasi*.

2. Analisis Regresi Berganda

Tabel 4.11
Hasil Analisis Regresi Berganda

| Coefficients ^a | | | | | | | |
|---------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
| | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| (Constant) | ,610 | 3,530 | | ,173 | ,864 | | |
| promosi | ,128 | ,082 | ,137 | 1,560 | ,127 | ,999 | 1,001 |
| lokasi | ,839 | ,089 | ,825 | 9,394 | ,000 | ,999 | 1,001 |

a. Dependent Variable: peningkatan jumlah nasabah

Sumber: Hasil Output Spss Versi 22

Persamaan regresi yang didapatkan dari hasil perhitungan adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 0,610 + 0,128X_1 + 0,839X_2 + e$$

Penjelasan dari persamaan di atas adalah sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 0,610 mempunyai arti jika variabel promosi dan lokasi dianggap konstant atau nilainya 0, maka peningkatan jumlah nasabah pada produk giro *wadi'ah* di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan nilainya adalah sebesar 0,610.
2. Koefisien regresi X_1 (Promosi) mempunyai pengaruh positif terhadap peningkatan jumlah nasabah giro *wadi'ah* di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan dengan koefisien menunjukkan sebesar 0,128 yang berarti apabila promosi meningkat sebesar 1% dengan menganggap faktor lain tetap, maka akan dapat meningkatkan jumlah nasabah untuk giro *wadi'ah* sebesar 12,8%.
3. Koefisien regresi X_2 (Lokasi) mempunyai pengaruh positif terhadap peningkatan jumlah nasabah produk giro *wadi'ah* di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan dengan koefisien menunjukkan sebesar 0,839 yang berarti apabila lokasi meningkat sebesar 1% dengan menganggap faktor lain tetap, maka akan dapat meningkatkan jumlah nasabah untuk giro *wadi'ah* sebesar 83,9%.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Tabel. 4.12
Koefisien Determinasi

Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | ,841 ^a | ,707 | ,692 | 2,198 |

a. Predictors: (Constant), promosi, lokasi,

b. Dependent Variable: peningkatan jumlah nasabah

Sumber: Hasil Output Spss Versi 22

Dari tabel diatas diketahui bahwa besar R^2 (*R Square*) atau kemampuan promosi (X_1) dan lokasi (X_2) dalam menjelaskan atau memprediksi peningkatan jumlah nasabah pada produk giro *wadi'ah* di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan (Y) sebesar 0,707 atau 70,7%, sedangkan 29,3% sisanya lagi dijelaskan atau diprediksikan oleh faktor lain di luar dari ke dua faktor yang diteliti.

4. Uji Hipotesis (Uji t)

Uji t adalah suatu sarana pengujian untuk mengetahui apakah variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel. 4.13
Hasil Uji t
Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 (Constant) | ,610 | 3,530 | | ,173 | ,864 | | |
| promosi | ,128 | ,082 | ,137 | 1,560 | ,127 | ,999 | 1,001 |
| lokasi | ,839 | ,089 | ,825 | 9,394 | ,000 | ,999 | 1,001 |

a. Dependent Variable: peningkatan jumlah nasabah
 Sumber: Hasil Output Spss Versi 22

Dengan demikian hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

a. Variabel promosi

Dari hasil perhitungan didapatkan nilai t_{hitung} sebesar 1,560 dengan nilai signifikansi 0,127. sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,686. Hal ini berarti nilai t_{hitung} lebih kecil daripada nilai t_{tabel} . Begitupun dengan nilai signifikansi sebesar 0,127 lebih besar dari ketetapan nilai taraf signifikansi 0,05. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya secara parsial promosi tidak berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah pada produk giro *wadi'ah* di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan. Jadi tidak selamanya promosi itu dapat meningkatkan jumlah nasabah, promosi harus dilakukan secara benar dan sesuai dengan sasaran yang diinginkan. Jika promosi yang dilakukan tidak tepat, maka hal itu hanya mengeluarkan beban biaya yang besar tetapi tidak mendapatkan hasil yang optimal.

b. Variabel lokasi

Dari hasil perhitungan didapatkan nilai t_{hitung} sebesar 9,394 dengan nilai signifikansi 0,000. sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,686. Hal ini berarti nilai t_{hitung} lebih besar daripada nilai t_{tabel} . Begitupun dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari nilai taraf signifikansi 0,05. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya faktor lokasi berpengaruh secara parsial terhadap peningkatan jumlah nasabah pada produk giro *wadi'ah* di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan. Hal ini menyatakan bahwa semakin strategis lokasi suatu bank maka akan memudahkan nasabah dalam bertransaksi, kemudahan itu akan dapat membangkitkan minat mereka untuk menjadi nasabah dan secara tidak langsung akan meningkatkan jumlah nasabah di bank tersebut.

- c. Secara parsial, diantara kedua variabel bebas yang diteliti ternyata variabel promosi yang paling dominan berpengaruh. Variabel ini memberikan kontribusi paling besar, yaitu sebesar 0,839 dalam mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah giro *wadi'ah* di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan dan bernilai positif.

5. Uji F (Uji Serentak)

Uji F adalah suatu sarana pengujian untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap variabel dependen.

Hipotesisnya adalah sebagai berikut:

Ho: Promosi dan lokasi, secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah pada di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan pada produk giro *wadi'ah*.

Ha: Promosi dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah pada di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan pada produk giro *wadi'ah*.

Apabila F hitung lebih besar dari F tabel maka Ho ditolak dan Haditerima yang berarti secara bersama-sama variabel bebas berpengaruh terhadap variabel tidak bebasnya.

Tabel. 4.14
Uji F

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 443,954 | 2 | 221,977 | 45,954 | ,000 ^b |
| | Residual | 183,558 | 38 | 4,830 | | |
| | Total | 627,512 | 40 | | | |

a. Dependent Variable: peningkatan jumlah nasabah

b. Predictors: (Constant), promosi, lokasi

Sumber: Hasil Output Spss Versi 22

Berdasarkan tabel 4.14 memperlihatkan nilai F_{hitung} adalah 45,954 dengan tingkat signifikansi 0,000. Sedangkan F_{tabel} 3,245 ($df = n - k - 1$), Ini berarti F_{hitung} lebih besar dibanding dengan F_{tabel} , selain itu nilai *alfa* atau signifikan sebesar 0.000 menunjukkan angka dibawah 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh secara simultan variabel promosi dan lokasi, terhadap peningkatan jumlah

nasabah di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan pada produk giro *wadi'ah*.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil analisis regresi menghasilkan urutan besarnya pengaruh variabel-variabel independen yang berbeda. Ini terlihat dari besarnya koefisien regresi dari yang terbesar pengaruhnya sampai yang terkecil yaitu variabel lokasi (0,839) dan variabel promosi (0,128). Secara parsial variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah untuk produk giro *wadi'ah* di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan, sedangkan promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan pada produk giro *wadi'ah*. Secara parsial diantara variabel bebas yang diteliti ternyata variabel lokasi merupakan yang paling dominan berpengaruh.

Sedangkan dari hasil uji F pengaruh secara bersama-sama (secara simultan) masing-masing variabel independen berpengaruh positif terhadap peningkatan jumlah nasabah untuk produk giro *wadi'ah*. adapun besaran pengaruhnya adalah 45,954.

Pengaruh yang dominan adalah variabel lokasi. Hal ini menunjukkan bahwa diantara kedua variabel yang di uji pengaruh, variabel inilah yang memberikan kontribusi paling besar yaitu sebesar 0,839 dalam mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan pada produk giro *wadi'ah* dan bernilai positif.

Hasil ini didukung oleh penelitian Rifa'atul Machmudah yang berjudul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah Di Bank Syariah (Studi Pada Bank CIMB Niaga Syariah Cabang Semarang)” menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif variabel lokasi terhadap minat nasabah”.

Karena positif, semakin strategis letak lokasi suatu bank, maka hal ini akan lebih memudahkan nasabah dan calon nasabah untuk menggunakan jasa perbankan sehingga akan meningkatkan jumlah nasabah. Hasil ini dimungkinkan karena lokasi dari PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan terletak di kawasan yang cukup strategis dan mudah dijangkau. Apalagi nasabah untuk produk ini adalah mereka dari kalangan pebisnis dan pengusaha yang selalu ingin cepat dalam setiap transaksi.

Secara teori promosi dapat mempengaruhi minat dan keputusan nasabah dalam menggunakan jasa perbankan, hal ini dapat dibuktikan dari hasil penelitian Damayanti Maysaroh yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah” menyatakan bahwa promosi sangat mempengaruhi keputusan nasabah. Namun secara keseluruhan dalam penelitian ini, variabel promosi tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah.

Hasil ini juga didukung oleh penelitian Winda yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Deposito PT. Bank Pensiunan Nasional TBK, Cab. Medan” dimana hasil penelitiannya

menyatakan bahwa promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk deposito.

Promosi yang dilakukan PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan sudah bisa dikatakan baik, hanya saja kurang optimal untuk produk giro *wadi'ah* sehingga nasabah kurang berminat dengan produk giro yang ditawarkan. Hal ini dapat dibuktikan dari perkembangan jumlah nasabah giro *wadi'ah* yang hanya mengalami kenaikan sedikit setiap tahunnya

Promosi bagi perusahaan yang berlandaskan syariah haruslah menggambarkan secara riil apa yang ditawarkan dari produk-produk atau servis perusahaan tersebut. Promosi yang tidak sesuai dengan kualitas dan kompetensi, contohnya promosi yang menampilkan imajinasi yang terlalu tinggi bagi konsumennya, adalah termasuk dalam praktik penipuan dan kebohongan. Oleh sebab itu promosi yang semacam tersebut dilarang dalam syariah marketing.

Sejalan dengan teori yang menyatakan bahwa semakin bagus promosi dan lokasi suatu bank maka akan mempengaruhi minat nasabah sehingga mampu meningkatkan jumlah nasabah pada bank tersebut. Hal ini dapat dibuktikan dengan melihat nilai variabel peningkatan jumlah nasabah, promosi dan lokasi. Dari hasil penelitian dengan jumlah data 41 nasabah dengan penyebaran instrumen angket 10 butir pertanyaan dari setiap variabel dinyatakan bahwa item pada variabel promosi semuanya valid, sedangkan untuk lokasi dan peningkatan jumlah nasabah hanya 3 item yang tidak valid.

Untuk uji reliabilitas seluruh item dinyatakan reliabel dengan nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$.

Sebesar 70,7% variabel terikat dapat dijelaskan oleh variabel promosi dan variabel lokasi dan sisanya ($100\% - 70,7\% = 29,3\%$) dijelaskan atau diprediksikan oleh faktor lain di luar dari ke dua faktor yang diteliti. Model regresi ini juga menunjukkan lulus dari uji asumsi klasik. Nilai *tolerance* dan VIF diketahui bahwa antar variabel independen tidak terdapat *multikolinieritas*. Untuk uji *heterokedastisitas*, grafik *scatter plot* menunjukkan bahwa titik-titik menyebar diatas dan dibawah sumbu Y. sehingga dapat dikatakan bahwa model regresi adalah *homoskedastisitas* dan tidak terjadi *heterokedastisitas*. Sedangkan dari grafik normal plot dan sebaran data mengikuti garis diagonal dan data menunjukkan pola distribusi normal. Dari uji Durbin-Watson dapat dilihat bahwa $D-W < dL$ dan $(4-dU)$ maka uji ini menjelaskan tidak terjadi autokorelasi. Berdasarkan uji asumsi klasik, model regresi ini cukup baik.

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 sempurna sangatlah sulit, sebab dalam pelaksanaan penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan.

Di antara keterbatasan yang dihadapi penulis selama melaksanakan penelitian dan penyusunan skripsi ini, yaitu:

1. Keterbatasan ilmu pengetahuan dan wawasan penulis yang masih kurang, sehingga diharapkan adanya penelitian lebih lanjut tentang penelitian ini.
2. Keterbatasan waktu, tenaga, serta dana penulis yang tidak mencukupi untuk penelitian lebih lanjut.
3. Dalam menyebarkan angket penulis tidak mengetahui kejujuran para responden dalam menjawab setiap pertanyaan yang diberikan sehingga mempengaruhi validitas data yang diperoleh.
4. Penulis tidak mampu mengontrol semua nasabah dalam menjawab angket yang diberikan, apakah nasabah memang menjawab sendiri atau hanya asal menjawab.

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

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti diperoleh kesimpulan bahwa, berdasarkan analisis data dengan menggunakan *SPSS Versi 22.00*. Analisis data yang menunjukkan bahwa:

1. Faktor promosi tidak berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah untuk produk giro *wadi'ah*. Hal ini didasarkan kepada analisis kuantitatif dimana hasil $t_{hitung} (1,560) < t_{tabel} (1,686)$ dan tingkat signifikansi $0,127 > 0,05$.
2. Faktor lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah untuk produk giro *wadi'ah*. Hal ini didasarkan kepada analisis kuantitatif dimana hasil $t_{hitung} (9,394) > t_{tabel} (1,686)$, dengan signifikansi $< 0,05$ yaitu sebesar 0,000.
3. Sedangkan faktor yang dominan paling berpengaruh dalam penelitian ini adalah variabel (X_2) yaitu variabel lokasi dengan signifikansi sebesar 0,839 lebih besar dari variabel promosi dengan signifikansi sebesar 0,128.

B. Saran

Sehubungan dengan penelitian ini penulis memberikan saran yaitu:

1. Variabel promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan pada produk giro *wadi'ah*. Maka disarankan kepada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan, agar memperhatikan faktor lain seperti

meningkatkan hubungan antara bank dan nasabah, apabila hubungan yang baik terjalin maka nasabah akan bertahan dan tetap menyimpan dananya dalam waktu yang lama.

2. Hal yang terpenting dan yang tidak boleh dilupakan dalam dunia perbankan syariah adalah idealisme produk atau kinerja berdasarkan syari'at Islam yang harus terus dipertahankan. Karenahal ini yang membedakan antara bank konvensional dan bank syariah.
3. Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang memengaruhi peningkatan jumlah nasabah giro *wadi'ah* di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan dengan faktor lain selain yang telah diteliti dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

A. Al-Qur'an

Departemen Agama RI , *Al-Qur'an dan Terjemahannya: Al-Jumanatul 'Ali*, Bandung, CV. J-Art, 2004.

B. Buku

Ascarya, *Akad dan produk Bank Syariah*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2011.

Abdul Hamid, *Metode Penelitian*, Bandung: Alfabeta, 2007.

Adiwarman A. Karim, *Bank Islam : Analis Fiqh dan Keuangan*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010.

Duwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS*, Yogyakarta: MediaKom, 2008.

Dwi Suwiknyo, *Kamus Lengkap Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Total Media, 2009.

Djaali, *Psikologi Pendidikan*, Jakarta: Bumi Aksara, 2012.

Ety Roehaety dan Ratih Trisnaty, *Kamus Istilah Ekonomi*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2005.

Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 1997.

Hasibuan, Malayu S.P, *Dasar-Dasar Manajemen Perbankan*, Jakarta: Bumi Aksara, 2008.

Ismail, *Perbankan Syariah*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010.

Iqbal Hasan, *Analisa Data Penelitian Dengan Statistik*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2004.

Karnaen Perwariantmadja Dan Muhammad Syafi'i Antonio, *Apa dan Bagaimana Bank Islam*, Yogyakarta: Dana Bakti Wakaf, 1992.

Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan*, Jakarta: PT. RajaGrafindoPersada, 2008.

_____, *Manajemen Perbankan*, Jakarta: PT. RajaGrafindo, 2004.

_____, *Pemasaran Bank*, Jakarta :Kencana 2008.

- Kasmir & Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012.
- Komaruddin dkk., *Kamus Istilah Karya Tulis Ilmiah*, Jakarta: Bumi Aksara, 2006.
- M. Mursyid, *Manajemen pemasaran*, Jakarta: Bumi Aksara bekerja sama dengan Pusat Antar Universitas-Studi Ekonomi Universitas Indonesia, 2008.
- Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*, Jakarta: Erlangga, 2009.
- Morisson, *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Bank Terpadu*, Jakarta: Kencana, 2010.
- Muhammad Isa, *Manajemen Pemasaran Bank*, padangsidimpuan: Diktat Mata Kuliah STAIN Padangsidimpuan, 2012.
- Monle Lee dan Carla Johnson, *Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global*, Jakarta: Kencana, 2007.
- Nurul Huda dan Mohammad Haykal, *Lembaga Keuangan Islam: Tinjauan Teoritis dan Praktis*, Jakarta: Kencana Prenada media group, 2010.
- Philip Kotler Dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. Macanan Jaya Cemerlang, 2007.
- Setiawan dan Dwi Endah Kusriani, *Ekonometrika*, Yogyakarta: Andi offset, 2010.
- Sri Rejeki Hartono, *Kamus Hukum Ekonomi Islam*, Semarang: Ghalia Indonesia, 2010.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung :Alfabeta, 2005.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2009.
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, 2006.
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, Jakarta: Rineka Cipta, 1998.

Sunarto Zulkifli. *Panduan Praktisi Transaksi Perbankan Syariah*, Jakarta: Zikrul Hakim, 2002.

Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*, Jakarta: Gema Insani, 2001.

Undang-Undang Republik Indonesia No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.

Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan.

C. Skripsi Terdahulu

Bayu Dwi Kresna, "Pengaruh *Customer In Service Delivery* Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pada PT. Sulselbar Syariah Cabang Makassar" (Skripsi, Universitas Hasanuddin Makassar, 2011).

Evi Yupitri, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri Di Medan" Dalam Jurnal Ekonomi Dan Keuangan, Vol. 1, No. 1, Desember 2012.

Damayanti Maysaroh, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah" (Skripsi, Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga, 2014).

Irmawani Purba, "Analisis Perilaku Konsumen Dalam Memilih Produk Perbankan Di Kota Pematangsiantar" (Skripsi, Universitas Sumatera Utara (USU), 2013).

Rizky Amelia, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Untuk Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Padang)" (Skripsi, Universitas Andalas Padang, 2014).

Toni Prasetyo Utomo, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri, Kantor Cabang Malang)" (Skripsi, Universitas Brawijaya, 2013).

Tri Astuti dan Indah Mustikawati, "Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah" Dalam Jurnal Nominal , Vol. II. No. 1. Tahun 2013.

Yayan Fauzi, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Menabung Di Bank Syariah (Kasus Pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang

Yogyakarta” (Skripsi, Universitas negeri sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2010).

Winda, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Deposito PT. Bank Tabungan Pensiunan. Tbk. Cabang Medan” (Skripsi, Universitas Sumatera utara, 2009).

D. Internet

<http://www.medanmagazine.com> dari sumber www.banks Sumut.com Diakses 13 Februari 2015 Pukul 15.40 wib (Diolah).

http://www.Laporan_Keuangan_Publikasi_banks Sumut_2.Pdf _Foxit Reader Diakses 20 Februari 2015.

http://www.banks Sumut.com/visi_misi.php. Diakses tanggal 10 Mei 2015, Pukul. 15.25 wib

[www.bi.go.id/ unit-usaha-syariah](http://www.bi.go.id/unit-usaha-syariah). Diakses tanggal 01 September 2015, pukul 07.02

E. Brosur

Brosur Giro iB PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Nama Mahasiswa

Nama : RISNA YENI
Nim : 11 220 0080
Pendidikan : SD (Sekolah Dasar Negeri 142710 Batahan)
: SMP (Sekolah Menengah Pertama Negeri 1 Batahan)
: SMA (Sekolah Menengah Atas Negeri 1 Batahan)

B. Nama Orang Tua

Ayah : AFRIDAL
Ibu : TASMI
Alamat : Desa Kubangan Pandan Sari, Kec. Batahan

Lampiran 1

KUESIONER PENELITIAN

1. UMUM

Responden yang terhormat,

Pertanyaan yang ada dalam kuesioner ini ditujukan untuk melengkapi data penelitian dalam rangka penyusunan Skripsi dengan judul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Peningkatan Jumlah Nasabah di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan pada produk akad *wadi'ah*” khusus produk giro *wadi'ah*. Pada Program Sarjana Ekonomi Islam, Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan.

Nama: RISNA YENI

Nim: 11 220 0080

2. PETUNJUK PENGISIAN

- a. Kepada responden saya sebagai penulis mengharapkan, mohon dengan hormat bantuan dan kesediaan Bapak/ Ibu untuk menjawab seluruh pertanyaan yang ada.
- b. Bapak/ Ibu dapat menjawab setiap pertanyaan dengan sejujur-jujurnya dan perlu diketahui bahwa jawaban dari kuesioner ini tidak berhubungan dengan benar atau salah.
- c. Pilihlah jawaban dengan memberi tanda checklist (✓) pada salah satu jawaban yang paling sesuai menurut Bapak/ Ibu. Penilaian dapat dilakukan dengan skala berikut ini :

- | | |
|--------------------------------------|-----|
| 1) Jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) | = 1 |
| 2) Jawaban Tidak Setuju (TS) | = 2 |
| 3) Jawaban Kurang Setuju (KS) | = 3 |
| 4) Jawaban Setuju | = 4 |
| 5) Jawaban Sangat Setuju | = 5 |

3. IDENTITAS RESPONDEN

Nama :
 Jenis Kelamin : (...) Pria (...) Perempuan
 Umur :
 Alamat :
 Pekerjaan : () Pedagang/ Pengusaha
 () Pemborong Tender Proyek
 () Karyawan Perusahaan
 Pendidikan terakhir : (...) Sekolah Dasar (SD), (...) (SMP), (...) (SMA)
 (...) Mahasiswa, (...) Diploma
 (...) S1, (...) S2, (...) S3

4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Peningkatan Jumlah Nasabah Di PT.
 Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan Pada Produk Akad *Wadi'ah*.

| N O | PERNYATAAN | SS | S | KS | TS | STS |
|---|--|----|---|----|----|-----|
| | | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| A. Peningkatan Jumlah Nasabah Giro <i>Wadi'ah</i> (Y) | | | | | | |
| 1 | Transaksi produk giro dapat dilakukan nasabah kapan saja baik di dalam kota maupun di luar kota | | | | | |
| 2 | Penarikan dana giro dapat lakukan di seluruh kantor bank sumut konvensional dan syariah. | | | | | |
| 3 | Proses transaksi melakukan giro mudah dan tidak menyulitkan nasabah. | | | | | |
| 4 | Kemudahan transaksi giro yang diberikan PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan akan dipromosikan nasabah kepada temannya. | | | | | |
| 5 | Dana yang simpanan nasabah dapat diambil kapan saja tanpa adanya unsur bunga. | | | | | |
| 6 | Nasabah hanya akan memilih bank yang memberikan fasilitas pelayanan yang memuaskan. | | | | | |
| 7 | Aktifitas menabung akan ditingkatkan jika nasabah mendapatkan kepuasan atas pelayanan bank | | | | | |
| 8 | Produk giro yang ditawarkan bank sesuai kebutuhan sehingga nasabah tertarik menggunakan produk tersebut. | | | | | |
| 9 | Prosedur yang mudah untuk menjadi nasabah membuat masyarakat berminat menggunakan produk giro <i>wadi'ah</i> . | | | | | |
| 10 | Dengan kemudahan diperoleh dalam transaksi bisnis maka nasabah akan | | | | | |

| | | | | | | |
|-----------------------------------|--|--|--|--|--|--|
| | merekomendasikan produk ini pada rekan bisnisnya. | | | | | |
| B. Promosi (X₁) | | | | | | |
| 1 | Dengan promosi yang dilakukan bank dapat memudahkan nasabah dalam memperoleh informasi. | | | | | |
| 2 | PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan melakukan promosi melalui penyebaran brosur. | | | | | |
| 3 | Promosi yang dilakukan oleh pihak bank melalui iklan radio lebih cepat tersebar dan dimengerti masyarakat. | | | | | |
| 4 | Produk ini sering memberikan hadiah kepada nasabahnya. | | | | | |
| 5 | Bank dalam melakukan promosi juga melakukan sosialisasi tentang produk giro <i>wadi'ah</i> kepada masyarakat. | | | | | |
| 6 | Periklanan produk giro dilakukan PT. Bank SUMUT Cab. Syariah P.Sidempuan melalui media elektronik dan media cetak. | | | | | |
| 7 | Promosi juga dilakukan karyawan disaat nasabah melakukan transaksi di bank | | | | | |
| 8 | Brosur yang ditawarkan bank telah memberikan informasi yang diinginkan nasabah. | | | | | |
| 9 | Informasi mengenai produk melalui media mudah didapatkan | | | | | |
| 10 | hadiah yang ditawarkan oleh pihak bank membuat nasabah semakin suka menggunakan produk ini | | | | | |
| C. Lokasi (X₂) | | | | | | |
| 1 | Lokasi PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan dekat dengan kegiatan usaha dan pusat perbelanjaan. | | | | | |
| 2 | Lokasi PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan dekat dengan tempat tinggal nasabah. | | | | | |
| 3 | Lokasi bank tempat nasabah menabung mudah dijangkau sehingga tidak mengeluarkan banyak biaya. | | | | | |
| 4 | Nasabah nyaman karena adanya lokasi parkir untuk roda dua maupun roda empat. | | | | | |
| 5 | Lokasi bank tempat nasabah menabung dekat dengan kantor pemerintahan dan dekat | | | | | |

| | | | | | | |
|----|---|--|--|--|--|--|
| | dengan kantor lain. | | | | | |
| 6 | Desain dalam dan diluar ruangan ditata dengan baik sehingga memberikan nuansa nyaman dan indah. | | | | | |
| 7 | Kondisi ruangan terlihat bersih. | | | | | |
| 8 | Tersedianya fasilitas untuk antrian nasabah pada jam-jam sibuk. | | | | | |
| 9 | Lahan parkir yang di sediakan cukup memadai. | | | | | |
| 10 | Lokasi ATM Cukup tersedia dan mudah dijangkau | | | | | |

Lampiran 2

INDIKATOR OBSERVASI

| No | Keterangan | Indikator |
|----|----------------------------|--|
| 1 | Promosi | <ul style="list-style-type: none"> a. Penyebaran brosur b. Periklanan lewat radio c. Promosi dari mulut ke mulut |
| 2 | Lokasi | <ul style="list-style-type: none"> a. Tersedia sarana transportasi b. Dekat dengan lokasi perkantoran c. Dekat dengan pasar d. Dekat dengan lokasi perumahan |
| 3 | Lay Out Gedung dan Ruangan | <ul style="list-style-type: none"> a. Lay Out gedung <ul style="list-style-type: none"> 1) Bentuk gedung yang memberikan kesan yang menarik. 2) Lokasi parkir yang luas dan aman, 3) Keamanan di sekitar gedung, 4) Tersedia tempat ibadah, 5) Tersedia fasilitas lainnya khusus nasabah, seperti ruang tunggu, toilet dan tempat khusus merokok. b. Lay Out ruangan <ul style="list-style-type: none"> 1) Susunan ruangan terkesan luas dan nyaman, 2) Tata letak kursi dan meja yang tersusun rapi, 3) Tersedia fasilitas yang dapat mengusir kebosanan selama menunggu. |
| 4 | Kenyamanan Ruangan | <ul style="list-style-type: none"> a. Ada CCTV ruangan, b. Terdapat tanaman hidup yang masih segar dan hidup, c. Lantai bersih dari debu/ kotoran dan kondisinya baik (tidak cacat), d. AC berfungsi dengan baik sehingga ruangan terasa sejuk dan nyaman, e. Penerangan yang baik (kondisi lampu hidup) |
| 5 | Kelengkapan Fasilitas | <ul style="list-style-type: none"> a. Kelengkapan kantor <ul style="list-style-type: none"> 1) Tersedia ATM, 2) Tersedia <i>Computer</i> dan <i>Printer</i>, 3) Tersedia mesin <i>photocopy</i> 4) Ada gudang tempat penyimpanan berkas-berkas b. Kelengkapan pendukung <ul style="list-style-type: none"> 1) Tersedianya brosur-brosur Bank SUMUT Syariah, 2) Tersedianya formulir untuk pembukaan rekening, pembiayaan, slip transfer, penarikan, dan semua yang berhubungan dengan aplikasi produk di bank tersebut. |

Lampiran 3

Hasil Angket Variabel X₁ (Promosi) Daftar Jawaban Responden

| No | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | Total |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|-------|
| 1 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 32 |
| 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 25 |
| 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 26 |
| 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 35 |
| 5 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 33 |
| 6 | 4 | 2 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 2 | 37 |
| 7 | 5 | 2 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 31 |
| 8 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 34 |
| 9 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 1 | 3 | 2 | 29 |
| 10 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 36 |
| 11 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 29 |
| 12 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 29 |
| 13 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 5 | 4 | 4 | 36 |
| 14 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 | 2 | 2 | 31 |
| 15 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 34 |
| 16 | 4 | 4 | 5 | 5 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 38 |
| 17 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 42 |
| 18 | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 31 |
| 19 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 34 |
| 20 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 5 | 4 | 37 |
| 21 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 32 |
| 22 | 2 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 25 |
| 23 | 3 | 3 | 4 | 3 | 1 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 27 |
| 24 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 34 |
| 25 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 31 |
| 26 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 27 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 5 | 3 | 40 |
| 28 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 1 | 4 | 4 | 3 | 2 | 30 |
| 29 | 2 | 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 4 | 25 |
| 30 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 38 |
| 31 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 31 |
| 32 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 29 |
| 33 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 28 |
| 34 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 33 |

| | | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 35 | 4 | 3 | 1 | 2 | 3 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 31 |
| 36 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 36 |
| 37 | 5 | 4 | 2 | 4 | 5 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 34 |
| 38 | 3 | 2 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 29 |
| 39 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 1 | 4 | 3 | 30 |
| 40 | 4 | 2 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 33 |
| 41 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 29 |

| No | Daftar jawaban responden uji coba untuk variabel faktor lokasi (X ₂) | | | | | | | | | | Total |
|----|--|---|---|---|---|---|---|---|---|----|-------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | |
| 1 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 27 |
| 2 | 2 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 5 | 1 | 4 | 32 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 31 |
| 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 32 |
| 5 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 28 |
| 6 | 2 | 3 | 4 | 2 | 1 | 2 | 4 | 2 | 4 | 1 | 25 |
| 7 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 26 |
| 8 | 1 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 26 |
| 9 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 1 | 28 |
| 10 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 35 |
| 11 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 27 |
| 12 | 4 | 1 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 1 | 29 |
| 13 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 29 |
| 14 | 2 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 28 |
| 15 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 30 |
| 16 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 1 | 3 | 4 | 32 |
| 17 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 33 |
| 18 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 | 35 |
| 19 | 1 | 2 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 2 | 3 | 33 |
| 20 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 34 |
| 21 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 23 |
| 22 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 1 | 25 |
| 23 | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 34 |
| 24 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 22 |
| 25 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 26 |

| | | | | | | | | | | | |
|-----------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|-----------|
| 26 | 2 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 2 | 5 | 4 | 3 | 31 |
| 27 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 29 |
| 28 | 1 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 28 |
| 29 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 1 | 23 |
| 30 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 28 |
| 31 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 30 |
| 32 | 3 | 5 | 4 | 2 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 | 2 | 32 |
| 33 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 35 |
| 34 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 2 | 3 | 4 | 36 |
| 35 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 1 | 3 | 29 |
| 36 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 1 | 22 |
| 37 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 1 | 3 | 35 |
| 38 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 28 |
| 39 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 1 | 3 | 34 |
| 40 | 5 | 4 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 1 | 32 |
| 41 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 1 | 3 | 30 |

| No | Daftar jawaban responden uji coba untuk variabel Peningkatan jumlah nasabah (Y) | | | | | | | | | | Total |
|-----------|--|---|---|---|---|---|---|---|---|----|-----------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 31 |
| 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 34 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 34 |
| 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 40 |
| 5 | 4 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 29 |
| 6 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 31 |
| 7 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 32 |
| 8 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 30 |
| 9 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 34 |
| 10 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 38 |
| 11 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 33 |
| 12 | 4 | 4 | 2 | 4 | 2 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 35 |
| 13 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 33 |
| 14 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 33 |
| 15 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 36 |
| 16 | 5 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 2 | 3 | 4 | 38 |

| | | | | | | | | | | | |
|-----------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|-----------|
| 17 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 35 |
| 18 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 38 |
| 19 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 36 |
| 20 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 40 |
| 21 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 27 |
| 22 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 30 |
| 23 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 38 |
| 24 | 3 | 1 | 5 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 27 |
| 25 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 31 |
| 26 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 33 |
| 27 | 4 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 37 |
| 28 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 35 |
| 29 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 25 |
| 30 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 33 |
| 31 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 5 | 40 |
| 32 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 31 |
| 33 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 40 |
| 34 | 4 | 2 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 2 | 3 | 38 |
| 35 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 2 | 34 |
| 36 | 2 | 1 | 3 | 3 | 2 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 27 |
| 37 | 5 | 4 | 2 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 5 | 35 |
| 38 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 31 |
| 39 | 4 | 2 | 2 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 35 |
| 40 | 3 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 2 | 4 | 33 |
| 41 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 3 | 1 | 34 |

Lampiran 4.

Hasil Uji Validitas

1. HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL (X₁)

Promosi

CORRELATIONS

```

/VARIABLES=item1 item2 item3 item4 item5 item6 item7 item8 item9
item10 total

```

```
/PRINT=ONETAILED NOSIG
```

```
/MISSING=PAIRWISE.
```

Correlations

Notes

| | | |
|------------------------|--------------------------------|---|
| Output Created | | 11-JUN-2015 11:52:06 |
| Comments | | |
| Input | Active Dataset | DataSet0 |
| | Filter | <none> |
| | Weight | <none> |
| | Split File | <none> |
| | N of Rows in Working Data File | 41 |
| Missing Value Handling | Definition of Missing | User-defined missing values are treated as missing. |
| | Cases Used | Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair. |
| Syntax | | CORRELATIONS /VARIABLES=item1 item2 item3 item4 item5 item6 item7 item8 item9 item10 total /PRINT=ONETAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE. |
| Resources | Processor Time | 00:00:00,00 |
| | Elapsed Time | 00:00:00,05 |

Correlations

[illegible]

| | | | | | | | | | | | | |
|---------|---------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| item 2 | Pearson Correlation | ,217 | 1 | ,299 ⁺ | ,039 | ,285 ⁺ | ,124 | ,293 ⁺ | -,003 | -,047 | ,247 | ,521 ⁺ |
| | Sig. (1-tailed) | ,086 | | ,029 | ,406 | ,035 | ,220 | ,031 | ,492 | ,384 | ,060 | ,000 |
| | N | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 |
| item 3 | Pearson Correlation | ,203 | ,299 ⁺ | 1 | -,091 | ,220 | ,220 | ,135 | ,158 | ,162 | ,372 ⁺ | ,565 ⁺ |
| | Sig. (1-tailed) | ,102 | ,029 | | ,286 | ,084 | ,084 | ,199 | ,162 | ,155 | ,008 | ,000 |
| | N | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 |
| item 4 | Pearson Correlation | ,358 ⁺ | ,039 | -,091 | 1 | ,304 ⁺ | ,343 ⁺ | ,386 ⁺ | -,053 | -,259 | ,191 | ,480 ⁺ |
| | Sig. (1-tailed) | ,011 | ,406 | ,286 | | ,027 | ,014 | ,006 | ,370 | ,051 | ,116 | ,001 |
| | N | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 |
| item 5 | Pearson Correlation | ,090 | ,285 ⁺ | ,220 | ,304 ⁺ | 1 | ,342 ⁺ | ,086 | ,221 | -,105 | ,285 ⁺ | ,574 ⁺ |
| | Sig. (1-tailed) | ,288 | ,035 | ,084 | ,027 | | ,014 | ,297 | ,083 | ,256 | ,036 | ,000 |
| | N | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 |
| item 6 | Pearson Correlation | ,159 | ,124 | ,220 | ,343 ⁺ | ,342 ⁺ | 1 | ,216 | ,221 | ,403 ⁺ | ,285 ⁺ | ,522 ⁺ |
| | Sig. (1-tailed) | ,160 | ,220 | ,084 | ,014 | ,014 | | ,087 | ,083 | ,005 | ,036 | ,000 |
| | N | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 |
| item 7 | Pearson Correlation | ,163 | ,293 ⁺ | ,135 | ,386 ⁺ | ,086 | ,216 | 1 | -,092 | -,020 | ,352 ⁺ | ,533 ⁺ |
| | Sig. (1-tailed) | ,155 | ,031 | ,199 | ,006 | ,297 | ,087 | | ,284 | ,451 | ,012 | ,000 |
| | N | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 |
| item 8 | Pearson Correlation | -,133 | -,003 | ,158 | -,053 | ,221 | ,221 | -,092 | 1 | ,102 | ,043 | ,334 ⁺ |
| | Sig. (1-tailed) | ,204 | ,492 | ,162 | ,370 | ,083 | ,083 | ,284 | | ,262 | ,394 | ,016 |
| | N | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 |
| item 9 | Pearson Correlation | -,121 | -,047 | ,162 | -,259 | -,105 | ,403 ⁺ | -,020 | ,102 | 1 | -,174 | ,044 |
| | Sig. (1-tailed) | ,225 | ,384 | ,155 | ,051 | ,256 | ,005 | ,451 | ,262 | | ,138 | ,393 |
| | N | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 |
| item 10 | Pearson Correlation | ,113 | ,247 | ,372 ⁺ | ,191 | ,285 ⁺ | ,285 ⁺ | ,352 ⁺ | ,043 | -,174 | 1 | ,592 ⁺ |
| | Sig. (1-tailed) | ,240 | ,060 | ,008 | ,116 | ,036 | ,036 | ,012 | ,394 | ,138 | | ,000 |
| | N | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 |
| total | Pearson Correlation | ,462 ⁺ | ,521 ⁺ | ,565 ⁺ | ,480 ⁺ | ,574 ⁺ | ,522 ⁺ | ,533 ⁺ | ,334 ⁺ | ,044 | ,592 ⁺ | 1 |
| | Sig. (1-tailed) | ,001 | ,000 | ,000 | ,001 | ,000 | ,000 | ,000 | ,016 | ,393 | ,000 | |

[illegible]

*. Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

3. HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL (Y)

Peningkatan jumlah nasabah

Correlations

[illegible]

| | | | | | | | | | | | | |
|------------|---------------------|-------|-------|--------|--------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| item 9 | Pearson Correlation | -,255 | -,214 | -,141 | -,328* | -,195 | -,072 | ,119 | ,045 | 1 | ,147 | -,011 |
| | Sig. (1-tailed) | ,054 | ,090 | ,190 | ,018 | ,111 | ,328 | ,230 | ,390 | | ,180 | ,472 |
| | N | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 |
| item 10 | Pearson Correlation | ,200 | ,186 | -,323* | ,127 | ,226 | ,100 | ,269* | ,071 | ,147 | 1 | ,456* |
| | Sig. (1-tailed) | ,105 | ,122 | ,020 | ,215 | ,077 | ,266 | ,044 | ,330 | ,180 | | ,001 |
| | N | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 |
| total item | Pearson Correlation | ,574* | ,552* | ,009 | ,541* | ,654* | ,381* | ,682* | ,532* | -,011 | ,456* | 1 |
| | Sig. (1-tailed) | ,000 | ,000 | ,477 | ,000 | ,000 | ,007 | ,000 | ,000 | ,472 | ,001 | |
| | N | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 |

*. Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

Lampiran 5.

Hasil Uji Reliabilitas

1. HASIL UJI RELIABILITAS VARIABEL (X₁)

promosi

```
RELIABILITY
/VARIABLES=item1 item2 item3 item4 item5 item6 item7 item8 item9
item10
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL.
```

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

| | | N | % |
|-------|-----------------------|----|-------|
| Cases | Valid | 41 | 100,0 |
| | Excluded ^a | 0 | ,0 |
| | Total | 41 | 100,0 |

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

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| ,624 | 10 |

Item-Total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|--------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| item1 | 28,95 | 13,998 | ,506 | ,551 |
| item2 | 29,02 | 15,074 | ,336 | ,590 |
| item3 | 29,07 | 16,170 | ,112 | ,642 |
| item4 | 29,07 | 15,270 | ,248 | ,610 |
| item5 | 29,00 | 13,850 | ,470 | ,556 |
| item6 | 29,22 | 15,576 | ,249 | ,609 |
| item7 | 28,93 | 15,870 | ,229 | ,612 |
| item8 | 29,22 | 15,376 | ,222 | ,617 |
| item9 | 29,02 | 14,224 | ,415 | ,570 |
| item10 | 29,12 | 16,160 | ,179 | ,622 |

2. HASIL UJI RELIABILITAS VARIABEL (X₂)

Lokasi

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

| | | N | % |
|-------|-----------------------|----|-------|
| Cases | Valid | 41 | 100,0 |
| | Excluded ^a | 0 | ,0 |
| | Total | 41 | 100,0 |

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

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| ,655 | 9 |

Item-Total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|--------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| item1 | 24,15 | 12,478 | ,261 | ,647 |
| item2 | 23,98 | 12,474 | ,345 | ,625 |
| item3 | 23,88 | 12,760 | ,363 | ,623 |
| item4 | 23,88 | 12,360 | ,347 | ,625 |
| item5 | 23,88 | 12,260 | ,439 | ,607 |
| item6 | 23,88 | 12,160 | ,459 | ,602 |
| item7 | 23,61 | 12,594 | ,365 | ,622 |
| item8 | 24,05 | 13,798 | ,066 | ,693 |
| item10 | 24,32 | 11,472 | ,437 | ,601 |

3. HASIL UJI RELIABILITAS VARIABEL (Y)

Peningkatan Jumlah Nasabah

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

| | | N | % |
|-------|-----------------------|----|-------|
| Cases | Valid | 41 | 100,0 |
| | Excluded ^a | 0 | ,0 |
| | Total | 41 | 100,0 |

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

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| ,705 | 8 |

Item-Total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item- Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|--------|-------------------------------|-----------------------------------|--------------------------------------|-------------------------------------|
| item1 | 23,76 | 12,139 | ,492 | ,656 |
| item2 | 24,24 | 12,089 | ,425 | ,669 |
| item4 | 23,88 | 12,460 | ,403 | ,675 |
| item5 | 24,15 | 11,428 | ,513 | ,647 |
| item6 | 24,15 | 14,028 | ,209 | ,710 |
| item7 | 23,83 | 11,945 | ,452 | ,663 |
| item8 | 23,80 | 12,911 | ,366 | ,682 |
| item10 | 23,76 | 13,139 | ,289 | ,699 |

Lampiran 6.

HASIL ANALISIS REGRESI LINIAR BERGANDA

Uji Multikolinearitas Dan Heterokedastisitas

```
REGRESSION
/MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA COLLIN TOL
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT peningkatanjumlahnasabah
/METHOD=ENTER promosi lokasi
/SCATTERPLOT=(*ZRESID ,*ZPRED)
/CASEWISE PLOT(ZRESID) OUTLIERS(3) .
```

Regression

| | | Notes |
|------------------------|---|---|
| Output Created | | 11-JUN-2015 11:35:21 |
| Comments | | |
| Input | Active Dataset | DataSet0 |
| | Filter | <none> |
| | Weight | <none> |
| | Split File | <none> |
| | N of Rows in Working Data File | 41 |
| Missing Value Handling | Definition of Missing | User-defined missing values are treated as missing. |
| | Cases Used | Statistics are based on cases with no missing values for any variable used. |
| Syntax | | REGRESSION /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA COLLIN TOL /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT peningkatanjumlahnasabah /METHOD=ENTER promosi lokasi /SCATTERPLOT=(*ZRESID ,*ZPRED) /CASEWISE PLOT(ZRESID) OUTLIERS(3). |
| Resources | Processor Time | 00:00:00,27 |
| | Elapsed Time | 00:00:00,26 |
| | Memory Required | 1644 bytes |
| | Additional Memory Required for Residual Plots | 232 bytes |

Variables Entered/Removed^a

| Model | Variables Entered | Variables Removed | Method |
|-------|------------------------------|-------------------|--------|
| 1 | lokasi, promosi ^b | . | Enter |

a. Dependent Variable: peningkatanjumlahnasabah

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | ,841 ^a | ,707 | ,692 | 2,198 |

a. Predictors: (Constant), lokasi, promosi

b. Dependent Variable: peningkatanjumlahnasabah

ANOVA^a

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 | Regression | 443,954 | 2 | 221,977 | 45,954 | ,000 ^b |
| | Residual | 183,558 | 38 | 4,830 | | |
| | Total | 627,512 | 40 | | | |

a. Dependent Variable: peningkatanjumlahnasabah

b. Predictors: (Constant), lokasi, promosi

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| | | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | ,610 | 3,530 | | ,173 | ,864 | | |
| | promosi | ,128 | ,082 | ,137 | 1,560 | ,127 | ,999 | 1,001 |
| | lokasi | ,839 | ,089 | ,825 | 9,394 | ,000 | ,999 | 1,001 |

a. Dependent Variable: peningkatanjumlahnasabah

Collinearity Diagnostics^a

| Model | Dimensi n | Eigenvalue | Condition Index | Variance Proportions | | |
|-------|--------------|------------|-----------------|----------------------|---------|--------|
| | | | | (Constant) | promosi | lokasi |
| 1 | 1 | 2,976 | 1,000 | ,00 | ,00 | ,00 |
| | 2 | ,018 | 12,987 | ,00 | ,42 | ,62 |
| | 3 | ,006 | 21,793 | 1,00 | ,58 | ,38 |

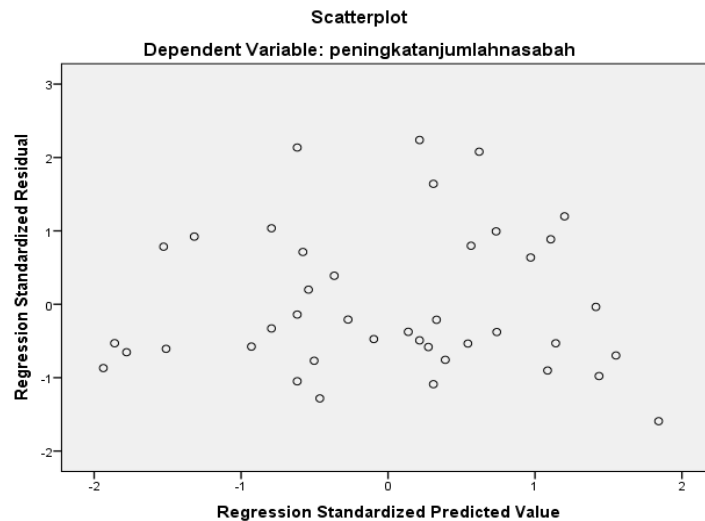
a. Dependent Variable: peningkatanjumlahnasabah

Residuals Statistics^a

| | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation | N |
|----------------------|---------|---------|-------|----------------|----|
| Predicted Value | 20,91 | 33,50 | 27,37 | 3,331 | 41 |
| Residual | -3,501 | 4,919 | ,000 | 2,142 | 41 |
| Std. Predicted Value | -1,938 | 1,842 | ,000 | 1,000 | 41 |
| Std. Residual | -1,593 | 2,238 | ,000 | ,975 | 41 |

a. Dependent Variable: peningkatanjumlahnasabah

Charts



Lampiran 7.

Hasil Uji Normalitas Dan Autokorelasi

Case Processing Summary

| | Cases | | | | | |
|--------------------------|-------|---------|---------|---------|-------|---------|
| | Valid | | Missing | | Total | |
| | N | Percent | N | Percent | N | Percent |
| peningkatanjumlahnasabah | 41 | 100,0% | 0 | 0,0% | 41 | 100,0% |
| promosi | 41 | 100,0% | 0 | 0,0% | 41 | 100,0% |
| lokasi | 41 | 100,0% | 0 | 0,0% | 41 | 100,0% |

Descriptives

| | | | Statistic | Std. Error |
|--------------------------|----------------------------------|-------------|-----------|------------|
| peningkatanjumlahnasabah | Mean | | 27,37 | ,619 |
| | 95% Confidence Interval for Mean | Lower Bound | 26,12 | |
| | | Upper Bound | 28,62 | |
| | 5% Trimmed Mean | | 27,43 | |
| | Median | | 27,00 | |
| | Variance | | 15,688 | |
| | Std. Deviation | | 3,961 | |
| | Minimum | | 19 | |
| | Maximum | | 34 | |
| | Range | | 15 | |
| | Interquartile Range | | 6 | |
| | Skewness | | -,222 | ,369 |

| | | | | |
|---------|----------------------------------|-------------|--------|------|
| promosi | Kurtosis | | -,610 | ,724 |
| | Mean | | 32,29 | ,662 |
| | 95% Confidence Interval for Mean | Lower Bound | 30,95 | |
| | | Upper Bound | 33,63 | |
| | 5% Trimmed Mean | | 32,22 | |
| | Median | | 32,00 | |
| | Variance | | 17,962 | |
| | Std. Deviation | | 4,238 | |
| | Minimum | | 25 | |
| | Maximum | | 42 | |
| | Range | | 17 | |
| | Interquartile Range | | 7 | |
| | Skewness | | ,248 | ,369 |
| | Kurtosis | | -,388 | ,724 |
| lokasi | Mean | | 26,95 | ,608 |
| | 95% Confidence Interval for Mean | Lower Bound | 25,72 | |
| | | Upper Bound | 28,18 | |
| | 5% Trimmed Mean | | 27,03 | |
| | Median | | 27,00 | |
| | Variance | | 15,148 | |
| | Std. Deviation | | 3,892 | |
| | Minimum | | 19 | |
| | Maximum | | 34 | |
| | Range | | 15 | |
| | Interquartile Range | | 5 | |
| | Skewness | | -,229 | ,369 |
| | Kurtosis | | -,624 | ,724 |

Tests of Normality

| | Kolmogorov-Smirnov ^a | | | Shapiro-Wilk | | |
|--------------------------|---------------------------------|----|-------|--------------|----|------|
| | Statistic | df | Sig. | Statistic | df | Sig. |
| peningkatanjumlahnasabah | ,098 | 41 | ,200* | ,969 | 41 | ,321 |
| promosi | ,108 | 41 | ,200* | ,975 | 41 | ,506 |
| lokasi | ,107 | 41 | ,200* | ,969 | 41 | ,326 |

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

a. Lilliefors Significance Correction

Test of Durbin-Watson Autokorelasi

Variables Entered/Removed^a

| Model | Variables Entered | Variables Removed | Method |
|-------|-------------------------------------|-------------------|--------|
| 1 | x2lokasi, x1promosi ^b | . | Enter |

a. Dependent Variable: penigkatanjumlahnasabah

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1 | ,841 ^a | ,707 | ,692 | 2,198 | 2,457 |

a. Predictors: (Constant), x2lokasi, x1promosi

b. Dependent Variable: penigkatanjumlahnasabah

Lampiran 8

TABEL NILAI-NILAI r PRODUCT MOMENT¹

| N | Taraf 5 % | Signif 1 % | N | Taraf 5 % | Signif 1 % | N | Taraf 5 % | Signif 1 % |
|----|--------------|---------------|----|--------------|---------------|-----|--------------|---------------|
| 3 | 0,997 | 0,999 | 27 | 0,381 | 0,487 | 55 | 0,266 | 0,345 |
| 4 | 0,950 | 0,990 | 28 | 0,374 | 0,478 | 60 | 0,254 | 0,330 |
| 5 | 0,878 | 0,959 | 29 | 0,367 | 0,470 | 65 | 0,244 | 0,317 |
| 6 | 0,811 | 0,917 | 30 | 0,361 | 0,463 | 70 | 0,235 | 0,306 |
| 7 | 0,754 | 0,874 | 31 | 0,355 | 0,456 | 75 | 0,227 | 0,296 |
| 8 | 0,707 | 0,834 | 32 | 0,349 | 0,449 | 80 | 0,220 | 0,286 |
| 9 | 0,666 | 0,798 | 33 | 0,344 | 0,442 | 85 | 0,213 | 0,278 |
| 10 | 0,612 | 0,765 | 34 | 0,339 | 0,436 | 90 | 0,207 | 0,270 |
| 11 | 0,602 | 0,735 | 35 | 0,334 | 0,430 | 95 | 0,202 | 0,261 |
| 12 | 0,576 | 0,708 | 36 | 0,329 | 0,424 | 100 | 0,195 | 0,256 |
| 13 | 0,553 | 0,684 | 37 | 0,325 | 0,418 | 125 | 0,176 | 0,230 |
| 14 | 0,532 | 0,661 | 38 | 0,320 | 0,413 | 150 | 0,159 | 0,210 |
| 15 | 0,514 | 0,641 | 39 | 0,316 | 0,408 | 175 | 0,148 | 0,194 |
| 16 | 0,497 | 0,623 | 40 | 0,312 | 0,403 | 200 | 0,138 | 0,181 |
| 17 | 0,482 | 0,606 | 41 | 0,308 | 0,398 | 300 | 0,113 | 0,148 |
| 18 | 0,468 | 0,590 | 42 | 0,304 | 0,393 | 400 | 0,098 | 0,128 |
| 19 | 0,456 | 0,575 | 43 | 0,301 | 0,389 | 500 | 0,088 | 0,115 |
| 20 | 0,444 | 0,561 | 44 | 0,297 | 0,384 | 600 | 0,080 | 0,105 |

¹ Dwi Priyanto, *Mandiri Belajar SPSS* (Jakarta: Mediakom, 2008), hlm. 118.

| | | | | | | | | |
|----|-------|-------|----|-------|-------|------|-------|-------|
| 21 | 0,433 | 0,549 | 45 | 0,294 | 0,380 | 700 | 0,074 | 0,097 |
| 22 | 0,423 | 0,517 | 46 | 0,291 | 0,376 | 800 | 0,070 | 0,091 |
| 23 | 0,413 | 0,526 | 47 | 0,288 | 0,372 | 900 | 0,065 | 0,086 |
| 24 | 0,404 | 0,515 | 48 | 0,284 | 0,368 | 1000 | 0,062 | 0,081 |
| 25 | 0,396 | 0,505 | 49 | 0,281 | 0,364 | | | |
| 26 | 0,388 | 0,496 | 50 | 0,279 | 0,361 | | | |

Lampiran 9

NILAI DISTRIBUSI t^2

| N | Taraf 2,5 % | Signif 5 % | N | Taraf 2,5 % | Signif 5 % | N | Taraf 2,5 % | Signif 5 % |
|----|----------------|---------------|----|----------------|---------------|----|----------------|---------------|
| 1 | 12,706 | 6,314 | 31 | 2,040 | 1,696 | 61 | 2,000 | 1,670 |
| 2 | 4,303 | 2,920 | 32 | 2,037 | 1,694 | 62 | 1,999 | 1,670 |
| 3 | 3,182 | 2,353 | 33 | 2,035 | 1,692 | 63 | 1,998 | 1,669 |
| 4 | 2,776 | 2,132 | 34 | 2,032 | 1,691 | 64 | 1,998 | 1,669 |
| 5 | 5,271 | 2,015 | 35 | 2,030 | 1,690 | 65 | 1,997 | 1,669 |
| 6 | 2,447 | 1,943 | 36 | 2,028 | 1,688 | 66 | 1,997 | 1,668 |
| 7 | 2,365 | 1,895 | 37 | 2,026 | 1,687 | 67 | 1,996 | 1,668 |
| 8 | 2,306 | 1,860 | 38 | 2,024 | 1,686 | 68 | 1,995 | 1,668 |
| 9 | 2,262 | 1,833 | 39 | 2,023 | 1,685 | 69 | 1,995 | 1,667 |
| 10 | 2,228 | 1,812 | 40 | 2,021 | 1,684 | 70 | 1,994 | 1,667 |
| 11 | 2,201 | 1,796 | 41 | 2,020 | 1,683 | 71 | 1,994 | 1,667 |
| 12 | 2,179 | 1,782 | 42 | 2,018 | 1,682 | 72 | 1,993 | 1,666 |
| 13 | 2,160 | 1,771 | 43 | 2,017 | 1,681 | 73 | 1,993 | 1,666 |
| 14 | 2,145 | 1,761 | 44 | 2,015 | 1,680 | 74 | 1,993 | 1,666 |
| 15 | 2,131 | 1,753 | 45 | 2,014 | 1,679 | 75 | 1,992 | 1,665 |
| 16 | 2,120 | 1,746 | 46 | 2,013 | 1,679 | 76 | 1,992 | 1,665 |
| 17 | 2,100 | 1,740 | 47 | 2,012 | 1,678 | 77 | 1,991 | 1,665 |
| 18 | 2,101 | 1,734 | 48 | 2,011 | 1,677 | 78 | 1,991 | 1,665 |
| 19 | 2,093 | 1,729 | 49 | 2,010 | 1,677 | 79 | 1,990 | 1,664 |
| 20 | 2,086 | 1,725 | 50 | 2,009 | 1,676 | 80 | 1,990 | 1,664 |
| 21 | 2,080 | 1,721 | 51 | 2,008 | 1,675 | 81 | 1,990 | 1,664 |

² Setiawan dan Endah Dwi Kusri, *Ekonometri* (Yogyakarta: C.V Andi, 2010), hlm. 255.

| | | | | | | | | |
|----|-------|-------|----|-------|-------|----|-------|-------|
| 22 | 2,074 | 1,717 | 52 | 2,007 | 1,675 | 82 | 1,989 | 1,664 |
| 23 | 2,069 | 1,714 | 53 | 2,006 | 1,674 | 83 | 1,989 | 1,663 |
| 24 | 2,064 | 1,711 | 54 | 2,005 | 1,674 | 84 | 1,989 | 1,663 |
| 25 | 2,060 | 1,708 | 55 | 2,004 | 1,673 | 85 | 1,988 | 1,663 |
| 26 | 2,056 | 1,706 | 56 | 2,003 | 1,673 | 86 | 1,988 | 1,663 |
| 27 | 2,052 | 1,703 | 57 | 2,002 | 1,672 | 87 | 1,988 | 1,663 |
| 28 | 2,048 | 1,701 | 58 | 2,002 | 1,672 | 88 | 1,987 | 1,662 |
| 29 | 2,045 | 1,696 | 59 | 2,001 | 1,671 | 89 | 1,987 | 1,662 |
| 30 | 2,042 | 1,697 | 60 | 2,000 | 1,671 | 90 | 1,987 | 1,662 |

Lampiran 10

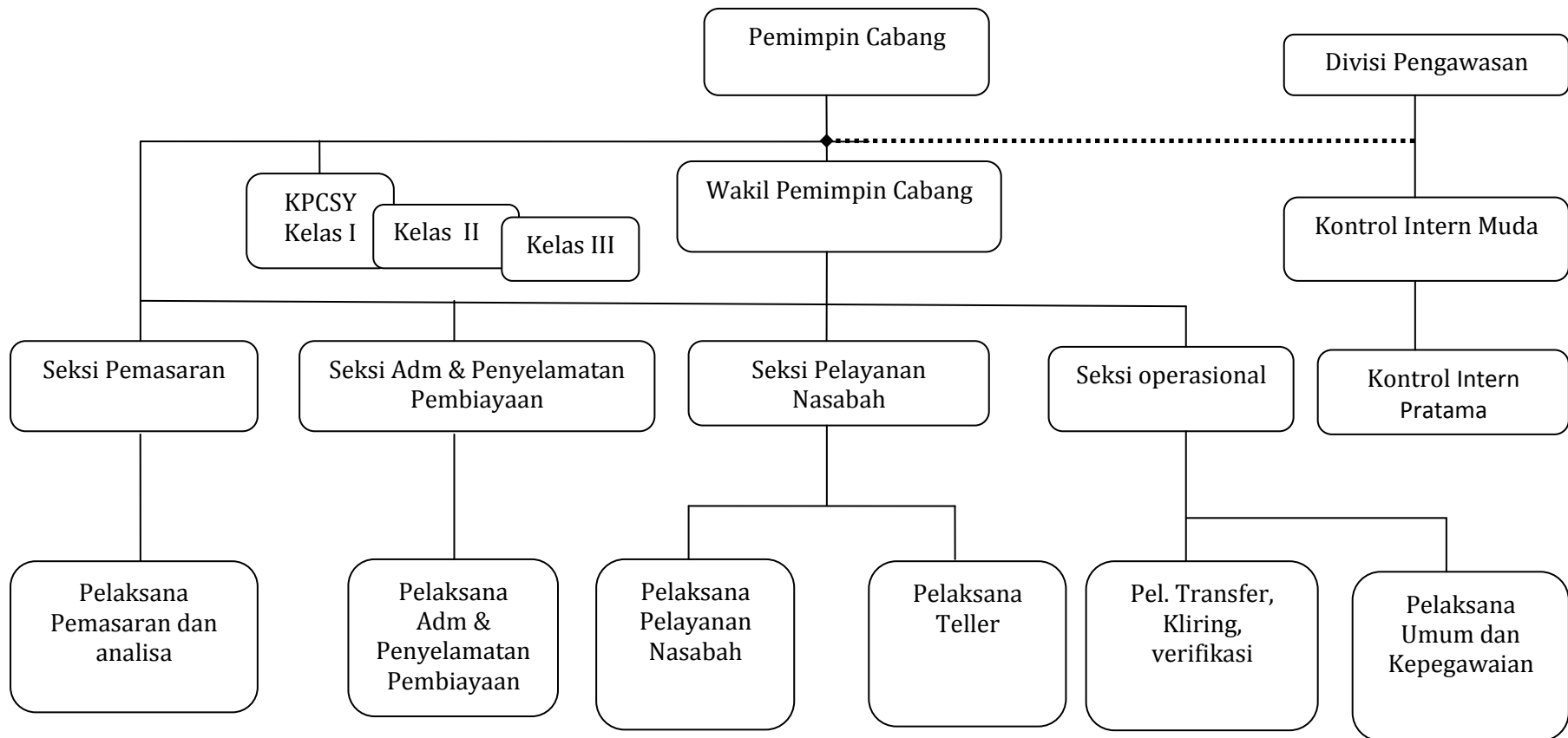
F Tabel Statistics (Level Of Significance 0.05)

| | df 1 | | | | | | Df1 | | | | |
|-----|---------|---------|---------|---------|---------|-----|-------|-------|-------|-------|-------|
| df2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | DF2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | 161.448 | 199.500 | 215.707 | 224.583 | 230.162 | 61 | 3.998 | 3.148 | 2.755 | 2.523 | 2.366 |
| 2 | 18.513 | 19.000 | 19.164 | 19.247 | 19.296 | 62 | 3.996 | 3.145 | 2.753 | 2.520 | 2.353 |
| 3 | 10.128 | 9.552 | 9.227 | 9.117 | 9.013 | 63 | 3.993 | 3.143 | 2.751 | 2.518 | 2.361 |
| 4 | 7.709 | 6.944 | 6.591 | 6.388 | 6.256 | 64 | 3.991 | 3.140 | 2.748 | 2.515 | 2.358 |
| 5 | 6.608 | 5.786 | 5.409 | 5.192 | 5.050 | 65 | 3.989 | 3.138 | 2.746 | 2.513 | 2.356 |
| 6 | 5.987 | 5.143 | 4.757 | 4.534 | 4.387 | 66 | 3.986 | 3.136 | 2.744 | 2.511 | 2.354 |
| 7 | 5.591 | 4.737 | 4.347 | 4.120 | 3.972 | 67 | 3.984 | 3.134 | 2.742 | 2.509 | 2.352 |
| 8 | 5.318 | 4.459 | 4.066 | 3.838 | 3.687 | 68 | 3.982 | 3.132 | 2.740 | 2.507 | 2.350 |
| 9 | 5.117 | 4.256 | 3.863 | 3.633 | 3.483 | 69 | 3.980 | 3.130 | 2.737 | 2.505 | 2.348 |
| 10 | 4.986 | 4.103 | 3.708 | 3.478 | 3.326 | 70 | 3.978 | 3.128 | 2.736 | 2.503 | 2.346 |
| 11 | 4.844 | 3.982 | 3.587 | 3.357 | 3.204 | 71 | 3.976 | 3.126 | 2.734 | 2.501 | 2.344 |
| 12 | 4.747 | 3.885 | 3.490 | 3.259 | 3.106 | 72 | 3.974 | 3.124 | 2.732 | 2.499 | 2.342 |
| 13 | 4.667 | 3.806 | 3.411 | 3.179 | 3.025 | 73 | 3.972 | 3.122 | 2.730 | 2.497 | 2.340 |
| 14 | 4.600 | 3.739 | 3.344 | 3.112 | 2.958 | 74 | 3.970 | 3.120 | 2.728 | 2.495 | 2.338 |
| 15 | 4.543 | 3.682 | 3.287 | 3.056 | 2.901 | 75 | 3.968 | 3.119 | 2.727 | 2.494 | 2.337 |
| 16 | 4.494 | 3.634 | 3.239 | 3.007 | 2.852 | 76 | 3.967 | 3.117 | 2.725 | 2.492 | 2.335 |
| 17 | 4.451 | 3.592 | 3.197 | 2.965 | 2.810 | 77 | 3.965 | 3.115 | 2.723 | 2.490 | 2.333 |
| 18 | 4.414 | 3.555 | 3.160 | 2.928 | 2.773 | 78 | 3.963 | 3.114 | 2.722 | 2.489 | 2.332 |
| 19 | 4.381 | 3.522 | 3.127 | 2.895 | 2.740 | 79 | 3.962 | 3.112 | 2.720 | 2.487 | 2.330 |
| 20 | 4.351 | 3.493 | 3.098 | 2.866 | 2.711 | 80 | 3.960 | 3.111 | 2.719 | 2.486 | 2.329 |
| 21 | 4.325 | 3.467 | 3.072 | 2.840 | 2.685 | 81 | 3.959 | 3.109 | 2.717 | 2.484 | 2.327 |
| 22 | 4.301 | 3.443 | 3.049 | 2.817 | 2.661 | 82 | 3.957 | 3.108 | 2.716 | 2.483 | 2.326 |

| | | | | | | | | | | | |
|----|-------|-------|-------|-------|-------|-----|-------|-------|--------------|-------|-------|
| 23 | 4.279 | 3.422 | 3.028 | 2.796 | 2.640 | 83 | 3.956 | 3.107 | 2.715 | 2.482 | 2.324 |
| 24 | 4.260 | 3.403 | 3.009 | 2.776 | 2.621 | 84 | 3.955 | 3.105 | 2.713 | 2.480 | 2.323 |
| 25 | 4.242 | 3.385 | 2.991 | 2.759 | 2.603 | 85 | 3.953 | 3.104 | 2.712 | 2.479 | 2.322 |
| 26 | 4.225 | 3.369 | 2.975 | 2.743 | 2.587 | 86 | 3.952 | 3.133 | 2.711 | 2.478 | 2.322 |
| 27 | 4.210 | 3.354 | 2.960 | 2.728 | 2.572 | 87 | 3.951 | 3.101 | 2.709 | 2.476 | 2.319 |
| 28 | 4.196 | 3.340 | 2.947 | 2.714 | 2.558 | 88 | 3.949 | 3.100 | 2.708 | 2.475 | 2.318 |
| 29 | 4.183 | 3.328 | 2.934 | 2.701 | 2.545 | 89 | 3.946 | 3.099 | 2.707 | 2.474 | 2.317 |
| 30 | 4.171 | 3.316 | 2.922 | 2.690 | 2.534 | 90 | 3.946 | 3.097 | 2.705 | 2.472 | 2.315 |
| 31 | 4.160 | 3.305 | 2.911 | 2.679 | 2.523 | 91 | 3.946 | 3.098 | 2.706 | 2.473 | 2.316 |
| 32 | 4.149 | 3.295 | 2.901 | 2.668 | 2.512 | 92 | 3.945 | 3.095 | 2.704 | 2.471 | 2.313 |
| 33 | 4.139 | 3.285 | 2.892 | 2.659 | 2.503 | 93 | 3.943 | 3.094 | 2.703 | 2.470 | 2.312 |
| 34 | 4.130 | 3.276 | 2.883 | 2.650 | 2.494 | 94 | 3.942 | 3.093 | 2.701 | 2.469 | 2.311 |
| 35 | 4.121 | 3.267 | 2.874 | 2.641 | 2.485 | 95 | 3.941 | 3.092 | 2.700 | 2.467 | 2.310 |
| 36 | 4.113 | 3.259 | 2.866 | 2.634 | 2.477 | 96 | 3.940 | 3.091 | 2.699 | 2.466 | 2.309 |
| 37 | 4.105 | 3.252 | 2.859 | 2.626 | 2.470 | 97 | 3.939 | 3.099 | 2.698 | 2.465 | 2.308 |
| 38 | 4.098 | 3.245 | 2.852 | 2.619 | 2.463 | 98 | 3.933 | 3.089 | 2.697 | 2.465 | 2.307 |
| 39 | 4.091 | 3.238 | 2.845 | 2.612 | 2.456 | 99 | 3.937 | 3.088 | 2.696 | 2.464 | 2.306 |
| 40 | 4.085 | 3.232 | 2.839 | 2.606 | 2.449 | 100 | 3.936 | 3.087 | 2.696 | 2.463 | 2.305 |
| 41 | 4.079 | 3.226 | 2.833 | 2.600 | 2.443 | 101 | 3.935 | 3.086 | 2.695 | 2.462 | 2.304 |
| 42 | 4.073 | 3.220 | 2.827 | 2.594 | 2.438 | 102 | 3.934 | 3.085 | 2.694 | 2.461 | 2.303 |
| 43 | 4.067 | 3.214 | 2.822 | 2.589 | 2.432 | 103 | 3.933 | 3.085 | 2.693 | 2.460 | 2.303 |
| 44 | 4.062 | 3.209 | 2.816 | 2.584 | 2.427 | 104 | 3.932 | 3.084 | 2.692 | 2.459 | 2.302 |
| 45 | 4.057 | 3.204 | 2.812 | 2.579 | 2.422 | 105 | 3.932 | 3.083 | 2.691 | 2.458 | 2.301 |
| 46 | 4.052 | 3.200 | 2.807 | 2.574 | 2.417 | 106 | 3.931 | 3.082 | 2.690 | 2.457 | 2.300 |
| 47 | 4.047 | 3.195 | 2.802 | 2.570 | 2.413 | 107 | 3.930 | 3.081 | 2.689 | 2.457 | 2.299 |
| 48 | 4.043 | 3.191 | 2.798 | 2.565 | 2.409 | 108 | 3.929 | 3.080 | 2.689 | 2.456 | 2.298 |
| 49 | 4.038 | 3.187 | 2.794 | 2.561 | 2.404 | 109 | 3.928 | 3.080 | 2.688 | 2.455 | 2.298 |
| 50 | 4.034 | 3.183 | 2.790 | 2.557 | 2.400 | 110 | 3.927 | 3.079 | 2.687 | 2.454 | 2.297 |
| 51 | 4.030 | 3.179 | 2.786 | 2.553 | 2.397 | 111 | 3.927 | 3.078 | 2.686 | 2.453 | 2.296 |
| 52 | 4.027 | 3.175 | 2.783 | 2.550 | 2.393 | 112 | 3.926 | 3.077 | 2.686 | 2.453 | 2.295 |
| 53 | 4.023 | 3.172 | 2.779 | 2.546 | 2.389 | 113 | 3.925 | 3.077 | 2.685 | 2.542 | 2.295 |
| 54 | 4.020 | 3.168 | 2.776 | 2.543 | 2.386 | 114 | 3.924 | 3.076 | 2.684 | 2.451 | 2.294 |
| 55 | 4.016 | 3.165 | 2.773 | 2.540 | 2.383 | 115 | 3.924 | 3.075 | 2.683 | 2.451 | 2.293 |
| 56 | 4.013 | 3.162 | 2.769 | 2.537 | 2.380 | 116 | 3.923 | 3.074 | 2.683 | 2.450 | 2.293 |
| 57 | 4.010 | 3.159 | 2.766 | 2.534 | 2.377 | 117 | 3.922 | 3.074 | 2.682 | 2.449 | 2.292 |
| 58 | 4.007 | 3.156 | 2.764 | 2.531 | 2.374 | 118 | 3.921 | 3.073 | 2.681 | 2.449 | 2.291 |
| 59 | 4.004 | 3.153 | 2.761 | 2.528 | 2.371 | 119 | 3.921 | 3.072 | 2.681 | 2.448 | 2.290 |
| 60 | 4.001 | 3.150 | 2.758 | 2.525 | 2.368 | 120 | 3.920 | 3.072 | 2.680 | 2.447 | 2.290 |

Sumber : Microsoft Excel

**GAMBAR 4.1 STRUKTUR ORGANISASI
PT. BANK SUMUT CABANG SYARIAH PADANGSIDIMPUAN**



*Sumber: Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan
Data: Diolah Oleh Peneliti*