



**PENGARUH PRODUK DAN PELAYANAN
TERHADAP MINAT PEDAGANG PAKAIAN DI
PASAR BARU PANYABUNGAN MELAKUKAN
PEMBIAYAAN PADA BANK SYARIAH DI
PANYABUNGAN**

SKRIPSI

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

Oleh:

**HASRIWANI LUBIS
NIM. 13 220 0108**

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH

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

2017



**PENGARUH PRODUK DAN PELAYANAN
TERHADAP MINAT PEDAGANG PAKAIAN DI
PASAR BARU PANYABUNGAN MELAKUKAN
PEMBIAYAAN PADA BANK SYARIAH DI
PANYABUNGAN**

SKRIPSI

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

Oleh:

**HASRIWANI LUBIS
NIM. 13 220 0108**

Pembimbing I

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

Pembimbing II

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

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH

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

2018



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

Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihatang Padangsidimpuan, 22735
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **Hasriwani Lubis**
Lampiran : 7 (Tujuh) Eksemplar

Padangsidimpuan, 19 Maret 2018
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam
IAIN Padangsidimpuan
Di-
Padangsidimpuan

Assalamu 'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **Hasriwani Lubis** yang berjudul "**Pengaruh Produk dan Pelayanan Terhadap Minat Pedagang Pakaian di Pasar Baru Panyabungan Melakukan Pembiayaan pada Bank Syariah di Panyabungan**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggung jawabkan 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

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

PEMBIMBING II

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

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang.

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Hasriwani Lubis
Nim : 13 220 0108
Fakultas/Jurusan : EkonomidanBisnis Islam/Perbankan Syariah
Judul Skripsi : **"Pengaruh Produk dan Pelayanan Terhadap Minat Pedagang Pakaian di Pasar Baru Panyabungan Melakukan Pembiayaan pada Bank Syariah di Panyabungan"**

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 pasal 14 ayat 2 tahun 2014.

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

Padangsidempuan, 15 Desember 2017

Saya yang menyatakan


HASRIWANI LUBIS
NIM. 13 220 0108

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

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

Nama : HASRIWANI LUBIS
NIM : 13 220 0108
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
JenisKarya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul "**Pengaruh Produk dan Pelayanan Terhadap Minat Pedagang Pakaian di Pasar Baru Panyabungan Melakukan Pembiayaan pada Bank Syariah di Panyabungan**". Dengan Hak Bebas Royalti Nonekklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Padangsidempuan
Pada tanggal, 15 Desember 2017
Yang menyatakan



HASRIWANI LUBIS
NIM. 13 220 0108



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
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

**DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

NAMA : Hasriwani Lubis
NIM : 13 220 0108
FAKULTAS : Ekonomi dan Bisnis Islam
JURUSAN : Perbankan Syariah-3
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Produk dan Pelayanan Terhadap Minat Pedagang Pakaian di Pasar Baru Panyabungan Melakukan Pembiayaan pada Bank Syariah di Panyabungan.

Ketua

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

Sekretaris

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

Anggota

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

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

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

Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag
NIP. 19750103 200212 1 001

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidimpuan
Hari/Tanggal : JUM'AT/ 29 Desember 2017
Pukul : 09.00 WIB s/d 11.30 WIB
Hasil/Nilai : Lulus/ 72,5 (B)
IPK : 3,42
Predikat : Amat Baik



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

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

PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Produk dan Pelayanan Terhadap
Minat Pedagang Pakaian di Pasar Baru
Panyabungan Melakukan Pembiayaan pada
Bank Syariah di Panyabungan**

**NAMA : Hasriwani Lubis
NIM : 13 220 0108**

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

Padangsidempuan, 20 Maret 2018

Dekan,



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

ABSTRAK

Nama : Hasriwani Lubis
NIM : 13 220 0108
Judul Skripsi : **Pengaruh Produk dan Pelayanan Terhadap Minat Pedagang Pakaian di Pasar Baru Panyabungan Melakukan Pembiayaan pada Bank Syariah di Panyabungan.**

Latar belakang masalah dalam penelitian ini adalah pada kenyataannya saat ini masih banyak nasabah atau pedagang pakaian di pasar baru Panyabungan belum terlalu mengenal produk-produk bank syariah dan banyak juga pedagang yang belum mengetahui bagaimana pelayanan yang diberikan bank syariah itu, sehingga banyak pedagang yang mengira bahwa syariah itu hanya label, dalam beroperasi bank syariah dengan bank konvensional sama saja. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Pengaruh produk dan pelayanan terhadap minat pedagang pakaian di Pasar Baru Panyabungan melakukan pembiayaan pada bank syariah di Panyabungan.

Pembahasan penelitian ini berkaitan dengan bidang ilmu perbankan syariah. Sehubungan dengan itu pendekatan yang dilakukan adalah teori-teori yang berkaitan dengan produk, pelayanan dan minat pedagang.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif. Dengan sumber data yaitu data primer. Teknik pengumpulan data menggunakan angket, dengan jumlah sampel 75 pedagang. Pengambilan sampel digunakan dengan *purposive sampling*, sedangkan analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda.

Dengan menggunakan program *SPSS Versi 22*, diperoleh hasil pengukuran secara parsial (uji t) variabel Produk mempunyai pengaruh terhadap Minat Pedagang dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,106 > 1,66629$) dan nilai $Sig. > \alpha$ ($0,03 < 0,1$). Menyatakan bahwa setiap kenaikan Produk satuan maka akan meningkatkan Minat Pedagang bagi Pembiayaan pada Bank Syariah di Panyabungan sebesar 3,106 satuan. Hasil penelitian secara parsial (uji t) variabel pelayanan mempunyai pengaruh terhadap Minat Pedagang dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,414 > 1,66629$) dan nilai $Sig. < \alpha$ ($0,018 < 0,1$). Menyatakan bahwa setiap kenaikan pelayanan satuan maka akan meningkatkan Minat Pedagang bagi Pembiayaan pada Bank Syariah di Panyabungan sebesar 2,414 satuan. Hasil penelitian secara simultan (uji f) menyatakan secara simultan variabel produk dan pelayanan mempunyai pengaruh terhadap Minat Pedagang bagi Pembiayaan pada Bank Syariah di Panyabungan dengan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($8,685 > 2,38$) dan nilai $Sig. < 0,1$ ($0,000 < 0,1$).

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikumwarahmatullahiwabarakatuh

Puji dan syukur peneliti ucapkan kepada Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya yang telah memberikan kesehatan dan segala nikmat kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik sesuai dengan waktu yang telah direncanakan. Serta shalawat dan salam kepada Rasulullah Muhammad SAW yang telah membawa ummatnya dari alam yang penuh dengan kebutaan ilmu pengetahuan ke alam yang disinari oleh ilmu pengetahuan.

Skripsi ini berjudul “Pengaruh Produk dan Pelayanan Terhadap Minat Pedagang Pakaian di Pasar Baru Panyabungan Melakukan Pembiayaan pada Bank Syariah di Panyabungan”. Disusun untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dalam Jurusan Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.

Dalam menyelesaikan skripsi ini peneliti telah berusaha semaksimal mungkin untuk dapat memberikan yang terbaik, akan tetapi peneliti menyadari sepenuhnya bahwa masih banyak kekurangan dalam penelitian skripsi ini. Hal ini terjadi karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang peneliti miliki. Namun berkat bimbingan, petunjuk dan nasehat dari semua pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Maka dari itu peneliti ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. H. Ibrahim Siregar, MCL, Rektor IAIN Padangsidempuan, serta Bapak Drs. H. Irwan Saleh Dalimunthe, M.Ag, Wakil Rektor I Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak H. Aswadi Lubis, S.E., M.Si, Wakil Rektor II Bidang Administrasi Umum dan Perencanaan Keuangan, Bapak Drs. H. Syamsuddin Pulungan, M.Ag, Wakil Rektor III Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
2. Bapak Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan, Bapak Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si, wakil Dekan IBidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Ibu Rosnani Siregar, M.Ag, wakil Dekan II Bidang Administrasi Umum dan Perencanaan Keuangan, Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag, wakil Dekan III Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan.
3. Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, SE., M.Si Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan.
4. Bapak H. Aswadi Lubis, SE., M.Si selaku Pembimbing I dan Ibu Nurul Izzah Lubis, M.Si selaku Pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengetahuan, arahan, dan bimbingan, serta dorongan yang kuat kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak/Ibu dosen beserta staf di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan, dorongan dan masukan kepada peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.

6. Bapak Mangatas Nasution selaku Kepala Dinas Pasar Baru Panyabungan, seluruh Karyawan Dinas Pasar Baru Panyabungan dan Pedagang Pakaian di Pasar Baru yang telah memberikan kesempatan bagi peneliti dalam mengumpulkan data yang dibutuhkan peneliti.
7. Teristimewa Keluarga Tercinta Ayahanda Hasmuddin Lubis, Ibunda Maryam Matondang, Kakanda Hasrini Lubis, S. Pd, Hasrita Yanti Lubis, Marhani Lubis, Laila Wahyuni Lubis Am. Keb, dan Abanganda Hasmar Arifin Lubis, Am. Kep, Ewinsyah Saputra, S.E, Irwandi Saputra, serta Keponakanku Assyifa Ul Qolbi dan Khoirul Ihsan Prd. yang paling berjasa dan paling peneliti sayangi dalam hidup ini. Karena keluarga selalu memberikan kasih sayang, semangat, dukungan moril dan materil demi kesuksesan peneliti dalam menyelesaikan studi mulai dari tingkat dasar sampai Perguruan Tinggi di IAIN Padangsidimpuan, semoga keluarga peneliti sayangi selalu dalam perlindungan Allah SWT.
8. Buat teman-teman PS-3 angkatan 2013 yaitu dan rekan-rekan mahasiswa, terimakasih atas dukungan, saran dan semangat yang kalian tularkan kepada peneliti. Mudah-mudahan Allah mempermudah segala urusan kita.
9. Buat sahabat-sahabat yang selalu memberikan dukungan kepada saya yaitu Eva Novita Lubis, S.E, Khoirun Nisa Lubis, S.Pd, Gusti Anriani, S.E, Atika Laila Sari Daulay, S.TP, Liska Yaumil Khoiriah Siregar, S.E, Madiha Al Munawaroh, Yuli Amanda Siregar, Khususnya Baktiar Jafar Lubis, S.H serta sahabat-sahabat lainnya yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu.

Terimakasih atas dukungan, saran dan semangat yang kalian berikan kepada peneliti.

Akhir kata, peneliti menyadari sepenuhnya bahwa penelitian skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan dan kemampuan peneliti yang jauh dari “Cukup”. Untuk itu saran dan kritiknya yang sifatnya membangun sangat peneliti butuhkan demi kesempurnaan tulisan ini. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan yang lebih baik atas amal kebaikan yan telah diberikan kepada peneliti dan semoga Allah SWT memberi dan melindungi kita semua, dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak. Amin

Padangsidempuan, 15 Desember 2017
Peneliti

HASRIWANI LUBIS
NIM. 13 220 0108

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

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




Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	šad	š	Es (dengan titik dibawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘.	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge

ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	nun	N	En
و	wau	W	We
ه	ha	H	Ha
ء	hamzah	..’..	Apostrof
ي	ya	Y	Ye

2. Vokal

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

- a. Vokal tunggal adalah vocal tunggal Bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat. Transliterasinya sebagai berikut:

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

- b. Vokal rangkap adalah rangkap Bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf. Transliterasinya sebagai berikut:

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

- c. Maddah adalah vokal panjang yang lambangnyaberupaharkatdanhuruf, transliterasinyaberupahurufdantanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
.....أ.....	fathah dan alif atau ya	ā	a dangaris atas
.....ى.....	Kasrahnya	ī	i dangaris di bawah
.....و.....	ḍommah dan wau	ū	u dangaris di atas

3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua:

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

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

4. Syaddah (Tasydid)

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

6. *Hamzah*

Dinyatakan didepan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa *hamzah* ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila *hamzah* itu diletakkan diawal kata, iatidak 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 perkata dan bisa pula dirangkaikan.

8. Huruf Kapital

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

DAFTAR ISI

Halaman Judul/Sampul	
Halaman Pengesahan Pembimbing	
ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	vi
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Batasan Masalah	9
D. Definisi Operasional Variabel	10
E. Rumusan Masalah	11
F. Tujuan Penelitian	11
G. Kegunaan Penelitian	12
H. Sistematika Pembahasan	13
BAB II LANDASAN TEORI	14
A. Kerangka Teori	14
1.1 Minat.....	14
a. Pengertian Minat.....	14
b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat.....	15
1.2 Produk.....	16
a. Pengertian Produk.....	17
b. Tingkatan Produk.....	18
c. Jenis Produk Bank Syariah.....	19
d. Pembiayaan Bank Syariah.....	21
e. Akad <i>Murābahah</i>	24
f. Akad <i>Muḍarābah</i>	25
g. Akad <i>Musyārahah</i>	36
1.3 Pelayanan.....	37
a. Pengertian Pelayanan.....	38
b. Ciri-ciri Pelayanan Yang Baik.....	39
B. Penelitian Terdahulu	41
C. Kerangka Pikir	42
D. Hipotesis	43
BAB III METODE PENELITIAN	44
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	44
B. Jenis Penelitian	44
C. Populasi dan Sampel	44
1. Populasi.....	44
2. Sampel.....	45

D. Sumber Data	46
E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	46
1. Uji Validitas.....	46
2. Uji Reliabilitas.....	46
F. Instrumen Pengumpulan Data	47
G. Teknis Analisis Data	50
1. Analisis Deskriptif.....	52
2. Uji Normalitas.....	53
3. Uji Linearitas.....	54
4. Uji Asumsi Klasik.....	55
a. Uji Multikoleneritas.....	56
b. Uji Heterokedastisitas.....	56
c. Uji Autokolerasi.....	56
5. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	57
6. Analisis Regresi Berganda.....	57
7. Uji Signifikan Parsial (Uji t).....	58
8. Uji F.....	59
BAB IV HASIL PENELITIAN	60
A. Gambaran Umum PT. Bank Syariah Unit Panyabungan	60
1. Sejarah Berdirinya Bank Syariah di Panyabungan.....	60
2. VisidanMisiBank Syariah.....	60
B. Gambaran Umum Tentang Pasar Baru Panyabungan	60
1. Sejarah Pasar Baru Panyabungan.....	61
2. Visi dan Misi Dinas Pasar Baru Panyabungan.....	61
C. Analisis Hasil Penelitian	62
1. Uji Validitas.....	63
2. Uji Reliabiitas.....	63
3. Uji Statistik Deskriptif.....	64
4. Uji Normalitas.....	65
5. Uji Linearitas.....	66
6. Uji Asumsi Klasik.....	67
7. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	68
8. Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	68
9. Uji Hipotesis.....	69
D. Pembahasan Hasil Penelitian	70
BAB V PENUTUP	80
A. Kesimpulan	80
B. Saran	81
DAFTAR PUSTAKA...	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jumlah Pedagang Pakaian di Pasar Baru Panyabungan	5
Tabel 1.2 Defenisi Operasional Variabel	9
Tabel 2. Penelitian Terdahulu	33
Tabel 3. Penetapan Skor Alternatif Atas Jawaban Kuisionier	42
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Produk	57
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Pelayanan	57
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Minat	58
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas	59
Tabel 4.5 Hasil Uji Statistik Deskriptif	59
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas	60
Tabel 4.7 Hasil Uji Linearitas Produk dengan Minat	61
Tabel 4.8 Hasil Uji Linearitas Pelayanan dengan Minat	62
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinearitas	63
Tabel 4.10 Hasil Uji Heterokedastisitas	63
Tabel 4.11 Hasil Uji Autokolerasi	65
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	65
Tabel 4.13 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	66
Tabel 4.14 Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji t)	67
Tabel 4.15 Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	36
--------------------------------	----

LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Kuisisioner

Lampiran 2 Data Mentah Hasil Kuisisioner

Lampiran 3 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Lampiran 4 Titik Persentase Distribusi $r(df = 51-100)$

Lampiran 5 Hasil Analisis Data

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank Syariah telah membawa dampak positif dalam dunia perbankan di Indonesia. Keberadaan perbankan syariah ini dapat memenuhi kebutuhan masyarakat yaitu memberikan pelayanan jasa perbankan atau lembaga keuangan yang bersih dari sifat riba serta institusi yang lebih baik. Jasa perbankan telah membantu dalam mempermudah pertukaran dan membantu pembentukan modal bagi masyarakat.

Bank Syariah merupakan salah satu bentuk dari perbankan nasional yang mendasarkan operasionalnya pada syariat (hukum) Islam. Bank Islam adalah sebuah bentuk dari bank modern yang didasarkan pada hukum Islam yang sah, dikembangkan pada abad pertama Islam, menggunakan konsep berbagi risiko sebagai metode utama, dan meniadakan keuangan berdasarkan kepastian serta keuntungan yang ditentukan sebelumnya.¹

Amir Machmud dan Rukmana menjelaskan dalam bukunya tentang UU. No. 7 Tahun 1992:

UU No. 7 Tahun 1992 akhirnya tergerus akan kemajuan bank syariah yang semakin pesat. Oleh karena itu, pemerintah merevisinya sehingga menjadi UU No. 10 Tahun 1998. Dalam UU tersebut tertulis kedudukan bank syariah di Indonesia secara hukum mulai menjadi kuat. Bahkan bukan hanya itu saja, di situ tertulis bahwa bank konvensional diperbolehkan membuka unit yang berbaris syariah. Sejak saat itu mulailah bermunculan bank konvensional yang membuka unit-unit bank syariah.²

¹Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan Syariah*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2013), hlm. 15.

²Amir Machmud dan Rukmana, *Bank Syariah* (Jakarta: Erlangga, 2010), hlm. 6.

Dalam perkembangan bisnis perbankan syariah masih belum bisa berkembang pesat di Indonesia. Hal itu disebabkan karena masih ada persoalan yang pada umumnya orang beranggapan bahwa menabung di bank syariah itu sama dengan menabung di bank konvensional. Masyarakat banyak yang menanggapi dengan satu sisi saja, sehingga tidak heran mereka kurang berminat menjadi nasabah dan mendapatkan pembiayaan dari perbankan syariah.

Produk sangat berpengaruh dengan lingkungan ekonomi, sosial, budaya serta politik dan hukum. Banyak masyarakat yang menggunakan jasa bank dengan cara melihat produk yang ditawarkan oleh bank tersebut. Maka dari itu persaingan semakin meningkat di dunia perbankan, bank syariah menawarkan produk yang berlandaskan kepada syariah dan memberikan pelayanan yang mudah untuk masyarakat dalam bertransaksi.

Bank konvensional dan bank syariah dalam beberapa hal memiliki persamaan, terutama dalam sisi teknis penerimaan uang, mekanisme transfer, teknologi komputer yang digunakan, persyaratan umum pembiayaan, dan syarat-syarat umum untuk mendapat pembiayaan seperti KTP, NPWP, proposal laporan keuangan, dan sebagainya.³

Bank syariah tentu saja harus selalu dapat memberikan keyakinan kepada masyarakat bahwa produk atau jasa yang ditawarkan sesuai dengan etika dan prinsip-prinsip syariah, misalnya tidak mengandung unsur

³*Ibid.*, hlm. 11.

spekulatif ataupun tipuan. Bank syariah juga harus bisa memberi perbedaan antara bank syariah dan bank konvensional dimata masyarakat luas.

Pada dasarnya, produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah dapat dibagi menjadi tiga bagian, yaitu: Produk Penyaluran Dana (*financing*), Produk Penghimpunan Dana (*funding*), Produk Jasa (*service*).⁴ Bank syariah menerapkan marjin keuntungan terhadap produk-produk pembiayaan yang berbasis *Natural Certainty Contracts* (NCC), yakni akad bisnis yang memberikan kepastian pembayaran, baik dari segi jumlah (*amount*) maupun waktu (*timing*), seperti pembiayaan *murābahah*, *ijarah*, *ijarah muntahia bit tamliki*, *salam*, dan *istisna*.

Secara garis besar produk penyaluran dana atau pembiayaan syariah terbagi ke dalam tiga kategori yang dibedakan berdasarkan tujuan penggunaannya yaitu: 1) Transaksi pembiayaan yang ditujukan untuk memiliki barang dilakukan dengan prinsip jual beli, 2) Transaksi pembiayaan yang ditujukan untuk mendapatkan jasa dilakukan dengan prinsip sewa, 3) Transaksi pembiayaan untuk usaha kerjasama yang ditujukan guna mendapatkan sekaligus barang dan jasa, dengan prinsip bagi hasil.

Pada kategori pertama dan kedua, tingkat keuntungan bank ditentukan di depan dan menjadi bagian harga atas barang atau jasa yang dijual. Produk yang termasuk dalam kelompok ini adalah produk uang menggunakan prinsip jual beli seperti *murābahah*, *salam*, dan *istisna* serta produk yang menggunakan prinsip sewa yaitu *ijarah*. Sedangkan pada kategori ketiga,

⁴Adiwarman Karim, *Bank Islam, Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), hlm. 87.

tingkat keuntungan bank ditentukan dari besarnya keuntungan usaha sesuai dengan prinsip bagi hasil. Pada produk bagi hasil keuntungan ditentukan oleh nisbah bagi hasil yang disepakati dimuka. Produk perbankan yang termasuk ke dalam kelompok ini adalah *musyārahah* dan *Muḍarābah*.

Tagihan yang timbul dari transaksi jual beli dan atau sewa berdasarkan akad *murābahah*, *salam*, *istisna* dan *ijarah* disebut sebagai piutang. Besarnya piutang tergantung pada *plafond* pembiayaan, yakni jumlah pembiayaan (harga beli di tambah harga pokok) yang tercantum di dalam perjanjian pembiayaan.

Masyarakat pada umumnya memiliki banyak pilihan dalam memutuskan tempat, produk, bahkan kerja sama dengan dunia perbankan. Faktor-faktor yang mempengaruhi seseorang menginvestasikan hartanya pada lembaga keuangan perbankan diantaranya adalah tingkat suku bunga, tingkat pendapatan dan kemajuan teknologi. Nasabah memilih tempat untuk menyimpan dananya bukan hanya sekedar ingin mendapatkan jaminan yang aman dari berbagai bahaya, tetapi juga memiliki nilai bagi nasabah yang artinya sejumlah keuntungan yang diharapkan nasabah dari sesuatu hal yang dikonsumsi atau dibelinya.

Pelayanan merupakan syarat utama bagi kelangsungan hidup suatu bank, khususnya bank syariah. Dengan pelayanan yang baik serta kenyamanan yang diberikan kepada nasabah dapat menentukan laju pertumbuhan suatu bank. Pelayanan yang baik salah satu hal yang penting bagi nasabah karena dengan pelayanan yang baik akan membuat nasabah

menjadi lebih tertarik menggunakan jasa perbankan dan nasabah lebih merasa nyaman.

Pasar baru terletak di kota Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal, dimana pasar ini tempat orang berniaga, mencari rizki, tempat bertemunya penjual dan pembeli dan melakukan transaksi. Di pasar ini banyak ditemukan pedagang perabot, sepatu, dan pedagang pakaian. Namun yang menjadi fokus peneliti untuk melakukan penelitian di Pasar Baru Panyabungan ini terhadap pedagang pakaian.

Pedagang di Pasar Baru di dominasi pedagang pakaian. pedagang pakaian di Pasar Baru ini banyak yang membutuhkan modal untuk menjalankan usahanya. pedagang pakaian di Pasar Baru banyak yang memanfaatkan perbankan untuk memperoleh modal usahanya. Sebagian besar pedagang pakaian ini lebih memilih jasa perbankan konvensional daripada perbankan syariah. Jumlah pedagang pakaian yang menggunakan jasa perbankan dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 1.
Jumlah Pedagang Pakaian di Pasar Baru Panyabungan yang Menggunakan Jasa Perbankan Tahun 2017

Tahun	Bank Syariah	Bank Konvensional	Tidak Menggunakan Bank Sama Sekali	Total
2017	75	138	210	423

Sumber: Observasi di Pasar Baru Panyabungan

Berdasarkan Tabel 1. di atas jumlah keseluruhan pedagang pakaian di Pasar Baru Panyabungan adalah 423 pedagang. Yang terdiri dari: Kios yang berada di pinggir jalan berjumlah 8 kios, sedangkan yang berada dilantai

bawah pasar berjumlah 16 kios, dan yang berada di lantai dua berjumlah 399 kios. Pedagang pakaian yang menggunakan jasa bank syariah untuk menambahkan modalnya terdiri dari 75 pedagang, yang menggunakan jasa bank konvensional sebanyak 138 pedagang, dan yang tidak menggunakan bank sama sekali sebanyak 210 pedagang.

Berdasarkan Tabel 1. dapat di ketahui bahwa pedagang di pasar baru ini masih banyak yang menggunakan bank konvensional belum beralih ke bank Syariah. Hal ini disebabkan para pedagang mengira bahwa produk bank konvensional sama saja dengan produk yang ada di bank syariah. Padahal di pasar ini pedagangnya adalah muslim, dan produk-produk yang ada di bank syariah akadnya berlandaskan pada syariah.

Bank syariah menawarkan produk pembiayaan yang sesuai dengan syariah Islam. Dimana keuntungannya ditentukan atas kesepakatan bersama. Sedangkan bank konvensional menentukan keuntungan dalam produk pembiayaan ditentukan oleh bank sendiri tanpa ada kesepakatan bersama. Banyak pedagang di Pasar Baru Panyabungan memilih produk bank konvensional dikarenakan pedagang mengira bahwa produk bank konvensional lebih mudah dalam proses peminjamannya. Padahal dalam kenyataannya tidak demikian adanya, proses peminjaman di bank syariah juga mudah dan cepat.

Pengetahuan pedagang pakaian di Pasar Baru ini rendah terhadap bank syariah dikarenakan kurangnya promosi yang dilakukan bank syariah di kalangan masyarakat. Pedagang mengira bahwa bank syariah hanya

menggunakan label syariah saja, padahal produk dan pelayanan yang diberikan oleh bank syariah berbeda dengan bank konvensional. Bank syariah menyediakan produk-produk dengan akad syariah untuk membantu memberikan modal kepada pedagang yang membutuhkan modal untuk kelanjutan usahanya.

Nasabah merupakan faktor yang penting bagi lembaga keuangan khususnya pada bank syariah. Bank dikatakan dapat mencapai target apabila memiliki nasabah, karena dari nasabalah bank mendapatkan keuntungan.

Minat nasabah menggunakan pembiayaan di bank syariah ini karena adanya faktor-faktor yang dapat mempengaruhi nasabah tersebut. Beberapa faktor yang mendorong nasabah menggunakan pembiayaan bank syariah yaitu: produk, promosi, lokasi, pelayanan dan margin. Dengan demikian dapat diketahui beberapa faktor tersebut ada yang berpengaruh besar terhadap minat nasabah menggunakan pembiayaan bank syariah.

Dalam upaya memperkenalkan produk dan menarik minat masyarakat, strategi promosi merupakan faktor yang perlu diperhatikan oleh bank. Promosi yang menarik dan efektif akan mampu menarik minat nasabah menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan oleh bank. Nasabah akan merespon baik apabila produk yang ditawarkan Bank Syariah dapat memberikan kemudahan dan keuntungan bagi nasabah yang menggunakan pembiayaan.

Pelayanan kepada nasabah juga sangat penting dalam pemasaran jasa. Sifatnya yang tidak berwujud (*intangible*) memerlukan umpan balik untuk

menilai kualitas dari pelayanan tersebut. Pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

Menurut pendapat Bapak Irul selaku pedagang pakaian di Pasar Baru Panyabungan: “pelayanan adalah suatu hal yang penting bagi nasabah karena dengan pelayanan yang baik akan membuat nasabah menjadi lebih nyaman dan merasa lebih puas dalam bertransaksi”.⁵ Hal senada juga di sampaikan oleh Ibu Nelli “Pelayanan yang diberikan bank syariah kepada pedagang sangat nyaman, pegawai yang melayani para pedagang sangat ramah dan murah senyum. Dalam melakukan transaksi sangat mudah dan cepat, dan pegawai bank syariah tidak membedakan nasabah yang melakukan pembiayaan dan yang melakukan penghimpunan dana”.⁶

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka peneliti tertarik mengadakan penelitian yang berjudul “ **Pengaruh Produk dan Pelayanan Terhadap Minat Pedagang Pakaian di Pasar Baru Panyabungan Melakukan Pembiayaan Pada Bank Syariah di Panyabungan** “

B. Identifikasi Masalah

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

1. Pedagang di Pasar Baru Panyabungan banyak yang menggunakan jasa bank konvensional dan belum beralih ke bank syariah.

⁵Hasil Wawancara dengan Bapak Irul, (Pedagang Pakaian di Pasar Baru Panyabungan), Minggu 09 Juni 2017 pukul 11.30 WIB.

⁶Hasil Wawancara dengan Ibu Nelli, (Pedagang Pakaian di Pasar Baru Panyabungan), Minggu 23 Juni 2017 Pukul 14.15 WIB.

2. Pengetahuan pedagang Pakaian di Pasar Baru Panyabungan masih rendah terhadap bank syariah.
3. Minat Pedagang Pakaian di Pasar Baru Panyabungan untuk menggunakan jasa bank syariah masih rendah.

C. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah untuk mencapai tujuan yang dimaksud, adapun batasan masalah yang akan diteliti yaitu: pengaruh produk dan pelayanan terhadap minat pedagang pakaian di Pasar Baru Panyabungan melakukan pembiayaan pada Bank Syariah di Panyabungan.

D. Definisi Operasional Variabel

Untuk menghindari kesalahpahaman dalam memahami judul penelitian, maka akan dijelaskan definisi operasional dari judul penelitian Pengaruh Produk dan Pelayanan Terhadap Minat Pedagang Pakaian di Pasar Baru Panyabungan Melakukan Pembiayaan pada Bank Syariah di Panyabungan adalah sebagai berikut.

Tabel 1.2
Definisi Operasional variabel

Variabel Penelitian	Definisi Variabel	Indikator Variabel	Skala Pengukuran
Produk (X1)	Produk adalah sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Sesuatu yang diciptakan sesuai dengan syariah, dan dapat memuaskan nasabah.	a. Manfaat inti produk b. Kelebihan yang dimiliki produk c. Potensi masa depan produk	Skala Ordinal
Pelayanan (X2)	Pelayanan merupakan salah satu cara yang dilakukan pegawai	a. Bukti fisik (<i>tangibles</i>) b. Empati	Skala Ordinal

	bank untuk berkomunikasi dengan nasabah, beretika baik, sopan dan ramah sehingga memenuhi kepuasan nasabah.	<i>(empathy)</i> c. Reabilitas <i>(reability)</i> d. Daya tanggap <i>(responsiveness)</i> e. Jaminan <i>(assurance)</i>	
Minat (Y)	Minat adalah sesuatu yang dapat mendorong dan mempengaruhi seseorang untuk menggunakan produk dan jasa Bank.	a. Dorongan dari dalam individu b. Motif sosial c. Faktor emosional	Skala Ordinal

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah produk berpengaruh terhadap minat pedagang pakaian di Pasar Baru Panyabungan melakukan pembiayaan pada bank syariah di Panyabungan?
2. Apakah pelayanan berpengaruh terhadap minat pedagang pakaian di Pasar Baru Panyabungan melakukan pembiayaan pada bank syariah di Panyabungan?
3. Apakah produk dan pelayanan berpengaruh terhadap minat pedagang pakaian di Pasar Baru Panyabungan melakukan pembiayaan pada bank syariah di Panyabungan?

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap minat pedagang pakaian di Pasar Baru Panyabungan melakukan pembiayaan di bank syariah.
2. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap minat pedagang pakaian di Pasar Baru Panyabungan melakukan pembiayaan di bank syariah.
3. Untuk mengetahui pengaruh produk dan pelayanan terhadap minat pedagang pakaian di Pasar baru Panyabungan melakukan pembiayaan di bank syariah.

G. Kegunaan Penelitian

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan serta dapat mengaplikasikan dan mensosialisasikan teori yang telah diperoleh selama perkuliahan. Dan sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan.

2. Bagi Bank Syariah

penelitian ini diharapkan berguna sebagai bahan masukan untuk lebih mengetahui tanggapan nasabah tentang perbankan syariah, sehingga dapat menentukan kebijakan yang tepat.

3. Bagi Masyarakat

Sebagai bahan pertimbangan untuk lebih mengetahui tentang Bank syariah dan produk-produk pembiayaan yang ada dalam Bank Syariah. Agar nasabah bisa mengambil keputusan bahwa Bank Konvensional dan Bank Syariah memiliki perbedaan.

4. Bagi Dunia Akademik

Dengan adanya penelitian ini dapat menambah informasi dan referensi bagi seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada umumnya Mahasiswa/i jurusan Perbankan Syariah khususnya dan juga sebagai bahan bacaan dalam menyelesaikan tugas yang terkait dalam hal ini.

H. Sistematika Pembahasan

Untuk mendapatkan pengumpulan data gambaran secara ringkas mengenai skripsi ini, maka sistem penulisannya akan dibagi ke dalam beberapa bab sebagai berikut:

Bab I pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, definisi operasional variabel dan sistematika pembahasan.

Bab II membahas tentang landasan teori permasalahan yang diteliti, yakni teori-teori yang menyangkut variabel bebas dan variabel terikat. Dimana variabel bebas yaitu Minat (Y) kemudian dilanjutkan dengan variabel terikat yaitu Produk (X_1) dan Pelayanan (X_2). Untuk mendukung teori-teori yang ada maka disertakan juga penelitian terdahulu dan kerangka pikir.

Bab III metodologi penelitian yang terdiri dari lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, sampel dan populasi, sumber data, instrumen pengumpulan data dan teknik analisis data.

Bab IV merupakan hasil penelitian yang membahas tentang hasil penelitian Pengaruh Produk dan Pelayanan terhadap Minat Pedagang

Pakaian di Pasar Baru Panyabungan Melakukan Pembiayaan Pada Bank Syariah di Panyabungan.

Bab V merupakan penutup yang memuat kesimpulan dan saran-saran yang dianggap perlu dalam penelitian ini.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1.1. Minat

a. Pengertian Minat

Minat dalam kamus besar Indonesia diartikan sebagai sebuah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu keinginan.¹ Minat sebagai aspek kejiwaan bukan hanya mewarnai perilaku seseorang untuk melakukan aktifitas yang menyebabkan seseorang merasa tertarik kepada sesuatu. Syaiful Bahri Djamarah mendefinisikan “minat adalah kecenderungan yang menetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa aktivitas”.²

Sedangkan menurut Djaali, “minat adalah rasa lebih suka dan rasa keterkaitan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh, dan minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu diluar diri”.³

Menurut Abdul Rahman Shaleh dan Muhibb Abdul Wahab, berpendapat ada tiga faktor yang menjadi timbulnya minat, yaitu:

- 1) Dorongan dari dalam individu, dorongan ingin tahu rasa atau rasa ingin tahu akan membangkitkan minat untuk membaca, belajar, menuntut ilmu, melakukan penelitian dan lain-lain.
- 2) Motif sosial. Misalnya minat untuk belajar dan menuntut ilmu pengetahuan karena ingin mendapat penghargaan dari masyarakat, karena biasanya yang memiliki pengetahuan cukup luas (orang pandai) mendapat kedudukan yang tinggi dan terpendang dalam masyarakat.

¹Meity Taqdir Qodratillah, *Kamus Bahasa Indonesia, Untuk Pelajar* (Jakarta: Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian dan Kebudayaan, 2011), hlm. 322.

²Syaiful Bahri Djamarah, *Psikologi Belajar*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), hlm. 229.

³Djaali, *Psikologi Pendidikan*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2011), hlm. 121.

- 3) Faktor emosional, minat yang mempunyai hubungan erat dengan emosi. Bila seseorang mendapat kesuksesan pada aktivitas akan menimbulkan perasaan senang.⁴

b. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat

Adapun faktor yang mempengaruhi minat nasabah yaitu:

- 1) Produk, secara umum produk adalah segala sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Produk akan memberikan manfaat baik dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-hari atau sesuatu yang ingin dimiliki oleh konsumen. Produk yang berkualitas tinggi artinya memiliki nilai yang lebih baik dibandingkan produk pesaing atau sering disebut produk plus. Bagi dunia perbankan produk plus harus selalu diciptakan setiap waktu, sehingga dapat menarik minat calon nasabah baru atau mempertahankan nasabah yang sudah ada sekarang ini.
- 2) Sarana dan prasarana yang dimiliki haruslah dapat memberikan pelayanan yang cepat dan tepat, sehingga nasabah merasa puas akan setiap pelayanan yang diberikan.
- 3) Lokasi bank yang diinginkan adalah lokasi yang mudah dijangkau serta layout yang dapat memberikan keamanan dan kenyamanan bagi nasabah.⁵

⁴Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab, Op. Cit., hlm.22.

⁵Muhammad Isa, *Diktat Mata Kuliah Manajemen Pemasaran*, IAIN Padangsidimpuan, hlm. 49-50.

- 4) Motivasi menurut Sumardi Suryabrata adalah keadaan yang terdapat dalam diri seseorang yang mendorongnya untuk melakukan aktivitas tertentu guna pencapaian suatu tujuan.⁶
- 5) Persepsi adalah proses mengetahui atau mengenali objek dan kejadian objektif dengan bantuan indera, kesadaran dari proses-proses organisasi, satu kelompok penginderaan dengan penambahan arti yang berasal dari pengalaman di masa lalu.⁷ Persepsi juga adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan.
- 6) Kepercayaan adalah kemauan seseorang untuk bertumpu pada orang lain dimana kita memiliki keyakinan padanya. Kepercayaan merupakan kondisi mental yang didasarkan oleh situasi seseorang dan konteks sosialnya.

1.2. Produk

a. Pengertian Produk

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan, atau dikonsumsi dan yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan.⁸ Produk merupakan segala sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Produk akan memberikan

⁶*Ibid.*, hlm. 101.

⁷Amini, *Perilaku Organisasi*, (Bandung: Citapustaka Media, 2004), hlm. 33.

⁸Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta. 2010), hlm. 140.

manfaat baik dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-hari atau ingin dimiliki oleh konsumen. Produk biasanya berguna untuk konsumsi baik untuk kebutuhan rohani maupun jasmani.

Menurut Nur Rianto Al Arif produk adalah:

Agar produk yang dibuat dapat diterima pasar, maka penciptaan produk haruslah memperhatikan tingkat kualitas yang sesuai dengan keinginan nasabahnya. Produk yang berkualitas tinggi artinya memiliki nilai yang lebih baik dibandingkan dengan produk pesaing atau sering disebut produk plus. Bagi dunia perbankan produk plus harus selalu dapat diciptakan setiap waktu, agar dapat menarik calon nasabah baru atau nasabah yang lama.⁹

Karena produk bank merupakan jasa, maka faktor kepercayaan merupakan senjata utama dalam menarik, mempengaruhi dan mempertahankan nasabahnya. Oleh karena itu, dalam menjalankan bisnisnya bank perlu memperhatikan hal-hal berikut:

- 1). Kuantitas bankir atau karyawan dalam melayani nasabah.
- 2). Kualitas yang disajikan oleh para bankir terhadap nasabah yang ditunjukkan dari kemampuannya.
- 3). Teknologi atau peralatan yang digunakan dalam melayani nasabah
- 4). Kemasan atau bentuk jasa yang ditawarkan.
- 5). Ada jaminan terhadap jasa yang diberikan.

⁹*Ibid.*, hlm, 141.

Produk dalam perspektif Islam terdapat dalam Al-qur'an surah Hud ayat 61 :

﴿ وَإِلَىٰ ثَمُودَ أَخَاهُمْ صَالِحًا ۚ قَالَ يَا قَوْمِ أَعْبُدُوا اللَّهَ مَا لَكُم مِّنْ إِلَٰهٍ غَيْرُهُ ۗ هُوَ أَنشَأَكُم مِّنَ الْأَرْضِ وَاسْتَعْمَرَكُمْ فِيهَا فَاسْتَغْفِرُوهُ ثُمَّ تَوَبُوا إِلَيْهِ ۚ إِنَّ رَبِّي قَرِيبٌ مُّجِيبٌ ﴿٦١﴾

Artinya: dan kepada Tsamud (kami utus) saudara mereka shaleh. Shaleh berkata: "Hai kaumku, sembahlah Allah, sekali-kali tidak ada bagimu Tuhan selain Dia. Dia telah menciptakan kamu dari bumi (tanah) dan menjadikan kamu pemakmurnya, karena itu mohonlah ampun-Nya, kemudian bertobatlah kepada-Nya, Sesungguhnya Tuhanku Amat dekat (rahmat-Nya) lagi memperkenankan (doa hamba-Nya)."

Kita manusia hanya menyembah Allah, karena Dia-lah yang menciptakan kita yaitu dari tanah dan kita dijadikannya sebagai pemakmur bumi (tanah) dengan cara memanfaatkan semua apa yang ada di bumi ini dan disamping itu kita sebaiknya memohon ampunan kepada-Nya karena rahmat Allah sangat dekat.¹⁰

Bumi adalah lapangan sedangkan manusia adalah pekerja penggarapnya yang sungguh-sungguh sebagai wakil dari Sang Pemilik lapangan tersebut. Untuk menggarap dengan baik, Sang Pemilik memberi modal awal berupa fisik materi yang terbuat dari tanah yang kemudian ditiupkannya roh dan diberinya ilmu. Dalam Al-Qur'an digambarkan kisah penciptaan Adam antara lain pada

¹⁰Ahmad Kadir, *Hukum Bisnis Syariah Dalam Alquran*, (Jakarta: AMZAH, 2010), hlm. 71.

Surah al-Baqarah. Maka ilmu merupakan faktor produksi terpenting yang ketiga dalam pandangan Islam. Teknik produksi, mesin serta sistem manajemen merupakan buah dari ilmu dan kerja. Modal adalah hasil kerja yang disimpan.

Ayat ini mengajarkan kita bahwa untuk meyakinkan seseorang terhadap kebaikan haruslah berdasarkan ilmu pengetahuan, data, dan fakta. Jadi dalam menjelaskan manfaat produk harus memperlihatkan keadaan produk dengan baik sesuai dengan kondisi produk yang ditawarkan.

b. Tingkatan Produk

Lima tingkat atau lingkaran produk, adalah:¹¹

1. Manfaat Inti (*core benefits*)

Yaitu jasa atau manfaat inti yang sesungguhnya yang dibeli dan diperoleh oleh konsumen. Kebutuhan konsumen paling fundamental adalah manfaat, dan inilah merupakan tingkatan paling fundamental dari suatu produk. Seorang pemasar harus mampu melihat dirinya sebagai seorang yang menyediakan manfaat kepada konsumen. Sehingga konsumen pun pada akhirnya akan membeli produk tersebut karena manfaat inti yang terdapat didalamnya.

¹¹Nur Rianto Al Arif, Op, Cit., hlm. 143.

2. Manfaat Dasar Tambahan (*basic product*)

Tingkatan selanjutnya seorang pemasar harus mampu merubah manfaat inti menjadi manfaat atau produk dasar. Pada inti produk tersebut terdapat manfaat bentuk dasar produk atau mampu memenuhi fungsi dasar produk kebutuhan konsumen adalah fungsional.

3. Harapan Produk (*exfected product*)

Artinya serangkaian kondisi yang diharapkan dan disenangi, dimiliki atribut produk tersebut. Kebutuhan konsumen adalah kelayakan.

4. Kelebihan Yang Dimiliki Produk (*augmented product*)

Artinya salah satu manfaat dan pelayanan yang dapat membedakan produk tersebut dengan produk pesaing. Kebutuhan konsumen adalah kepuasan.

5. Potensi Masa Depan Produk (*potensial product*)

Artinya bagaimana harapan masa depan produk tersebut apabila terjadi perubahan dan perkembangan teknologi serta selera konsumen. Kebutuhan konsumen adalah masa depan produk.

c. Jenis Produk Bank Syariah

Secara garis besar produk perbankan syariah dapat dibagi menjadi 3 yaitu Produk penyaluran dana, produk penghimpunan dana, dan produk jasa yang diberikan bank kepada nasabahnya.

a). Produk Penyaluran Dana

1. Prinsip Jual Beli (*Ba'i*) Jual beli dilaksanakan karena adanya pemindahan kepemilikan barang. Keuntungan bank disebutkan didepan dan termasuk harga dari harga yang dijual. Terdapat 3 jenis jual beli dalam pembiayaan modal kerja dan investasi dalam bank syariah, yaitu:¹²

a) *Ba'i Al Murābahah* Jual beli dengan harga asal ditambah keuntungan yang disepakati antara pihak bank dengan nasabah, dalam hal ini bank menyebutkan harga barang kepada nasabah yang kemudian bank memberikan laba dalam jumlah tertentu sesuai dengan kesepakatan.

b) *Ba'i Assalam* Dalam jual beli ini nasabah sebagai pembeli dan pemesan memberikan uangnya di tempat akad sesuai dengan harga barang yang dipesan dan sifat barang telah disebuntukan sebelumnya. Uang yang tadi diserahkan menjadi tanggungan bank sebagai penerima pesanan dan pembayaran dilakukan dengan segera.

c) *Ba'i Al Istisna* Merupakan bagian dari *Ba'i Asslam* namun *ba'i al istisna* biasa digunakan dalam bidang manufaktur. Seluruh ketentuan *Ba'i Al Istisna* mengikuti *Ba'i Assalam* namun pembayaran dapat dilakukan beberapa kali pembayaran.

¹²Abdul Husain, *Ekonomi Islam, Prinsip, Dasar, Tujuan*, (Yogyakarta: Magistra Insani Press, 2004), hlm. 161.

2. Prinsip Sewa (*Ijarah*) *ijarah* adalah kesepakatan pemindahan hak guna atas barang atau jasa melalui sewa tanpa diikuti pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa. Dalam hal ini bank menyewakan peralatan kepada nasabah dengan biaya yang telah ditetapkan secara pasti sebelumnya.
3. Prinsip Bagi Hasil (*Syirkah*) Dalam prinsip bagi hasil terdapat 2 macam produk, yaitu:¹³
 - a) *Musyārahah* Adalah salah satu produk bank syariah yang mana terdapat 2 pihak atau lebih yang bekerja sama untuk meningkatkan aset yang dimiliki bersama dimana seluruh pihak memadukan sumber daya yang mereka miliki baik yang berwujud maupun yang tidak berwujud. Dalam hal ini seluruh pihak yang bekerjasama memberikan kontribusi yang dimiliki baik itu dana, barang, skill, ataupun aset-aset lainnya. Yang menjadi ketentuan dalam *musyārahah* adalah pemilik modal berhak dalam menentukan kebijakan usaha yang dijalankan pelaksana proyek.
 - b) *muḍarābah* adalah kerjasama 2 orang atau lebih dimana pemilik modal memberikan mempercayakan sejumlah modal kepada pengelola dengan perjanjian

¹³*Ibid.* hlm. 162

pembagian keuntungan. Perbedaan yang mendasar antara *musyārahah* dengan *muḍarābah* adalah kontribusi atas manajemen dan keuangan pada *musyārahah* diberikan dan dimiliki 2 orang atau lebih, sedangkan pada *muḍarābah* modal hanya dimiliki satu pihak saja.

b). Produk Penghimpun Dana

Produk penghimpunan danapada bank syariah meliputi giro, tabungan, dan deposito. Prinsip yang diterapkan dalam bank syariah adalah:¹⁴

1. Prinsip *Wadiah*. Penerapan prinsip wadiah yang dilakukan adalah *wadiahyad ḍamanah* yang diterapkan pada rekening produk giro. Berbeda dengan *wadiah amanah*, dimana pihak yang dititipi (bank) bertanggung jawab atas keutuhan harta titipan sehingga ia boleh memanfaatkan harta titipan tersebut. Sedangkan pada *wadiah amanah* harta titipan tdk boleh dimanfaatkan oleh yang dititipi.
2. Prinsip *muḍarābah* Dalam prinsip *muḍarābah*, penyimpan atau deposan bertindak sebagai pemilik modal sedangkan bank bertindak sebagai pengelola. Dana yang tersimpan kemudian oleh bank digunakan untuk melakukan pembiayaan, dalam hal ini apabila bank menggunakannya

¹⁴*Loc. Cit.*, hlm. 163.

untuk pembiayaan *mudārābah*, maka bank bertanggung jawab atas kerugian yang mungkin terjadi.

c). Produk Jasa Perbankan

Selain dapat melakukan kegiatan menghimpun dan menyalurkan dana, bank juga dapat memberikan jasa kepada nasabah dengan mendapatkan imbalan berupa sewa atau keuntungan, jasa tersebut antara lain :

1. *Sharf* (Jual Beli Valuta Asing) Adalah jual beli mata uang yang tidak sejenis namun harus dilakukan pada waktu yang sama. Bank mengambil keuntungan untuk jasa jual beli tersebut.
2. *Ijarah* (Sewa) Kegiatan *ijarah* ini adalah menyewakan simpanan (*safe deposit box*) dan jasa tata-laksana administrasi dokumen (*custodian*), dalam hal ini bank mendapatkan imbalan sewa dari jasa tersebut.

d. Pembiayaan Bank Syariah

1. Pengertian Pembiayaan

Pembiayaan merupakan aktivitas bank syariah dalam menyalurkan dana kepada pihak lain selain bank berdasarkan prinsip syariah. Penyaluran dana dalam bentuk pembiayaan didasarkan pada kepercayaan yang diberikan oleh pemilik dana kepada pengguna dana, bahwa dana dalam bentuk pembiayaan yang diberikan pasti akan terbayar. Penerima pembiayaan

mendapat kepercayaan dan berkewajiban untuk mengembalikan pembiayaan yang telah diterimanya sesuai dengan jangka waktu yang telah diperjanjikan dalam akad pembiayaan.

Pembiayaan atau *financing*, yaitu pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun lembaga. Dalam kaitannya dengan pembiayaan pada perbankan Islam atau istilah teknisnya disebut sebagai aktiva produktif. Aktiva produktif adalah penanaman dana bank Islam baik dalam rupiah maupun valuta asing.

Istilah pembiayaan pada intinya berarti *I Believe, I Trust*, 'saya percaya' atau 'saya menaruh kepercayaan'. Perkataan pembiayaan yang artinya kepercayaan (*trust*), berarti lembaga pembiayaan selaku *ṣāhibul māl* menaruh kepercayaan kepada seseorang untuk melaksanakan amanah yang diberikan.¹⁵ Firman Allah SWT QS. An-Nisa: 29

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

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepadamu.¹⁶

¹⁵Veithzal Rivai, H, Islamic Financial Management, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2008), hlm. 3.

¹⁶Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Bogor: Syaamil Quran, 2007), hlm. 83.

Dari ayat diatas, terlihat jelas bahwa hakikat dasar dari pembiayaan adalah memberikan bantuan kepada sesama yang membutuhkan atas dasar kepercayaan, maka dari itu dalam melakukan pembiayaan dilarang adanya unsur riba karena riba dapat menyengsarakan umat.

Pembiayaan merupakan aset utama dari bank. pembiayaan memiliki likuiditas yang rendah di bandingkan aset bank aslinya, karena dana pembiayaan hanya dapat di cairkan pada waktu jatuh tempo. Pembiayaan memberikan pengembalian yang tinggi dibandingkan aset bank lainnya.¹⁷

Dengan demikian, dalam praktiknya pembiayaan adalah:

- a) Penyerahan nilai ekonomi sekarang atas kepercayaan dengan harapan mendapatkan kembali suatu nilai ekonomi yang sama di kemudian hari.
- b) Suatu tindakan atas dasar perjanjian yang dalam perjanjian tersebut terdapat jasa dan balas jasa (prestasi dan kontra prestasi) yang keduanya dipisahkan oleh unsur waktu.
- c) Pembiayaan adalah suatu hak, dengan hak mana seorang dapat mempergunakannya untuk tujuan tertentu, dalam batas waktu tertentu dan atas pertimbangan tertentu pula.¹⁸

18. ¹⁷Ktut Silvanita, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm.

¹⁸Veithzal Rivai, Op. Cit., hlm. 4,

2. Unsur Pembiayaan

Hal ini berarti harus memerhatikan prestasi dan keadaan bahwa yang diberikan benar-benar harus diyakini dapat dikembalikan oleh penerima pembiayaan atas unsur-unsur dalam sebagai berikut:

- a. Adanya dua pihak, yaitu pemberi pembiayaan (*ṣāhibulmāl*) dan penerima dana (*muḍarib*).
- b. Adanya kepercayaan *ṣāhibul māl* kepada *muḍarib* yang didasarkan prestasi dan potensi *muḍārib*.
- c. Adanya persetujuan dan kesepakatan diantara kedua belah pihak secara lisan dan hukum yang berlaku.
- d. Adanya penyerahan barang, jasa atau uang dari *ṣāhibul māl* kepada *muḍārib*.
- e. Adanya unsur waktu dalam akad.
- f. Adanya unsur resiko antara kedua pihak yang berakad.¹⁹

3. Tujuan Pembiayaan

Dalam membahas tujuan pembiayaan, mencakup lingkup yang luas. Pada dasarnya mendapat dua fungsi yang saling berkaitan dari pembiayaan, yaitu:²⁰

- a. *profitability*, yaitu tujuan untuk memperoleh hasil dari pembiayaan berupa keuntungan yang diraih dari bagi hasil yang

¹⁹*Ibid.*, hlm. 4-5.

²⁰*Ibid.*, hlm. 5-6.

diperoleh dari usaha yang dikelola bersama nasabah. Oleh karena itu, bank hanya akan menyalurkan pembiayaan kepada usaha-usaha nasabah yang diyakini mampu dan mau mengembalikan pembiayaan yang telah diterimanya. Dalam faktor kemampuan dan kemauan ini tersimpul unsur keamanan (*safety*) dan sekaligus juga unsur keuntungan (*profitability*) dari suatu pembiayaan sehingga kedua unsur tersebut saling berkaitan. Dengan demikian, keuntungan merupakan tujuan dari pemberi pembiayaan yang terjelma dalam bentuk hasil yang diterima.

- b. *Safety*, keamanan dari prestasi atau fasilitas yang diberikan harus benar-benar terjamin sehingga *profitability* dapat benar-benar tercapai tanpa hambatan yang berarti. Oleh karena itu, dengan demikian ini dimaksudkan agar prestasi yang diberikan dalam bentuk modal, barang atau jasa itu betul-betul terjamin pengembaliannya sehingga keuntungan (*profitability*) yang diharapkan dapat menjadi kenyataan.

4. Fungsi Pembiayaan

Pembiayaan mempunyai peranan yang sangat penting dalam perekonomian. Adapun fungsi pembiayaan dalam perekonomian, perdagangan, dan keuangan yaitu sebagai berikut:

- a. Pembiayaan dapat meningkatkan daya guna (*utility*) dari modal/uang

- b. Pembiayaan dapat meningkatkan daya guna (*utility*) suatu barang
- c. Pembiayaan meningkatkan peredaran dan lalu lintas uang
- d. Pembiayaan membawa gairah usaha masyarakat
- e. Pembiayaan sebagai alat stabilisasi ekonomi
- f. Pembiayaan sebagai jembatan untuk peningkatan pendapatan nasional
- g. Pembiayaan sebagai alat hubungan ekonomi Internasional.²¹

e. Akad *Murābahah*

1) Pengertian Akad *Murābahah*

Akad merupakan suatu kontrak perjanjian atau kesepakatan yang dilakukan antara bank syariah dan pihak nasabah atau mitra.²²

Akad merupakan ikatan, keputusan, atau penguatan atau perjanjian atau kesepakatan atau transaksi dapat diartikan sebagai komitmen yang terbingkai dengan nilai-nilai syariah. Secara umum akad berarti sesuatu yang menjadi tekad seseorang untuk melaksanakan, baik yang muncul dari satu pihak, seperti wakaf, talak, dan sumpah, maupun yang muncul dari dua pihak, seperti jual beli, sewa, wakalah, dan gadai.²³

Sedangkan, (*al-bai' bi tsaman ajil*) lebih dikenal sebagai *murābahah*, yang berasal dari kata *ribhu* (keuntungan), adalah transaksi jual beli di mana bank menyebut jumlah keuntungannya. Bank bertindak sebagai penjual, sementara

²¹*Ibid.*, hlm. 7-9

²²Ismail, Op, Cit., hlm. 107.

²³Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hlm. 35

nasabah sebagai pembeli. Harga jual adalah harga beli bank dari pemasok ditambah keuntungan (*margin*).²⁴

Murābahah merupakan bagaian dari jual beli. Sistem ini mendominasi produk-produk yang ada di semua bank islam.

Jual beli merupakan salah satu sarana tolong-menolong antara sesama umat manusia yang diridhai Allah SWT.²⁵

2) Landasan Hukum *Murābahah*

a). Al-Qur'an Surah Al-Baqarah Ayat 275

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي
يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ
مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ
مِّن رَّبِّهِ فَآتَتْهَا فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ
فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya: orang-orang yang Makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah

²⁴Adiwarman Karim, Op, Cit., hlm. 98

²⁵Herry Sutanto & Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2013), hlm. 181.

penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.²⁶

Dari ayat di atas Allah menegaskan bahwa telah dihalkkan jual-beli dan diharamkan riba. Orang-orang yang membolehkan riba dapat ditafsirkan sebagai pembantahan hukum-hukum yang telah ditetapkan oleh Allah Yang Maha Mengetahui lagi Maha Bijaksana. Riba yang dahulu telah dimakan sebelum turunnya firman Allah ini, apabila pelakunya bertobat, tidak ada kewajiban untuk mengembalikannya dan dimaafkan oleh Allah. Sedangkan bagi siapa saja yang kembali lagi kepada riba setelah menerima larangan dari Allah, maka mereka adalah penghuni neraka dan mereka kekal di dalamnya.

Masalah riba merupakan masalah yang pelik bagi mayoritas ulama. Berhubung penerapannya dalam jaman modern ini akan bervariasi, maka perlu diperhatikan untuk selalu menjaga dari praktek riba, termasuk dalam perbankan, agar terhindar dari hal-hal yang diharamkan maupun yang syubhat (perkara yang hukumnya berada di antara halal dan haram).²⁷

3) Rukun Akad *Murābahah*

Rukun akad *Murābahah* yang harus dipenuhi dalam transaksi ada beberapa, yaitu:

²⁶Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Bogor: Syaamil Quran, 2007) hlm. 47.

²⁷Muhammad Nasib Ar-rifa'i, *Kemudahan Dari Allah – Ringkasan Tafsir Ibnu Katsir*, (Jakarta: Gema Insani, 1999), hlm. 236.

- a. Pelaku akad, yaitu *ba'i* (penjual) adalah pihak yang memiliki barang untuk dijual, dan *musytari* (pembeli) adalah pihak yang memerlukan dan akan membeli barang.
- b. Objek akad, yaitu *mabi'* (barang dagangan) dan *tsaman* (harga).
- c. *Shigah*, yaitu *ijab* dan *qabul*.²⁸

4) Syarat Akad *Murābahah*

Adapun syarat akad *Murābahah* adalah sebagai berikut:

- a. Syarat yang berakad (*ba'iu* dan *musytari*) cakap hukum dan tidak dalam keadaan terpaksa.
- b. Barang yang diperjualbelikan (*mabi'*) tidak termasuk barang yang haram dan jenis maupun jumlahnya jelas.
- c. Harga barang (*tsaman*) harus dinyatakan secara transparan (harga pokok dan komponen keuntungan) dan cara pembayarannya disebutkan dengan jelas.
- d. Pernyataan serah terima (*ijab qabul*) harus jelas dengan menyebutkan secara spesifik pihak-pihak yang berakad.²⁹

f. Akad *Muḍarābah*

1. Pengertian Akad *Muḍarābah*

Menurut para fuqaha, *muḍarābah* ialah akad antara dua pihak (orang) saling menanggung, salah satu pihak

²⁸Ascarya, Op. Cit., hlm. 82.

²⁹Veithzal Rivai, Op. Cit., hlm. 147.

menyerahkan hartanya kepada pihak lain untuk diperdagangkan dengan bagian yang telah ditentukan dari keuntungan, seperti setengah atau sepertiga dengan syarat-syarat yang telah di tentukan.³⁰

2. Dasar Hukum Akad *Muḍarābah*

Melakukan *muḍarābah* adalah boleh (mubah). Dasar hukumnya ialah sebuah hadis yang diriwayatkan oleh Ibnu Majah dari Shuhaib r.a., bahwasanya Rosulullah Saw telah bersabda:

قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ ثَلَاثٌ فِيهِنَّ الْبِرْكَةُ الْبَيْعُ إِلَى أَجَلٍ
وَالْمَقَارَضَةُ وَأَخْلَاطُ الْبُرِّ بِالشَّعِيرِ لِلْبَيْتِ لِلْبَيْعِ

Artinya: “Ada tiga perkara yang diberkati: jual beli yang ditangguhkan, memberi modal, dan mencampur gandum dengan jelai untuk keluarga, bukan untuk dijual.”³¹

3. Rukun Akad *Muḍarābah*

Menurut ulama Syafi’iyah, rukun-rukun *muḍarābah* ada enam, yaitu.

- a. Pemilik barang yang menyerahkan barang-barangnya.
- b. Orang yang bekerja, yaitu mengelola barang yang diterima dari pemilik barang.
- c. *Aqad muḍarābah*, dilakukan oleh pemilik dengan pengelola barang.

³⁰Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hlm. 136.

³¹Abu Abdillah Al-Bukhari, *Shahih Al-Bukhari*, (Lebanon: Dar al-ilm, t.t.), juz 1, hlm. 11

- d. *Māl*, yaitu harga pokok atau modal.
- e. *Amal*, yaitu pekerjaan pengelolaan harta sehingga menghasilkan laba.
- f. Keuntungan.

4. Syarat Akad *Muḍarābah*

- a. Modal atau barang yang diserahkan itu berbentuk uang tunai. Apabila barang itu berbentuk mas atau perak batangan (*tabar*), mas hiasan atau barang dagangan lainnya, *muḍarābah* tersebut batal.
- b. Bagi orang yang melakukan akad disyaratkan mampu melakukan *tassarruf*, maka dibatalkan akad anak-anak yang masih kecil, orang gila, dan orang-orang yang berada di bawah pengampuan.
- c. Modal harus diketahui dengan jelas agar dapat dibedakan antara modal yang diperdagangkan dengan laba atau keuntungan dari perdagangan tersebut yang akan dibagikan kepada dua belah pihak sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati.
- d. Keuntungan yang akan menjadi milik pengelola dan pemilik modal harus jelas persentasenya, umpamanya setengah, sepertiga, atau seperempat.

- e. Melafazkan ijab dari pemilik modal, misalnya aku serahkan uang ini kepadamu untuk dagang jika ada keuntungan akan dibagi dua dan kabul dari pengelola.
- f. *mudārābah* bersifat mutlak, pemilik modal tidak mengikat pengelola harta untuk berdagang di negara tertentu, memperdagangkan barang-barang tertentu, pada waktu-waktu tertentu, sementara di waktu lain tidak karena persyaratan yang mengikat sering menyimpang dari tujuan akad *mudārābah*, yaitu keuntungan.³²

g. Akad *Musyārakah*

1. Pengertian Akad *Musyārakah*

Menurut Ascarya *Musyārakah* adalah:

Musyārakah merupakan akad bagi hasil ketika dua atau lebih pengusaha pemilik dana atau modal bekerja sama sebagai mitra usaha, membiayai investasi usaha baru atau yang sudah berjalan. Mitra usaha pemilik modal berhak ikut serta dalam manajemen perusahaan, tetapi itu tidak merupakan keharusan. Para dapat membagi pekerjaan mengelola usaha sesuai kesepakatan dan mereka juga dapat meminta gaji/upah untuk tenaga dan keahlian yang mereka curahkan untuk usaha tersebut.³³

2. Rukun Akad *Musyārakah*

- a. Pelaku akad, yaitu para mitra usaha.
- b. Objek akad, yaitu modal (*māl*), kerja (*darābah*), dan keuntungan (*riḥ*).
- c. *Shighah*, yaitu *Ijab* dan *Qabul*.

³²*Ibid.*, hlm. 139-140.

³³Ascarya, Op, Cit., hlm. 51.

2. Syarat Akad *Musyārahah*

Karena *musyārahah* merupakan hubungan yang dibentuk oleh para mitra melalui kontrak atau akad yang disepakati bersama, maka otomatis empat syarat akad yaitu.

- a. Syarat berlakunya akad (*In'iqod*)
- b. Syarat sahnya akad (*Shighah*)
- c. Syarat terealisasikannya akad (*Nafadz*)
- d. Syarat *Lazim* juga harus dipenuhi. Misalnya, para mitra usaha harus memenuhi syarat pelaku akad (*ahliyah* dan *wilayah*), akad harus dilaksanakan atas persetujuan para pihak tanpa adanya tekanan, penipuan, atau penggambaran yang keliru, dan sebagainya.³⁴

1.3. Pelayanan

a. Pengertian Pelayanan

Pelayanan adalah kegiatan pemberian jasa dari suatu pihak kepada pihak lainnya. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah, adil, cepat, tepat dan dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya.³⁵ Pelayanan pelanggan (*customer service*) adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada nasabah, melalui pelayanan yang dapat memenuhi

³⁴Ascarya, *Ibid.*, hlm. 53.

³⁵Malayu S.P Hasibuan, *Dasar-dasar Perbankan*(Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2009), hlm.

keinginan dan kebutuhan nasabah. Ada dua faktor yang mempengaruhi pelayanan yaitu:

- a. Pelayanan yang diharapkan, merupakan penilaian terhadap keseluruhan keunggulan produk.
- b. Pelayanan yang dirasakan, merupakan pertimbangan global yang berhubungan dengan superioritas pelayanan.

Hasil kajian empiris tentang persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa berfokus pada lima dimensi. Adalah sebagai berikut:

- 1) Bukti fisik (*tangibles*), merupakan kemampuan dalam menampilkan fasilitas fisik, perlengkapan, keamanan, pegawai dan sarana komunikasi.
- 2) Empati (*empathy*), sebagai bentuk perhatian pribadi, memahami kebutuhan pelanggan, komunikasi yang baik.
- 3) Reabilitas (*reability*), keandalan yang mampu untuk meningkatkan pelayanan dengan segera, tepat waktu, akurat dan memuaskan.
- 4) Daya tanggap (*responsiveness*), merupakan kemampuan kecepatan karyawan yang bertugas dalam menanggapi permintaan pelanggan dan kemampuan menyelesaikan keluhan pelanggan dengan tepat.

5) Jaminan (*assurance*), yakni mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan.³⁶

b. Ciri-ciri Pelayanan Yang Baik

Setiap bank selalu ingin dianggap yang memberikan pelayanan terbaik di mata nasabahnya. Berikut ini adalah ciri-ciri pelayanan yang baik dan harus dipenuhi oleh bank, yaitu:

- 1). Tersedia sarana dan prasarana yang baik.
- 2). Tersedia karyawan yang baik.
- 3). Bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga selesai pelayanannya.
- 4). Mampu melayani secara cepat dan tepat.
- 5). Mampu berkomunikasi.
- 6). Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi.
- 7). Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik.
- 8). Berusaha memahami kebutuhan nasabah.
- 9). Mampu memberikan kepercayaan pada nasabah.³⁷

B. Penelitian Terdahulu

Sebelumnya penelitian yang berkaitan dengan minat pedagang melakukan pembiayaan sudah dilakukan peneliti lain. Adapun penelitian terdahulu sebagai berikut:

³⁶Nur Rianto Al Arif, Op, Cit., hlm. 221.

³⁷Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2004), hlm. 187.

Tabel2.
Peneitian Terdahulu

Nama peneliti dan Tahun	Judul Skripsi	Variabel	Hasil Penelitian
Bagja Sumantri (2014)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Pembiayaan Terhadap Minat dan Keputusan menjadi Nasabah di Bank Syariah	Kualitas Pelayanan (X1) Produk(X2) Minat dan Keputusan (Y)	Ada pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap minat menjadi nasabah. Kualitas pelayanan juga berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah. Produk pembiayaan juga berpengaruh positif terhadap minat dan keputusan menjadi nasabah di bank syariah.
Purnama Utami Rangkuti (2015)	Faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menggunakan Jasa Bank Syariah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan.	Pelayanan (X1) Produk (X2) Minat Nasabah Dalam Menggunakan Jasa Bank Syariah di Bank Muamalat (Y)	Faktor pelayanan dan produk, dari hasil uji F diperoleh F hitung sebesar 19,686 sedabgkan F tabel 3,092 dengan tingkat probabilitas signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Faktor pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi dapat digunakan dan ada pengaruh secara bersama-sama dari pelayanan dan produk terhadap minat nasabah. Terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan terhadap minat nasabah diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel} = 2.126 > -1.985$ maka pelayanan berpengaruh

			secara signifikan terhadap minat nasabah. Terdapat pengaruh yang signifikan antara produk dengan minat nasabah diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel} = 4.335 > -1.985$ maka produk berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah.
Sri Rahayu (2015)	Pengaruh Produk dan Pelayanan Terhadap Minat Pedagang Sangkumpul Bonang Melakukan Pembiayaan <i>Murabahah</i> di PT BPRS Oloan Ummah Sidempuan	Produk (X1) Pelayanan (X2) Minat Nasabah (Y)	Variabel produk dan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam pembiayaan <i>murabahah</i> di PT BPRS Oloan Ummah Sidempuan dan nilai $r^2 = 0,905$ menunjukkan bahwa 90,5% variabel produk dan pelayanan dapat mempengaruhi minat nasabah dalam pembiayaan <i>murabahah</i> .

Berdasarkan penelitian sebelumnya diatas maka peneliti ingin meneliti pengaruh Produk dan Pelayanan terhadap minat pedagang pakaian di Pasar Baru Panyabungan melakukan pembiayaan pada bank syariah di Panyabungan. Dikarenakan beberapa hal yang menjadi pembeda antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya.

1. Bagja Sumantri (2014), Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Pembiayaan Terhadap Minat dan Keputusan menjadi Nasabah di Bank Syariah. Penelitian ini menggunakan variabel Y minat dan keputusan nasabah, yang membedakan penelitian ini variabelnya, dimana penelitian

terdahulu menggunakan kualitas pelayanan, sedangkan penelitian ini Pelayanan.

2. Purnama Utami Rangkuti (2015), Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menggunakan Jasa Bank Syariah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Padangsidempuan. Penelitian ini menggunakan variabel X_1 Pelayanan dan X_2 Produk, sedangkan yang membedakan penelitian ini adalah variabel Y dimana penelitian terdahulu melakukan penelitian minat nasabah dalam menggunakan jasa bank syariah. Sedangkan peneliti menggunakan variabel Y minat nasabah melakukan pembiayaan di bank syariah.
3. Sri Rahayu (2015), Pengaruh Produk dan Pelayanan Terhadap Minat Pedagang Sangkumpul Bonang Melakukan Pembiayaan *murābahah* di PT BPRS Oloan Ummah Sidempuan. Menggunakan X_1 , X_2 dan Y sama dengan peneliti, yang membedakannya terletak pada lokasi penelitian, penelitian terdahulu melakukan penelitian di BPRS Oloan Ummah Sidempuan, sedangkan penelitian dilakukan di bank syariah Panyabungan.

C. Kerangka Pikir

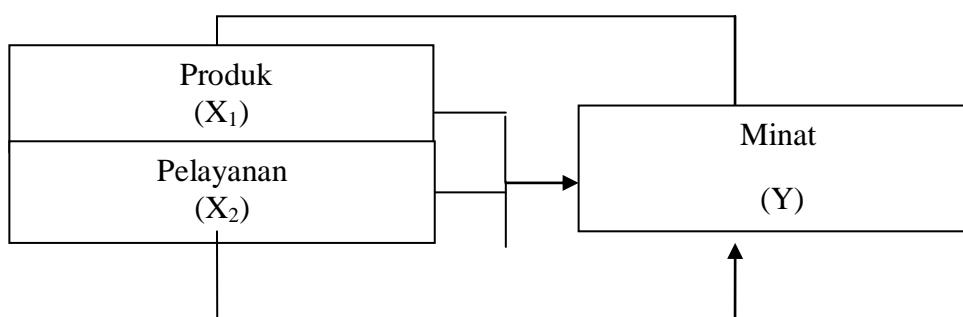
Kerangka pikir adalah gambaran tentang hubungan antara variabel dalam suatu penelitian. Kerangka pikir diuraikan oleh jalan pikiran menurut kerangka yang logis. Inilah yang disebut *logical construct*.³⁸ Kerangka

³⁸Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), hlm.75.

berpikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis pertautan antara variabel yang akan diteliti.³⁹

Maka kerangka pikir dalam penelitian ini dijelaskan dan disajikan padagambarberikutini:

Gambar1.
Kerangka Pikir



Dari gambar diatas dapat dilihat kerangka pikir dari penelitian ini adalah X₁ berpengaruh secara persial terhadap Y, X₂ berpengaruh secara persial terhadap Y dan X₁ dan X₂ berpengaruh secara simultan terhadap Y.

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian ini adalah jawaban sementara terhadap permasalahan penelitian, yang kebenarannya harus di uji secara empiris.⁴⁰ Jawaban sementara yang dimaksud adalah jawaban sementara terhadap masalah yang telah dirumuskan.

Berdasarkan landasan teori dan kerangka pikir diatas dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut :

³⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 88

⁴⁰Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005), hlm. 21.

H₁= Produk berpengaruh terhadap minat pedagang pakaian di Pasar Baru Panyabungan melakukan pembiayaan pada Bank Syariah di Panyabungan.

H₂= Pelayanan berpengaruh terhadap minat pedagang pakaian di Pasar Baru Panyabungan melakukan pembiayaan pada Bank Syariah di Panyabungan.

H₃= Produk dan Pelayanan berpengaruh terhadap minat pedagang pakaian di Pasar Baru Panyabungan melakukan pembiayaan pada Bank Syariah di Panyabungan.

BAB III METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Pasar Baru Panyabungan, Kec. Panyabungan Kota, Kab. Mandailing Natal. Adapun waktu penelitian dimulai pada bulan Juni 2017 sampai Desember tahun 2017.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data bersifat kuantitatif statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.¹

Penelitian kuantitatif merupakan metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antara variabel. Variabel-variabel diukur dengan instrumen penelitian sehingga data yang terdiri dari angka-angka dapat dianalisis berdasarkan prosedur statistik.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah merujuk sekumpulan orang atau objek yang memiliki kesamaan dalam satu atau beberapa hal yang membentuk masalah pokok

¹Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm.13.

dalam suatu penelitian.² Populasi adalah suatu kelompok dari elemen penelitian, di mana elemen adalah unit terkecil yang merupakan sumber dari data yang diperlukan.³ Adapun populasi dari penelitian ini adalah pedagang pakaian di Pasar Baru Panyabungan. Adapun jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 423 pedagang pakaian.

2. Sampel

Sampel adalah “sebagian atau wakil populasi yang diteliti”.⁴ Selain itu sampel juga biasa disebut dari sebagian dari objek yang akan diteliti yang dipilih sedemikian rupa sehingga mewakili keseluruhan objek (populasi) yang ingin diteliti.⁵

Adapun pengambilan sampel penelitian ini menggunakan metode *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* adalah anggota sampel dengan sengaja dipilih tidak secara acak. Penentuan terpilih dilakukan dengan pengetahuan bahwa sampel bersangkutan tidaklah representatif terhadap populasi.⁶

Sampel dari penelitian ini adalah Pedagang pakaian di Pasar Baru Panyabungan yang melakukan pembiayaan pada Bank Syariah di Panyabungan. Berdasarkan kriteria tersebut, maka sampel penelitian ini sebanyak 75 Pedagang pakaian di Pasar Baru Panyabungan.

²Muhammad, Op, Cit., hlm. 61.

³Mudrajad Kuncoro, *Metode riset untuk bisnis & ekonomi*, (Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2009), hlm. 123.

⁴*Ibid.*, hlm. 104.

⁵Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), hlm. 51.

⁶Morissan, *Metode penelitian survei*, (Jakarta: Kencana, 2012), hlm. 117.

D. Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data primer. Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan menyebar angket atau kuesioner kepada responden yaitu pedagang pakaian di Pasar Baru Panyabungan yang menjadi nasabah pada bank syariah di Panyabungan.

E. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu indeks yang menunjukkan alat ukur tersebut benar- benar mengukur apa yang diukur.

Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pertanyaan-pertanyaan pada kuisisioner yang harus dibuang atau diganti karena tidak dianggap relevan. Bila skala pengukuran tidak *valid*, maka tidak bermanfaat bagi peneliti karena tidak mengukur dan melakukan apa yang seharusnya dilakukannya. Uji validitas yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan *Purposive Sampling* dengan aplikasi SPSS versi 22.

2. Uji Reliabilitas

Reabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Hasil perhitungan reabilitas

dikonsultasikan dengan r_{tabel} *Purposive Sampling* dengan taraf signifikan 10%.⁷

Reliabilitas adalah suatu instrumen penelitian dikatakan mempunyai nilai reliabilitas yang tinggi, apabila yang dibuat, mempunyai hasil yang konsisten dalam mengukur yang hendak diukur.⁸

Jadi penelitian yang reliabel belum tentu *valid*, tetapi penelitian ini sudah pasti penelitian reliabel. Setelah di uji validitas instrumen, item-item yang gugur dibuang dan item yang tidak gugur dimasukkan kedalam uji reliabilitas.

Penelitian uji reliabilitas dilakukan dengan rumus *Croanbachis Alpha*. Jika nilai *Croanbachis Alpha* $> 0,60$, maka pertanyaan- pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah “reliabel”. Jika nilai *Croanbachis Alpha* $> 0,60$ maka pertanyaan- pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut “tidak reliabel”.⁹

F. Instrumen Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data tentang pengaruh produk dan pelayanan terhadap minat pedagang pakaian pasar baru panyabungan melakukan pembiayaan Bank Syariah, maka metode yang digunakan adalah melalui penyebaran angket (*kuesioner*) dan observasi.

⁷Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi & Karya Ilmiah* (Jakarta: Kencana, 2011), hlm. 132.

⁸Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi dan Praktiknya* (Jakarta: Bumi Aksara, 2003), hlm. 121.

⁹Getut Pramesi, *Kupas Tuntas Data Penelitian dengan SPSS 22* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2014), hlm. 26.

1. Metode Angket (*kuesioner*)

Adalah suatu daftar yang berisikan rangkaian pertanyaan mengenai sesuatu masalah atau bidang yang akan diteliti. *Kuesioner* yang dipakai disini adalah model tertutup karena jawaban telah disediakan dan pengukurannya menggunakan skala Ordinal, skala Ordinal digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan lima alternatif jawaban dalam suatu daftar pertanyaan, responden diminta untuk memilih salah satu alternatif jawaban yang telah disediakan sebagai berikut.

Tabel 3.
Alternatif Jawaban

Simbol	Alternatif Jawaban	Nilai
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
RR	Ragu-ragu	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Tabel 4.
Kisi-kisi Produk

NO	Indikator	Nomor Soal
1	Manfaat inti produk	1, 2, 3
2	Kelebihan yang dimiliki produk	4, 5, 6
3	Potensi masa depan produk	7, 8, 9, 10

Tabel 5
Kisi-kisi Pelayanan

NO	Indikator	Nomor Soal
1	Bukti fisik (<i>tangibles</i>)	1, 2
2	Empati (<i>empaty</i>)	3, 4
3	Reabilitas (<i>reability</i>)	5, 6
4	Daya tanggap (<i>responsiveness</i>)	7, 8
5	Jaminan (<i>assurance</i>)	9, 10

Tabel 6
Kisi-kisi Minat

NO	Indikator	Nomor Soal
1	Dorongan dari dalam individu	1, 2, 3
2	Motif sosial	4, 5, 6
3	Faktor emosional	7, 8, 9, 10

2. Observasi

Orang seringkali mengartikan observasi sebagai suatu aktivitas yang sempit, yakni memperhatikan sesuatu dengan mata. Di dalam pengertian psikologis, observasi atau yang disebut pula dengan pengamatan, meliputi kegiatan pemutusan perhatian terhadap sesuatu objek dengan menggunakan seluruh alat indera. Jadi, mengobservasi dapat dilakukan melalui penglihatan, penciuman, pendengaran, perabaan dan pengecap.¹⁰ Peneliti mengamati langsung tentang minat pedagang pakaian Pasar Baru Panyabungan terhadap melakukan pembiayaan pada bank syariah di Panyabungan.

¹⁰Suharsimi Arikunto, *Op. Cit.*, hlm. 156.

G. Teknik Analisis Data

Setelah data terkumpul maka akan dilakukan analisis data. Metode analisis data dilakukan dengan bantuan *SPSS versi 22* sebagai alat hitung. Tehnik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Analisis Deskriptif

Analaisis deskriptif merupakan proses pengolahan data untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui sampel atau populasi. Metode ini bertujuan untuk mengetahui gambaran variabel penelitian yaitu produk (X_1) dan pelayanan (X_2) terhadap minat pedagang pakaian di Pasar Baru Panyabungan melakukan pembiayaan (Y). Analisis deskriptif meliputi penyajian data melalui tabel, grafik, diagram lingkaran, perhitungan modus, median, mean dan perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata – rata dan standar deviasi.¹¹Hal ini perlu dilakukan untuk melihat gambaran keseluruhan dari sampel yang berhasil dikumpulkan dan memenuhi syarat untuk dijadikan sampel penelitian.

2. Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas adalah untuk menguji model regresi distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal. Uji normalitas biasanya dapat dilakukan untuk mengukur data berskala ordinal, interval ataupun rasio. Jika analisis menggunakan metode parametrik, maka

¹¹Sugiyono,Op, Cit., hlm. 206.

persyaratan normalitas harus terpenuhi. Jika data tidak terdistribusi dengan normal, atau jumlah sampel sedikit dan jenis data adalah nominal atau ordinal maka metode yang digunakan adalah statistik *non* parametrik.

3. Uji Linearitas

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak. Data yang baik seharusnya terdapat hubungan yang linier antara variabel independen dengan variabel dependen. Jika nilai Sig. > 0,1 maka dinyatakan linier sedangkan jika nilai Sig. < 0,1 maka dinyatakan tidak linier.¹²

4. Uji Asumsi Klasik

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

a) Uji Multikolinearitas

Gujarati menyatakan bahwa uji multikolinearitas adalah fenomena sampling. Terjadi pada sampel bukan pada populasi.¹³ Uji multikolinearitas merupakan uji yang ditunjukkan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Model uji ini yang baik selayaknya tidak terjadi multikolinearitas.

¹²Sugiyono dan Agus Susanto, *Cara Mudah Belajar SPSS dan Lisrel* (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 324.

¹³Moch dan Doddy Ariefianto, *Ekometrika*, (Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama, 2012), hlm. 20.

Kriteria menguji terjadinya multikolinieritas yaitu:

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

b) Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas adalah untuk melihat apakah ada ketidaksamaan variasi dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah dimana terdapat peresamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap atau disebut homokedastisitas. Kriteria pengujian ini adalah:

- 1) H_0 diterima jika $-t_{\text{tabel}} \leq t_{\text{hitung}}$ hal ini menunjukkan tidak terdapat heteroskedastisitas.
- 2) H_a ditolak jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ atau $-t_{\text{hitung}} < -t_{\text{tabel}}$ yang terdapat heteroskedastisitas.

c) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah untuk melihat apakah terjadi korelasi antara suatu periode dengan periode sebelumnya. Model regresi yang baik

adalah regresi yang bebas dari autokorelasi atau tidak terjadi autokorelasi. dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Jika d lebih kecil dari d_l atau lebih besar dari $(4-d_l)$ maka hipotesis nol (H_0) ditolak yang artinya terdapat autokorelasi.
- 2) Jika d terletak antara d_U dan $(4-d_U)$, maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi.
- 3) Jika terletak antara d_l dan d_U atau diantara $(4-d_U)$ dan $(4-d_l)$ maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

Rumus uji Durbin Watson adalah:

$$d = \frac{\sum(e_n - e_{n-1})^2}{\sum e_n^2}$$

Keterangan :

d = nilai Durbin –Watson

e = residual

5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

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

6. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel independen produk (X_1) dan pelayanan (X_2) terhadap

variabel dependen yaitu minat nasabah (pedagang pakaian Pasar Baru Panyabungan) dalam melakukan pembiayaan(Y) di Bank Syariah Kc Panyabungan. Adapun bentuk persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:¹⁴

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

Keterangan:

Y	: Minat
X ₁	: Produk
X ₂	: Pelayanan
a	: Konstanta
b ₁ b ₂	: Koefisien regresi
e	: error

7. Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Uji statistik t digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.¹⁵ Ketentuannya adalah jika nilai sig < 0,1 maka H₀ ditolak dan H_a diterima. Dan selanjutnya H₀ diterima. Dan selanjutnya H₀ diterima jika -t tabel ≤ t hitung ≤ t tabel sebaliknya, H₀ ditolak jika -t hitung < -t tabel atau t hitung > t tabel. Dan berdasarkan probabilitasnya H₀ diterima jika p value > 0,1 dan sebaliknya H₀ jika p value < 0,1.

¹⁴Sugiyono, Op, Cit., hlm. 211.

¹⁵Dwi Priyanto, *Mandiri Belajar SPSS* (Jakarta: PT Buku Kita, 2008), hlm. 83.

Rumus t hitung adalah:

$$t \text{ hitung} = r \sqrt{\frac{n-3}{1-r^2}}$$

Keterangan

r = koefisien korelasi parsial

n = jumlah data atau kasus

8. Uji F

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama – sama terhadap variabel terikat.¹⁶

Kriteria pengujian:

- 1) Jika $F_{hitung} < F$ maka H_0 diterima.
- 2) Jika $F_{hitung} > F$ maka H_0 di tolak.

¹⁶Mudjarat Kuncoro, Op, Cit., hlm. 239.

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum PT. Bank Syariah Unit Panyabungan

1. Sejarah Berdirinya Bank Syariah di Panyabungan

Perkembangan perbankan syariah telah mengalami kemajuan yang signifikan dalam melayani kebutuhan masyarakat Indonesia. Lahirnya UU No. 10 Tahun 1998 tentang Perubahan atas UU No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan, telah memungkinkan bank syariah beroperasi. Perbankan syariah yang ada di Panyabungan sebagai berikut:

- a. Bank Syariah Mandiri Panyabungan didirikan pada tanggal 23 Juni 2009 resmi dibuka berdasarkan SK. Direksi PT. Bank Sumut No. 256/Dir/DPr-PP/SK/2009 perihal pembukaan Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan. Kantor Cabang Pembantu ini merupakan KCP yang bertaraf kelas III.
- b. Bank Muamalat Payabungan didirikan tepat pada tanggal 22 Desember 2004 Bank Muamalat resmi dibuka di Kabupaten Mandailing Natal Panyabungan. Pendirian bank ini diresmikan oleh bapak Ir. Fauzi selaku *Branch Manager* Bank Muamalat Cabang Padangsidempuan. Pada awal pendiriannya Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Panyabungan ini merupakan Kantor Kas Muamalat yang di ketuai oleh bapak Ir. Fauzi selaku *Branch*

Manager Bank Muamalat Cabang Padangsidempuan, yang setiap minggunya kantor kas ini didatangi oleh pengawas dari kantor Cabang Padangsidempuan.

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

Kebijakan dan gagasan untuk mendirikan Unit Usaha Syariah didasari tingginya minat masyarakat untuk mendapatkan layanan berbasis Syariah dan telah berkembang cukup lama dikalangan pemangku kepentingan Bank Syariah, terutama sejak keluarnya UU No. Tahun 1998 yang memberi peluang bagi Bank Konvensional untuk mendirikan Unit Usaha Syariah, karena akibat krisis moneter yang terjadi pada tahun 1987.

Strategi yang dilakukan oleh Bank Syariah dalam rangka pengembangan Unit Usaha Syariah adalah:

- a. Menetapkan Target Pasar

Pasar yang dijadikan sasaran adalah masyarakat kelas menengah ke atas yang telah memiliki kesadaran untuk menggunakan jasa perbankan dan mempunyai kesadaran untuk menerapkan ajaran Islam dengan baik. Selain dari masyarakat, pendanaan juga akan digalang dari organisasi-organisasi dan

yayasan Islam yang memiliki kegiatan kemasyarakatan dengan perputaran dana yang relative signifikan.

b. Melakukan Sosialisasi dan Promosi

Oleh karena jasa Perbankan Syariah merupakan produk yang relatif baru, upaya sosialisasi dan edukasi terhadap nasabah dan masyarakat harus senantiasa diupayakan. Untuk mewujudkan upaya ini, Bank Syariah telah menjalin kerjasama dengan perguruan tinggi, organisasi-organisasi keagamaan, sosialisasi tentang produk-produk Perbankan Syariah ini juga menggunakan media komersial seperti media cetak, televisi, radio, dan juga melalui brosur, spanduk, banner, baliho, serta aktif mengikuti pameran dengan membuka standar.

c. Pengembangan Infrastruktur Teknologi Sistem Informasi

Teknologi Sistem Informasi dan Operasi di era system komputerisasi saat ini merupakan hal yang sangat penting untuk diterapkan. Oleh karena itu, Bank Syariah bekerja sama dengan pihak PT. Collega Inti Pratama sebagai konsultan untuk mengembangkan teknologi informasi yang dapat mendokumentasikan seluruh proses internal layanan produk dan jasa syariah dengan tingkat keamanan dan akurasi yang tinggi.

d. Pengembangan Produk

Pengembangan produk lebih difokuskan kepada produk pembiayaan, produk penghimpunan dana dan produk jasa.

Pengembangan dari masing- masing produk akan disesuaikan dengan kebutuhan dan perkembangan pasar.

2. Visi dan Misi Bank Syariah

Visi adalah cara pandang jauh kedepan kemana perusahaan harus dibawa, harus dapat eksis, ansipatif dan inovatif. Visi merupakan suatu gambaran yang menentang tentang keadaan masa depan yang diinginkan oleh manajemen dan *stakeholder*. Adapun visi yang ditetapkan oleh Bank Syariah adalah menjadi Bank andalan untuk membantu dan mendorong pertumbuhan perekonomian dan pembangunandalam rangka peningkatan taraf hidup rakyat.

Perusahaan untuk mewujudkan visi yang telah ditetapkan, maka setiap proses harus mempunyai misi yang jelas, karena misi merupakan pernyataan yang menetapkan tujuan perusahaan dan sasaran yang ingin dicapai, juga merupakan pernyataan yang harus dilaksanakan oleh manajemen yang harus memperlihatkan secara jelas hal apa yang penting bagi perusahaan.

Misi dari Bank Syariah adalah mengelola dana pemerintah dan masyarakat secara professional yang dalam pelaksanaannya dilakukan dengan selalu berpedoman pada prinsip *Good Corporate Governance*.

Sebagai bank yang memiliki visi dan misi yang tersebut diatas, Bank Syariah senantiasa berusaha mengikuti perkembangan yang ada, termasuk rencana untuk mendirikan Unit atau Devisi Usaha Syariah. Secara garis besar, terdapat tiga pertimbangan utama yang menjadi

landasan pengembangan Unit atau Divisi Usaha Syariah Bank Syariah yaitu:

- a. Memperluas jangkauan target pasar Bank Syariah khususnya umat Islam, sehingga mendorong partisipasi masyarakat yang lebih besar dalam kegiatan ekonomi.
- b. Meningkatkan kualitas layanan produk dan jasa perbankan sehingga memperkuat daya saing Bank Syariah.
- c. Meningkatkan sumber pendapatan dalam rangka memperkuat tingkat kesehatan Bank Syariah.

Berdasarkan pertimbangan tersebut dan sebagai Unit Usaha dibawah organisasi Bank Syariah maka visi divisi Usaha Syariah adalah mendukung pencapaian visi Bank Syariah secara umum. Atas hal tersebut diatas, maka divisi Usaha Syariah telah menetapkan visi dan misi sebagai berikut:

1. Visi Bank Syariah adalah meningkatkan keunggulan Bank Syariah dengan memberikan layanan lebih luas berdasarkan prinsip Syariah sehingga mendorong partisipasi masyarakat secara luas dalam pembangunan Ekonomi dalam rangka mewujudkan masyarakat yang sejahtera.
2. Misi Bank Syariah adalah meningkatkan posisi Bank Syariah melalui prinsip layanan Perbankan Syariah yang aman, adil dan saling menguntungkan serta dikelola secara profesional.

B. Gambaran Umum Tentang Pasar Baru Panyabungan

1. Sejarah Pasar Baru Panyabungan

Pasar Baru Panyabungan mulai dibangun tahun 2002 dan diaktifkan mulai tahun 2004. Dalam kurun waktu 10 tahun, sejalan dengan pertumbuhan pedagang kaki lima yang jumlahnya sangat pesat yang kurang lebih jumlahnya sebanyak 540 pedagang kaki lima sehingga dalam mengatasi lonjakan tersebut pemerintah daerah telah berupaya memperluas pengembangan lahan dengan status sewa guna para pedagang.

Pasar Baru Panyabungan dengan klasifikasi Pasar Kelas I terletak di Kota Panyabungan dan merupakan Ibu Kota Kabupaten Mandailing Natal yang dibangun diatas areal seluas 2.622 m², dengan kapasitas Toko sebanyak 16 Unit, Kios sebanyak 750 unit dan Losd sebanyak 300 Unit, di tambah dengan utilitas lainnya seperti : MCK 3 unit, Musolla 1 unit, Pos Jaga 5 unit, Pagar Beton sekeliling Pasar dan dilengkapi dengan drainase keliling serta jalan keliling yang telah di aspal.

2. Visi dan Misi Dinas Pasar Baru Panyabungan

Adapun Visi dari Dinas Perdagangan Kabupaten Mandailing Natal adalah **“Terwujudnya Usaha Perekonomian yang Maju dan Mandiri”**

Misi merupakan perangkat yang menetapkan tujuan organisasi dan sasaran yang ingin dicapai. Misi Dinas Perdagangan Kabupaten

Mandailing Natal menggambarkan hal-hal dan langkah-langkah yang harus ditempuh dalam mewujudkan visi yang telah ditetapkan sehingga dalam visi terlihat masih abstrak namun dalam misi akan kelihatan lebih nyata.

Beberapa pernyataan Misi Dinas Perdagangan Kabupaten Mandailing Natal, adalah :

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

C. Analisis Hasil Penelitian

Untuk menguji data penelitian maka peneliti menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 22. Hasil pengujian data sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk dapat melihat apakah data yang ada valid atau tidak. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} . Dengan signifikansi 10% atau 0,1 dimana jumlah sampel 75 dengan derajat kebebasan $(df)=n-2$, dimana n = jumlah sampel, jadi $df = 75 - 2 = 73$, maka diperoleh r_{tabel} sebesar 0,1914. Sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation*. Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} maka butir pernyataan tersebut dikatakan valid. Uji validitas produk dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.1
Hasil Uji Validitas Produk

Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Produk1	0,253	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n= 75$. Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,1914$	Valid
Produk2	0,418		Valid
Produk3	0,641		Valid
Produk4	0,303		Valid
Produk5	0,691		Valid
Produk6	0,615		Valid
Produk7	0,230		Valid
Produk8	0,262		Valid
Produk9	0,234		Valid
Produk10	0,196		Valid

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa item pertanyaan 1-10 untuk produk semuanya valid. Berdasarkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ yang dimana r_{tabel} adalah 0,1914. Uji validitas pelayanan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.2
Hasil Uji Validitas Pelayanan

Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Pelayanan1	0,644	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan	Valid
Pelayanan2	0,588		Valid

Pelayanan3	0,552	n = 75. Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,1914$	Valid
Pelayanan4	0,511		Valid
Pelayanan5	0,504		Valid
Pelayanan6	0,478		Valid
Pelayanan7	0,469		Valid
Pelayanan8	0,196		Valid
Pelayanan9	0,302		Valid
Pelayanan10	0,506		Valid

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

Pada tabel di atas dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-10 untuk pelayanan adalah valid. Berdasarkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dimana r_{tabel} adalah 0,1914. Uji validitas minat dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.3
Hasil Uji Validitas Minat

Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Minat1	0,279	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan n = 75. Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,1914$	Valid
Minat2	0,468		Valid
Minat3	0,225		Valid
Minat4	0,446		Valid
Minat5	0,692		Valid
Minat6	0,427		Valid
Minat7	0,490		Valid
Minat8	0,253		Valid
Minat 9	0,197		Valid
Minat 10	0,240		Valid

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

Pada tabel di atas dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-10 untuk minat adalah valid. Berdasarkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dimana r_{tabel} adalah 0,1914.

2. Uji Reabilitas

Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,600$. Uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.4
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
Produk	0,670	11
Pelayanan	0,704	11
Minat	0,668	11

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

Dilihat dari hasil di atas menunjukkan bahwa *Cronbach's Alpha* untuk produk $0,670 > 0,600$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pada produk (X_1) adalah reliabel. Kemudian *Cronbach's Alpha* untuk pelayanan $0,704 > 0,600$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pada pelayanan (X_2) adalah reliabel. *Cronbach's Alpha* untuk minat $0,668 > 0,600$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pada minat (Y) adalah reliabel.

3. Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan proses pengolahan data untuk mendeskripsikan atau memberikan gambaran terhadap objek yang diteliti. Analisis deskriptif meliputi penyajian data melalui tabel, mean minimum, maximum dan perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.5
Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Produk	75	12.47	19.50	17.9076	1.25634
Pelayanan	75	20.34	31.51	28.8685	2.16676
Minat	75	13.02	18.96	17.1492	1.20542
Valid N (listwise)	75				

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa Produk dengan jumlah data (N) sebanyak 75 mempunyai nilai *mean* sebesar 17.9076 dengan nilai minimum 12,47 dan nilai maksimum 19,50 serta standar deviasinya sebesar 1,25634. Pelayanan dengan jumlah data (N) sebanyak 75 mempunyai nilai *mean* sebesar 28,8685 dengan nilai minimum 20,34 dan nilai maksimum 31,51 serta standar deviasinya sebesar 2,16676. Variabel Minat dengan jumlah data (N) sebanyak 75 mempunyai nilai *mean* sebesar 17,1492 dengan nilai minimum 13,02 dan nilai maksimum 18,96 serta standar deviasinya sebesar 1,20542.

4. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas pada penelitian ini dilakukan dengan *kolmogrov-smirnov test*. Distribusi data dinyatakan memenuhi asumsi normalitas jika nilai $p > 0,1$ sebaliknya jika nilai $p < 0,1$ maka diinterpretasikan sebagai tidak normal. Uji normalitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.6
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Produk	Pelayanan	Minat
N		75	75	75
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	17.9076	28.8685	17.1492
	Std. Deviation	1.25634	2.16676	1.20542
Most Extreme Differences	Absolute	.229	.255	.194
	Positive	.132	.128	.099
	Negative	-.229	-.255	-.194

Kolmogorov-Smirnov Z	.229	.255	.194
Asymp. Sig. (2-tailed)	.000 ^c	.000 ^c	.000 ^c

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa nilai *Kolmogrov-Smirnov Z* produk sebesar $0,229 > 0,1$ maka produk (X_1) memenuhi asumsi normalitas. Nilai *Kolmogrov-Smirnov Z* pelayanan sebesar $0,255 > 0,1$ maka pelayanan (X_2) memenuhi asumsi normalitas. Nilai *Kolmogrov-Smirnov Z* minat sebesar $0,194 > 0,1$ maka minat (Y) memenuhi asumsi normalitas.

5. Uji Linearitas

Uji linearitas dilakukan dengan mencari persamaan garis regresi variabel bebas x terhadap variabel terikat y. Uji linearitas digunakan untuk melihat apakah model yang dibangun mempunyai hubungan linear atau tidak. Uji linearitas digunakan untuk menginformasikan apakah sifat linear antara dua variabel yang diidentifikasi secara teori sesuai atau tidak dengan hasil observasi yang ada. Uji linearitas produk dengan minat dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.7
Hasil Uji Linearitas`
Produk (X1) dengan Minat (Y)

		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Minat *	Between (Combined)	38.781	14	2.770	2.418	.009
Produk	Groups Linearity	13.889	1	13.889	12.122	.001
	Deviation from Linearity	24.892	13	1.915	1.671	.291

Within Groups	68.743	60	1.146		
Total	107.524	74			

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

Berdasarkan tabel di atas nilai Sig. sebesar 0,291. Jadi dapat disimpulkan nilai Sig. $> 0,1$ ($0,291 > 0,1$) menunjukkan bahwa hubungan antara produk dengan minat adalah linear. Uji linearitas pelayanan dengan minat dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.8
Hasil Uji Linearitas
Pelayanan (X2) dengan Minat (Y)

ANOVA Table

		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Minat * Pelayanan	Between (Combined) Groups	55.499	27	2.056	1.857	.031
	Linearity	9.291	1	9.291	8.393	.006
	Deviation from Linearity	46.209	26	1.777	1.606	.178
Within Groups		52.025	47	1.107		
Total1		107.524	74			

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

Berdasarkan tabel di atas nilai Sig. sebesar 0,178. Jadi dapat disimpulkan nilai Sig. $> 0,1$ ($0,178 > 0,1$) menunjukkan bahwa hubungan antara pelayanan dengan minat adalah linear.

6. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Suatu model regresi dinyatakan bebas dari multikolinearitas adalah jika nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,1 (nilai *Tolerance* $> 0,1$) dan jika nilai VIF lebih kecil dari 10 (nilai VIF < 10). Uji multikolinearitas penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 4.9
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Produk	.987	1.013
Pelayanan	.987	1.013

a. Dependent Variable: Minat

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui nilai *Tolerance* dari produk adalah $0,987 > 0,1$, pelayanan adalah $0,987 > 0,1$. Jadi, dapat disimpulkan nilai *Tolerance* dari kedua variabel di atas lebih besar dari 0,1 (nilai *Tolerance* $> 0,1$) sehingga bebas dari multikolinearitas.

Selanjutnya berdasarkan nilai VIF dari produk adalah $1,013 < 10$, pelayanan adalah $1,013 < 10$. Jadi, dapat disimpulkan nilai VIF dari kedua variabel di atas lebih kecil dari 10 (nilai VIF < 10) sehingga bebas dari multikolinearitas.

b. Uji Heterokedastisitas

Metode uji heterokedastisitas dilakukan dengan korelasi *spearman's rho*. Jika nilai *unstandardized residual* memiliki nilai signifikansi $> 0,1$ maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heterokedastisitas pada model regresi. Uji heterokedastisitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.10
Hasil Uji Heterokedastisitas

Correlations

	Produk	Pelayanan	Unstandardized Residual

Spearman's rho	Produk	Correlation Coefficient	1.000	.105	-.116
		Sig. (2-tailed)	.	.368	.321
		N	75	75	75
Pelayanan		Correlation Coefficient	.105	1.000	.036
		Sig. (2-tailed)	.368	.	.761
		N	75	75	75
Unstandar dized Residual		Correlation Coefficient	-.116	.036	1.000
		Sig. (2-tailed)	.321	.761	.
		N	75	75	75

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

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

Berdasarkan tabel di atas, di ketahui bahwa nilai produk memiliki nilai Signifikansi *Unstandardized Residual* adalah 0,321. pelayanan memiliki nilai Signifikansi *Unstandardized Residual* adalah 0,761. Lebih besar dari 0,1 maka dapat disimpulkan kedua variabel tersebut tidak terjadi masalah heterokedastisitas.

c. Uji Autokorelasi

Metode uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu periode sebelumnya. Ketentuan dalam autokorelasi adalah: jika sig. > alpha maka tidak terjadi autokorelasi dan sebaliknya. Uji autokorelasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.11
Hasil Uji Autokorelasi
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-7.342	.000		-866448535.689	.000
Produk	-.317	.000	-.370	-840022591.140	.000
Pelayanan	-.143	.000	-.288	-693284699.409	.000
Minat	1.000	.000	1.107	2434180785.446	.000
RES_2	-				
	1.262E-16	.000	.000	.000	1.000

a. Dependent Variable: Unstandardized Residual

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai sig sebesar 1. Jadi dapat disimpulkan nilai sig. $> 0,1$ ($1 > 0,1$) menunjukkan bahwa tidak terjadi autokorelasi diantara data pengamatan.

7. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dapat digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan atau kontribusi dari seluruh variabel *independen* (X) terhadap variabel (Y), sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel bebas yang tidak dimasukkan ke dalam model. Adapun nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu. Uji koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.12
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.741 ^a	.594	.472	1.09687

a. Predictors: (Constant), Pelayanan, Produk
 Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai R^2 (*R Square*) sebesar 0,594. Artinya menjelaskan bahwa sekitar 59% X_1 dan X_2 terhadap minat sedangkan 41% sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

7. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Produk(X_1), Pelayanan (X_2), terhadap Minat(Y). Uji analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.13
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Coefficients ^a	
		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	7.342	2.363
	Produk	.317	.102
	Pelayanan	.143	.059

a. Dependent Variable: Minat
 Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

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

Maka persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

$$Y = 7,342 + 0,317X_1 + 0,143X_2 + e$$

- a. Konstanta sebesar 7,342, artinya apabila produk dan pelayanan dianggap konstan atau 0 maka Minat nilainya sebesar 7,342.

- b. Koefisien regresi produk sebesar 0,317, artinya apabila tingkat produk meningkat 1% (persen) maka Minat meningkat sebesar 31,7%. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara produk dengan minat, semakin naik produk maka semakin meningkat minat.
- c. Koefisien regresi pelayanan sebesar 0,143, artinya apabila tingkat pelayanan meningkat 1% (persen) maka Mminat sebesar 14,3%. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara pelayanan dengan minat, semakin naik pelayanan maka semakin meningkat minat.

8. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Ketentuan dalam uji t adalah: jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak sedangkan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima dan jika nilai Sig. $< 0,1$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Uji signifikan parsial (Uji t) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.14
Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Coefficients ^a		
Model	T	Sig.
1 (Constant)	3.107	.003
Produk	3.106	.003
Pelayanan	2.414	.018

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

Untuk t_{tabel} dicari pada $\alpha = 10\% : 2 = 5\%$ (uji dua sisi) dengan derajat kebebasan $(df)=n-k-1$, dimana n = jumlah sampel dan k = jumlah variabel independen, jadi $df= 75 - 2 - 1 = 72$. Dengan pengujian dua sisi (signifikansi = 0,05), maka diperoleh t_{tabel} sebesar 1,66629.

Berdasarkan hasil uji signifikansi parsial (uji t) di atas dapat dilihat bahwa pada produk memiliki t_{hitung} sebesar 3,106 dan t_{tabel} sebesar 1,66629 sehingga $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ ($3,106 > 1,66629$) maka H_a diterima. Selanjutnya, berdasarkan nilai Sig. produk memiliki nilai Sig. sebesar 0,03 sehingga nilai Sig. $< 0,1$ ($0,03 < 0,1$) maka H_a diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa secara parsial produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat.

Pada pelayanan memiliki t_{hitung} sebesar 2,414 dan t_{tabel} sebesar 1,66629 sehingga $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ ($2,414 > 1,66629$) maka H_a diterima. Selanjutnya, berdasarkan nilai Sig. pada pelayanan memiliki nilai Sig. sebesar 0,018 sehingga nilai Sig. $< 0,1$ ($0,018 < 0,1$) maka H_a diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa secara parsial pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat.

b. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

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

jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima dan jika nilai $Sig. < 0,1$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Uji signifikan simultan (Uji F) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.15
Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	20.899	2	10.449	8.685	.000 ^b
Residual	86.625	72	1.203		
Total	107.524	74			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), Pelayanan, Produk
Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

F_{tabel} untuk signifikansi $\alpha = 0,1$ dengan *regression* (df 1) adalah 2 dan *residual* (df 2) adalah 74 (berasal dari *total-regresion*), maka hasil yang diperoleh untuk F_{tabel} sebesar 2,38.

Dari hasil uji signifikansi simultan (uji F) di atas bahwa nilai F_{hitung} sebesar 8,685 sedangkan F_{tabel} sebesar 2,38 sehingga $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($8,685 > 2,38$) maka H_a diterima. Selanjutnya, untuk nilai $Sig.$ sebesar 0,000 sehingga nilai $Sig. < 0,1$ ($0,000 < 0,1$) maka H_a diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa secara simultan produk dan pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini berjudul Pengaruh Produk dan Pelayanan terhadap Minat Pedagang Pakaian di Pasar Baru Panyabungan Melakukan Pembiayaan pada Bank Syariah di Panyabungan.

Dari hasil analisis data yang digunakan pada penelitian ini dengan menggunakan bantuan program SPSS Versi 22 diketahui bahwa:

1. Pengaruh Produk terhadap Minat Pedagang Pakaian di Pasar Baru Panyabungan Melakukan Pembiayaan pada Bank Syariah di Panyabungan.

Secara parsial variabel Produk mempunyai pengaruh terhadap Minat dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,106 > 1,66629$) dan nilai Sig. $> \alpha$ ($0,03 < 0,1$). Menyatakan bahwa setiap kenaikan Produk 1 satuan maka akan meningkatkan Minat Pedagang di Pasar Baru Panyabungan bagi Pembiayaan Bank Syariah di Panyabungan sebesar 3,106 satuan. Nilai ini merupakan nilai paling tinggi diantara variabel, hal ini berarti variabel Produk memberikan kontribusi yang paling besar.

Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Bagja Sumantri yang menyatakan bahwa Produk juga berpengaruh positif terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah. Menurut Nur Rianto Al Arif, Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan, atau dikonsumsi dan yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan.¹

Sama halnya dengan penelitian ini, pedagang pakaian di Pasar Baru Panyabungan akan berminat melakukan pembiayaan pada Bank Syariah di Panyabungan apabila para bank mampu menawarkan

¹Nur Rianto Al Arif, *Log. Cit.,,*

produk yang dapat menarik perhatian dan minat para pedagang untuk membeli atau menggunakan produk tersebut.

2. Pengaruh Pelayanan terhadap Minat Pedagang Pakaian di Pasar Baru Panyabungan Melakukan Pembiayaan pada Bank Syariah di Panyabungan.

Secara parsial variabel Pelayanan mempunyai pengaruh terhadap Minat dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,414 > 1,66626$) dan nilai $Sig. < \alpha$ ($0,018 < 0,1$). Menyatakan bahwa setiap kenaikan Pelayanan 1 satuan maka akan meningkatkan Minat Pedagang di Pasar Baru Panyabungan bagi Pembiayaan Bank Syariah di Panyabungan sebesar 2,414 satuan.

Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Purnama Utami Rangkuti yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan terhadap minat nasabah diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel} = 2.126 > -1.985$ maka pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah.

Menurut Malayu S.P. Hasibuan, Pelayanan adalah kegiatan pemberian jasa dari suatu pihak kepada pihak lainnya. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah, adil, cepat, tepat dan dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya.²

² Malayu S.P Hasibuan, *Log. Cit.*,

Sama halnya dengan penelitian ini, pedagang pakaian di pasar baru merasa kebutuhannya terpenuhi dan merasa puas dengan layanan yang diberikan Bank Syariah di Panyabungan maka pedagang berminat melakukan pembiayaan pada Bank Syariah di Panyabungan.

3. Pengaruh Produk dan Pelayanan Minat Pedagang Pakaian di Pasar Baru Panyabungan Melakukan Pembiayaan pada Bank Syariah di Panyabungan.

Secara simultan variabel produk dan pelayanan mempunyai pengaruh terhadap Minat pedagang pakaian di Pasar Baru Panyabungan bagi Bank Syariah di Panyabungan dengan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($8,685 > 2,37$) dan nilai Sig. $< 0,1$ ($0,000 < 0,1$). Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sri Rahayu yang menyatakan bahwa variabel produk dan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam pembiayaan murabahah di PT BPRS Oloan Ummah Sidempuan dan nilai $r^2 = 0,905$ menunjukkan bahwa 90,5% variabel produk dan pelayanan dapat mempengaruhi minat nasabah dalam pembiayaan murabahah.

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan, atau dikonsumsi dan yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan.

Pelayanan adalah kegiatan pemberian jasa dari suatu pihak kepada pihak lainnya. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang

dilakukan secara ramah tamah, adil, cepat, tepat dan dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya.

Dalam model ini produk dan pelayanan merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi minat pedagang pakaian di pasar baru Panyabungan melakukan pembiayaan di bank syariah dan hal ini sudah termasuk dalam penelitian ini.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dari penelitian yang berjudul “Pengaruh Produk dan Pelayanan Terhadap Minat Pedagang Pakaian di Pasar Baru Panyabungan Melakukan Pembiayaan pada Bank Syariah di Panyabungan” dengan nilai R^2 sebesar 59% variabel X_1 dan X_2 terhadap minat pedagang pakaian. Sedangkan 41% sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi ini. Terdapat beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh produk terhadap minat pedagang pakaian di Pasar Baru Panyabungan melakukan pembiayaan pada bank syariah di Panyabungan. Produk memiliki $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan tingkat signifikansi $< \alpha$ ($3,109 > 1,66629$ dan $0,05 < 0,1$) artinya produk berpengaruh signifikan terhadap minat pedagang pakaian di Pasar Baru Panyabungan.
2. Terdapat pengaruh pelayanan terhadap minat pedagang pakaian di Pasar Baru Panyabungan melakukan pembiayaan pada bank syariah di Panyabungan. $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,414 > 1,66629$) dan tingkat signifikansi $< \alpha$ ($0,018 < 0,1$) artinya pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat pedagang pakaian di Pasar Baru Panyabungan.
3. Terdapat pengaruh produk dan pelayanan terhadap minat pedagang pakaian di Pasar Baru Panyabungan melakukan pembiayaan pada bank syariah di Panyabungan. Dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($8,685 > 2,38$) dan nilai Signifikansi $< 0,1$ ($0,000 < 0,1$) artinya secara simultan produk dan

pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat pedagang pakaian di Pasar Baru Panyabungan.

B. Saran

Adapun saran yang bisa diberikan setelah melakukan penelitian ini adalah: penelitian ini menunjukkan bahwa 59% variabel produk dan pelayanan mempengaruhi minat pedagang pakaian di Pasar Baru Panyabungan melakukan pembiayaan pada bank syariah di Panyabungan sedangkan 41% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

1. Bagi Perusahaan

Dengan adanya penelitian ini diharapkan agar perusahaan lebih memaksimalkan strategi pemasaran dengan melakukan promosi produk, begitu pula dengan pelayanan untuk menarik minat pedagang pakaian di Pasar Baru Panyabungan atau (calon) nasabah dalam melakukan pembiayaan ataupun produk-produk lain pada Bank Syariah di Panyabungan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk itu diharapkan peneliti selanjutnya agar dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi minat pedagang pakaian di Pasar Baru Panyabungan melakukan pembiayaan pada Bank Syariah di Panyabungan.

3. Bagi yang lain

Diharapkan dapat melakukan perluasan sampel dalam penelitian selanjutnya, mengingat sampel yang digunakan dalam penelitian pada

pedagang pakaian di Pasar Baru Panyabungan melakukan pembiayaan pada Bank Syariah di Panyabungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2002.
- Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab. *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*, Jakarta: Kencana, 2004.
- Amir Machmud dan Rukmana. *Bank Syariah*, Jakarta: Erlangga, 2010.
- Amini, *Perilaku Organisasi*, Bandung: Citapustaka Media, 2004.
- Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*,(Jakarta: Rajawali Pers, 2013
- Antonio, Muhamad Syafi'i. *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktek*, Jakarta:Gema Insani Press, 2001.
- Al Arif, Nur Rianto. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta. 2010.
- Djaali, *Psikologi Pendidikan*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2011.
- Djamarah, Syaiful Bahri. *Psikologi Belajar*, Jakarta: Rineka Cipta, 2011.
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Bandung: Al-Jumanatul'Ali- ART, 2005.
- Hasibuan Malayu S.P, *Dasar-dasar Perbankan*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2009.
- Herry Sutanto & Khaerul Umam. *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2013.
- Isa, Muhammad *Diktat Mata Kuliah Manajemen Pemasaran*, IAIN Padangsidempuan
- Kadir Ahmad, *Hukum Bisnis Syariah Dalam Alquran*, Jakarta: AMZAH, 2010.
- Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2004.
- Karim, Adiwarmam. *Bank Islam, Analisis Fiqih dan Keuangan*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004.
- Kuncoro, Mudrajad. *Metode riset untuk bisnis & ekonomi*, Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2009.
- .Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, Jakarta: Rajawali Pers, 2008.
- Moch dan Doddy Ariefianto, *Ekometrika* , Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama, 2012.

- Noor, Juliansyah. Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi & Karya Ilmiah, Jakarta: Kencana, 2011.
- Priyanto, Dwi, Mandiri Belajar SPSS Jakarta: PT Buku Kita, 2008.
- Pramesi, Getut, Kupas Tuntas Data Penelitian dengan SPSS 22, Jakarta: Elex Media Komputindo, 2014.
- Qodratillah, Meity Taqdir. Kamus Bahasa Indonesia, Untuk Pelajar, Jakarta: Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian dan Kebudayaan, 2011.
- Ruslan, Rosady. Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004.
- Rivai, Veithzal H, Islamic Financial Management , Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2008.
- Sujarweni, Wiratna. Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi, Yogyakarta:PT. Pustaka Baru, 2015.
- Sugiyono, Metode Penelitian Bisnis,(Bandung: Alfabeta, 2012.
- Suryabrata, Sumadi. Metodologi Penelitian, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005.
- Silvanita, Ktut. Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya Jakarta: Erlangga, 2009.
- Suhendi, Hendi. Fiqh Muamalah, Jakarta: Rajawali Pers, 2014.
- Sukardi, Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi dan Praktiknya, Jakarta: Bumi Aksara, 2003.
- Umam, Khaerul. Manajemen Perbankan Syariah, Bandung: CV Pustaka Setia, 2013.
- Wawancara dengan Bapak Irul, Pedagang Pakaian di Pasar Baru Panyabungan.
- Wawancara dengan Ibu Nelli, Pedagang Pakaian di Pasar Baru Panyabungan.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTITAS

1. Nama : Hasriwani Lubis
2. Tempat, Tanggal Lahir : Muara Siambak, 28 Oktober 1993
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Alamat : Muara Siambak, Kec. Kotanopan
5. Fakultas/Jurusan : FEBI/Perbankan Syariah

II. ORANG TUA

1. Nama Ayah : Hasmuddin Lubis
2. Pekerjaan Ayah : Wiraswasta
3. Nama Ibu : Maryam Matondang
4. Pekerjaan Ibu : Pedagang

III. Riwayat Pendidikan

1. Tahun 2000-2006 : SD 219 Muara Siambak, Kec. Kotanopan. Madina
2. Tahun 2006-2009 : MTS Swasta Roihanul Jannah
3. Tahun 2009-2012 : MAS Roihanul Jannah



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

Nomor : B-1107 /In.14/G/TL.00/11/2017 IAIN PENELITIAN 16 Nopember 2017
Tgl. : -
: Mohon Izin Riset

Kepala Kantor Kesatuan Bangsa
Kabupaten Mandailing Natal

Madina

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan
merangkan bahwa:

Nama : Hasriwani Lubis
NIM : 132200108
Semester : IX (Sembilan)
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan

adalah benar Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam IAIN Padangsidimpuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul "Pengaruh
Produk dan Pelayanan Terhadap Minat Pedagang Pakailan di Pasar Baru Melakukan
Transaksi di Bank Syariah KC Panyabungan".

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

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

Assalamu'alaikum Wr.Wb.



Dekan,

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

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



PEMERINTAH KABUPATEN MANDAILING NATAL
DINAS PERDAGANGAN

Komplek Perkantoran Payaloting, Panyabungan, Sumatera Utara, Kode Pos 22978

Telp. (0636) 326187 Faks. (0636) 326302

SURAT IZIN PENELITIAN

Nomor : 511/1516 /DISDAG/2017

sesuai dengan surat Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kab. Mandailing Natal Nomor :
0/69/BKBP/2017 tanggal 17 Nopember 2017 tentang Surat Pemberitahuan Penelitian.

hubungan dengan perihal tersebut, bersama ini Dinas Perdagangan memberikan izin
penelitian hanya untuk pembuatan Skripsi kepada :

Nama : Hasriwani Lubis
NPM : 132200108
Institusi : Perbankan Syariah
Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam
Alamat : Muara Siambak, Kec. Kotanopan Kab. Mandailing Natal
Judul Penelitian : Pengaruh produk dan pelayanan terhadap minat pedagang pakaian di
Pasar Baru melakukan pembiayaan di Bank Syariah KC Panyabungan.
Guru Pembimbing : Dinas Perdagangan Kab. Mandailing Natal
Lokasi Penelitian : Pasar Baru Panyabungan
Waktu Penelitian : Nopember s/d Desember 2017

Demikian disampaikan kiranya Saudara dapat melaksanakannya.



Drs. MUSADDAD DAULAY, MM
PEMBINA UTAMA MUDA
NIP. 19610321 198703 1 004



PEMERINTAH KABUPATEN MANDAILING NATAL

DINAS PERDAGANGAN

Komplek Perkantoran Payaloting, Panyabungan, Sumatera Utara, Kode Pos 22978

Telp. (0636) 326187 Faks. (0636) 326302

Panyabungan, 04 Desember 2017

Nomor : 511/1538 /DISDAG/2017
Tipe : -
Isi : Telah Selesai Melaksanakan Penelitian

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam IAIN Padangsidimpuan
di -
Tempat

Dengan hormat,

Bersama ini kami beritahukan kepada Bapak / Ibu bahwa benar mahasiswa :

Nama : Hasriwani Lubis
NPM : 132200108
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Alamat : Muara Siambak, Kec. Kotanopan Kab. Mandailing Natal
Judul Penelitian : Pengaruh produk dan pelayanan terhadap minat pedagang pakaian di Pasar Baru melakukan pembiayaan di Bank Syariah KC Panyabungan.
Lama Penelitian : Nopember s/d Desember 2017

Telah melakukan penelitian dalam rangka penyelesaian Skripsi di Dinas Perdagangan Kabupaten Mandailing Natal.

Demikian disampaikan, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Panyabungan, Desember 2017

Pt. KEPALA DINAS PERDAGANGAN
KABUPATEN MANDAILING NATAL

Drs. MUSADDAD DAULAY, MM
PEMBINA UTAMA MUDA
NIP. 19610321 198703 1 004

SURAT VALIDASI

Menerangkan bahwa saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama: Rodame Monitorir Napitupulu, S.P., M M

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

Pengaruh Produk dan Pelayanan terhadap Minat Pedagang Pakaian di Pasar Baru Panyabungan Melakukan Pembiayaan pada Bank Syariah di Panyabungan.

Yang disusun oleh:

Nama : Hasriwani Lubis

Nim : 13 220 0108

Jurusan : Perbankan Syariah


Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Adapun masukan yang saya berikan adalah sebagai berikut:

1. Konsistensi penggunaan kata 'saya' atau 'nasabah'
2. X₂ Revisi no. 5, 8, 10
3. Y Revisi no. 3, 4, 6

Dengan demikian, masukan dan penilaian yang saya berikan dapat berguna untuk menyempurnakan dan memperoleh kualitas angket produk yang baik.

Padangsidempuan, 29 Agustus 2017


Rodame Monitorir Napitupulu, S.P., M.M

KUESIONER

Yth Bapak/Ibu

Nasabah Bank Syariah di Panyabungan

di-

Tempat

Assalamu'alaikum wr.wb

Dengan hormat,

Sehubungan dengan dilaksanakan penelitian untuk penulisan skripsi yang berjudul "Pengaruh Produk dan Pelayanan terhadap Minat Pedagang Pakaian di Pasar Baru Panyabungan Melakukan Pembiayaan pada Bank Syariah di Panyabungan". Maka saya mengharapkan sekali bantuan Bapak/Ibu meluangkan waktu untuk membantu saya memberikan keterangan yang diperlukan melalui kuesioner ini.

Perlu Bapak/Ibu ketahui pengisian kuesioner ini bersifat ilmiah dan semata-mata akan digunakan untuk keperluan penelitian dan hanya untuk keperluan penulisan skripsi.

Atas segala bantuan, pengertian serta kerjasama yang diberikan untuk pengisian kuesioner ini saya ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum wr.wb

Hormat Saya,



HASRIWANI LUBIS

NIM. 132200108

IDENTITAS RESPONDEN

Jawablah pertanyaan berikut dengan memberikan tanda *check list* (√) atau tanda silang (X) pada kolom yang sudah disediakan dengan jawaban yang sesuai.

1. Nama :
2. Usia :
3. Jenis Kelamin : () Laki-laki () Perempuan
4. Sudah berapa lama anda menjadi nasabah Pembiayaan Bank Syariah?
() < 1 tahun () 2-3 tahun () >4 tahun

PETUNJUK

Jawablah pernyataan berikut dengan memberikan tanda *check list* (√) atau tanda silang (X) pada kolom yang sudah disediakan. Setiap butir pernyataan berikut ini terdiri atas 5 pilihan jawaban. Adapun makna dari jawaban tersebut adalah:

SS	S	RR	TS	STS
Sangat Setuju	Setuju	Ragu-Ragu	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju

A. Produk Variabel X₁

No	Pertanyaan	Pilihan				
		SS	S	RR	TS	STS
1	Produk bank syariah telah sesuai dengan syariah					
2	Produk pembiayaan bank syariah KC Panyabungan memiliki manfaat sesuai yang dibutuhkan nasabah					
3	Produk pembiayaan bank syariah KC Panyabungan memiliki kelebihan dari produk pesaing					
4	Keputusan nasabah untuk melakukan pembiayaan di Bank Syariah KC Panyabungan karena biaya administrasinya rendah.					
5	Produk pembiayaan bank syariah KC Panyabungan Memiliki keistimewaan lebih yang bisa diandalkan, dibandingkan bank lain karena berbasis Syariah.					
6	Mampunya produk pembiayaan bank syariah KC Panyabungan bersaing dalam dunia perbankan.					
7	Banyaknya media yang digunakan untuk melakukan promosi memudahkan nasabah untuk memahami produk-produk bank syariah					
8	Produk yang berpotensi akan menghasilkan nasabah yang loyal					
9	Nasabah mengetahui manfaat dari produk pembiayaan melalui sosialisasi yang dilaksanakan oleh Bank Syariah KC Panyabungan					
10	Bagi hasil yang ditetapkan Bank Syariah KC Panyabungan sama-sama menguntungkan kedua belah pihak					

B. Pelayanan Variabel X₂

No	Pertanyaan	Pilihan				
		SS	S	RR	TS	STS
1	Ruangan pelayanan di bank syariah KC Panyabungan bersih dan nyaman					
2	Penampilan karyawan di bank syariah KC Panyabungan rapi saat melayani nasabah					
3	Karyawan di bank syariah KC Panyabungan dapat diandalkan dalam menangani masalah nasabah					
4	Karyawandi bank syariah KC Panyabungan memahami kebutuhan nasabahnya					
5	Bank syariah KC Panyabungan menyelesaikan pelayanan tepat waktu sama dengan yang dijanjikan					
6	Dalam memberikan pelayanan, pihak bank tidak lupa menyebut nama nasabah					
7	Saya mendapatkan pelayanan yang baik sehingga timbul minat untuk melakukan transaksi produk pembiayaan di bank syariah KC Panyabungan					
8	Karyawan bank syariah KC Panyabungan siap untuk merespon keluhan nasabah					
9	Karyawan bank syariah KC Panyabungan membuat nasabah merasa aman dengan jaminan yang nasabah berikan pada bank					
10	Jaminan yang diminta bank syariah tidak sulit untuk dipenuhi					

C. Minat Variabel Y

No	Pertanyaan	Pilihan				
		SS	S	RR	TS	STS
1	Nasabah melakukan pembiayaan di bank syariah KC Panyabungan karena keinginan diri sendiri					
2	Nasabah melakukan pembiayaan di bank syariah KC Panyabungan karena ajakan dari orang lain					
3	Nasabah melakukan pembiayaan di bank syariah KC Panyabungan karena lebih terkenal dibandingkan bank lainnya					
4	Nasabah melakukan pembiayaan di bank syariah KC Panyabungan karena memiliki image yang positif di mata masyarakat					
5	Nasabah melakukan pembiayaan di bank syariah KC Panyabungan karena tepercaya					
6	Nasabah melakukan pembiayaan di bank syariah KC Panyabungan karena produknya dapat memenuhi kebutuhan Nasabah					
7	Nasabah mengetahui produk-produk Bank Syariah KC Panyabungan dari nasabah pengguna.					
8	Adanya insentif yang diberikan kepada nasabah yang tidak pernah Macet.					

9	Saya tertarik menjadi nasabah pembiayaan di Bank Syariah KC Panyabungan karena produk pembiayaan yang ditawarkan tidak menggunakan sistem bunga.					
10	Nasabah memilih BankSyariah KC Panyabungan karena penawaran produk yang menarik dan beragam.					

Terimakasih atas partisipasinya

Wassalam

Lampiran

Hasil Uji validitas X1

Correlations

	Pro1	Pro2	Pro3	Pro4	Pro5	Pro6	Pro7	Pro8	Pro9	Pro10	X1
Pro1 Pearson Correlation	1	-.249*	.044	.042	.086	-.165	.126	-.080	.119	.236*	.253
Sig. (2-tailed)		.031	.706	.721	.464	.158	.282	.496	.308	.042	.191
N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Pro2 Pearson Correlation	-.249*	1	-.003	-.057	.287*	.218	-.059	-.024	.020	.098	.418**
Sig. (2-tailed)	.031		.978	.624	.012	.060	.612	.837	.867	.402	.000
N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Pro3 Pearson Correlation	.044	-.003	1	.061	.303*	.360*	.000	.240*	.115	.181	.641**
Sig. (2-tailed)	.706	.978		.604	.008	.002	.999	.038	.328	.120	.000
N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Pro4 Pearson Correlation	.042	-.057	.061	1	-.011	.148	.192	.045	-.034	-.024	.303**
Sig. (2-tailed)	.721	.624	.604		.922	.206	.099	.704	.769	.835	.008
N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Pro5 Pearson Correlation	.086	.287*	.303*	-.011	1	.074	-.047	.356*	.338*	.095	.691**
Sig. (2-tailed)	.464	.012	.008	.922		.529	.691	.002	.003	.420	.000
N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Pro6 Pearson Correlation	-.165	.218	.360*	.148	.074	1	-.013	.073	.036	.048	.615**
Sig. (2-tailed)	.158	.060	.002	.206	.529		.913	.536	.762	.680	.000
N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Pro7 Pearson Correlation	.126	-.059	.000	.192	-.047	-.013	1	.117	-.001	-.022	.230
Sig. (2-tailed)	.282	.612	.999	.099	.691	.913		.317	.994	.850	.799

Pel3	Pearson Correlation	.284*	.214	1	.107	.057	.235*	.195	.069	.298*	.218	.552**
	Sig. (2-tailed)	.013	.066		.361	.626	.043	.094	.556	.009	.060	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Pel4	Pearson Correlation	.456*	.219	.107	1	.198	.086	-.021	.012	-.129	.439*	.511**
	Sig. (2-tailed)	.000	.059	.361		.089	.461	.859	.915	.272	.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Pel5	Pearson Correlation	.435*	.303*	.057	.198	1	-.021	.273*	-.054	.105	.183	.504**
	Sig. (2-tailed)	.000	.008	.626	.089		.856	.018	.647	.369	.117	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Pel6	Pearson Correlation	.140	.103	.235*	.086	-.021	1	.188	.009	.100	.148	.478**
	Sig. (2-tailed)	.232	.380	.043	.461	.856		.107	.936	.392	.207	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Pel7	Pearson Correlation	-.079	.355*	.195	-.021	.273*	.188	1	-.165	.035	.038	.469**
	Sig. (2-tailed)	.499	.002	.094	.859	.018	.107		.158	.764	.743	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Pel8	Pearson Correlation	.179	.069	.069	.012	-.054	.009	-.165	1	.234*	.070	.196
	Sig. (2-tailed)	.124	.559	.556	.915	.647	.936	.158		.043	.552	.110
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Pel9	Pearson Correlation	.164	.215	.298*	-.129	.105	.100	.035	.234*	1	-.163	.302**
	Sig. (2-tailed)	.159	.064	.009	.272	.369	.392	.764	.043		.162	.009
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Pel10	Pearson Correlation	.363*	.078	.218	.439*	.183	.148	.038	.070	-.163	1	.506**
	Sig. (2-tailed)	.001	.505	.060	.000	.117	.207	.743	.552	.162		.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
X2	Pearson Correlation	.644*	.588*	.552*	.511*	.504*	.478*	.469*	.186	.302*	.506*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.110	.009	.000	
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75

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

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

Min9	Pearson Correlation	-.016	.068	-.203	-.038	.294*	.109	.202	.164	1	-.095	.197
	Sig. (2-tailed)	.895	.563	.080	.744	.010	.351	.082	.159		.416	.207
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Min10	Pearson Correlation	-.126	-.107	-.017	.060	.016	-.010	.071	-.011	-.095	1	-.240
	Sig. (2-tailed)	.280	.361	.886	.611	.893	.935	.545	.923	.416		.730
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Y	Pearson Correlation	.279*	.468*	.225	.446*	.692*	.427*	.490*	.253*	.147	-.040	1
	Sig. (2-tailed)	.015	.000	.052	.000	.000	.000	.000	.029	.207	.730	
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75

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

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

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Produk (X1)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	75	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	75	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.670	.614	11

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Pro1	44.3635	8.923	.097	.	.675
Pro2	44.5051	8.570	.248	.	.661
Pro3	44.4995	7.796	.517	.	.625
Pro4	44.5145	8.748	.187	.	.667
Pro5	44.6537	7.011	.577	.	.599
Pro6	44.5857	7.778	.395	.	.637
Pro7	44.6048	8.801	.041	.	.689
Pro8	44.6045	8.132	.308	.	.651
Pro9	44.6232	7.983	.242	.	.663
Pro10	44.4975	8.737	.131	.	.673
X1	29.5973	3.549	.852	.	.484

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pelayanan (X2)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	75	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	75	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.704	.740	11

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Pel1	54.8209	16.368	.573	.	.668
Pel2	54.7703	16.840	.521	.	.677
Pel3	54.8289	16.893	.476	.	.679
Pel4	54.7869	16.851	.421	.	.681
Pel5	54.7871	17.256	.434	.	.685
Pel6	54.8469	16.729	.366	.	.684
Pel7	55.2108	16.590	.343	.	.686
Pel8	54.8571	18.414	.125	.	.708
Pel9	54.7643	18.070	.235	.	.701
Pel10	54.8289	17.067	.425	.	.683
X2	28.8685	4.695	1.000	.	.623

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat (Y)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	75	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	75	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.668	.578	11

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Min1	42.8736	8.337	.108	.	.673
Min2	42.9376	7.806	.329	.	.649
Min3	42.8956	8.434	.036	.	.681
Min4	42.8520	7.610	.290	.	.651
Min5	43.0180	6.338	.523	.	.601
Min6	42.8796	7.687	.345	.	.645
Min7	42.9364	7.211	.497	.	.621
Min8	42.9820	7.459	.261	.	.657
Min9	42.7728	8.239	.180	.	.666
Min10	42.9100	8.608	-.034	.	.683
Y	28.6184	3.299	.885	.	.460

Hasil Analisis Data

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Pelayanan, Promosi ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Minat

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.741 ^a	.594	.472	1.09687

a. Predictors: (Constant), Pelayanan, Promosi

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	20.899	2	10.449	8.685	.000 ^b
	Residual	86.625	72	1.203		
	Total	107.524	74			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), Pelayanan, Promosi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.342	2.363		3.107	.003
	Promosi	.317	.102	.331	3.106	.003
	Pelayanan	.143	.059	.257	2.414	.018

a. Dependent Variable: Minat

PENGAMBILAN SURAT RISET DARI DINAS PERDAGANGAN



WAWANCARA DENGAN PEDAGANG PAKAIAN DI PASAR BARU PANYABUNGAN



WAWANVARA DENGAN STAP DINAS PASAR BARU PANYABUNGAN

