



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
NASABAH MEMILIH TABUNGAN IB MUAMALAT
HAJI DAN UMRAH PADA PT. BANK MUAMALAT
INDONESIA, Tbk CABANG PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

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

Oleh

EPA WINDA MELLI LISDA WATI
NIM. 13 220 0056

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN
2017**



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
NASABAH MEMILIH TABUNGAN IB MUAMALAT
HAJI DAN UMRAH PADA PT. BANK MUAMALAT
INDONESIA, Tbk CABANG PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

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

Oleh

**EPA WINDA MELLI LISDA WATI
NIM. 13 220 0056**

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH

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

2017



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
NASABAH MEMILIH TABUNGAN IB MUAMALAT
HAJI DAN UMRAH PADA PT. BANK MUAMALAT
INDONESIA, Tbk CABANG PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

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

Oleh

EPA WINDA MELLI LISDA WATI
NIM. 13 220 0056

Pembimbing I

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

Pembimbing II

Rini Hayati Lubis, MP

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH

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

2017



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4.5 Silitang, Padangsidempuan 22733
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **Epa Winda Melli Lisda Wati**
Lampiran : 7 (Tujuh) Eksemplar

Padangsidempuan, 08 Desember 2017
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam
IAIN Padangsidempuan
Di-
Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **Epa Winda Melli Lisda Wati** yang berjudul "**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Memilih Tabungan IB Muamalat haji dan Umrah Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ilmu Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan.

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

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I

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

PEMBIMBING II

Rini Hayati Lubis, MP

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

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

Nama : Epa Winda Melli Lisda Wati
NIM : 13 220 0056
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Memilih Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan**

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

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

Padangsidempuan, 08 Desember 2017
Saya yang Menyatakan,



Epa Winda Melli Lisda Wati
NIM : 13 220 0056

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

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

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

Nama : Epa Winda Melli Lisda Wati
NIM : 13 220 0056
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan, Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH MEMILIH TABUNGAN IB MUAMALAT HAJI DAN UMRAH PADA PT. BANK MUAMALAT INDONESIA, Tbk CABANG PADANGSIDIMPUAN.** Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir Saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan
Pada tanggal : 08 Desember 2017
Yang menyatakan,



EPA WINDA MELLI LISDA WATI
NIM. 13 220 0056



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

**DEWAN PENGUJI
UJIAN MUNAQASYAH SKRIPSI**

NAMA : EPA WINDA MELI LISDAWATI
NIM : 13 220 0056
JUDUL SKRIPSI : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
NASABAH MEMILIH IB MUAMALAT HAJI DAN
UMRAH PADA PT. BANK MUAMALAT INDONESIA,
Tbk CABANG PADANGSIDIMPUAN

Ketua

Rosnani Siregar, M. Ag
NIP. 19720626 200312 2 001

Sekretaris

Nofinawati, M.A
NIP. 19821116 201101 2 003

Anggota

1. Rosnani Siregar, M. Ag
NIP. 19720626 200312 2 001

2. Nofinawati, M.A
NIP. 19821116 201101 2 003

3. Dr. Abdul Nasser Hasibuan, SE, M.Si
NIP.19790525 100604 1 004

4. Muhammad Isa, ST., MM
NIP. 19800605 201101 1 003

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah
Di : Padangsidempuan
Tanggal : 19 Desember 2017
Pukul : 09.30 s/d 12.00
Hasil/Nilai : 74,63 (B)
Predikat : Amat Baik
IPK : 3,46



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

PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
NASABAH MEMILIH TABUNGAN IB MUAMALAT
HAJI DAN UMRAH PADA PT. BANK MUAMALAT
INDONESIA, Tbk CABANG PADANGSIDIMPUAN

NAMA : EPA WINDA MELLI LISDA WATI
NIM : 13 220 0056

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

Padangsidempuan, 04 Maret 2018
Dekan,



[Handwritten Signature]

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

ABSTRAK

Nama : Epa Winda Meli Lisda Wati
NIM : 13 220 0056
Judul Skripsi : **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Memilih Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kondisi jumlah nasabah memilih tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah yang mengalami fluktuasi dari tahun 2012-2016. Tahun 2012 nasabah tabungan haji arafah berjumlah 82 nasabah, tahun 2013 berjumlah 91 nasabah atau meningkat sebesar 10,97% dari tahun sebelumnya, kemudian pada tahun 2014 sampai 2015 mengalami penurunan hingga 60,32% atau sekitar 25 nasabah pada tahun 2015 dan tahun 2016 jumlah nasabah tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah meningkat sebesar 87,98% atau sebanyak 208 nasabah. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah hadiah, promosi dan harga produk berpengaruh terhadap minat nasabah memilih tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh hadiah, promosi dan harga produk terhadap minat nasabah memilih tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk cabang Padangsidempuan.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori minat nasabah, hadiah, promosi dan harga produk.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan sampel 82 nasabah dengan teknik pengambilan sampel adalah *Sampel Slovin*. Pengolahan data dilakukan dengan SPSS versi 22.

Hasil penelitian ini menunjukkan secara *parsial* hadiah mempunyai pengaruh terhadap minat nasabah dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,454 > 1,66462$), promosi mempunyai pengaruh terhadap minat nasabah dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,170 > 1,66462$), harga produk mempunyai pengaruh terhadap minat nasabah dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,733 > 1,66462$). Berdasarkan hasil uji secara *simultan* bahwa hadiah, promosi dan harga produk mempunyai pengaruh terhadap minat nasabah dengan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($86,204 > 2,16$). Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi dapat diketahui bahwa 75,9% variabel hadiah (bonus), promosi dan harga produk mampu menjelaskan minat nasabah dan 24,1% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Kata Kunci : **Hadiah (bonus), Promosi, Harga Produk dan Minat Nasabah**

KATA PENGANTAR



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

Skripsi ini berjudul: **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Memilih Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan”**, ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ilmu Perbankan Syariah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan.

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

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL selaku Rektor IAIN Padangsidempuan, Bapak Drs. H. Irwan Saleh Dalimunthe, M.A selaku Wakil Rektor Bidang Akademik, Bapak H. Aswadi Lubis, S.E., M.Si selaku Wakil

Rektor Bidang Administrasi Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Drs. H. Samsuddin Pulungan, M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Hubungan Institusi.

2. Bapak Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan, Bapak Dr. Darwis Harahap, M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Ibu Rosnani Siregar, M.Ag selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, SE., M.Si selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah, Ibu Nofinawati, M.A selaku Sekretaris Jurusan Perbankan Syariah, serta Bapak/Ibu Dosen dan Pegawai Administrasi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Bapak Budi Gautama Siregar, S.Pd., M.M selaku Pembimbing I dan Ibu Rini Hayati Lubis, MP selaku Pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak serta Ibu dosen IAIN Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.

7. Bapak Kepala Cabang PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan yang telah memberi izin peneliti untuk melakukan penelitian di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan serta seluruh karyawan dan nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan yang ikut serta mendukung dan terlibat dalam penelitian ini.
8. Teristimewa keluarga tercinta kepada Ayahanda Nurohman dan Ibunda Rumiati Mastiten Suharni Harahap yang tanpa pamrih memberikan kasih sayang, dukungan moril dan materi serta doa-doa mulia yang selalu dipanjatkan tiada hentinya semenjak dilahirkan sampai sekarang, semoga Allah SWT nantinya dapat membalas perjuangan mereka dengan surga firdaus-Nya, serta kepada kakak dan adik-adik (Eka Mahlida Heri Yanti S.Pd, Welhel Nike Irana Yusra Septi Maryeti, Wimpi Boy Apri Wirdana) karena keluarga selalu menjadi tempat istimewa bagi peneliti.
9. Sahabat Nur Mala Sari S.E, Erliza Ambun Lubis S.E, Aulia Putri Srg S.E, Delilah hasni S.E, Elisah Safitri S.E, Sri Rahayu Nst S.E, Yanti Lubis S.E, Hotman Pandapotan S.E, Muhlisin S.E, Nida Amalia S.E, Ovin Anggraini, dan Gompar Hamidi Lubis S. Si. Kom yang telah banyak membantu, menemani ketika melakukan riset dan memberikan motivasi sampai dengan skripsi ini selesai.
10. Kerabat dan seluruh rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2013 khususnya rekan-rekan Jurusan Perbankan Syariah-2 yang selama ini telah berjuang bersama-sama dan semoga kita semua menjadi orang-orang yang sukses.

11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

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

Padangsidempuan, 08 Desember 2017

Peneliti,

EPA WINDA MELLI LISDA WATI
NIM. 13 220 0056

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

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

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	be
ت	Ta	T	te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	je
ح	ħa	ħ	ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	de
ذ	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	er
ز	Zai	Z	zet
س	Sin	S	es
ش	Syin	Sy	es
ص	šad	š	esdan ye
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ž	ž	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	ge
ف	Fa	F	ef
ق	Qaf	Q	ki
ك	Kaf	K	ka
ل	Lam	L	el
م	Mim	M	em
ن	nun	N	en
و	wau	W	we
ه	ha	H	ha
ء	hamzah	..’..	apostrof
ي	ya	Y	ye

2. Vokal

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

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

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

- b. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tanda Huruf dan	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 lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
.....ا.....	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
.....ى	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah
.....و	ḍommah dan wau	ū	u dan garis di atas

3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk Ta Marbutah ada dua.

- a. Ta Marbutah hidup yaitu Ta Marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan ḍommah, transliterasinya adalah /t/.
- b. Ta Marbutah mati yaitu Ta Marbutah yang mati atau mendapat harakat 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 di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di

tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

7. Penulisan Kata

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

9. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu

tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

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

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL/SAMPUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
BERITA ACARA UJIAN MUNAQASYAH	
HALAMAN PENGESAHAN DEKAN	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	vi
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latarbelakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	8
C. Batasan Masalah	8
D. Definisi Operasional Variabel	9
E. Rumusan Masalah.....	10
F. Tujuan Penelitian	11
G. Kegunaan Penelitian	12
H. Sistematika Pembahasan.....	13
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Kerangka Teori	15
1. Konsep Bank Syariah.....	15
a. Pengertian Bank Syariah.....	15
b. Sejarah Perkembangan Bank Syariah Sampai Sekarang	16
2. Minat	18
a. Pengertian Minat.....	18
b. Faktor-Faktor yang Mengganggu Minat	19

3. Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah.....	20
4. Hadiah	23
5. Promosi	29
6. Harga Produk	33
B. Penelitian Terdahulu	35
C. Kerangka Pikir	39
D. Hipotesis	41

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Lokasi Penelitian	43
B. Jenis Penelitian	43
C. Populasi dan Sampel.....	43
D. Sumber Data	45
E. Instrumen Pengumpulan Data.....	46
F. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen	49
G. Teknik Analisis Data	51
1. Analisis Deskriptif.....	51
2. Uji Asumsi Dasar	52
a. Uji Normalitas.....	52
3. Uji Asumsi Klasik	53
a. Uji Multikolinieritas	53
b. Uji Autokorelasi.....	53
c. Uji Heterokedastisitas	54
4. Analisis Regresi Berganda.....	55
5. Uji Hipotesis	55
a. Koefisien Determinasi (R-Square).....	56
b. Uji Parsial (Uji t).....	57
c. Uji Simultan (Uji F).....	58

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.....	59
1. Sejarah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan	59
2. Visi dan Misi	61
3. Tujuan Bank Muamalat Indonesia.....	61
4. Struktur Organisasi	62
5. Tugas dan Tanggungjawab	64
B. Analisis Hasil Penelitian.....	71
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	85
D. Keterbatasan Penelitian	90

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	91
B. Saran	92

DAFTAR PUSTAKA
DAFTAR RIWAYAT HIDUP
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I.1 : Perkembangan Jumlah Nasabah	6
Tabel I.2 : Definisi Operasional Variabel	8
Tabel II.1 : Penelitian Terdahulu	34
Tabel III.1 : Alternatif Jawaban Angket	46
Tabel III.2 : Kisi-Kisi Angket Hadiah	46
Tabel III.3 : Kisi-Kisi Angket Promosi.....	47
Tabel III.4 : Kisi-Kisi Angket Harga Produk.....	47
Tabel III.5 : Kisi-Kisi Angket Minat Nasabah.....	47
Tabel IV.1 : Hasil Uji Validitas Hadiah.....	71
Tabel IV.2 : Hasil Uji Validitas Promosi	71
Tabel IV.3 : Hasil Uji Validitas Harga Produk	72
Tabel IV.4 : Hasil Uji Validitas Minat Nasabah	72
Tabel IV.5 : Hasil Uji Reliabilitas Hadiah	73
Tabel IV.6 : Hasil Uji Reliabilitas Promosi	73
Tabel IV.7 : Hasil Uji Reliabilitas Harga Produk	73
Tabel IV.8 : Hasil Uji Reliabilitas Minat Nasabah	74
Tabel IV.9 : Hasil Uji Statistik Deskriptif	74
Tabel IV.10 : Hasil Uji Multikolinearitas	77
Tabel IV.11 : Hasil Uji Autokorelasi	78
Tabel IV.11 : Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	80
Tabel IV.12 : Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	81
Tabel IV.13 : Hasil Uji Parsial (Uji t).....	82
Tabel IV.14 : Hasil Uji Simultan (Uji F)	83

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar II.1 : Kerangka Pikir.....	40
Gambar IV.1 : Struktur Organisasi.....	62
Gambar IV.2 : Hasil Uji Normalitas Grafik Histogram	75
Gambar IV.3 : Hasil Uji Normalitas Grafik <i>P-Plot Of Regression Standarized Residual</i>	76
Gambar IV.4 : Hasil Uji Heterokedastisitas	79

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 : Hasil Angket
- Lampiran 3 : Hasil Uji Validitas
- Lampiran 4 : Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 5 : Hasil Uji Normalitas
- Lampiran 6 : Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 7 : Hasil Regresi Linier Berganda
- Lampiran 8 : Hasil Uji Statistik Deskriptif
- Lampiran 9 : Dokumentasi Riset
- Lampiran 10: Tabel r
- Lampiran 11: Tabel t
- Lampiran 12: Tabel F

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank Muamalat Indonesia (BMI) merupakan bank umum pertama yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Sehingga tinjauan terhadap peluang bisnis dan strategi operasionalnya tidak hanya dikaji dari peluang-peluang bisnis bank konvensional, tetapi juga perlu dikaji dari masalah khusus yang bersifat khusus bank Islam.¹

Suatu bank tentunya akan mengeluarkan berbagai produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar, yang dimaksud dengan produk yaitu sekelompok sifat-sifat yang berwujud (*tangible*) dan tidak berwujud (*intangible*) di dalamnya sudah tercakup warna, harga, kemasan, pretise dan pelayanan yang diberikan produsen yang dapat diterima oleh konsumen sebagai kepuasan yang ditawarkan terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen.²

Pada saat ini, khususnya di Indonesia, banyak berdiri bank-bank syariah untuk memperoleh calon nasabah. Salah satu diantaranya yang berperan besar adalah Bank Muamalat Indonesia hadir, tampil dan tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan idealisme usaha dengan nilai-nilai agama yang melandasinya.

Bank Muamalat Indonesia memiliki beberapa produk, salah satunya produk tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah yaitu tabungan haji yang

¹Achmad Ramzi Tadjoedin dkk, *Berbagai Aspek Ekonomi Islam* (Yogyakarta: P3EIFE UII dan Tiara Wacana Yogya, 1992), hlm. 127.

²M. Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 140.

dimaksudkan untuk mewujudkan niat nasabah untuk menunaikan ibadah haji. Selain Bank Muamalat Indonesia ada pula bank-bank lain yang menerima setoran Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPIH) antara lain Bank Sumut Syariah, Bank Syariah Mandiri, BRI Syariah, dan lain-lain. Artinya ada persaingan antar bank yang satu dengan yang lain dalam mendapatkan nasabah untuk mendorong calon jamaah haji menabung.

Berdasarkan informasi yang diperoleh melalui hasil wawancara dengan Ibu Wilda Khairani Daulay selaku salah satu nasabah tabungan iB Haji dan Umrah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan beliau mengatakan bahwa hadiah yang diberikan oleh PT. Bank Muamalat Indonesia sangat menarik, salah satunya yaitu nasabah berkesempatan mendapatkan umrah gratis. Selain itu ketertarikan beliau untuk memilih tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah dikarenakan biaya yang ditawarkan Bank Muamalat lebih rendah dibandingkan dengan tabungan haji yang ada di bank lain.³

PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan memberikan rangsangan berupa *souvenir* dan hadiah-hadiah yang menarik kepada nasabah tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah. Ini bertujuan agar calon nasabah tertarik untuk menggunakan produk tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah. *Souvenir* eksklusif yang bervariasi dan perlengkapan haji akan diberikan kepada nasabah yang telah melunasi biaya setoran haji. Hadiah yang menarik yaitu 5 (lima) pemenang undian setiap bulannya akan berkesempatan mendapat umrah gratis.

³Wilda Khairani Daulay, *nasabah Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah*, 29 Oktober 2017 pukul. 14.00 WIB.

Salah satu hal penting dalam menarik minat nasabah selain memberikan hadiah kepada nasabah adalah melakukan promosi kepada calon nasabah. Tanpa promosi jangan diharapkan nasabah dapat mengenal bank. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya.⁴Salah satu tujuan promosi bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru. Promosi yang dilakukan oleh PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan salah satunya melalui brosur. Pihak bank memperkenalkan produk tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah melalui brosur yang disebarluaskan.

Sama halnya dengan hadiah (bonus) dan promosi, harga yang ditawarkan oleh bank juga mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan produk bank. Penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya produk dan jasa perbankan.⁵ Salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal dalam produk yang ditawarkan. Bagi perbankan, harga adalah besarnya bagi hasil, biaya administrasi, biaya provisi dan komisi, biaya kirim, biaya tagih, biaya sewa, biaya iuran, dan biaya-biaya lainnya. Pihak PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk dalam hal ini membebaskan nasabah dari biaya administrasi ataupun biaya pemindahan dana ke rekening Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah, hal ini dilakukan untuk meringankan beban nasabah.

⁴Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), hlm. 247.

⁵*Ibid.*, hlm. 227-228.

Beberapa penelitian mengenai minat nasabah juga telah dilakukan, tetapi terdapat beberapa perbedaan pada variabel yang digunakan dalam penelitian yang dilakukan sehingga memperoleh hasil yang berbeda pula, yakni:

Hasil penelitian Fitri Ana Siregar menunjukkan bahwa:

Secara parsial bagi hasil dan promosi berpengaruh terhadap minat, sedangkan pelayanan tidak berpengaruh terhadap minat. Secara simultan bagi hasil, promosi dan pelayanan berpengaruh. Uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa bagi hasil, promosi dan pelayanan mampu mempengaruhi minat sebesar 47,3% sedangkan sisanya 52,7% dipengaruhi oleh faktor lain.⁶

Hasil penelitian Tiroida Harahap menunjukkan bahwa:

Promosi, pelayanan dan lokasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah membuka tabungan haji mabrur, kemudian promosi, pelayanan dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap minat nasabah membuka tabungan haji mabrur.⁷

Pertumbuhan ekonomi di Indonesia sampai tahun 2012 terus mengalami peningkatan. Salah satu faktor yang mempengaruhi peningkatan pertumbuhan ekonomi di Indonesia adalah dari faktor sumber daya manusia yaitu masyarakat muslim Indonesia yang mendaftarkan diri mereka menjadi calon jamaah haji. Hal ini terlihat melalui pidato yang disampaikan oleh Susilo Bambang Yudhoyono dalam acara Tasyakur Nasional Hari Lahir ke-22 Ikatan Persaudaraan Haji Indonesia (IPHI) di Solo. Sampai 13 Maret 2012 telah tercatat 1,7 juta calon haji.

⁶Fitri Ana Siregar, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Memilih Tabungan Muamalat Prima pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan"(Skripsi, IAIN Padangsidimpuan, 2016), hlm. 70.

⁷Tiroida Harahap, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Membuka Tabungan Haji *Mabrur* di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Sipirok"(Skripsi, IAIN Padangsidimpuan, 2015), hlm. 78.

Berdasarkan data di atas, dapat terlihat bahwa masyarakat semakin makmur kehidupannya. Hal ini di tandai dengan semakin banyaknya jamaah haji yang setiap tahun berangkat ke tanah suci. Haji merupakan rukun Islam yang kelima setelah syahadat, sholat, zakat dan puasa. Ibadah haji wajib dilaksanakan bagi setiap muslim yang mampu minimal satu kali seumur hidup sedangkan setelahnya adalah sunnah.⁸

Pelaksanaan ibadah haji, tentu saja membutuhkan dana yang sangat besar yang dinamakan dengan Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPIH) atau juga bisa disebut dengan Ongkos Naik Haji (ONH). Dalam Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2008 tentang Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPIH) disebutkan bahwa Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPIH) disetorkan ke rekening menteri melalui bank syariah atau bank umum nasional yang ditunjuk oleh menteri dengan mempertimbangkan nilai manfaat untuk digunakan langsung bagi belanja operasional penyelenggaraan ibadah haji.

Hampir sama di semua kota di Indonesia, masyarakat muslim cenderung banyak menabung di bank-bank pemerintah maupun milik swasta. Salah satunya adalah Kota Padangsidempuan, beberapa Bank di Kota Padangsidempuan yang menyediakan produk himpunan dana ibadah haji yaitu Bank Sumut Syariah, Bank Syariah Mandiri, Bank Muamalat Indonesia dan lain-lain.

Bank-bank tersebut telah menetapkan biaya untuk setoran Ongkos Naik Haji (ONH). Bank Muamalat Indonesia menetapkan setoran awal minimum

⁸Vera Erlinda dan Haroni Doli, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Bank oleh Nasabah Tabungan Haji (Studi Kasus: Peserta Bimbingan Manasik Haji Aziziah Kec. Medan Johor), *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, Volume 1, No. 3, Februari 2013, hlm. 180-181.

sebesar Rp. 50.000,00 dan setoran pendaftaran calon jamaah haji sebesar Rp. 25.000.000,00, kemudian saldo minimum dari tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah ini sebesar Rp. 50.000,00.⁹ Berikut ini adalah transaksi produk tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan periode 2012-2016.

Tabel I.1
Jumlah Nasabah Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah Periode Tahun 2012-2016

No	Tahun	Jumlah Nasabah (Orang)
1	2012	82 nasabah
2	2013	91 nasabah
3	2014	63 nasabah
4	2015	25 nasabah
5	2016	208 nasabah
6	Jumlah	469 nasabah

Sumber: PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan

Berdasarkan Tabel I.1 diatas dapat dilihat bahwa jumlah nasabah tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah dari tahun ke tahun mengalami fluktuasi yang signifikan. Dimana pada tahun 2013 mengalami peningkatan menjadi 91 nasabah atau sebesar 10,97% dari tahun 2012 hanya sebanyak 82 nasabah, kemudian pada tahun 2014-2015 mengalami penurunan hingga 60,32% yaitu sebanyak 25 nasabah pada tahun 2015, sedangkan pada tahun 2016 mengalami peningkatan yang signifikan yaitu sebanyak 208 nasabah atau sekitar 87,98%. Dari data yang dijelaskan pada tabel. I.1 diatas peneliti merasa tertarik untuk memilih Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan sebagai objek penelitian, karena peningkatan jumlah nasabah

⁹Brosur PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Padangsidempuan.

yang sangat signifikan pada tahun 2016 yaitu dari sebelumnya pada tahun 2015 sebanyak 25 nasabah meningkat menjadi 208 nasabah pada tahun 2016.

Penjelasan diatas menjadi acuan kepada setiap bank untuk mengetahui apa saja yang dapat menarik minat nasabah menggunakan produk yang ditawarkan oleh pihak bank. Bank sebagai lembaga keuangan perlu menginformasikan setiap produk misalnya saja produk tabungan haji yang ditawarkan. Hal ini dilakukan agar calon jamaah haji mengetahui dan memiliki minat menabung produk tabungan haji yang ditawarkan bank tersebut sesuai dengan kebutuhannya dan keinginannya. PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan menarik minat nasabah dengan berbagai cara diantaranya dengan memberikan bonus ataupun hadiah kepada nasabah, kemudian dengan melakukan promosi dan menawarkan biaya administrasi yang relatif rendah kepada nasabah.

Berdasarkan uraian masalah di atas peneliti merasa tertarik untuk menelitinya lebih lanjut, dengan mengangkat judul: **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Memilih Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas peneliti mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Produk tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah merupakan salah satu dari produk yang ditawarkan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.
2. Fluktuasi jumlah nasabah Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah
3. Minat nasabah tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain adalah hadiah (bonus), promosi dan harga produk.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, peneliti membatasi masalah yang akan disajikan dalam penelitian ini yang hanya membahas faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah memilih tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan. Faktor-faktor yang akan diteliti yaitu faktor hadiah (bonus), promosi dan harga produk.

D. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel diperlukan untuk menentukan jenis dan indikator variabel-variabel terkait dalam penelitian. Selain itu, proses ini juga dimaksudkan untuk menentukan skala masing-masing variabel sehingga pengujian hipotesis dengan menggunakan alat bantu statistik dapat dilakukan secara benar. Untuk menghindari kesalah pahaman dalam memahami judul penelitian, maka akan dijelaskan definisi operasional variabel dari judul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Memilih Tabungan iB

Muamalat Haji dan Umrah Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan”.

Tabel.I.2
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
1	Hadiah (bonus) (X ₁)	Hadiah merupakan pemberian sesuatu dari seseorang kepada orang lain sebagai simbol persaudaraan. Sering kali hadiah diberikan pada saat-saat tertentu yakni saat di penerima sedang merayakan sesuatu. ¹⁰	a. Hadiah langsung dalam bentuk barang b. Undian ¹¹	Ordinal
2	Promosi (X ₂)	Promosi merupakan suatu ungkapan dalam arti luas tentang kegiatan-kegiatan yang secara aktif dilakukan oleh perusahaan (penjual) untuk mendorong konsumen membeli produk yang ditawarkan. ¹²	a. <i>Advertising</i> b. <i>Sales Promotion</i> c. <i>Personal Selling</i> ¹³	Ordinal
3	Harga Produk (X ₃)	Harga salah satu aspek penting dalam kegiatan <i>marketing mix</i> . Penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga sangat menentukan	a. Mutu Produk b. Daya Saing Harga ¹⁵	Ordinal

¹⁰Mardani, *Ayat-Ayat dan Hadis Ekonomi Syariah* (Jakarta:Rajawali Pers, 2014), hlm. 86.

¹¹Khalid bin Ali Al-Musyaiqih, *Sudah Halalkah Semua Transaksi Anda Fiqh Muamalah Masa Kini* (Klaten: Inas Media, 2009), hlm. 91-95.

¹²Panji Anoraga, *Manajemen Bisnis* (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), hlm. 222.

¹³Kasmir, *Op. Cit.*, hlm. 246.

		laku tidaknya produk dan jasa perbankan. ¹⁴		
4	Minat nasabah memilih Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan (Y)	Minat nasabah merupakan ilmu pemasaran yang terpisah yang membahas khusus tentang bagaimana konsumen mengkonsumsi suatu produk atau jasa dengan memasukkan ide-ide, pengalaman dan tindakan yang beragam untuk dapat memuaskan kebutuhan mereka. ¹⁶	a. Sikap orang lain b. Faktor situasi yang tidak terantisipasi ¹⁷	Ordinal

E. Rumusan Masalah

Perumusan masalah yang dapat digambarkan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh bonus atau hadiah terhadap minat nasabah memilih Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan?
2. Apakah terdapat pengaruh promosi terhadap minat nasabah memilih Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan?

¹⁵*Ibid.*

¹⁴*Ibid.*, hlm. 227.

¹⁶Rahmah Yulianti, *Pengaruh Minat Masyarakat Aceh terhadap Keputusan Memilih Produk Perbankan Syariah di Kota Banda Aeh*, *Jurnal Dinamika Akuntansi dan Bisnis*, Volume 2, No. 1, Maret 2015, hlm. 19.

¹⁷Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1* (Jakarta: PT. Indeks, 2009), hlm. 242.

3. Apakah terdapat pengaruh harga produk terhadap minat nasabah memilih Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan?
4. Apakah terdapat pengaruh hadiah (bonus), promosi dan harga produk secara simultan terhadap minat nasabah memilih Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan?

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh bonus atau hadiah terhadap minat nasabah memilih Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap minat nasabah memilih Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga produk terhadap minat nasabah memilih Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.
4. Untuk mengetahui pengaruh hadiah (bonus), promosi dan harga produk secara simultan terhadap minat nasabah memilih Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan

G. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah:

1. Bagi peneliti, ini merupakan salah satu langkah dalam mengembangkan, menerapkan serta melatih berpikir secara ilmiah sehingga memperluas wawasan apabila kelak menghadapi masalah, terutama erat kaitannya dengan pengaruh hadiah (bonus), promosi dan harga produk terhadap minat nasabah memilih Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.
2. Bagi pihak bank, dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai pengaruh hadiah (bonus), promosi dan harga produk terhadap minat nasabah memilih Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan dan menjadi bahan pertimbangan dalam melakukan inovasi.
3. Bagi akademis, penelitian ini diharapkan menjadi sumber penelitian yang bertujuan untuk menghasilkan solusi atas berbagai masalah yang terjadi pada perbankan secara khusus dan masyarakat pada umumnya.
4. Bagi peneliti selanjutnya, peneliti berharap agar penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber inspirasi dan motivasi bagi kalangan peneliti, khususnya mahasiswa IAIN Padangsidempuan.

H. Sistematika Pembahasan

Untuk kemudahan pemahaman dalam penelitian ini, maka disusun sistematika pembahasan sebagai berikut:

Bab I, peneliti menjelaskan tentang hal-hal yang berkaitan dengan latar belakang peneliti mengangkat judul penelitian dan memaparkan fakta dan

fenomena yang terjadi pada tempat penelitian, selanjutnya selanjutnya peneliti memaparkan beberapa variabel atau faktor lain yang berhubungan dengan penelitian yang disebut identifikasi masalah yang berkaitan dengan permasalahan. Setelah itu, dilanjutkan dengan pembahasan masalah agar penelitian ini lebih jelas dan fokus. Kemudian peneliti menjelaskan rumusan masalah yang sesuai dengan latar belakang masalah yang akan menjadi penuntun bagi langkah penelitian selanjutnya, kemudian dilanjutkan dengan tujuan penelitian yang sejalan dengan rumusan masalah. Selanjutnya, peneliti menjelaskan definisi operasional variabel dari beberapa referensi yang tujuannya untuk menunjuk alat pengambil data yang sesuai dengan variabel-variabel yang terkait dalam penelitian dan pada akhirnya menjelaskan beberapa kegunaan penelitian.

Bab II, peneliti memaparkan tentang teori yang berkaitan dengan variabel-variabel penelitian yaitu tentang minat nasabah, hadiah (bonus), promosi, dan harga produk guna memperjelas masalah yang akan diteliti. Selanjutnya peneliti mengemukakan penelitian terdahulu untuk melihat kajian-kajian sejenis yang dihasilkan oleh beberapa peneliti lain, kemudian dilanjutkan dengan kerangka pikir untuk membangun kerangka pengamatan antara variabel-variabel yang diteliti dan hipotesis penelitian yang merupakan dugaan sementara dari hasil kerangka pikir dari setiap variabel.

Bab III, peneliti menyajikan metode penelitian yang berkaitan dengan teknik-teknik pengolahan data, termasuk menjelaskan lokasi dan waktu penelitian. Selain itu, bab ini menjelaskan jenis penelitian yang digunakan

yaitu penelitian kuantitatif, instrumen pengumpulan data berupa angket atau kuisioner, wawancara serta studi dokumentasi dan teknik pengolahan data-data penelitian yang menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi dasar, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, koefisien determinasi (R^2), uji T, dan uji F.

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

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

BAB II LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Konsep Bank Syariah

a) Pengertian Bank Syariah

Bank Islam, selanjutnya disebut dengan bank syariah adalah bank yang beroperasi tanpa mengandalkan bunga. Bank syariah juga dapat diartikan sebagai lembaga keuangan atau perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berdasarkan Al-Quran dan hadis.¹ Bank syariah merupakan salah satu bentuk dari perbankan nasional yang mendasarkan operasionalnya pada syariah (hukum) Islam.

Menurut Schaik dalam buku Khaerul Umam bank Islam adalah:

Sebuah bentuk dari bank modern yang didasarkan pada hukum Islam yang sah, dikembangkan pada abad pertama Islam, menggunakan konsep barbagi risiko sebagai metode utama, dan meniadakan keuangan berdasarkan kepastian serta keuntungan yang ditentukan sebelumnya.²

Menurut Muhammad bank syariah adalah “lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran Islam.”³

Bank syariah sebagai sebuah lembaga keuangan mempunyai mekanisme dasar, yaitu menerima deposito dari pemilik modal (*depositor*) dan mempunyai kewajiban (*liability*) untuk menawarkan

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

²*Ibid.*

³Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah* (Yogyakarta: Ekonisia UII, 2004), hlm. 1.

pembiayaan kepada investor pada sisi asetnya, dengan pola atau skema pembiayaan yang sesuai.⁴

b) Sejarah Perkembangan Bank Syariah sampai Sekarang

Ketika Indonesia dilanda krisis moneter yang memporakporandakan sebagian besar perekonomian Asia Tenggara, Bank Muamalat, bank syariah pertama di Indonesia yang beroperasi pada tahun 1992. Lahirnya UU No. 10 tahun 1998 tentang Perubahan atas UU No. 7 tahun 1992 tentang Perbankan, telah memungkinkan bank syariah beroperasi sepenuhnya sebagai Bank Umum Syariah (BUS) atau dengan membuka Unit Usaha Syariah (UUS). Lahirlah Bank Syariah Mandiri (konversi dari Bank Susila Bakti) serta UUS bank IFI. Pada akhir tahun 1999, total asset bank syariah di Indonesia baru mencapai Rp1,12 triliun atau sekitar 0,11% dibandingkan dengan asset bank konvensional.⁵

Berdasarkan data Bank Indonesia, prospek perbankan syariah pada tahun 2005 diperkirakan cukup baik. Industri perbankan syariah diprediksi masih akan berkembang dengan tingkat pertumbuhan yang cukup tinggi. Bila pada periode tahun 1992-1998 hanya ada satu unit bank syariah, maka pada tahun 2005, jumlah bank syariah di Indonesia telah bertambah menjadi 20 unit, yaitu 3 bank umum syariah dan 17 unit usaha syariah. Sementara itu, jumlah Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) hingga akhir tahun 2004 bertambah menjadi 88 buah.⁶

⁴Khaerul Umam, *Op. Cit.*, hlm. 16.

⁵Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Syariah* (Jakarta: Sinar Grafika, 2010), hlm. 1.

⁶Adiwarnan A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), hlm. 25.

Dukungan terhadap perbankan syariah semakin kuat dengan disahkannya Undang-Undang No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Pada Oktober 2009, telah ada 6 BUS dan 25 UUS dengan total asset sebesar Rp 59,68 triliun dan berhasil menyerap lebih dari 17 ribu pekerja.

Salah satu dukungan pemerintah Indonesia yang cukup signifikan adalah implementasi kebijakan *office channeling*, dukungan akseleratif pemerintah berupa pengelolaan rekening haji yang akan dipercayakan pada perbankan syariah, serta hadirnya investor-investor baru yang akan mendorong pertumbuhan bisnis syariah.

Dana terhimpun juga akan meningkat terkait rencana pemerintah menyimpan biaya ibadah haji di perbankan syariah. Dengan kuota 200.000 calon jamaah haji, jika masing-masing calon jamaah haji menyimpan Rp 20 juta, akan terhimpun dana Rp 4 triliun yang hanya dititipkan ke bank syariah selama sekitar empat bulan. Dana haji yang terhimpun dalam jumlah besar dalam waktu relatif pendek akan mendorong munculnya instrument investasi syariah. Dana terhimpun itu bahkan cukup menarik bagi pebisnis keuangan global untuk meluncurkan produk investasi syariah.⁷

Kemudahan bagi masyarakat untuk mengakses layanan perbankan syariah dan ketersediaan produk investasi syariah tidak akan optimal tanpa promosi dan edukasi yang memadai tentang lembaga keuangan

⁷Khaerul Umam, *Op. Cit.*, hlm. 24.

syariah. Selain itu, dibutuhkan pula jaminan produk yang ditawarkan patuh terhadap prinsip syariah.

Dilihat secara makro ekonomi, pengembangan bank syariah di Indonesia memiliki peluang besar karena peluang pasarnya yang sesuai dengan mayoritas penduduk Indonesia. UU No. 10 tidak menutup kemungkinan bagi pemilik bank BUMN, swasta nasional, bahkan pihak asing sekalipun untuk membuka cabang syariahnya di Indonesia. Terbukanya kesempatan ini jelas akan memperbesar peluang transaksi keuangan di dunia perbankan, terutama bila terjalin kerja sama antar bank syariah.⁸

Sampai tahun 2007 terdapat 3 intitusi bank syariah di Indonesia yaitu Bank Muamalat Indonesia, Bank Syariah Mandiri dan Bank Mega Syariah. Sementara itu bank umum yang telah memiliki unit usaha syariah adalah 19 diantaranya merupakan bank besar seperti Bank Negara Indonesia (Persero) dan Bank Rakyat Indoneisa (Persero).⁹

2. Minat

a. Pengertian Minat

Minat pada dasarnya penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Minat berkaitan dengan perasaan suka atau senang dari seseorang terhadap suatu objek. Minat nasabah merupakan ilmu pemasaran yang terpisah yang membahas khusus tentang bagaimana konsumen mengkonsumsi suatu produk atau jasa

⁸*Ibid.* hlm. 25.

⁹ Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hlm.. 203.

dengan memasukkan ide-ide, pengalaman dan tindakan yang beragam untuk dapat memuaskan kebutuhan mereka.¹⁰

Untuk bisa menarik minat nasabah, maka setiap perusahaan harus mengetahui apa keinginan dan kebutuhan terhadap produk dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan yang ditawarkan. Bank syariah sebagai lembaga keuangan perlu mengkonsumsi setiap produk yang ditawarkan. Hal ini dilakukan agar masyarakat luas mengetahui serta memahami fasilitas dan jenis-jenis produk perbankan syariah, sehingga menarik minat nasabah untuk membeli manfaat dari produk dan jasa bank.¹¹ Minat dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*), norma subjektif (*subjective norms*), dan control perilaku (pengendalian perilaku), yaitu bagaimana konsumen memiliki persepsi terhadap pengendalian perilaku.¹²

b. Faktor-Faktor yang Mengganggu Minat

Walaupun konsumen membentuk evaluasi merek, dua faktor berikut berada diantara niat pembelian dan keputusan pembelian yaitu:¹³

1) Sikap orang lain

Sejauh mana sikap orang lain mengurangi alternatif yang disukai seseorang akan bergantung pada dua hal: (1) intensitas sikap

¹⁰Rahmah Yulianti, *Pengaruh Minat Masyarakat Aceh terhadap Keputusan Memilih Produk Perbankan Syariah di Kota Banda Aeh*, *Jurnal Dinamika Akuntansi dan Bisnis*, Volume 2, No. 1, Maret 2015, hlm. 19.

¹¹*Ibid.*

¹²Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen teori dan Penerapannya dalam Pemasaran* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2015), hlm. 187.

¹³Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1* (Jakarta: PT. Indeks, 2009), hlm. 242.

negatif orang lain terhadap alternatif yang disukai konsumen dan (2) motivasi konsumen untuk menuruti keinginan orang lain. Semakin gencar sikap negatif orang lain tersebut dengan konsumen, konsumen akan semakin mengubah niat pembeliannya. Keadaan sebaliknya juga berlaku. Preferensi pembeli terhadap merek tertentu akan meningkat jika yang ia sukai juga menyukai merek yang sama.¹⁴

2) Faktor situasi yang tidak terantisipasi

Faktor situasi yang tidak terantisipasi yang dapat muncul dan mengubah niat pembelian. Preferensi dan bahkan niat pembelian bukan merupakan peramal perilaku pembelian yang benar-benar andal.¹⁵

3. Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah

Pengertian tabungan menurut undang-undang Perbankan Nomor 10 tahun 1998 adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan atau lainnya yang dipersamakan dengan itu.¹⁶

Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah merupakan tabungan yang dimaksudkan untuk mewujudkan niat nasabah untuk menunaikan ibadah haji. Produk ini akan membantu nasabah untuk merencanakan ibadah haji sesuai dengan kemampuan keuangan dan waktu pelaksanaan

¹⁴*Ibid.*,

¹⁵*Ibid.*,

¹⁶ Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana, 2013), hlm. 31.

yang diinginkan. Dengan fasilitas asuransi jiwa, keberangkatan terjamin apabila nasabah meninggal dunia.¹⁷

Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah juga menjamin nasabah untuk memperoleh porsi keberangkatan (sesuai dengan ketentuan Kementerian Agama) dengan jumlah dana Rp 25.050.000,- (Dua puluh lima juta lima puluh ribu rupiah), karena Bank Muamalat telah *on-line* dengan Siskohat Kementerian Agama Republik Indonesia. Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah memberikan keamanan lahir batin karena dana yang disimpan akan dikelola secara syariah.

Adapun tujuan yang diharapkan dengan lahirnya produk tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah, yaitu :

1. Menghimpun dana masyarakat muslim yang berniat untuk menunaikan ibadah haji secara terencana dan teratur sesuai dengan kemampuan dan jangka waktu yang dikehendaki;
2. Mengubah sikap pasrah pada nasib/takdir dengan pernyataan “pergi haji bila mampu”, kepada sikap bahwa “menjadi tamu Allah adalah sesuatu yang direncanakan”, sesuai dengan kemampuan dan dikuatkan dengan niat;
3. Mendidik masyarakat untuk disiplin dalam menyisihkan dananya untuk keperluan biaya ibadah haji;
4. Mendidik masyarakat untuk menerapkan sistem syariah dalam kehidupan dimana terdapat saling memberi “manfaat” antar sesama

¹⁷Bank Muamalat Indonesia, “Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah” <http://www.bankmuamalat.co.id>, diakses 30 Agustus 2017.

karena seluruh produk dana pihak ketiga yang ada pada bank digunakan hanya untuk memberikan pembiayaan kepada masyarakat.

Keunggulan tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah :¹⁸

1. Nyaman : Karena dana nasabah dikelola secara syariah, sehingga memberi ketenangan batin dalam menjalankan ibadah ritual ke tanah suci;
2. Menguntungkan : Memperoleh bagi hasil atas pendapatan dari dana tersebut sesuai dengan porsi yang disepakati oleh nasabah dan bank pada awal perjanjian;
3. Terencana : tahun keberangkatan dan besarnya porsi tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah disesuaikan dengan kemampuan nasabah;
4. Terjamin : Bank Muamalat *on-line* dengan SISKOHAT Departemen Agama, sehingga Insya Allah nasabah memperoleh kepastian mendapat porsi keberangkatan haji;
5. Bebas biaya Administrasi layanan Bulanan;
6. Bebas biaya Administrasi penutupan rekening;
7. Mendapatkan perlengkapan haji.

Keuntungan yang ditawarkan oleh Bank Muamalat Indonesia, Tbk melalui produk tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah ini juga banyak, diantaranya:¹⁹

1. Bank umum syariah pertama di Indonesia yang dikelola secara profesional dan murni syariah serta salah satu Bank Penerima Setoran

¹⁸ Brosur Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah Bank Muamalat Indonesia.

¹⁹ *Ibid.*

Biaya Penyelenggara Ibadah Haji (BPS-BPIH), yang terdaftar di siskohat Kemenag.

2. Lebih praktis. Tidak perlu membawa uang tunai berlebihan. Sebagai nasabah Tabungan iB Muamalat haji dan umrah dengan fasilitas *standing instruction* (SI), nasabah akan memperoleh kartu *Shar-E Debit Gold* yang bisa digunakan bertransaksi di seluruh ATM dan pembayaran belanja di toko berlogo visa/plus.
3. Lebih ringan. Tidak dikenakan biaya administrasi ataupun biaya pemindahan dana ke rekening Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah.
4. Lebih banyak bonusnya. Nasabah akan mendapatkan berbagai *souvenir* eksklusif serta perlengkapan haji.
5. Lebih menarik hadiahnya. 5 (lima) pemenang setiap bulan berkesempatan mendapat umrah gratis.

4. Hadiah

Jawaiz adalah bentuk jamak dari *jaizah* yang artinya hadiah. Yang dimaksud adalah hadiah yang diberikan oleh para pedagang kepada konsumen. Hukum asalnya boleh, misalnya seseorang membeli sesuatu di sebuah toko, lalu pemilik toko memberi hadiah kepada pembeli tersebut.²⁰

²⁰Khalid bin Ali Al-Musyaiqih, *Sudah Halalkah Semua Transaksi Anda Fiqh Muamalah Masa Kini* (Klaten: Inas Media, 2009), hlm.85.

Hadiah merupakan pemberian sesuatu dari seseorang kepada orang lain sebagai simbol persaudaraan. Sering kali hadiah diberikan pada saat-saat tertentu yakni saat si penerima sedang merayakan sesuatu. Hadiah boleh bila tidak ada unsur *risywah* (suap) dan gratifikasi.²¹ Adapun yang menjadi landasan pemberian hadiah yaitu terdapat dalam firman Allah SWT dalam QS *An-Naml* ayat 35-36 yang berbunyi:

وَإِنِّي مُرْسِلَةٌ إِلَيْهِمْ بِهَدِيَّةٍ فَنَاظِرَةٌ بِمَ يَرْجِعُ الْمُرْسَلُونَ



Artinya: Dan Sesungguhnya Aku akan mengirim utusan kepada mereka dengan (membawa) hadiah, dan (aku akan) menunggu apa yang akan dibawa kembali oleh utusan-utusan itu. (QS *An-Naml* ayat 35).²²

فَلَمَّا جَاءَ سُلَيْمَانَ قَالَ أَتُمِدُّونَنِ بِمَالٍ فَمَا آتَانِيَ اللَّهُ خَيْرٌ مِّمَّا آتَاكُمْ بَلْ أَنْتُمْ بِهَدِيَّتِكُمْ تَفْرَحُونَ

Artinya: Maka tatkala utusan itu sampai kepada Sulaiman, Sulaiman berkata: "Apakah (patut) kamu menolong Aku dengan harta?" Maka apa yang diberikan Allah kepadaku lebih baik daripada apa yang diberikan-Nya kepadamu; tetapi kamu merasa bangga dengan hadiahmu. (QS *An-Naml* ayat 36).²³

Ayat tersebut menerangkan bahwa, pertama hadiah merupakan pemberian dari seseorang kepada orang lain. Kedua, ditegaskan pada ayat

²¹Mardani, *Ayat-Ayat dan Hadis Ekonomi Syariah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hlm. 86.

²²Departemen Agama RI, *Al – Qur'an dan Terjemahnya* (Solo: Tiga Serangkai, 2009), hlm. 379.

²³*Ibid.*, hlm. 380.

tersebut bahwa hadiah yang dimaksud berupa harta benda. Ketiga, apa pun tujuannya si pemberi mengirim hadiah tersebut, si calon penerima hadiah berhak menerima atau menolak hadiah tersebut. Hadiah biasanya dilakukan dengan beberapa cara, antara lain dengan cara menjual kupon dengan nomor-nomor tertentu. Hadiah biasanya diundi di depan notaris dan dibuka untuk umum. Hal ini boleh asal tidak ada unsur *maisir* (judi) dan taruhan.²⁴

Hadiah dan pemberian dari penjual atau produsen kepada para konsumen bisa diklasifikasikan menjadi beberapa kategori:

- 1) Kategori pertama, hadiah yang diberikan melalui perlombaan atau kuis. Terbagi menjadi beberapa jenis:
 - a. Hadiah bisa didapatkan dengan cara membayar registrasi untuk ikut masuk dalam kuis atau perlombaannya. Hukumnya, kuis atau undian semacam ini termasuk perjudian yang diharamkan. Hadiah dari lomba atau kuis ini tidak boleh diterima jika untuk ikut serta ada uang yang harus dibayarkan.²⁵
 - b. Hadiah bisa didapatkan dengan cara membeli barang terlebih dahulu. Untuk menentukan hukumnya, bisa dirinci sebagai berikut:
 - a) Hadiah berpengaruh pada harga produk karena pedagang menaikkan harga barang/produk sebagai kompensasi dari adanya hadiah. Hukumnya haram, sebab termasuk judi.²⁶

²⁴ *Ibid.*

²⁵ Khalid bin Ali Al-Musyaiqih, *Op. Cit.*, hlm. 86.

²⁶ *Ibid.*, hlm. 87.

b) Hadiah tidak mempengaruhi harga produk. Harga masih tetap seperti semula. Adapun hadiah, dimaksudkan sebagai usaha untuk menarik minat pribadi. Hukumnya, para ulama *muta'akhirin* masih berbeda pendapat.

2) Kategori Kedua, hadiah langsung dalam barang

Bentuk ini terbagi menjadi beberapa pola:²⁷

a. Hadiah berasal dari penjual dan tidak disertai syarat atau ketentuan apapun. Hadiah bisa berupa barang atau suatu manfaat atau jasa. Hukumnya boleh, karena hukum asalnya halal dan tidak terdapat aspek haram.

b. Hadiah sudah jelas didapat oleh konsumen.²⁸ Anda membeli barang dan melihat ada hadiah dari barang itu. Sebab hadiah ini merupakan kompensasi dari penurunan atau persaingan harga dan tidak terdapat unsur *gharar* (ketidakjelasan) karena hadiah sudah jelas. Hadiah tidak diketahui karena berada dalam kemasan. Hukumnya harus dirinci, jika hadiah ini berpengaruh pada harga produk, dengan indikasi harga naik setelah adanya promo hadiah, maka hukumnya haram. Adapun jika keberadaan hadiah tidak mempengaruhi harga maka hukumnya boleh sebagaimana yang dijelaskan bahwa hal semacam ini hanya masalah persaingan harga dan promosi.

²⁷*Ibid.*, hlm. 91.

²⁸*Ibid.*, hlm. 92.

- c. Hadiah hanya terdapat pada sebagian produk dan sebagian lain kosong. Hukumnya boleh tapi harus memenuhi dua syarat:
- a) Hadiah tidak menaikkan harga produk
 - b) Membeli karena kebutuhan semata.²⁹
- d. Hadiah berbentuk uang.

Hadiah uang dimasukkan kedalam kemasan produk. Mengenai hukumnya, para ulama *muta'akhirin* berbeda pendapat: Pendapat pertama haram, karena jual beli ini termasuk "*maddu ajwatin wa dirhamin*" yaitu transaksi ribawi disertai barang lain jenis pada salah satunya. Pendapat kedua, masalah harus dirincikan. Perlu dilihat dulu besaran uang hadiahnya.³⁰

- a) Jika hanya uang kecil maka tidak masalah, alasannya ulama mengatakan, dalam masalah "*maddu ajwatin wa darahim*", jika barang lain jenisnya sedikit, maka tidak mengapa.
- b) Jika banyak, maka tidak boleh. Alasannya, karena adanya maksud yaitu uang menjadi sasaran pembelian. Sehingga mengubah transaksi menjadi transaksi dirham dengan dirham dengan penambahan pada salah satu berupa barang.

3) Kategori ketiga: Kupon undian berhadiah

Toko atau perusahaan tertentu memberikan kupon bagi para pembeli barang atau produk mereka, kemudian kupon-kupon itu diundi. Biasanya, bentuk kupon terdiri dari dua bagian dengan nomor

²⁹*Ibid.*, hlm. 93.

³⁰*Ibid.*, hlm. 94.

kode yang sama. Satu bagian dibawa pemilik dan satu bagian diundi. Hukumnya, ada perbedaan pendapat dalam hal ini.³¹

a. Boleh, menurut pendapat Syaikh Muhammad bin Utsaimin dan Lajnah Syar'iyah di Bait At-Tamwil, Kuwait. Namun mereka menetapkan syarat:

- a) Harga produk tidak naik. Artinya, keberadaan undian berhadiah tidak membuat harga produk naik.
- b) Membeli karena memang butuh terhadap barang tersebut, bukan semata-mata karena ingin mengikuti undian.

Alasannya, asal hukum muamalah adalah boleh dan ketiadaan unsurjudi karena tidak ada penambahan harga pada produk.

b. Haram, menurut pendapat Syaikh Abdul Aziz bin Bazz dan Lajnah Daimah lil Buhuts Al-Ilmiyah, *Ifa'*, dakwah dan Irsyad Saudi, alasannya:

- a) Terdapat unsur judi dalam muamalah ini. Persyaratan sebagaimana yang dicantumkan dalam pendapat pertama terkadang sulit terpenuhi.
- b) Ada unsur merugikan orang lain.
- c) Mengajari orang berperilaku konsumtif, membeli yang tidak dibutuhkan.

³¹*Ibid.*, hlm. 95.

5. Promosi

Promosi merupakan kegiatan *marketing mix* yang terakhir setelah produk, harga dan tempat, serta inilah yang paling sering diidentikkan sebagai aktivitas pemasaran dalam arti sempit. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang termasuk penting selain produk, harga dan lokasi. Dalam kegiatan ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung.³²

Tanpa promosi jangan diharapkan nasabah dapat mengenal dan mengetahui bank apalagi produk-produknya. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Salah satu tujuan promosi bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah baru.³³ Kemudian promosi juga berfungsi mengingatkan nasabah akan produk, promosi juga ikut mempengaruhi nasabah untuk membeli dan akhirnya promosi juga akan meningkatkan citra bank di mata para nasabahnya.

Setiap bank harus mampu berkomunikasi dengan nasabah, dan tidak melepaskan diri dari peran mereka sebagai komunikator dan promotor. Untuk bisa berkomunikasi secara efektif bank merancang program-program promosi yang menarik, mampu mendidik wiraniaganya supaya bersikap ramah dan mampu memberikan informasi yang jelas. Wiraniaga harus dididik untuk dapat menjadi seseorang komunikator

³²Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), hlm.246.

³³*Ibid.*,

yang handal, agar mampu menyampaikan pesan perusahaan kepada konsumen secara jelas dan lugas serta mampu menarik konsumen untuk mencari informasi tambahan seputar pesan yang disampaikan oleh perusahaan.

Komunikator ditantang untuk merangsang dan menciptakan suatu pesan yang mampu menyita perhatian masyarakat dari gangguan-gangguan sekelilingnya, sehingga mampu mengalihkan perhatiannya kepada pesan yang akan disampaikan oleh perusahaan. Komunikator berusaha agar mampu menemukan sifat masyarakat yang berhubungan dengan tingkat kemampuan mereka yang dibujuk. Komunikator harus mengetahui ciri-ciri masyarakat yang bertoleransi dengan kemampuannya untuk menggunakannya sebagai patokan dalam pengembangan dan penentuan media promosi yang akan dipilih oleh perusahaan.

Perusahaan dalam hal ini adalah bank yang harus mampu mencari cara agar bisa mencapai efektifitas dari satu atau lebih alat promosi. Dalam menentukan alat promosi, manajer pemasaran bank harus mengenal ciri masing-masing alat promosi yang akan digunakan tersebut. Secara garis besar keempat macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh perbankan secara umum adalah:³⁴

³⁴Muhammad Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm 169.

1) Periklanan (*Advertising*)

Iklan adalah sarana promosi yang digunakan oleh perusahaan dalam hal ini adalah ban guna menginformasikan, segala sesuatu produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Informasi yang diberikan adalah nama produk, manfaat produk, harga produk, serta keuntungan-keuntungan produk dibandingkan produk sejenis yang ditawarkan oleh pesaing. Tujuan promosi lewat iklan adalah berusaha untuk menarik dan mempengaruhi nasabah lama serta calon nasabahnya.³⁵

2) Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Di samping promosi lewat iklan, promosi lainnya dapat dilakukan melalui promosi penjualan atau *sales promotion*. Tujuan promosi penjualan adalah meningkatkan penjualan atau untuk meningkatkan jumlah nasabah. Promosi penjualan dilakukan untuk menarik nasabah untuk segera membeli setiap produk atau jasa yang ditawarkan. Oleh Karena itu, agar nasabah tertarik untuk membeli maka perlu dibuatkan promosi penjualan yang semenarik mungkin.

Bagi bank promosi penjualan dapat dilakukan melalui:

- a) Pemberian bunga khusus (*special rate*) untuk jumlah dana yang relative besar, walaupun hal ini akan mengakibatkan persaingan tidak sehat (misalnya untuk simpanan yang jumlahnya besar)

³⁵*Ibid.*,

- b) Pemberian insentif kepada setiap nasabah yang memiliki simpanan dengan saldo tertentu
- c) Pemberian cendera mata, hadiah serta kenang-kenangan lainnya kepada nasabah yang loyal
- d) Dan promosi penjualan lainnya.³⁶

3) Publisitas (*Publicity*)

Promosi yang ketiga adalah publisitas. Publisitas merupakan kegiatan promosi untuk memancing nasabah melalui kegiatan seperti pameran, bakti sosial, perlombaan cerdas cermat, kuis serta kegiatan lainnya melalui berbagai media.

Kegiatan publisitas dapat meningkatkan pamor bank di mata para nasabahnya, baik secara langsung atau tidak langsung. Oleh karena itu, kegiatan publisitas perlu diperbanyak lagi.

4) Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)

Kegiatan promosi yang keempat adalah penjualan pribadi atau *personal selling*. Dalam dunia perbankan penjualan pribadi secara umum dilakukan oleh seluruh pegawai bank, mulai dari *cleaning service*, satpam sampai pejabat bank. Secara khusus *personal selling* dilakukan oleh petugas *customer service* atau *service assitensi*.³⁷

³⁶*Ibid.*, hlm. 170.

³⁷*Ibid.*,

6. Harga Produk

Strategi harga ternyata sangat menentukan jatuh bangunnya perusahaan. Peranannya sama pentingnya dengan produk sendiri.³⁸ Harga salah satu aspek penting dalam kegiatan *marketing mix*. Penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya produk dan jasa perbankan.³⁹ Salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan.

Bagi perbankan terutama bank yang berdasarkan prinsip konvensional, harga adalah bunga, biaya administrasi, biaya provisi dan komisi, biaya kirim, biaya tagih, biaya sewa, biaya iuran, dan biaya-biaya lainnya. Sementara itu, harga bagi bank yang berdasarkan prinsip syariah adalah bagi hasil. Penentuan harga oleh suatu bank dimaksudkan untuk berbagai tujuan yang hendak dicapai. Secara umum tujuan penentuan harga adalah sebagai berikut:⁴⁰

a) Untuk bertahan hidup

Dalam hal ini bank menentukan harga semurah mungkin dengan maksud produk atau jasa yang ditawarkan laku di pasaran, misalnya untuk bunga simpanan tinggi dan bunga pinjam rendah, tetapi dalam kondisi masih menguntungkan.

³⁸Nembah F. Hartimbul, *Manajemen Pemasaran* (Bandung: Yrama Widya, 2011), hlm.

³⁹Kasmir, *Op, Cit.*, hlm. 227.

⁴⁰*Ibid.*, hlm. 229.

b) Untuk memaksimalkan laba

Tujuan harga ini dengan mengharapkan penjualan yang meningkat sehingga laba dapat ditingkatkan. Penentuan harga biasanya dapat dilakukan dengan harga murah atau tinggi.

c) Untuk memperbesar *market share*

Penentuan harga ini dengan harga yang murah, sehingga diharapkan jumlah pelanggan meningkat dan diharapkan pula pelanggan pesaing beralih ke produk yang ditawarkan seperti penentuan suku bunga simpanan yang lebih tinggi dari pesaing.

d) Mutu produk

Tujuan adalah memberikan kesan bahwa produk atau jasa yang ditawarkan memiliki kualitas yang tinggi dan biasanya harga jual ditentukan setinggi mungkin.

e) Karena pesaing

Dalam hal ini penentuan harga dengan melihat harga pesaing. Tujuannya adalah agar harga yang ditawarkan jangan melebihi harga pesaing artinya bunga simpanan di atas pesaing dan bunga pinjaman di bawah pesaing.

Menurut Kasmir dan Jakfar ada tiga strategi dasar dalam penetapan harga, yaitu:

- a) *Skimming Pricing*, yaitu harga awal produk yang ditetapkan setinggi-tingginya dengan tujuan bahwa produk atau jasa memiliki kualitas tinggi.
- b) *Penetration Pricing*, yaitu dengan menetapkan harga yang serendah mungkin dengan tujuan untuk menguasai pasar.

c) *Status Quo Pricing*, yaitu penetapan harga *status quo* adalah harga yang ditetapkan disesuaikan dengan harga pesaing.⁴¹

B. Penelitian Terdahulu

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

Tabel II. 1
Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
Mustajidah Anif (Skripsi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2013)	Pengaruh Pelayanan Islami dan Pemberian Bonus terhadap Minat Nasabah di Bank Tabungan Negara (BTN) Syaria'ah Cabang Semarang	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara pelayanan Islami (X_1) dengan nilai t_{hitung} sebesar 0,47 dan pemberian bonus (X_2) dengan nilai t_{hitung} sebesar 0,79 dengan nilai signifikansi 0,05. Adapun hasil analisis secara simultan diketahui bahwa nilai f_{hitung} sebesar 78,446 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 dan nilai f_{tabel} sebesar 3,091, jadi secara simultan pelayanan Islami (X_1) dan pemberian bonus (X_2) berpengaruh positif terhadap minat nasabah.
Iip Nurhipnudin (Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2015)	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Bertransaksi Mahasiswa Non Muslim pada Bank Syariah (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Sanata Dharma Yogyakarta)	Hasil penelitian diperoleh bahwa secara parsial variabel pengetahuan perbankan syariah (X_1) tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat bertransaksi Mahasiswa Non Muslim pada Universitas Sanata Dharma di Perbankan Syariah, yang ditunjukkan dengan hasil signifikansi $0.504 > 0.05$. Untuk variabel produk perbankan syariah (X_2)

⁴¹Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis Edisi Revisi* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2003), hlm 54.

		<p>berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi Mahasiswa Non Muslim di Perbankan Syariah, yang ditunjukkan dengan hasil signifikansi $0.039 < 0.05$. Dan untuk variabel promosi perbankan syariah (X_3) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi Mahasiswa Non Muslim pada Universitas Sanata Dharma di Perbankan Syariah yang ditunjukkan dengan hasil signifikansi $0.002 < 0.05$. Secara simultan pengetahuan perbankan syariah (X_1), produk perbankan syariah (X_2) dan promosi perbankan syariah (X_3) berpengaruh positif terhadap minat bertransaksi Mahasiswa Non Muslim pada Universitas Sanata Dharma di Perbankan Syariah dengan hasil signifikansi $0.00 < 0.05$.</p>
<p>Imam Anendro (Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2016)</p>	<p>Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bank Syariah Mandiri terhadap Penggunaan <i>E-Money</i></p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel persepsi kemudahan penggunaan (X_1) berpengaruh dan signifikan terhadap minat nasabah dengan hasil signifikansi $2.314 > 2.015$ ($t_{hitung} > t_{tabel}$). Untuk variabel persepsi kebermanfaatan (X_2) secara parsial tidak berpengaruh dan signifikan terhadap minat nasabah dengan hasil signifikansi $1.460 < 2.015$ ($t_{hitung} < t_{tabel}$). Untuk variabel harga (X_3) secara parsial tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat nasabah dengan hasil signifikansi $0.356 < 2.015$ ($t_{hitung} < t_{tabel}$). Untuk variabel</p>

		<p>fitur layanan (X_4) secara parsial tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat nasabah dengan hasil signifikansi $0.229 < 2.015$ ($t_{hitung} < t_{tabel}$). Dan untuk variabel promosi (X_5) secara parsial tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat nasabah dengan hasil signifikansi $-0.214 < 2.015$ ($t_{hitung} < t_{tabel}$). Secara simultan terdapat pengaruh antara variabel persepsi kemudahan penggunaan (X_1), persepsi kebermanfaatan (X_2), harga (X_3), fitur layanan (X_4), dan promosi (X_5) terhadap minat nasabah Bank Syariah Mandiri terhadap Penggunaan <i>E-Money</i> (Y).</p>
<p>Ayu Retno Sari (Skripsi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)</p>	<p>Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Masyarakat Muslim Menabung di Bank Syariah</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel fasilitas pelayanan (X_2), pengetahuan (X_3) dan promosi (X_4) berpengaruh signifikan dan positif terhadap kurangnya minat masyarakat muslim di Kabupaten Bantul untuk menabung di bank syariah. Sedangkan variabel lokasi (X_1) secara parsial berpengaruh signifikan dan negatif terhadap kurangnya minat masyarakat muslim di Kabupaten Bantul untuk menabung di bank syariah. Berdasarkan hasil uji simultan variabel independen (variabel lokasi, fasilitas pelayanan, pengetahuan dan promosi) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kurangnya minat masyarakat muslim di Kabupaten Bantul untuk menabung di bank syariah.</p>

Adapun persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dengan peneliti antara lain:

1. Persamaan peneliti dengan penelitian Mustajidah Anif adalah sama-sama menggunakan data primer dan membahas variabel minat sebagai variabel dependen serta bonus sebagai salah satu variabel independennya. Sedangkan perbedaannya ada pada variabel independennya. Peneliti membahas 3 variabel bebas yaitu: hadiah (X_1), promosi (X_2) dan harga produk (X_3) sedangkan Mustajidah Anif membahas 2 variabel bebas yaitu: pelayanan islami (X_1) dan pemberian bonus (X_2).
2. Persamaan peneliti dengan penelitian Iip Nurhipnudin adalah sama-sama menggunakan data primer dan membahas variabel minat sebagai variabel dependennya serta promosi sebagai salah satu variabel independennya. Sedangkan perbedaannya terdapat pada variabel independen yang diteliti. Penelitian Iip Nurhipnudin membahas tentang variabel pengetahuan perbankan syariah (X_1), produk perbankan syariah (X_2), dan promosi perbankan syariah (X_3), sedangkan peneliti membahas tentang hadiah (X_1), promosi (X_2) dan harga produk (X_1).
3. Persamaan peneliti dengan penelitian Imam Anendro adalah sama-sama menggunakan data primer dan membahas variabel minat sebagai variabel dependennya serta harga dan promosi sebagai variabel independennya. Sedangkan perbedaannya terdapat pada

variabel independen yang diteliti. Penelitian Imam Anendro membahas 5 variabel independen yaitu: persepsi kemudahan penggunaan (X_1), persepsi kebermanfaatan (X_2), harga (X_3), fitur layanan (X_4), dan promosi (X_5) sedangkan peneliti membahas 3 variabel independen yaitu: hadiah (X_1), promosi (X_2) dan harga produk (X_3).

4. Persamaan peneliti dengan penelitian Ayu Retno Sari adalah sama-sama menggunakan data primer dan membahas variabel minat sebagai variabel dependennya serta promosi sebagai salah satu variabel independennya. Sedangkan perbedaannya terdapat pada variabel independen yang diteliti. Penelitian Ayu Retno Sari membahas 4 variabel independen yaitu: lokasi (X_1), fasilitas pelayanan (X_2), pengetahuan (X_3) dan promosi (X_4) sedangkan peneliti membahas 3 variabel independen yaitu: hadiah (X_1), promosi (X_2) dan harga produk (X_3).

C. Kerangka Pikir

Menurut Sugiyono kerangka pikir merupakan “model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting”.⁴² Hadiah merupakan pemberian sesuatu dari seseorang kepada orang lain sebagai simbol persaudaraan. Sering kali hadiah diberikan pada saat-saat tertentu yakni saat si penerima sedang merayakan sesuatu. Hadiah boleh bila tidak ada unsur risywah (suap) dan

⁴²Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Cetak ke-18* (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 88.

gratifikasi.⁴³ Hadiah yang diberikan oleh pihak bank Muamalat Indonesia, Tbk bertujuan untuk menarik minat nasabah tanpa adanya penambahan biaya ataupun harga produk.

Promosi merupakan saraana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Dalam kegiatan ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung. Tanpa promosi jangan diharapkan nasabah dapat mengenal dan mengetahui bank apalagi produk-produknya.

Strategi harga ternyata sangat menentukan jatuh bangunnya perusahaan. Perananya sama pentingnya dengan produk sendiri.⁴⁴ Harga salah satu aspek penting dalam kegiatan *marketing mix*. Penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya produk dan jasa perbankan.⁴⁵ Salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan.

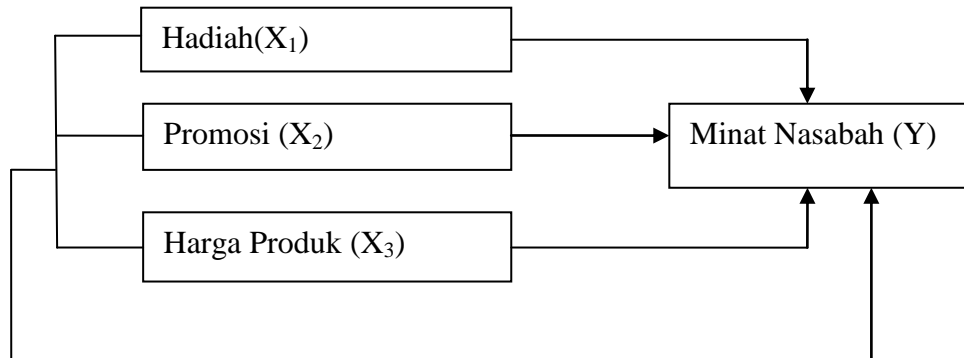
Berdasarkan kerangka teori yang telah diuraikan di atas, peneliti mengkaji dan meneliti apakah faktor hadiah, promosi dan harga produk berpengaruh terhadap minat nasabah memilih tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah, maka peneliti membuat desain kerangka pikir sebagai berikut:

⁴³Mardani, *Op. Cit.*, hlm. 86.

⁴⁴Nembah F. Hartimbul, *Op. Cit.*, hlm. 141.

⁴⁵Kasmir, *Op. Cit.*, hlm.227.

Gambar II. 1
Kerangka Pikir



D. Hipotesis

Teori yang digunakan dalam penelitian kuantitatif akan mengidentifikasi hubungan antar variabel. Hubungan antar variabel bersifat hipotesis. Hipotesis merupakan proposisi yang akan diuji kebelakuannya, atau merupakan suatu jawaban sementara atas pertanyaan penelitian. Hipotesis dalam penelitian kuantitatif dapat berupa hipotesis satu variabel dan hipotesis dua variabel atau lebih variabel yang dikenal sebagai hipotesis kausal.⁴⁶

Hipotesis berupa pernyataan mengenai konsep yang dapat dinilai benar atau salah jika menunjuk pada suatu fenomena yang diamati dan diuji secara empiris. Fungsi dari hipotesis adalah sebagai pedoman untuk dapat mengarahkan penelitian agar sesuai dengan apa yang kita harapkan.⁴⁷ Berdasarkan dari pengamatan peneliti atas permasalahan yang terjadi diatas maka peneliti mengemukakan dugaan sementara (hipotesis) sebagai berikut:

⁴⁶Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul jannah, *Metode Penelitian Kuntitatif: Teori dan Aplikasi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), hlm. 76.

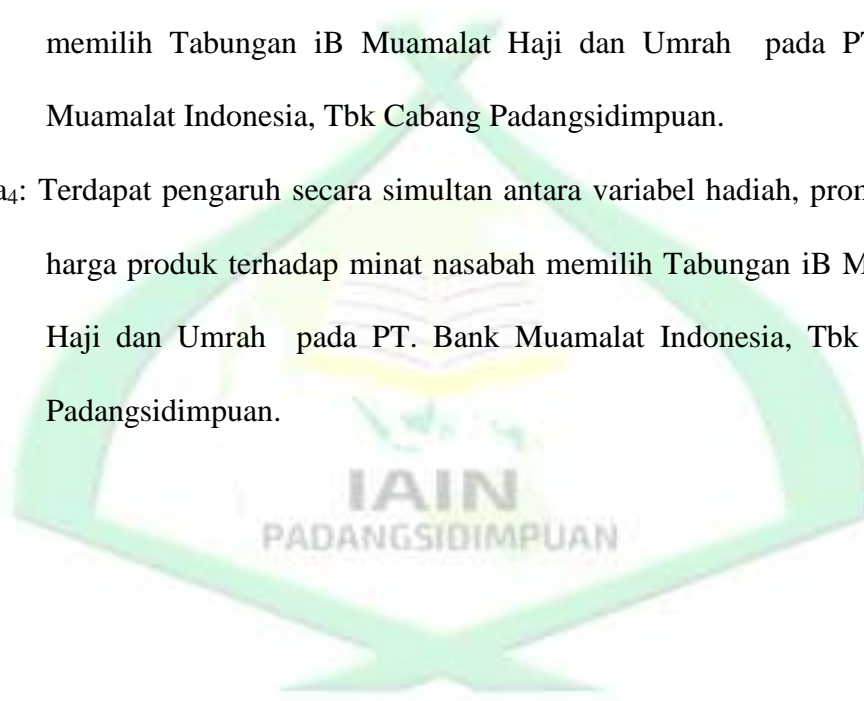
⁴⁷Mudrajat Kuncoro, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi* (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2013), hlm.59.

Ha₁: Terdapat pengaruh variabel hadiah terhadap minat nasabah memilih Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.

Ha₂: Terdapat pengaruh variabel promosi terhadap minat nasabah memilih Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.

Ha₃: Terdapat pengaruh variabel harga produk terhadap minat nasabah memilih Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.

Ha₄: Terdapat pengaruh secara simultan antara variabel hadiah, promosi dan harga produk terhadap minat nasabah memilih Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.



BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan yang beralamat di Jl. Gatot Subroto No. 08 Kota Padangsidempuan. Adapun waktu penelitian ini adalah dilaksanakan pada Februari sampai dengan November 2017.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan peneliti adalah penelitian kuantitatif. Menurut I'ananut Thoifah penelitian kuantitatif adalah “suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menemukan keterangan mengenai apa yang ingin kita ketahui.”¹ Dalam penelitian kuantitatif, peneliti menggunakan teori secara deduktif dan meletakkannya di awal proposal penelitian, karena tujuannya adalah untuk menguji atau memverifikasi suatu teori.

C. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi merupakan seluruh karakteristik yang menjadi objek penelitian, dimana karakteristik tersebut berkaitan dengan seluruh kelompok orang, peristiwa atau benda yang menjadi pusat perhatian bagi peneliti. Dengan kata lain populasi adalah himpunan keseluruhan objek yang diteliti.² Menurut Sekaran dalam buku I'ananut Thoifah dijelaskan bahwa

¹I'ananut Thoifah, *Statistika Pendidikan dan metode Penelitian Kuantitatif* (Malang: Madani, 2015), hlm.155.

²*Ibid.*, hlm. 14.

“populasi mengacu pada keseluruhan kelompok orang, kejadian, atau hal minat yang ingin diketahui peneliti”.³

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh nasabah tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah pada Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan sebanyak 469 nasabah.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi secara keseluruhan. Jumlah anggota sampel sering dinyatakan dengan ukuran sampel. Jumlah sampel yang diharapkan 100% mewakili populasi adalah sama dengan jumlah anggota populasi itu sendiri. Makin besar jumlah sampel mendekati populasi, peluang kesalahan generalisasi semakin kecil dan sebaliknya makin kecil jumlah sampel menjauhi populasi, makin besar kesalahan generalisasi.⁴

Jumlah anggota sampel yang paling tepat digunakan dalam penelitian bergantung pada tingkat ketelitian atau kesalahan yang dikehendaki. Makin besar tingkat kesalahan maka akan semakin kecil jumlah sampel yang diperlukan dan sebaliknya makin kecil tingkat kesalahan, akan semakin besar jumlah anggota sampel yang diperlukan sebagai sumber data.⁵ Sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus *Slovin* yaitu:

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

³*Ibid.*

⁴*Ibid.*, hlm. 16.

⁵*Ibid.*, hlm. 17.

Dengan: n = jumlah sampel
 N = jumlah populasi
 e = batas ketelitian yang diinginkan

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

$$n = \frac{469}{469 \cdot 0,1^2 + 1}$$

$$n = 82,42$$

Dapat disimpulkan bahwa jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 82 responden pemilik tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan dengan batas kesalahan 10% memiliki tingkat akurasi 90%.

D. Sumber Data

Jenis data yang digunakan adalah data primer, yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti dari sumber pertamanya. Adapun cara untuk mendapatkan data primer, yaitu dengan cara langsung yang menjadi objek penelitiannya dengan cara membuat angket (kuesioner).⁶

Menurut Indriantoro dalam buku Nur Asnawi dan Masyhuri data primer merupakan:

Sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Karena data primer dikumpulkan oleh

⁶Saifuddin Anwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), hlm. 34.

peneliti, maka diperlukan sumber daya yang cukup memadai, seperti biaya, waktu, tenaga dan sebagainya.⁷

E. Instrumen Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data secara terperinci dan baik, maka peneliti menggunakan beberapa metode, yaitu daftar pertanyaan (*questioner*), wawancara dan dokumentasi.

a. Kuisisioner atau Angket

Kuisisioner merupakan metode dengan cara mengajukan formulir pertanyaan kepada responden atau nasabah yang diinginkan. Nasabah diminta untuk menjawab setiap pertanyaan sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya tanpa ada tekanan dari pihak periset. Dalam formulir dijelaskan cara-cara untuk menjawab pertanyaan.⁸

Menurut Nur Asnawi dan Masyhuri kuisisioner merupakan “teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.”⁹

Menurut Burhan Bungin metode angket merupakan “serangkaian atau daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis, kemudian dikirim untuk diisi oleh responden. Setelah diisi, angket dikirim kembali atau dikembalikan kepetugas atau peneliti.”¹⁰

⁷ Nur Asnawi dan Masyhuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran* (Malang: UIN-Maliki Press, 2009), hlm. 153-154.

⁸ Muhammad Isa, *Diktat Manajemen Pemasaran Bank* (Padangsidimpuan: IAIN Padangsidimpuan, 2014), hlm. 21.

⁹ Nur Asnawi dan Masyhuri, *Op.Cit.*, hlm. 162.

¹⁰ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Prenada Media, 2005), hlm.

Angket yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari lima pilihan dengan menggunakan skala likert. Menurut Riduwan skala likert digunakan untuk:

mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala sosial. Dalam penelitian gejala sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.¹¹

Dengan menggunakan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi dimensi, dimensi menjadi sub variabel kemudian sub variabel dijabarkan lagi menjadi indikator-indikator yang akan diukur. Akhirnya indikator-indikator yang terukur ini dapat dijadikan titik tolak untuk membuat item instrumen yang berupa pertanyaan atau pernyataan yang perlu dijawab oleh responden. Setiap jawaban dihubungkan dengan bentuk pernyataan atau dukungan sikap yang diungkapkan dengan kata-kata sebagai berikut:¹²

Tabel. III. 1
Alternatif Jawaban Angket

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

Dalam menyusun angket, agar tidak lari dari permasalahan yang diteliti, maka penulis menyusun kisi-kisi angket sebagai berikut:

Tabel. III. 2
Kisi-kisi Angket tentang variabel hadiah

No	Variabel	Indikator	Nomor Soal
1	Hadiah	a. Undian	1, 2, 3 dan 4
		b. Barang Langsung	5, 6 dan 7
Jumlah			7

¹¹Riduwan, *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 12.

¹²*Ibid.*, hlm. 13.

Tabel. III. 3
Kisi-kisi Angket tentang variabel promosi

No	Variabel	Indikator	Nomor Soal
2	Promosi	a. <i>Advertising</i> b. <i>Sales Promotion</i> c. <i>Personal Selling</i>	1, 2 dan 3 4 dan 5 6 dan 7
Jumlah			7

Tabel. III. 4
Kisi-kisi Angket tentang variabel harga produk

No	Variabel	Indikator	Nomor Soal
3	Harga	a. Mutu Produk b. Daya saing harga	1, 2 dan 5 3, 4, 6 dan 7
Jumlah			7

Tabel. III. 5
Kisi-kisi Angket tentang variabel Minat Nasabah

No	Variabel	Indikator	Nomor Soal
4	Minat	a. Sikap orang lain b. Faktor situasi yang tidak terantisipasi	1, 2, 3 dan 4 5, 6 dan 7
Jumlah			7

b. Wawancara

Wawancara adalah suatu cara pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya. Wawancara ini digunakan bila ingin mengetahui hal-hal dari responden secara lebih mendalam serta jumlah responden sedikit.¹³

Interview dapat dipandang sebagai metode pengumpulan data dengan jalan tanya jawab sepihak yang dikerjakan dengan sistematis dan berlandaskan kepada tujuan penelitian. Dalam hal ini, peneliti menanyakan serentetan pertanyaan yang sudah terstruktur kepada *Branch Sales Suport* (Bapak Rizky Fahlevi) di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.

¹³*Ibid.*, hlm. 29.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda dan sebagainya. Dalam melaksanakan metode dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis, seperti buku-buku, majalah, dokumen, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian dan sebagainya. Teknik ini digunakan untuk mengambil data internal perusahaan seperti sejarah perusahaan, profil perusahaan, struktur organisasi.¹⁴

Menurut Riduwan dokumentasi adalah:

ditujukan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, meliputi buku-buku yang relevan, peraturan-peraturan, laporan kegiatan, foto-foto, film dokumenter, data yang relevan penelitian.¹⁵

F. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

a. Uji Validitas Instrumen

Suatu skala pengukuran disebut valid bila melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur. Bila skala pengukuran tidak valid maka tidak bermanfaat bagi peneliti karena tidak mengukur atau melakukan apa yang seharusnya dilakukan.¹⁶ Validitas menguji seberapa baik suatu instrumen dibuat untuk mengukur konsep tertentu yang ingin diukur. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

¹⁴*Ibid.*,

¹⁵*Ibid.*, hlm. 31.

¹⁶ Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi Edisi ke-4* (Jakarta: Erlangga, 2013), hlm. 172.

Menurut Mudrajad Kuncoro dasar pengambilan keputusan validitas adalah:

- a) Jika r_{hitung} positif serta $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir atau variabel tersebut valid. Namun jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir atau variabel tersebut tidak valid.
- b) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, tetapi bertanda negatif, maka butir atau variabel tersebut tidak valid.¹⁷

Menurut Solimun dalam buku Nur Asnawi dan Masyhuri jenis-jenis validitas instrumen adalah:

- a) Validitas isi: kadang disebut dengan *face validity*, ditentukan berdasarkan landasan teori atau pendapat pakar.
- b) Validitas kriteria: diukur dengan cara menghitung korelasi antara skor masing-masing item dengan skor total menggunakan teknik korelasi *product moment* (metode intekorelasi). Bila koefisien korelasi positif dan $> 0,3$ maka indikator bersangkutan dianggap valid. Perhitungan koefisien korelasi dapat dilakukan dengan *software SPSS*.¹⁸

b. Uji Reliabilitas Instrumen

Reliabilitas menunjukkan pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik. Apabila variabel yang diteliti mempunyai *cronbach's alpha* (α) $> 60\%$ (0,60) maka variabel tersebut dikatakan reliabel sebaliknya *cronbach's alpha* (α) $< 60\%$ (0,60) maka variabel tersebut dikatakan reliabel.¹⁹

Reliabilitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Terdapat beberapa jenis ukuran reliabilitas: *test re test*, *alternative-form* dan *internal consistency*. Salah satu ukuran reliabilitas *internal consistency* adalah koefisien *Alpha*

¹⁷*Ibid.*, hlm. 181.

¹⁸*Ibid.*, hlm.170.

¹⁹*Ibid.*, hlm. 171.

Cronbach, dimana jika $\alpha > 0,6$ menunjukkan instrumen tersebut reliabel.

Perhitungan koefisien *Alpha Cronbach* dengan *software SPSS*.

G. Teknik Analisis Data

Untuk menguji hipotesis, maka dilakukan pengujian secara kuantitatif guna menghitung apakah terdapat pengaruh hadiah (bonus), promosi, harga produk terhadap minat nasabah memilih tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah. Pengujian hipotesis tersebut dilakukan dengan menggunakan perhitungan statistik dengan bantuan komputer yaitu SPSS Versi 22 yang digunakan untuk menganalisis data penelitian ini antara lain.

1) Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk penggambaran tentang statistik data seperti *min*, *max*, *mean*, *sum*, *standar deviasi*, *variance*, *range* dan lain-lain dan untuk mengukur distribusi data dengan *skewness* dan *kurtosis*.²⁰

Menurut Sugiyono dalam buku Duwi Priyatno analisis deskriptif adalah:

Statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.²¹

Menurut Iqbal Hasan dalam buku Duwi Priyatno statistik deskriptif adalah:

Bagian dari statistika yang mempelajari cara pengumpulan data dan penyajian data sehingga mudah dipahami. Statistika deskriptif hanya berhubungan dengan hal menguraikan atau memberikan

²⁰ Duwi Priyatno, *SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis* (Yogyakarta: Andi Offset, 2014), hlm. 30.

²¹ *Ibid.*,

keterangan-keterangan mengenai suatu data atau keadaan. Dengan kata statistika deskriptif berfungsi menerangkan keadaan, gejala atau persoalan. Penarikan kesimpulan pada statistika deskriptif (jika ada) hanya ditujukan pada kumpulan data yang ada.²²

2) Uji Asumsi Dasar

Model pengujian hipotesis berdasarkan analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini harus memenuhi asumsi dasar agar menghasilkan nilai parameter yang sah. Pengujian ini menggunakan uji normalitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menyelidiki apakah data yang dikumpulkan mengikuti dugaan normal atau tidak. Untuk melakukan uji normalitas dapat dilakukan dengan pengujian sebagai berikut:²³

a) Pendekatan Grafik Histogram

Data yang baik adalah data yang mempunyai pola distribusi normal yakni distribusi data tersebut tidak menceng ke kiri atau ke kanan pada grafik histogram.

b) Metode Grafik *Normal P-P Plot Of Regression Standardized Residual*

Penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik *Normal P-P Plot Of Regression Standardized Residual* sebagai dasar pengambilan keputusannya adalah jika titik-titik menyebar disekitar garis dan mengikuti garis diagonal maka nilai residual tersebut telah normal.

²² *Ibid.*, hlm. 31.

²³ Syafrizal Helmi Situmorang, dkk., *Analisis Data Penelitian: Menggunakan Program SPSS* (Medan: USU Pers, 2008), hlm. 55.

3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui ada tidaknya multikolinearitas, autokorelasi, dan heterokedastisitas pada model regresi. Model regresi linier dapat disebut sebagai model yang baik jika model tersebut memenuhi beberapa asumsi klasik, yaitu tidak adanya multikolinearitas, autokorelasi, dan heterokedastisitas. Harus terpenuhi asumsi klasik karena agar diperoleh model regresi dengan estimasi yang tidak bias dan pengujian dapat dipercaya. Apabila ada satu syarat saja yang tidak terpenuhi, hasil analisis regresi tidak dapat dikatakan bersifat BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*).²⁴

a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen. Jika ada korelasi yang tinggi antara variabel independen tersebut, maka hubungan antara variabel independen dan variabel dependen menjadi terganggu. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi multikolinearitas. Multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Untuk bebas dari masalah multikolinearitas, nilai *tolerance* harus $>0,1$ dan nilai VIF <10 .²⁵

b. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dimaksudkan untuk mengetahui apakah terjadi korelasi antara residual (anggota) pada serangkaian observasi tertentu dalam suatu periode tertentu. Dalam model regresi linear berganda juga

²⁴Duwi Priyatno, *Op.Cit.*, hlm. 89.

²⁵*Ibid.*,

harus bebar dari autokorelasi. Ada berbagai metode yang digunakan untuk menguji ada tidaknya gejala autokorelasi.

Menurut Singgih dalam buku Nur Asnawi dan Masyhuri, untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi, melalui metode tabel Durbin-Watson yang dapat dilakukan melalui program SPSS, di mana secara umum dapat diambil patokan yaitu:

- (a) Jika angka D-W di bawah -2, berarti autokorelasi positif.
- (b) Jika angka D-W di atas +2, berarti autokorelasi negatif.
- (c) Jika angka D-W di antara -2 sampai dengan +2, berarti tidak ada autokorelasi.²⁶

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan ketidaksamaan variasi variabel pada semua pengamatan dan kesalahan yang terjadi dalam memperlihatkan hubungan yang sistematis sesuai dengan besarnya satu atau lebih variabel independen sehingga kesalahan tersebut tidak random.²⁷

Heterokedastisitas di uji dengan menggunakan metode grafik (melihat pola titik-titik pada grafik regresi). Menurut Duwi Priyatno dasar kriteria pengambilan keputusan, yaitu:

- a) Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudin menyempit), maka terjadi heterokedastisitas.
- b) Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Maka tidak terjadi heterokedastisitas.²⁸

²⁶Nur Asnawi dan Masyhuri, *Op.Cit.*, hlm. 178.

²⁷I' anatut Thoifah, *Op.Cit.*, hlm. 221.

²⁸Duwi Priyatno, *Op. Cit.*, hlm. 113.

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi memiliki fungsi untuk memprediksi atau meramalkan besarnya nilai variabel y bila nilai variabel x ditambah beberapa kali. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk memprediksi hubungan di antara lebih dari dua variabel.²⁹

Menurut Sofyan Yamin analisis regresi linear berganda/majemuk digunakan “untuk memodelkan hubungan antara variabel dependen dan variabel independen, dengan jumlah variabel independen lebih dari satu.”³⁰

Adapun persamaan linear yang digunakan dalam uji regresi linear berganda sesuai dengan penelitian ini adalah:

Persamaan regresinya sebagai berikut:

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

Keterangan:

- Y : Minat Nasabah
- a : Konstanta perpotongan garis pada sumbu variabel B
- b_1, b_2, b_3 : Koefisien regresi linier berganda
- X1 : Hadiah (bonus) yang akan diberikan kepada tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah (variabel independen).
- X2 : Promosi yang dilakukan Bank Muamalat Indonesia Cabang Padangsidempuan (variabel independen).
- X3 : Harga Produk yang ditawarkan Bank Muamalat Indonesia Cabang Padangsidempuan (variabel dependen)
- e : Standar error.

5. Uji Hipotesis

Uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini merupakan analisis regresi linear berganda. Analisis regresi linear berganda adalah

²⁹Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder* (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), hlm. 181-182.

³⁰Sofyan Yamin, *Regresi dan Korelasi dalam Genggaman Anda Aplikasi dengan Software SPSS, Eviews, MINITAB, dan STATGRAPHICS* (Jakarta: Salemba Empat, 2011), hlm 29.

analisis regresi yang melibatkan satu variabel tidak bebas dan lebih dari satu variabel bebas.

a. Uji Model Dengan Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.³¹

Menurut Setiawan dan Dwi Ndah Kusri koefisien determinasi (R^2) adalah:

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui sampai sejauh mana ketepatan atau kecocokan garis regresi yang berbentuk dalam mewakili kelompok data hasil observasi. Koefisien determinasi menggambarkan bagian dari variasi total yang dapat diterangkan oleh model. Semakin besar nilai R^2 (mendekati 1), maka ketepatannya dikatakan semakin baik.³²

Koefisien determinasi biasanya digunakan untuk mengukur sumbangan pengaruh jika dalam regresi menggunakan lebih dari dua variabel.³³

³¹Mudrajad Kuncoro, *Op. Cit.*, hlm. 246-247.

³²Setiawan dan Dwi Endah Kusri, *Ekonometrika* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2010), hlm 64-65.

³³Duwi Priyatno, *Op. Cit.*, hlm. 156.

b. Uji Parsial dengan t-Test

Uji hipotesis secara parsial (uji T) digunakan untuk menguji perbedaan rata-rata suatu variabel dengan suatu konstanta tertentu atau nilai hipotesis.³⁴ Menurut Mudrajad Kuncoro uji parsial dengan T-Test yaitu “uji yang menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat”.³⁵ Taraf signifikansi dari uji t ini sebesar 10%.

Muhammad Firdaus mengemukakan dasar pengambilan keputusan uji hipotesis secara parsial (uji T) yaitu:

1. Jika $-t_{\text{tabel}} \leq t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
2. Jika $-t_{\text{hitung}} < -t_{\text{tabel}}$ atau $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan kata lain, jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.³⁶

c. Uji Simultan dengan F-test

Uji hipotesis secara simultan (uji F) digunakan untuk menguji signifikansi beda rata-rata dua kelompok. Tes ini juga digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.³⁷ Menurut Mudrajad Kuncoro uji simultan dengan F-Test yaitu “menunjukkan apakah semua variabel bebas yang terdapat dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat”.³⁸

³⁴Cornelius Trihendradi, *Step ByStep Analisis Data Statistik, edisi pertama* (Yogyakarta: Andi Offset, 2013), hlm 108.

³⁵Mudrajad Kuncoro, *Op, Cit*, hlm 244.

³⁶Muhammad Firdaus, *Ekonometrika Suatu Pendekatan Aplikatif, Cetakan 1* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2011), hlm 147.

³⁷Setiawan dan Dwi Endah Kusriani, *Op, Cit.*, hlm 112.

³⁸Mudrajad Kuncoro, *Op, Cit*, hlm 245.

Muhammad Firdaus mengemukakan dasar pengambilan keputusan Uji hipotesis secara simultan (uji F) yaitu: “Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak, dan H_a diterima. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima, dan H_a ditolak.”³⁹



³⁹Muhammad Firdaus, *Op, Cit*, hlm 148.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

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

1. Sejarah bank Muamalat Indonesia, Tbk

PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk didirikan pada 24 *Rabius Tsani* 1412 H atau 1 November 1991, diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Pemerintah Indonesia, dan memulai kegiatan operasinya pada 27 Syawal 1412 H atau 1 Mei 1992. Dengan dukungan nyata dari Ikatan Cendekiawan Muslim se-Indonesia (ICMI) dan beberapa pengusaha muslim, terbukti dari pembelian saham Perseroan senilai Rp 84 miliar pada saat penandatanganan akta pendirian perseroan. Selanjutnya, pada acara silaturahmi peringatan pendirian tersebut di Istana Bogor, diperoleh tambahan komitmen dari masyarakat Jawa Barat yang turut menanam modal senilai Rp 106 miliar.

Pengakuan ini semakin memperkuat posisi perseroan sebagai bank syariah pertama dan terkemuka di Indonesia dengan beragam jasa maupun produk yang terus dikembangkan. Saat ini Bank Muamalat memberikan layanan bagi lebih dari 4,3 juta nasabah melalui 457 gerai yang tersebar di 33 provinsi di Indonesia.

Jaringan BMI didukung pula oleh aliansi melalui lebih dari 4000 Kantor Pos *Online* di seluruh Indonesia, 1996 ATM, serta 95.000 *merchant* debit. BMI saat ini juga merupakan salah satu bank syariah yang telah membuka cabang luar negeri, yaitu di Kuala Lumpur, Malaysia. Selain itu Bank Muamalat memiliki produk *shar-e gold* dengan teknologi *chip*

pertama di Indonesia yang dapat digunakan di 170 negara dan bebas biaya diseluruh *merchant* berlogo visa. Sebagai bank pertama murni syariah, bank muamalat berkomitmen untuk menghadirkan layanan perbankan yang tidak hanya *comply* terhadap syariah, namun juga kompetitif dan fleksibel bagi masyarakat hingga pelosok nusantara.¹

PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk membuka cabang di Kota Padangsidimpuan pada tanggal 03 Juli 2003. Untuk peresmian pada saat itu dibuka secara resmi oleh Dewan Komisaris dari kantor pusat Jakarta beserta rombongan bersama bapak Andi Bukhari kepala cabang Medan dan disaksikan oleh Muspida, MUI, Kementerian Agama, Pejabat setempat serta seluruh karyawan yang pada saat itu berjumlah 16 orang. PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan terletak di Jalan Gatot Subroto No. 08 Kota Padangsidimpuan. Lokasi ini sangat mudah untuk dijangkau karena tempat kantornya berada pada pusat Kota Padangsidimpuan yang terletak pada Jalan Protokol di samping Horas Bakery dan dekat dengan lokasi perkantoran diantaranya Polres Kota Padangsidimpuan, Pengadilan Negeri Kota Padangsidimpuan serta perkantoran lainnya.

Jumlah karyawan pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan sebanyak 26 orang karyawan. Sedangkan jumlah ATM sebanyak 8 unit, diantaranya: 2 unit di Kantor Cabang Padangsidimpuan, 2 unit di Kantor Cabang Pembantu (Rantau Parapat), 2 unit di Panyabungan, 1 unit di Sibuhuan, dan 1 unit di Sibolga.

¹Bank Muamalat Indonesia, “Profil Bank Muamalat” <http://www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat>, diakses 30 Oktober 2017 pukul 20.00 WIB.

2. Visi dan Misi PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan

a. Visi dari PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk adalah:

Menjadi bank syariah utama di Indonesia, dominan di pasar spiritual, dikagumi di pasar rasional.

b. Misi dari PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk adalah:

Menjadi *Role Model* lembaga keuangan syariah di dunia dengan penekanan pada semangat kewirausahaan, keunggulan manajemen dan orientasi investasi yang inovatif untuk memaksimalkan nilai bagi *stakeholder*.²

3. Tujuan Bank Muamalat Indonesia

Adapun tujuan Bank Muamalat Indonesia yaitu:

- a. Meningkatkan kualitas kehidupan sosial ekonomi masyarakat Indonesia, sehingga semakin berkurang kesenjangan sosial ekonomi, dan dengan demikian akan melestarikan pembangunan nasional: antara lain melalui:
 - a) Meningkatkan kualitas dan kuantitas kefiatan usaha;
 - b) Meningkatkan kesempatan kerja;
 - c) Meningkatkan penghasilan masyarakat banyak.
- b. Meningkatkan partisipasi masyarakat dalam proses pembangunan terutama dalam bidang ekonomi keuangan, yang selama ini masih cukup banyak masyarakat yang enggan berhubungan dengan bank karena masih menganggap bahwa bunga bank itu riba.

²Bank Muamalat Indonesia, "Visi dan Misi" <http://www.bankmuamalat.co.id/visi-misi>, diakses 30 Oktober 2017 pukul 20.05 WIB.

- c. Mengembangkan lembaga bank dan sistem perbankan yang sehat berdasarkan efisiensi dan keadilan, mampu meningkatkan partisipasi masyarakat sehingga menggalakkan usaha-usaha ekonomi rakyat antara lain memperluas jaringan perbankan ke daerah-daerah terpencil.
- d. Mendidik dan membimbing masyarakat untuk berpikir secara ekonomi, berperilaku bisnis dan meningkatkan kualitas hidup mereka.

4. Struktur Organisasi

Dalam menciptakan suasana kerja yang terorganisir secara sistematis dan terpadu, perlu adanya rencana kerja yang terarah serta pelaksanaan rencana kerja yang benar-benar membidangi kerja. Untuk itu perlu adanya struktur organisasi karena dengan adanya struktur organisasi yang jelas dan nyata akan menciptakan suatu ketegasan dan pembatasan tanggung jawab bagi masing-masing bagian mulai dari pimpinan sampai dengan bawahannya. Sehingga dengan adanya pembatasan tersebut para pelaksana kewajiban akan dapat melaksanakan tugas yang diembannya dengan baik. Adapun struktur organisasi PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



5. Tugas dan Tanggungjawab

Tugas dan tanggungjawab pegawai yang berada dalam Bank Muamalat Indonesia adalah sebagai berikut:

a. *Branch Manager*

Sebagai *branch manager* memiliki tugas membawahi seluruh bagian yang ada dan bertanggung jawab atas segala kegiatan yang menyangkut perkembangan dan keangsuran hidup banknya serta yang terpenting adalah menetapkan berbagai kebijakan-kebijakan dan pengambilan keputusan-keputusan demi kemajuan bank. Tugas dan tanggungjawabnya yaitu:

- a) Mengatur operasional bank.
- b) Menjabarkan kebijakan pemimpin ke dalam kebijakan manajemen yang bersifat praktis operasional.
- c) Memimpin jalannya bank muamalat sesuai dengan tujuan dan selalu mengacu pada visi dan misi yang ingin dicapai.
- d) Membuat rencana kerja dan laporan secara periodik.
- e) Mengendalikan dan mengurus proses harian dan manajemen bank.
- f) Membangun hubungan yang luas kepada bank lain untuk mendukung pengembangan program bank yang sedang dijalankan.

b. *Operating Manajer*

Tugas dan tanggungjawabnya:

- a) Mengkoordinasikan pekerjaan dan staff di area *customer service*, kas dan penata jasa agar menciptakan hasil yang optimal.

- b) Menekan tingkat kesalahan pada titik nol, melalui *review*, pengarahan dan pemberian *training* dengan mengacu pada prosedur.
- c) Menciptakan suasana kerja yang harmonis dengan sesama karyawan, atasan dan bagian lainnya.
- d) Menciptakan sistem pendukung operasional yang tangguh sehingga mampu memberikan pelayanan yang cepat, aman dan memuaskan bagi nasabah.
- e) Mengatasi permasalahan yang terjadi di area operasional dengan mengacu pada prosedur.
- f) Bertanggungjawab terhadap seluruh kegiatan operasional cabang. Bertanggungjawab terhadap berbagai bentuk laporan, seperti taksiran harian, rekening nasabah dan neraca.

c. Marketing

Tugas dan tanggungjawabnya:

- a) Mengoptimalkan penerimaan saham, simpanan non saham, dan angsuran pokok.
- b) Mengoptimalkan dan mengkualitaskan penyaluran dan pelepasan pinjaman.
- c) Melakukan analisis usaha.
- d) Memproduksi produk layanan bank kepada masyarakat.
- e) Melakukan pembiayaan atau pendampingan kepada nasabah.

d. Residence Auditor

Tugas dan tanggungjawabnya:

- a) Melakukan pengecekan atas kebenaran dan kelengkapan.

- b) Bertanggungjawab melaporkan hasil temuan *zero defect* ke kantor pusat sebulan sekali.
- c) Melakukan *cash count* di teller dan ruang *main vault* sebulan sekali.
- d) Melakukan *stock opname* terhadap badan-badan persediaan sebulan sekali.
- e) Memastikan pelaksanaan tugas-tugas di bagian operasi sesuai prosedur yang berlaku.
- f) Bertanggungjawab melakukan pemeriksaan ulang secara *random* terhadap data pada *statement* rekening koran sebelum dikirim dan dibuat laporan berita acara pemeriksaannya.
- g) Memeriksa dan mem-*filing proof sheet* di seluruh bagian.

e. Umum dan Personalia

Tugas dan tanggungjawabnya yaitu:

- a) Tugas umumnya adalah melaksanakan aktivitas pemasaran pada umumnya sesuai dengan kebutuhan calon nasabah dalam memasarkan produk dan jasa non bank berikut pengawasan dan pelayanan nasabah.
- b) Tugas hariannya adalah melayani segala pembelian kebutuhan dan keperluan kantor serta pencatatan transaksi yang dilakukan dengan bagian yang terkait, melakukan penginputan dan pembebanan biaya yang terjadi dalam aktivitas sehari-hari dan biaya-biaya transaksi yang terkait dengan rekening antar bagian umum, melakukan pemeriksaan terhadap laporan *security* setiap awal hari kerja, memeriksa kesiapan dan keberadaan kendaraan kantor setiap hari kerja, melakukan koordinasi dengan jajaran *non banking* bila dianggap perlu,

melakukan pengawasan terhadap kondisi kebersihan kantor, mem *back up* semua bagian dalam melaksanakan tugasnya masing-masing, mengontrol penggunaan fasilitas kantor yang ada dengan pihak-pihak yang terkait dan upaya efisiensinya, bertanggungjawab untuk menyimpan dan mengadministrasikan catatan persediaan kartu ATM dan melakukan tugas yang diinstruksikan langsung manajer operasional dalam kaitannya dengan sarana logistik.

c) Tugas mingguannya adalah melakukan pengecekan terhadap kondisi gedung kantor baik gedung kantor cabang dan dan kantor kas, melakukan pengecekan terhadap *security* pada pelaksanaan tugas malam hari, memastikan bahwa alarm kantor berfungsi dengan baik, memastikan sistem CCTV berfungsi dengan baik, melakukan pengecekan terhadap seluruh jaringan komputer dan komunikasi dalam keadaan baik dan aman, melakukan perawatan terhadap peralatan kantor yang tiba masa perawatannya, melakukan kontrol dan perawatan terhadap kantor secara mendetail, melakukan pembebanan ATK dan barang cetakan yang telah dipakai, melakukan pembebanan pengadaan persediaan barang dan ATK yang stoknya telah menipis dan melakukan administrasi stok materai ke Kantor Pos dalam hal ini persediaan materai tempel menipis.

d) Tugas bulanannya adalah melakukan respon, baik dari pusat maupun kantor cabang lainnya, melakukan pembayaran listrik, telepon dan air untuk kantor cabang, kantor kas dan rumah dinas, melakukan pembebanan dalam biaya-biaya rutin dalam operasional perusahaan,

melakukan *maintenance*/arsip uang muka biaya, melakukan pembebanan ATK dan barang cetakan sekaligus melakukan penghitungan secara menyeluruh dan pencatatan barang yang kurang, meminta penyelesaian uang muka kepada seluruh bagian yang terkait, membuat laporan *proofsheet* untuk beberapa sub-sub tertentu yang telah direkomendasikan oleh manager operasional dan penanggungjawab ATM.

f. Support Pembiayaan

Tugas dan tanggungjawabnya:

- a) Tugas hariannya adalah proses *droping* seluruh segmentasi, menerima, menyimpan, mengeluarkan file pembiayaan dan dokumentasi dari *loan document* dan *safe keeping*, memperbaharui file pembiayaan dari *loan document* dan *safe recorder*, penanggungjawab dokumen pembiayaan cabang, pembantu tugas harian saksi legal dan sebagai sekretaris.
- b) Tugas bulanannya adalah membuat laporan *realisasi droping*, membuat laporan *loan document* dan *safe keeping*, membuat laporan reminder sertifikat jatuh tempo, membuat laporan nominatif pembiayaan, membuat dan mengirim LPBU (SIK) ke Bank Indonesia.

g. Customer Service

Customer service merupakan staff kantor yang berada di *front liner* dan berhubungan langsung dengan nasabah pula. Tugas dan tanggungjawab dari *customer service* sebagai berikut:

- a) Menjelaskan produk dan jasa kepada calon nasabah yang datang langsung ke bank atau berkonsultasi melalui via telepon.
- b) Melayani pembukaan, penutupan maupun perubahan rekening dan memastikan bahwa semua sudah sesuai dengan standar operasional perusahaan.
- c) Melayani pembukaan, dan pencairan deposito serta produk-produk perbankan yang lainnya.
- d) Menanggapi seluruh keluhan nasabah yang berkaitan dengan perbankan.
- e) Memberikan informasi kepada nasabah jika segala sesuatu yang ada hubungannya antara bank dan nasabah.
- f) Menawarkan produk atau jasa lain kepada nasabah agar nasabah tertarik dan menggunakan jasa yang lain di bank tersebut.
- g) Memonitor dan menyimpan warkat buku tabungan.
- h) Melakukan koordinasi dengan bagian lain.
- i) Mengerjakan intruksi yang diminta atasan yang berkaitan dengan pekerjaannya.

h. Teller

Teller merupakan *front liner* yang memiliki tugas serta tanggungjawab yang berhubungan langsung dengan nasabah. Tugas dan tanggungjawabnya adalah:

- a) Melayani penyetoran dan pembayaran tunai sehubungan transaksi

- b) Melakukan pembayaran dan penerimaan yang berhubungan dengan pembayaran biaya bank, biaya personalia dan umum melalui counter bank.
- c) Menyusun daftar penerimaan dan pengeluaran uang tunai dan melakukan pencocokan saldo dengan fisik uang dan saldo pada neraca harian.

i. Personalia *Back Office*

Tugas dan tanggungjawabnya:

- a) *Checker* seluruh transaksi dan otorisasi harian *back office*/devisa dengan limit maksimum sebesar Rp. 150.000.000.
- b) memberikan pelayanan yang baik kepada seluruh nasabah.
- c) Bertanggungjawab dan memonitor aktivitas *back office* agar berjalan dengan baik.

j. *Security*

Security merupakan bagian dari *front liner* yang berhubungan langsung dengan nasabah. Tugas dan tanggungjawabnya:

- a) Membukakan pintu dan memberi salam kepada nasabah yang datang ke bank.
- b) Menjaga keamanan bank dan tata tertib.
- c) Membantu nasabah yang mengalami kesulitan saat berkunjung ke bank.
- d) Menjaga pemeliharaan kantor dan pemeliharaan inventarisasi kantor serta perlengkapan yang berkaitan dengan kantor.

k. Office Boy (OB)

Office boy memiliki tugas dan tanggungjawab sebagai berikut:

- a) Bertanggungjawab atas kebersihan kantor.
- b) Menyediakan makanan dan minuman bagi karyawan yang berada di kantor.
- c) Menyediakan minum bila ada tamu yang datang ke kantor.
- d) Pembantu umum.
- e) Pemeliharaan kantor dan pemeliharaan inventarisasi kantor serta perlengkapan kantor.

l. Driver

Driver mempunyai tugas dan tanggungjawab sebagai berikut:

- a) Mengantar dan menjemput karyawan yang sedang menjalankan tugasnya.
- b) Menjaga serta merawat transportasi perusahaan agar selalu dalam keadaan baik.

B. Analisis Hasil Penelitian

Untuk menguji data penelitian maka peneliti menggunakan program SPSS versi 22 sebagai berikut:

1. Uji Validitas

a. Uji Validitas Hadiah

Uji validitas dilakukan untuk melihat apakah data yang ada valid atau tidak. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} . Dimana r_{tabel} dicari pada signifikansi 10% atau 0,1 dengan derajat kebebasan $(df)=n-2$, dimana n =jumlah sampel, jadi $df=82-$

$2=80$, maka diperoleh r_{tabel} sebesar 0,1829. Sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation*. Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} ($r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$) dan nilai r positif maka butir pernyataan tersebut dikatakan valid.

Tabel IV.1
Hasil Uji Validitas Variabel Hadiah

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Item1	0,710	Instrumen valid, jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ dengan $df=80$. Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{\text{tabel}} = 0,1829$.	Valid
Item2	0,774		Valid
Item3	0,645		Valid
Item4	0,712		Valid
Item5	0,764		Valid
Item6	0,697		Valid
Item7	0,746		Valid

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 22 (data diolah)

Pada tabel IV.1 di atas dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-7 untuk variabel hadiah adalah valid. Berdasarkan $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ dimana r_{tabel} adalah 0,1829. Sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation* dan nilai r positif.

Tabel IV.2
Hasil Uji Validitas Variabel Promosi

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Item1	0,673	Instrumen valid, jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ dengan $df=80$. Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{\text{tabel}} = 0,1829$.	Valid
Item2	0,782		Valid
Item3	0,800		Valid
Item4	0,818		Valid
Item5	0,768		Valid
Item6	0,638		Valid
Item7	0,698		Valid

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 22 (data diolah)

Pada tabel IV.2 di atas dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-7 untuk variabel promosi adalah valid. Berdasarkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dimana r_{tabel} adalah 0,1829. Sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation* dan nilai r positif.

Tabel IV.3
Hasil Uji Validitas Variabel Harga Produk

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Item1	0,683	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df=80$. Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,1829$.	Valid
Item2	0,684		Valid
Item3	0,689		Valid
Item4	0,875		Valid
Item5	0,652		Valid
Item6	0,650		Valid
Item7	0,720		Valid

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 22 (data diolah)

Pada tabel IV.3 di atas dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-7 untuk variabel harga produk adalah valid. Berdasarkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dimana r_{tabel} adalah 0,1829. Sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation* dan nilai r positif.

Tabel IV.4
Hasil Uji Validitas Variabel Minat Nasabah

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Item1	0,478	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df=80$. Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,1829$.	Valid
Item2	0,574		Valid
Item3	0,518		Valid
Item4	0,551		Valid
Item5	0,631		Valid
Item6	0,706		Valid
Item7	0,657		Valid

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 22 (data diolah)

Pada tabel IV.4 di atas dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-7 untuk variabel minat nasabah adalah valid. Berdasarkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dimana r_{tabel} adalah 0,1829. Sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation* dan nilai r positif.

2. Uji Reliabilitas

a. Uji Reliabilitas Hadiah

Tabel IV. 5
Uji Reliabilitas Hadiah
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,844	7

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 22 (data diolah)

Berdasarkan table IV.5 di atas *reliability statistics* di atas dapat disimpulkan bahwa variabel hadiah adalah reliabel. Hal ini dapat dilihat dari nilai *Cronbach's Alpha* > 0.60 ($0,844 > 0,60$).

b. Uji Reliabilitas Promosi

Tabel IV. 6
Uji Reliabilitas Promosi
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,860	7

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 22 (data diolah)

Berdasarkan tabel IV.6 di atas *reliability statistics* di atas dapat disimpulkan bahwa variabel promosi adalah reliabel. Hal ini dapat dilihat dari nilai *Cronbach's Alpha* > 0.60 ($0,860 > 0,60$).

c. Uji Reliabilitas Harga Produk

Tabel IV. 7
Uji Reliabilitas Harga Produk
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,819	7

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 22 (data diolah)

Berdasarkan tabel IV.7 di atas *reliability statistics* di atas dapat disimpulkan bahwa variabel harga produk adalah reliabel. Hal ini dapat dilihat dari nilai *Cronbach's Alpha* > 0.60 ($0,819 > 0,60$).

d. Uji Reliabilitas Minat Nasabah

Tabel IV. 8
Uji Reliabilitas Minat Nasabah
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,679	7

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 22 (data diolah)

Berdasarkan tabel IV.8 di atas *reliability statistics* di atas dapat disimpulkan bahwa variabel minat nasabah adalah reliabel. Hal ini dapat dilihat dari nilai *Cronbach's Alpha* > 0.60 ($0,679 > 0,60$).

3. Uji Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk penggambaran tentang statistik data seperti *min*, *max*, *mean*, *sum*, *standar deviasi*, *variance*, *range* dan lain-lain dan untuk mengukur distribusi data dengan *skewness* dan *kurtosis*.

Tabel IV. 9
Hasil Uji Statistik Deskriptif

	Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean		Std. Deviation
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic
X1	82	14	35	27,13	,444	4,018
X2	82	16	35	27,88	,374	3,386
X3	82	15	35	28,02	,368	3,330
Y	82	21	35	28,93	,313	2,832
Valid N (listwise)	82					

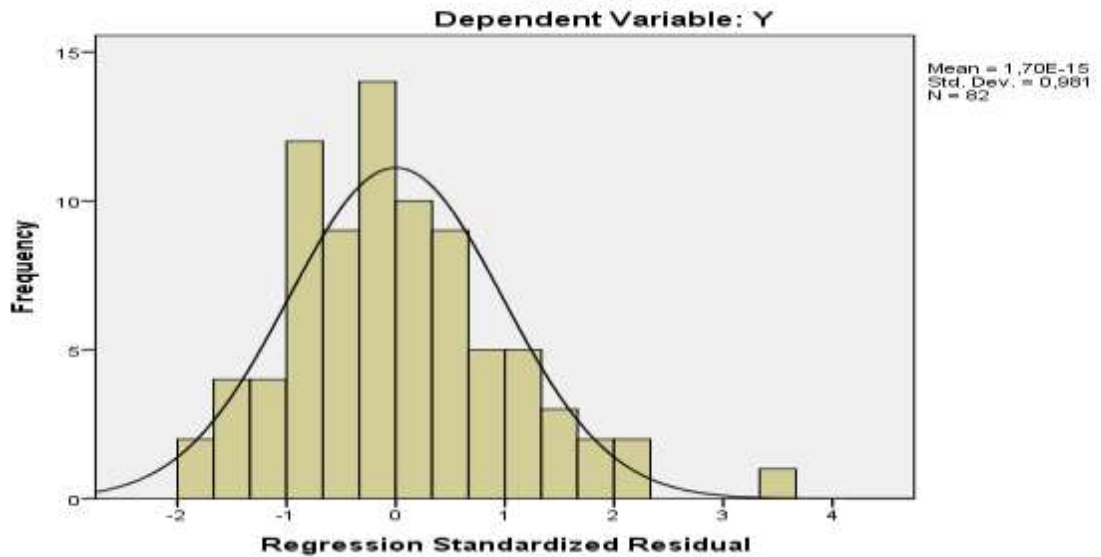
Sumber: Hasil Output SPSS Versi 22 (data diolah)

Berdasarkan tabel IV. 9 di atas dapat dilihat bahwa hadiah dengan jumlah data (N) sebanyak 82 mempunyai nilai *mean* sebesar 27,13 dengan nilai minimum 14 dan nilai maksimum 32 serta standar deviasinya sebesar 4,018. Variabel promosi dengan jumlah data (N) sebanyak 82 mempunyai nilai *mean* sebesar 27,88 dengan nilai minimum 16 dan nilai maksimum 35 serta standar deviasinya sebesar 3,386. Variabel harga produk (N) sebanyak 82 mempunyai nilai *mean* sebesar 28,02 dengan nilai minimum 15 dan nilai maksimum 35 serta standar deviasinya sebesar 3,330. Variabel minat nasabah dengan jumlah data (N) sebanyak 82 mempunyai nilai *mean* sebesar 28,93 dengan nilai minimum 21 dan nilai maksimum 35 serta standar deviasinya sebesar 2,832.

4. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas mempunyai distribusi normal atau tidak. Pada grafik histogram jika distribusi data tidak menceng ke kiri atau ke kanan maka distribusi data tersebut normal. Pada grafik *Normal P-P Plot Of Regression Standardized Residual* jika titik-titik menyebar disekitar dan mengikuti garis diagonal maka nilai residual tersebut sudah normal. Adapun hasil uji normalitas dalam penelitian ini sebagai berikut:

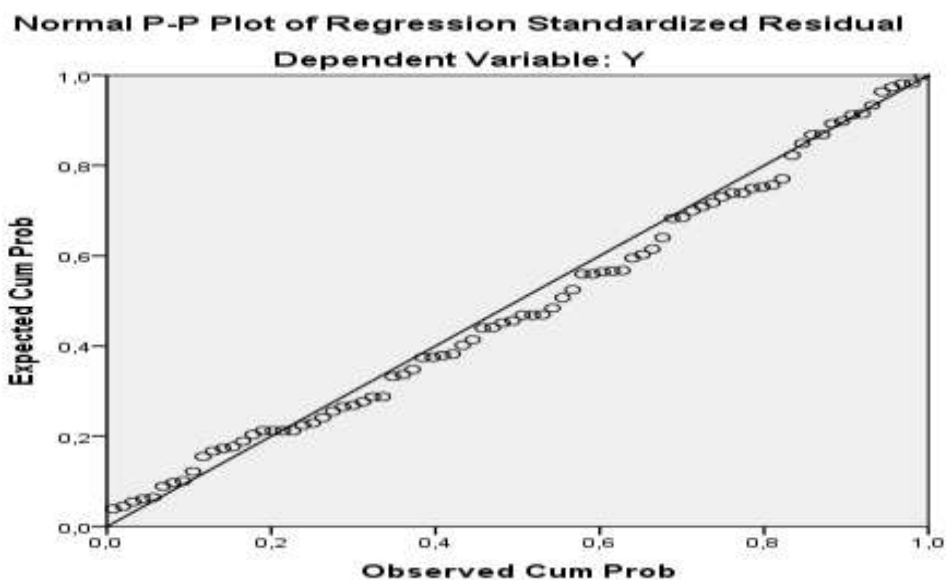
Gambar IV. 2
Hasil Uji Normalitas
Histogram



Sumber: Hasil Output SPSS Versi 22

Berdasarkan grafik histogram di atas distribusi data tidak menceng ke kiri atau ke kanan maka dapat disimpulkan bahwa pola distribusi data tersebut normal.

Gambar IV. 3
Hasil Uji Normalitas



Sumber: Hasil Output SPSS Versi 22

Berdasarkan grafik *Normal P-P Plot Of Regression Standardized Residual* di atas dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual tersebut sudah normal.

5. 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). Hasil uji multikolinearitas penelitian ini sebagai berikut:

Tabel IV. 10
Hasil Uji Multikolinesritas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	8,224	1,392		5,908	,000		
X1	,197	,080	,279	2,454	,016	,229	4,358
X2	,179	,082	,213	2,170	,033	,307	3,257
X3	,371	,099	,436	3,733	,000	,218	4,587

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 22 (data diolah)

Berdasarkan data tabel IV.10 di atas dapat diketahui nilai VIF untuk variabel hadiah adalah sebesar $4,358 < 10$, variabel promosi $3,257 < 10$, dan variabel harga produk $4,587 < 10$. Nilai VIF dari ketiga variabel di atas lebih kecil dari 10, maka dapat disimpulkan dari keseluruhan variabel independen menyatakan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas (independen).

Sementara itu nilai *tolerance* untuk variabel hadiah adalah $0,229 > 0,1$, variabel promosi $0,307 > 0,1$, dan variabel harga produk $0,218 > 0,1$. Nilai *tolerance* dari ketiga variabel adalah lebih besar dari $0,1$, maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas.

b. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dimaksudkan untuk mengetahui apakah terjadi korelasi antara residual (anggota) pada serangkaian observasi tertentu dalam suatu periode tertentu. Untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi, melalui metode tabel Durbin-Watson, dimana secara umum dapat diambil patokan sebagai berikut:

- (a) Jika angka D-W di bawah -2 , berarti autokorelasi positif.
- (b) Jika angka D-W di atas $+2$, berarti autokorelasi negatif.
- (c) Jika angka D-W di antara -2 sampai dengan $+2$, berarti tidak ada autokorelasi

Tabel IV. 11
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Durbin-Watson
1	,877 ^a	,768	,759	1,859

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil *output* SPSS Versi 22 (data diolah)

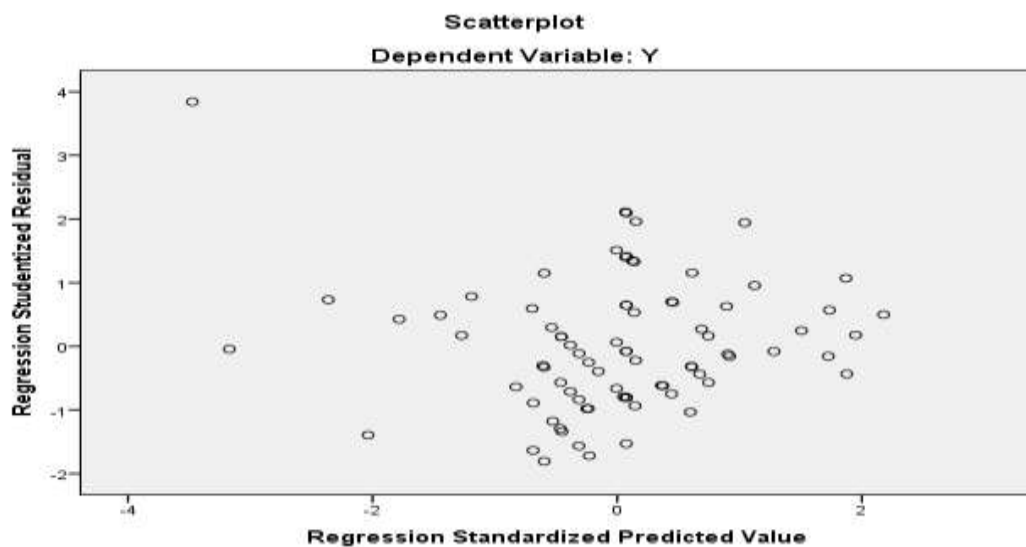
Berdasarkan tabel IV.11 di atas nilai *Durbin Watson* (DW) sebesar 1,859 artinya tidak terjadi autokorelasi karena nilai D-W di antara -2 sampai dengan $+2$.

c. Uji Heterokedastisitas

Heterokedastisitas adalah varian residual yang tidak sama pada semua pengamatan di dalam model regresi. Regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heterokedastisitas. Dasar kriteria pengambilan keputusan, yaitu:

- a) Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka terjadi heterokedastisitas.
- b) Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

Gambar IV. 4
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Hasil *output* SPSS Versi 22

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

d. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh antara pengaruh hadiah, promosi dan harga produk terhadap minat nasabah.

Tabel IV. 12
Hasil Analisis Regresi Linier berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	8,224	1,392		5,908	,000
X1	,197	,080	,279	2,454	,016
X2	,179	,082	,213	2,170	,033
X3	,371	,099	,436	3,733	,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil *output* SPSS Versi 22 (data diolah)

Persamaan regresinya sebagai berikut:

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

Minat= 8,224 + 0,197 Hadiah + 0,179 Promosi + 0,371 Harga produk+*error*

Keterangan:

- Y : Minat Nasabah
- a : Konstanta perpotongan garis pada sumbu variabel B
- b_1, b_2, b_3 : Koefisien regresi linier berganda
- X1 : Hadiah yang akan diberikan kepada iB Muamalat Haji dan Umrah (variabel independen).
- X2 : Promosi yang dilakukan Bank Muamalat Indonesia Cabang Padangsidempuan (variabel independen).
- X3 : Harga Produk yang ditawarkan Bank Muamalat Indonesia Cabang Padangsidempuan (variabel dependen)
- e : Standar *error*.

Dari persamaan regresi di atas dapat diartikan bahwa:

- 1) Konstanta sebesar 8,224 dengan parameter positif menunjukkan bahwa apabila hadiah, promosi dan harga produk dianggap konstan atau ditiadakan, maka minat nasabah adalah 8,224.

- 2) Nilai koefisien regresi variabel hadiah sebesar 0,197 artinya jika variabel hadiah dinaikkan sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan minat nasabah sebesar 0,197% dan sebaliknya dengan anggapan variabel lain tetap.
- 3) Nilai koefisien regresi variabel promosi sebesar 0,179 artinya jika variabel promosi dinaikkan 1 satuan maka akan meningkatkan minat nasabah sebesar 0,179% dan sebaliknya dengan anggapan variabel lain tetap.
- 4) Nilai koefisien regresi variabel harga produk sebesar 0,371 artinya jika variabel harga produksi dinaikkan 1 satuan maka akan meningkatkan minat nasabah sebesar 0,371% dan sebaliknya dengan anggapan variabel lain tetap.

e. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel IV. 13
Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,877 ^a	,768	,759	1,389

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil *output* SPSS Versi 22 (data diolah)

Berdasarkan tabel IV. 13 di atas diperoleh angka *Adjusted R Square* sebesar 0,759. Artinya hadiah, promosi dan harga produk mampu menjelaskan variabel dependen atau minat nasabah sebesar 75,9% sedangkan 24,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

f. Uji Parsial (Uji t)

Tabel IV. 14
Hasil Uji Hipotesis (Uji t)

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	8,224	1,392		5,908	,000
X1	,197	,080	,279	2,454	,016
X2	,179	,082	,213	2,170	,033
X3	,371	,099	,436	3,733	,000

C. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil *output* SPSS Versi 22 (data diolah)

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 $df=82-3-1=78$. Dengan pengujian dua sisi (signifikansi=0,05), maka diperoleh t_{tabel} sebesar 1,66462.

Berdasarkan hasil uji signifikansi parsial (uji t) tabel IV.14 di atas dapat dilihat bahwa pada variabel hadiah memiliki t_{hitung} sebesar 2,454 dan t_{tabel} sebesar 1,66462 sehingga $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ ($2,454 > 1,66462$) maka H_a diterima. Selanjutnya, pada variabel hadiah memiliki nilai Sig. sebesar 0,016 sehingga nilai Sig. $< 0,1$ ($0,016 < 0,1$) maka H_a diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa secara parsial hadiah memiliki pengaruh terhadap minat nasabah.

Pada variabel promosi memiliki t_{hitung} sebesar 2,170 dan t_{tabel} sebesar 1,665462 sehingga $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ ($2,170 > 1,66462$) maka H_a diterima. Selanjutnya, pada variabel promosi memiliki nilai Sig. sebesar 0,033 sehingga nilai Sig. $< 0,1$ ($0,033 < 0,1$) maka H_a diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa secara parsial promosi mempunyai pengaruh terhadap minat nasabah.

Pada variabel harga produk memiliki t_{hitung} sebesar 3,733 dan t_{tabel} sebesar 1,66462 sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,733 > 1,66462$) maka H_a diterima. Selanjutnya, pada variabel harga produk memiliki nilai Sig. sebesar 0,000 sehingga nilai Sig. $< 0,1$ ($0,000 < 0,1$) maka H_a diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa secara parsial harga produk memiliki pengaruh terhadap minat nasabah.

g. Uji 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 $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima sedangkan jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak dan jika nilai Sig. $< 0,1$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Tabel IV. 15
Hasil Uji Simultan (Uji F)
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	499,044	3	166,348	86,204	,000 ^b
Residual	150,517	78	1,930		
Total	649,561	81			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Sumber: Hasil *Output* SPSS versi 22 (data diolah)

F_{tabel} untuk signifikansi $\alpha = 0,1$ dengan *regression* (df 1) adalah 3 dan *residual* (df 2) adalah 78 (berasal dari *total-regresion*), maka hasil yang diperoleh untuk F_{tabel} sebesar 2,16.

Dari hasil uji signifikansi simultan (uji F) tabel IV.15 di atas bahwa nilai F_{hitung} sebesar 86,204 sedangkan F_{tabel} sebesar 2,16 sehingga $F_{hitung} >$

F_{tabel} ($86,204 > 2,16$) 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 hadiah, promosi dan harga produk memiliki pengaruh terhadap minat nasabah.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh hadiah, promosi dan harga produk terhadap minat nasabah memilih tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan. Berdasarkan hasil analisis, maka pembahasan tentang hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Pengaruh Hadiah terhadap Minat Nasabah Memilih Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan

Hadiah merupakan pemberian sesuatu dari seseorang kepada orang lain sebagai simbol persaudaraan. Sering kali hadiah diberikan pada saat-saat tertentu yakni saat si penerima sedang merayakan sesuatu. Hadiah boleh bila tidak ada unsur *risywah* (suap) dan gratifikasi.

Nilai koefisien regresi variabel hadiah sebesar 0,197 artinya jika variabel hadiah dinaikkan sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan minat nasabah sebesar 0,197% dan sebaliknya dengan anggapan variabel lain tetap. Berdasarkan hasil uji signifikansi parsial (uji t) dapat dilihat bahwa pada variabel hadiah memiliki t_{hitung} sebesar 2,454 dan t_{tabel} sebesar 1,66462 sehingga $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ ($2,454 > 1,66462$) maka H_a diterima. Selanjutnya, pada variabel hadiah memiliki nilai Sig. sebesar 0,016

sehingga nilai Sig. < 0,1 (0,016 < 0,1) maka H_a diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa secara parsial hadiah memiliki pengaruh terhadap minat nasabah.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan apa yang diungkapkan Khalid bin Ali Al-Musyaiqih dalam bukunya Sudah Halalkah Semua Transaksi Anda Fiqh Muamalah Masa Kini yaitu hadiah dimaksudkan sebagai usaha untuk menarik minat pribadi.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Mustajidah Anif yang menyatakan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan antara pemberian bonus terhadap minat nasabah.

2) Pengaruh Promosi terhadap Minat Nasabah Memilih Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan

Promosi merupakan kegiatan *marketing mix* yang terakhir setelah produk, harga dan tempat, serta inilah yang paling sering diidentikkan sebagai aktivitas pemasaran dalam arti sempit. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang termasuk penting selain produk, harga dan lokasi. Dalam kegiatan ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung.

Nilai koefisien regresi variabel promosi sebesar 0,179 artinya jika variabel promosi dinaikkan 1 satuan maka akan meningkatkan minat nasabah sebesar 0,179% dan sebaliknya dengan anggapan variabel lain tetap. Berdasarkan hasil dari analisis uji t pada variabel promosi memiliki

t_{hitung} sebesar 2,170 dan t_{tabel} sebesar 1,66462 sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,170 > 1,66462$) maka H_a diterima. Selanjutnya, pada variabel promosi memiliki nilai Sig. sebesar 0,033 sehingga nilai Sig. $< 0,1$ ($0,033 < 0,1$) maka H_a diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa secara parsial promosi mempunyai pengaruh terhadap minat nasabah.

Penelitian ini juga didukung dengan hasil penelitian Kasmir dalam bukunya Manajemen Perbankan yaitu promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian Iip Nurhipnudin yang menyatakan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel promosi perbankan syariah terhadap minat bertransaksi Mahasiswa yang ditunjukkan dengan hasil signifikansi $0.002 < 0.05$.

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan hasil penelitian Ayu Retno Sari yaitu promosi berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kurangnya minat masyarakat.

3) Pengaruh Harga Produk terhadap Minat Nasabah Memilih Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan

Strategi harga ternyata sangat menentukan jatuh bangunnya perusahaan. Peranannya sama pentingnya dengan produk sendiri. Harga salah satu aspek penting dalam kegiatan *marketing mix*.

Nilai koefisien regresi variabel harga produk sebesar 0,371 artinya jika variabel harga produksi dinaikkan 1 satuan maka akan

meningkatkan minat nasabah sebesar 0,371% dan sebaliknya dengan anggapan variabel lain tetap. Berdasarkan hasil dari analisis uji t pada variabel harga produk memiliki t_{hitung} sebesar 3,733 dan t_{tabel} sebesar 1,66462 sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,733 > 1,66462$) maka H_a diterima. Selanjutnya, pada variabel harga produk memiliki nilai Sig. sebesar 0,000 sehingga nilai Sig. $< 0,1$ ($0,000 < 0,1$) maka H_a diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa secara parsial harga produk memiliki pengaruh terhadap minat nasabah.

Penelitian ini sesuai dengan apa yang diungkapkan oleh Kasmir dalam bukunya Manajemen Perbankan yaitu penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya produk dan jasa perbankan. Salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan.

4) Pengaruh Hadiah, Promosi dan Harga Produk terhadap Minat Nasabah Memilih Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan

Hadiah, promosi dan harga produk merupakan kegiatan *marketing mix*. Hadiah ditujukan untuk menarik minat nasabah dengan memberikan imbalan ataupun rangsangan kepada nasabah agar calon nasabah tertarik memilih produk yang ditawarkan oleh bank tersebut. Selain hadiah promosi juga sangat berpengaruh dalam kegiatan *marketing mix*, tujuan utama promosi bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru. Sama halnya dengan hadiah dan promosi, harga produk juga sangat

penting untuk diperhatikan, mengingat harga menentukan laku tidaknya produk dan jasa perbankan. Salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan.

Konstanta sebesar 8,224 dengan parameter positif menunjukkan bahwa apabila hadiah, promosi dan harga produk dianggap konstan atau ditiadakan, maka minat nasabah adalah 8,224. Nilai koefisien regresi variabel hadiah sebesar 0,197 artinya jika variabel hadiah dinaikkan sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan minat nasabah sebesar 0,197% dan sebaliknya dengan anggapan variabel lain tetap. Nilai koefisien regresi variabel promosi sebesar 0,179 artinya jika variabel promosi dinaikkan 1 satuan maka akan meningkatkan minat nasabah sebesar 0,179% dan sebaliknya dengan anggapan variabel lain tetap. Nilai koefisien regresi variabel harga produk sebesar 0,371 artinya jika variabel harga produk dinaikkan 1 satuan maka akan meningkatkan minat nasabah sebesar 0,371% dan sebaliknya dengan anggapan variabel lain tetap. Berdasarkan hasil analisis uji simultan (uji F) bahwa nilai F_{hitung} sebesar 86,204 sedangkan F_{tabel} sebesar 2,16 sehingga $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($86,204 > 2,16$) 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 hadiah, promosi dan harga produk memiliki pengaruh terhadap minat nasabah. Berdasarkan uji koefisien determinasi diperoleh angka *Adjusted R Square* sebesar 0,759. Artinya hadiah, promosi dan harga produk mampu menjelaskan variabel

dependen atau minat nasabah sebesar 75,9% sedangkan 24,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

D. Keterbatasan Penelitian

Seluruh rangkaian kegiatan dalam penelitian ini telah dilaksanakan sesuai dengan langkah-langkah yang sudah ditetapkan dalam metodologi penelitian, hal ini dimaksud agar hasil yang diperoleh benar-benar objektif dan sistematis. Namun, untuk mendapatkan hasil yang sempurna dari suatu penelitian sangat sulit karena berbagai keterbatasan. Adapun keterbatasan yang dihadapi selama penelitian dan penyusunan skripsi ini adalah:

1. Keterbatasan dalam hal waktu, kesempatan, tenaga dan materi peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini.
2. Kesulitan dalam menyebarkan kuesioner peneliti tidak mengetahui kejujuran responden dalam menjawab setiap pernyataan yang tersedia pada kuesioner sehingga mempengaruhi validitas data yang diperoleh.
3. Keterbatasan kemampuan dalam pembuatan instrumen penelitian dan analisis data yang diperoleh.

Dari sekian hambatan yang dihadapi tersebut, peneliti tetap berusaha keras agar penelitian yang

dibuat menjadi lebih baik dan memiliki makna. Hingga akhirnya dengan segala usaha dan ikhtiar serta bantuan dari pihak lain skripsi ini dapat terselesaikan.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

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

1. Hasil uji secara parsial (uji t) dapat disimpulkan bahwa variabel hadiah mempunyai pengaruh terhadap minat nasabah memilih tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah pada PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,454 > 1,66462$) dan nilai Sig. $< 0,1$ ($0,016 < 0,1$).
2. Hasil uji secara parsial (uji t) dapat disimpulkan bahwa variabel promosi mempunyai pengaruh terhadap minat nasabah memilih tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah pada PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,170 > 1,66462$) dan nilai Sig. $< 0,1$ ($0,033 < 0,1$).
3. Hasil uji secara parsial (uji t) dapat disimpulkan bahwa variabel harga produk mempunyai pengaruh terhadap minat nasabah memilih tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah pada PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,733 > 1,66462$) dan nilai Sig. $< 0,1$ ($0,000 < 0,1$).
4. Hasil uji secara simultan (uji F) dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama hadiah, promosi dan harga produk mempunyai pengaruh terhadap minat nasabah memilih tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah pada PT. Bank

Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan dengan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($86,204 > 2,16$) dan nilai Sig. $< 0,1$ ($0,000 < 0,1$).

B. Saran

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

1. Bagi perusahaan disarankan agar lebih meningkatkan kegiatan promosi yang dilakukan. Hal ini disebabkan bahwa dari hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel promosi memiliki pengaruh paling rendah dibandingkan dengan variabel yang lain, maka dari itu sebaiknya PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan lebih meningkatkan kegiatan promosi yang dilakukan baik melalui media massa maupun media elektronik untuk menarik minat nasabah dalam memilih Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah.
2. Untuk peneliti selanjutnya agar dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi minat nasabah dan dapat melakukan perluasan sampel dalam penelitian selanjutnya, mengingat sampel yang digunakan dalam penelitian ini hanya produk tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber buku:

- Adiwarman A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan*, Jakarta: Rajawali Pers, 2010.
- Ahmad Ramzi Tadjoedin dkk, *Berbagai Aspek Ekonomi Islam*, Yogyakarta: P3EIFE UII dan Tiara Wicana Yogya, 1992.
- Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005.
- Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Prenada Media, 2005.
- Cornelius Trihendradi, *Step By Step IBM SPSS 21*, Yogyakarta: CV.Andi Offset, 2013.
- Departemen Agama RI, *Al – Qur'an dan Terjemahnya*, Solo: Tiga Serangkai, 2009.
- Duwi Priyatno, *SPSS 22 pengolah Data Terpraktis*, Yogyakarta: Andi Offset, 2014.
- Ismail, *Perbankan Syariah*, Jakarta: Kencana, 2013.
- I' anatur Thoifah, *Statistika Pendidikan dan Metode Penelitian Kuantitatif*, Malang: Madani, 2015.
- Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Jakarta: Rajawali Pers, 2012.
- Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis Edisi Revisi*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2003.
- Khaerul Umam, *Manajemen perbankan Syariah*, Bandung: Pustaka Setia, 2013.
- Khallid bin Ali Al-Musyaiqih, *Sudah Halalkah Semua Transaksi Anda Fiqh Muamalah Masa Kini*, Klaten: Inas Media, 2009.
- Mardani, *Ayat-Ayat dan Hadis Ekonomi Syariah*, Jakarta:Rajawali Pers, 2014.
- M. Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2010.

- M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi, edisi ke-4*, Jakarta: Erlangga, 2013.
- Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, Yogyakarta: Ekonisia UII, 2004.
- Muhammad Firdaus, *Ekonometrika Suatu Pendekatan Aplikatif, Cetakan 1*, Jakarta : PT. Bumi Aksara, 2011.
- Muhammad Isa, *Diktat Manajemen Pemasaran Bank*, Padangsidempuan: IAIN Padangsidempuan, 2014.
- Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, Jakarta: Rajawali Pers, 2011.
- Nembah F. Hartimbul, *Manajemen Pemasaran*, Bandung: Yrama Widya, 2011.
- Nur Asnawi dan Masyhuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*, Malang: UIN Maliki Press, 2009.
- Panji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, Jakarta: Rineka Cipta, 2009.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*, Jakarta: PT. Indeks, 2009.
- Riduwan, *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- Saifuddin Anwar, *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004.
- Setiawan dan Dwi Endah Kusriani, *Ekonometrika*, Yogyakarta : CV. Andi Offset, 2010.
- Sofyan Yamin, *Regresi dan Korelasi dalam Genggaman Anda Aplikasi dengan Software SPSS, Eviews, MINITAB, dan STATGRAPHICS*, Jakarta: Salemba Empat, 2011.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Cetakan ke-18*, Bandung: Alfabeta, 2014.
- Syafrizal Helmi Situmorang, dkk, *Analisis Data Peneliti: Menggunakan Program SPSS*, Medan: USU Pers, 2008.
- Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2015.

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

Sumber Lain:

Bank Muamalat Indonesia, “Profil Bank Muamalat”
<http://www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat>.

Bank Muamalat Indonesia, “Tabungan Haji Arafah”
<http://www.bankmuamalat.co.id/tabungan-haji-arafah>.

Bank Muamalat Indonesia, “Visi dan Misi” <http://www.bankmuamalat.co.id/visi-misi>.

Brosur Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk.

Fitri Ana Siregar, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Memilih Tabungan Muamalat Prima pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan”(Skripsi, IAIN Padangsidimpuan, 2016).

Rahmah Yulianti, “Pengaruh Minat Masyarakat Aceh terhadap keputusan Memilih Produk Perbankan Syariah di Kota Banda Aceh,” *Jurnal Dinamika Akuntansi dan Bisnis*, Volume 2, No. 1, Maret 2015.

Tiroida Harahap, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Membuka Tabungan Haji *Mabrur* di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Sipirok”(Skripsi, IAIN Padangsidimpuan, 2015).

Vera Erlinda dan Haroni Doli, “*Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Bank oleh Nasabah Tabungan Haji (Studi Kasus: Peserta Bimbingan Manasik Haji Aziziah Kec. Medan Johor)*, *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, Volume 1, No. 3, Februari 2013.

Wawancara dengan Nasabah Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah ibu Wilda Khairani Daulay

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTITAS PRIBADI

1. Nama : Epa Winda Melli Lisda Wati
2. Tempat/Tgl. Lahir: Desa Batang Pane II/10 Agustus 1994
3. Agama : Islam
4. Jenis Kelamin : Perempuan
5. Alamat : Desa Batang Pane II, Kecamatan Halongonan Timur,
Kabupaten Padang Lawas Utara
6. Email : epawinda1995@gmail.com
7. No. Hp : 0813 7027 6607

II. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SDN. 105320 Padang Bolak (2001-2007).
2. SMPN. 5 Padang Bolak (2007-2010).
3. SMKN. 1 Padangsidimpuan (2010-2013).
4. Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan (2013-2017).



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

: B-29/In. 14/G.5a/PP.00.9/D1/2017

Padangsidimpuan, 26 Januari 2017

: Permohonan Kesediaan Menjadi Pembimbing Skripsi

Yth

Yth

Gautama Siregar, S.Pd., MM

Hayati Lubis, MP

Padangsidimpuan

Wa'alaikum Wr.Wb

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

Nama : Epa Winda Melli Lida Wati
NPM : 13 220 0056
Jurusan : Perbankan Syariah
Mata Kuliah : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Memilih Tabungan Haji Arafah pada PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Padangsidimpuan

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

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

Wa'alaikum Wr.Wb



M. Aziz Siregar, M. Ag
NIP. 1972001121001

Ketua Jurusan

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

PERNYATAAN KESEDIAAN SEBAGAI PEMBIMBING

BERSEDIA / TIDAK BERSEDIA

PEMBIMBING I

Gautama Siregar, S.Pd., MM
NIP. 19790720 201101 1 005

BERSEDIA / TIDAK BERSEDIA
PEMBIMBING II

Rini Hayati Lubis, MP



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Rizal Nurdin Km 4.5 Sihitang Padangsidempuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor : B-094 /In.14/G/G.4b/TL.00/2/2017

22 Februari 2017

Isi : Mohon Izin Pra Riset

kepada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk
Cabang Padangsidempuan.

Padangsidempuan.

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

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

Nama : Epa Winda Melli Lisda Wati
NIM : 13 220 0065
Semester : VIII (Delapan)
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan

Sebagai benar Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Padangsidempuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul "Faktor-faktor
yang Mempengaruhi Minat Nasabah Memilih Tabungan Haji Arafah pada PT. Bank
Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan".

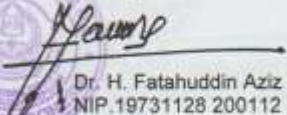
Sehubungan dengan itu, dimohon bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan izin pra riset
sesuai dengan maksud judul di atas.

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



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sitilang Padangsidimpuan 22733
Telepon (0634) 22060.Faksimile (0634) 24022

Nomor : B-1353 /In.14/G/TL.00/10/2017
Temp. : -
Hal : Mohon Izin Riset

19 Oktober 2017

Pimpinan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk
Cabang Padangsidimpuan

Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

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

Nama : Epa Winda Melli Lida Wati
NIM : 132200056
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 "Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Memilih Tabungan Haji Arafah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan".

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

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

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

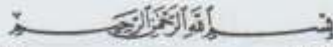


Dekan,

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



Bank Muamalat



No. : 277/B/KC PSP-SRT/XI/2017

Padangsidempuan, 2 November 2017
12 Shafar 1439 H

Kepada Yth:
Dekan FEBI IAIN Padangsidempuan
Di Tempat

Perihal : Keterangan Izin riset

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Semoga ALLAH SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan karunia-NYA kepada kita semua dalam menjalankan aktivitas sehari-hari, Aamiin YRA.

Sehubungan dengan surat dari Dekan FEBI IAIN Padangsidempuan perihal izin riset bernomor B-1358/In.14/G/TL.00/10/2017 tanggal surat 19 Oktober 2017 dan dengan ini kami menerangkan:

Nama	: Epa Winda Melli Lisda Wati
NIM	: 13 220 0056
Semester	: IX (Sembilan)
Jurusan	: Perbankan Syariah
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan judul skripsi "Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Memilih Tabungan Haji Arafah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan" telah kami terima dan berikan izin untuk melakukan riset serta pengambilan data pendukung yang diperlukan untuk selesainya judul skripsi tersebut diatas dengan ketentuan tidak melanggar kode etik dan kerahasiaan nasabah dan Bank.

Demikianlah surat ini dikeluarkan untuk dapat dipergunakan seperlunya oleh yang bersangkutan.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.
Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk
KCU Padangsidempuan

Muhammad Helmi
Branch Manager

No. : 328/B/KC PSP-SRT/XII/2017

Padangsidempuan, 7 Desember 2017
18 Rabi Al-Ahwal H

Kepada Yth:
Dekan FEBI IAIN Padangsidempuan
Di Tempat

Perihal : Keterangan Penelitian

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayahnya kepada kita semua dalam menjalankan aktivitas sehari-hari, Amin YRA.

Menindaklanjuti surat yang kami terima nomor B-1358/In.14/G/TL.00/10/2017 tanggal 19 Oktober 2017 perihal mohon izin mengadakan penelitian, maka dengan ini kami sampaikan bahwa:

Nama : Epa Winda Melli Lisda Wati
Semester : IX (Sembilan)
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Adalah benar telah mengadakan penelitian di Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan pada tanggal 02 November 2017 sampai dengan 24 November 2017 dengan judul skripsi : "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Memilih Tabungan Haji Arafah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan".

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.
Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk
KCU Padangsidempuan



Muhammad Helmi
Branch Manager

Lampiran 1

KUESIONER PENELITIAN

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH MEMILIH TABUNGAN HAJI ARAFAH PADA PT. BANK MUAMALAT INDONESIA, Tbk CABANG PADANGSIDIMPUAN

Kepada:

Yth. Bapak/Ibu/Sdr/i Nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan

Di tempat

Bapak/Ibu/Saudara/i yang terhormat,

Dengan segala kerendahan hati dan harapan, peneliti mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi daftar pernyataan ini dengan sejujurnya sesuai dengan kenyataan yang ada.

Kuesioner ini dibuat untuk memperoleh data yang kami butuhkan dalam rangka menyusun skripsi yang merupakan syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi dalam Bidang ilmu Perbankan Syariah, dengan judul: **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Memilih Tabungan Haji Arafah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk cabang Padangsidimpuan.**

Atas kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i meluangkan waktu membantu kami mengisi kuesioner ini kami ucapkan terimakasih.

Peneliti

Epa Winda Melli Lisda Wati

IDENTITAS RESPONDEN

Jawablah pertanyaan berikut dengan memberikan tanda silang (X) pada kolom yang tersedia dengan jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara/i anggap sesuai dengan kondisi yang berlaku.

1. Nama :

2. Alamat :

3. Jenis Kelamin

- a. Laki-laki b. Perempuan
4. Usia :
5. Pekerjaan :
- a. Pelajar/mahasiswa c. Wiraswasta
- b. Pegawai Negeri d. Pegawai Swasta
- e. Lainnya, yaitu
6. Pendapatan Perbulan:
- a. < Rp.1.500.000 c. Rp. 1.500.000 – Rp. 2.000.000
- b. Rp.2.000.000 – Rp. 3.000.000 d. > Rp. 3.000.000
7. Dari mana anda mengetahui tentang produk Tabungan Haji Arafah ?
- a. Teman/Saudara c. Surat kabar
- b. Bank Muamalat d. Media Elektronik

PETUNJUK

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

SS	S	N	TS	STS
Sangat Setuju	Setuju	Netral	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju

A. Hadiah (X₁)

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya pernah memperoleh undian umrah gratis					
2	Undian umrah gratis menjadi daya tarik tersendiri bagi nasabah untuk memilih Tabungan Haji Arafah					
3	Undian umrah gratis yang diberikan Bank Muamalat Indonesia kepada nasabah sesuai dengan promosi yang					

	dilakukan pada media massa (Brosur)					
4	Undian umrah gratis pada produk Tabungan Haji Arafah tidak menambah beban biaya tabungan					
5	<i>Souvenir</i> Tabungan Haji Arafah diperoleh secara Cuma-Cuma					
6	Saya akan mendapatkan perlengkapan haji setelah melunasi biaya Tabungan Haji Arafah					
7	<i>Souvenir</i> yang diberikan atas produk Tabungan Haji Arafah bervariasi					

Ket:

1. SS : Sangat Setuju
2. S : Setuju
3. KS : Kurang setuju
4. TS : Tidak Setuju
5. STS : Sangat Tidak Setuju

Total = 7 soal

B. Promosi (X₂)

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya melihat iklan Tabungan Haji Arafah di brosur					
2	Spanduk produk Tabungan Haji Arafah jelas terlihat di Bank Muamalat					
3	Tabungan Haji Arafah diperkenalkan melalui brosur					
4	Saya tertarik memilih					

	tabungan haji arafah karena hadiah yang diberikan oleh pihak bank					
5	Tabungan Haji Arafah bebas atas biaya administrasi layanan bulanan dan biaya penutupan rekening					
6	Saya memperoleh informasi mengenai Tabungan Haji Arafah dari <i>customer service</i>					
7	Seluruh karyawan memberi informasi tentang tabungan Haji Arafah kepada nasabah					

Ket:

1. SS : Sangat Setuju
2. S : Setuju
3. KS : Kurang setuju
4. TS : Tidak Setuju
5. STS : Sangat Tidak Setuju

Total = 7 soal

C. Harga Produk (X₃)

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	N	TS	STS
1	Harga yang ditawarkan produk Tabungan Haji Arafah sesuai dengan fasilitas yang diberikan					
2	Harga yang ditawarkan Bank Muamalat Indonesia atas produk Tabungan Haji Arafah sesuai dengan manfaat yang saya dapatkan					

3	Harga produk Tabungan Haji Arafah lebih terjangkau daripada produk tabungan haji di bank lain					
4	Biaya administrasi layanan bulanan dan penutupan rekening Tabungan Haji Arafah tidak ada jika dibandingkan tabungan haji di bank lain					
5	Harga yang diberikan bank Muamalat Indonesia terhadap tabungan haji arafah sesuai dengan kualitas produk					
6	Biaya pemindahan dana ke rekening tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah gratis					
7	Tidak ada tambahan biaya terhadap <i>souvenir</i> yang diberikan kepada nasabah					

Ket:

1. SS : Sangat Setuju
2. S : Setuju
3. KS : Kurang setuju
4. TS : Tidak Setuju
5. STS : Sangat Tidak Setuju

Total = 7 soal

D. Minat Nasabah

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya mendapatkan informasi tentang tabungan haji arafah dari keluarga dan sahabat saya					

2	Saya tertarik terhadap tabungan haji arafah karena manfaat yang dimilikinya					
3	Saya memilih produk tabungan haji arafah karena memudahkan saya untuk mewujudkan ibadah haji					
4	Saya memilih tabungan haji arafah karena sistem penyetorannya mudah					
5	Saya direkomendasikan keluarga dan sahabat untuk menggunakan tabungan haji arafah					
6	Saya memilih tabungan haji arafah karena pengelolaan dananya tranparan					
7	Saya memilih tabungan haji arafah karena meringankan saya dalam pengumpulan dana					

Ket:

1. SS : Sangat Setuju
2. S : Setuju
3. KS : Kurang setuju
4. TS : Tidak Setuju
5. STS : Sangat Tidak Setuju

Total = 7 soal

37	4	4	4	4	4	3	4	27
38	4	4	4	4	2	3	2	23
39	4	4	4	4	4	4	4	28
40	4	4	4	4	4	2	4	26
41	4	4	4	4	4	2	4	26
42	3	4	4	4	3	3	3	24
43	4	4	3	3	4	3	4	25
44	4	4	3	4	4	2	4	25
45	4	4	4	4	4	3	4	27
46	5	4	4	5	4	4	4	30
47	3	2	3	1	2	1	2	14
48	4	2	2	4	1	1	1	15
49	4	4	4	4	4	4	4	28
50	4	4	3	4	3	4	3	25
51	3	3	3	3	3	3	4	22
52	4	4	4	4	5	3	5	29
53	4	4	3	4	2	3	4	24
54	3	3	4	4	4	4	4	26
55	4	4	3	3	4	4	4	26
56	4	4	4	4	4	3	4	27
57	3	4	3	4	4	3	4	25
58	4	3	4	3	4	2	4	24
59	3	4	3	4	3	3	4	24
60	4	4	4	4	4	3	4	27
61	3	3	4	4	3	4	3	24
62	4	4	3	3	4	4	4	26
63	4	3	4	4	2	3	4	24
64	2	2	4	3	3	3	3	20
65	4	3	4	4	5	3	5	28
66	3	4	4	3	4	4	3	25
67	5	4	4	5	4	4	4	30
68	4	4	4	4	4	4	4	28
69	4	3	5	5	3	4	5	29
70	5	4	5	5	4	4	5	32
71	3	3	5	5	3	3	3	25
72	5	4	5	5	4	4	5	32
73	5	3	5	5	3	5	5	31
74	4	4	5	5	4	3	4	29
75	5	5	5	5	4	5	4	33
76	4	5	3	5	4	3	4	28
77	3	3	5	5	4	4	3	27

31	4	4	4	4	4	4	4	28
32	4	4	4	4	4	4	4	28
33	4	4	4	4	4	4	4	28
34	5	5	5	5	5	5	5	35
35	4	4	4	4	4	4	4	28
36	4	4	4	4	4	4	4	28
37	4	4	4	4	4	4	4	28
38	3	3	4	4	3	4	4	25
39	4	4	4	4	4	4	4	28
40	4	4	4	4	4	5	4	29
41	4	4	4	4	4	4	4	28
42	4	4	4	4	4	3	4	27
43	3	3	4	3	4	3	4	24
44	4	4	4	4	4	4	4	28
45	4	4	4	4	4	4	4	28
46	4	5	5	4	4	4	4	30
47	2	2	3	3	3	2	2	17
48	3	3	3	2	2	3	4	20
49	4	4	5	5	5	4	5	32
50	4	3	4	4	4	4	3	26
51	4	4	4	4	3	4	3	26
52	4	4	4	4	4	5	4	29
53	3	4	4	4	4	4	3	26
54	4	4	4	3	4	3	4	26
55	4	3	5	4	4	4	4	28
56	4	4	4	4	4	4	4	28
57	3	4	4	4	3	5	4	27
58	4	4	4	5	4	5	4	30
59	4	3	4	4	3	4	4	26
60	4	4	4	4	4	4	4	28
61	3	3	4	3	4	4	4	25
62	3	4	4	3	4	4	4	26
63	5	5	4	4	4	4	4	30
64	3	3	3	3	3	4	3	22
65	4	4	4	4	4	5	4	29
66	3	4	4	4	3	4	4	26
67	4	5	5	4	4	5	4	31
68	3	3	5	4	4	4	5	28
69	4	4	5	4	4	4	5	30
70	3	3	5	5	4	4	4	28
71	3	3	4	4	4	4	4	26

72	4	4	5	4	4	4	4	29
73	3	3	5	5	5	4	5	30
74	3	3	5	4	4	4	5	28
75	4	4	4	4	4	4	4	28
76	4	4	5	4	4	5	4	30
77	2	4	5	5	4	5	5	30
78	3	4	5	5	5	4	5	31
79	4	3	5	4	4	4	4	28
80	3	4	5	4	4	5	5	30
81	3	3	5	5	4	4	5	29
82	3	3	5	5	4	4	5	29

Hasil Uji Instrumen Harga Produk (X3)

Responden	Butir Soal							Skor Total
	1	2	3	4	5	6	7	
1	4	5	4	5	5	5	5	33
2	3	3	3	3	3	3	3	21
3	5	5	4	4	4	3	5	30
4	4	4	3	3	3	3	4	24
5	5	5	5	5	5	4	5	34
6	5	5	5	5	5	4	5	34
7	5	5	5	5	5	4	5	34
8	3	4	3	3	3	3	4	23
9	4	4	3	3	3	3	4	24
10	4	4	4	4	4	3	4	27
11	4	5	5	4	4	4	5	31
12	4	4	3	4	4	3	4	26
13	5	5	5	5	4	4	5	33
14	4	4	4	5	4	3	5	29
15	4	4	4	4	4	4	4	28
16	5	5	5	5	5	4	5	34
17	4	4	4	4	4	4	5	29
18	4	4	3	3	4	3	4	25
19	4	4	3	3	4	3	4	25
20	4	4	3	3	4	3	4	25
21	4	4	4	4	4	4	4	28
22	4	4	4	4	4	4	4	28
23	4	4	4	4	4	2	4	26
24	4	4	3	4	4	1	4	24

25	5	5	5	5	5	4	5	34
26	4	4	4	4	4	4	4	28
27	5	5	5	5	4	4	5	33
28	4	4	2	4	2	5	4	25
29	5	5	5	5	4	4	4	32
30	4	4	4	4	4	4	4	28
31	4	4	4	4	4	4	4	28
32	4	4	4	4	4	4	4	28
33	4	4	4	4	4	4	4	28
34	5	5	5	5	5	5	5	35
35	4	4	4	4	4	4	4	28
36	4	4	4	4	4	4	4	28
37	4	4	4	4	4	3	4	27
38	4	4	4	4	4	3	4	27
39	4	4	4	4	4	4	4	28
40	4	4	4	4	4	2	4	26
41	4	4	4	4	4	2	4	26
42	4	4	4	4	4	3	4	27
43	4	4	4	4	4	4	4	28
44	4	4	4	4	3	4	4	27
45	4	4	4	4	4	4	4	28
46	5	4	4	5	4	4	4	30
47	2	4	3	2	3	2	3	19
48	4	4	1	1	1	1	3	15
49	4	4	4	4	4	4	4	28
50	4	5	3	5	4	5	5	31
51	4	4	3	4	4	4	4	27
52	4	4	4	4	4	5	4	29
53	4	4	3	4	3	4	5	27
54	3	4	4	4	4	3	4	26
55	4	5	3	3	3	5	4	27
56	4	4	4	4	4	4	4	28
57	4	5	4	4	2	5	4	28
58	5	5	4	4	3	3	5	29
59	4	3	4	4	3	4	4	26
60	4	4	4	4	4	4	4	28
61	4	4	4	4	3	4	4	27
62	4	4	4	4	4	4	4	28
63	4	4	4	4	3	4	4	27
64	4	4	3	2	2	2	4	21
65	4	5	4	4	4	4	5	30

66	4	4	4	4	4	3	4	27
67	5	4	4	5	4	4	4	30
68	4	4	4	4	4	4	4	28
69	5	5	3	5	4	5	5	32
70	5	5	3	5	3	4	5	30
71	5	5	2	4	2	4	5	27
72	5	5	3	4	3	5	4	29
73	5	5	3	5	3	5	5	31
74	4	4	4	4	3	4	5	28
75	5	5	3	4	4	5	5	31
76	4	4	3	4	3	4	5	27
77	5	5	3	3	3	4	5	28
78	5	5	4	4	4	3	4	29
79	5	5	4	4	4	4	4	30
80	5	5	4	4	3	4	4	29
81	5	5	3	3	3	4	5	28
82	5	5	3	4	3	4	5	29

Hasil Uji Instrumen Variabel Minat Nasabah (Y)

Responden	Butir Soal							Skor Total
	1	2	3	4	5	6	7	
1	5	5	4	5	5	5	5	34
2	4	5	3	2	3	4	3	24
3	5	5	4	5	4	5	3	31
4	5	5	4	2	3	4	2	25
5	5	5	4	5	5	5	5	34
6	5	5	5	5	5	5	5	35
7	5	5	5	5	5	4	4	33
8	5	5	4	4	3	3	3	27
9	4	4	4	4	3	4	3	26
10	4	4	5	3	3	4	4	27
11	5	5	4	4	4	5	4	31
12	4	4	4	4	4	4	3	27
13	5	5	5	3	5	4	5	32
14	5	5	5	3	4	5	4	31
15	5	5	4	5	4	4	4	31
16	5	5	5	5	5	5	4	34
17	5	5	4	3	4	4	4	29
18	5	5	5	3	2	3	2	25

19	5	5	4	4	4	5	2	29
20	4	4	4	4	4	5	2	27
21	4	4	4	4	4	4	4	28
22	5	5	4	5	4	5	4	32
23	4	4	4	4	4	4	4	28
24	4	4	2	4	4	4	4	26
25	5	5	5	5	5	4	4	33
26	4	4	4	4	4	4	4	28
27	5	5	5	5	4	5	4	33
28	5	3	5	4	3	4	2	26
29	5	5	5	5	4	5	4	33
30	5	5	5	4	4	4	3	30
31	4	4	4	4	4	4	3	27
32	4	5	4	4	4	4	4	29
33	4	4	4	4	4	4	4	28
34	5	5	5	5	5	5	5	35
35	4	4	5	4	4	4	3	28
36	5	4	4	4	4	4	3	28
37	4	4	4	4	4	4	4	28
38	5	5	3	3	3	3	3	25
39	4	4	5	5	4	4	4	30
40	5	5	5	4	3	4	2	28
41	5	5	3	4	3	4	3	27
42	5	5	5	2	3	3	3	26
43	5	5	4	4	2	4	2	26
44	5	3	3	5	3	4	3	26
45	5	4	4	5	3	4	4	29
46	5	5	4	4	4	4	4	30
47	3	2	3	4	3	3	3	21
48	5	4	3	3	3	4	3	25
49	5	4	5	4	4	4	3	29
50	5	5	4	4	4	5	4	31
51	4	4	4	4	4	4	4	28
52	5	5	4	3	4	4	4	29
53	5	3	5	4	3	5	3	28
54	4	4	4	5	3	3	3	26
55	5	3	4	5	4	4	3	28
56	5	5	5	5	3	5	3	31
57	5	2	5	5	2	4	4	27
58	5	5	4	5	3	4	2	28
59	4	3	4	4	4	4	3	26

60	5	3	4	4	4	4	4	28
61	5	3	4	4	4	4	3	27
62	4	3	4	4	4	4	3	26
63	5	4	4	3	4	4	3	27
64	4	3	3	3	3	3	3	22
65	5	5	4	4	3	4	4	29
66	4	4	4	4	4	4	4	28
67	5	5	4	4	4	4	4	30
68	5	5	4	4	4	4	3	29
69	5	5	4	5	4	5	4	32
70	5	5	3	5	5	5	3	31
71	4	5	4	4	3	4	4	28
72	5	5	5	5	4	4	4	32
73	5	5	5	4	3	5	4	31
74	5	5	5	4	3	5	5	32
75	5	5	4	5	4	4	4	31
76	4	4	5	5	4	5	4	31
77	5	5	4	3	4	5	4	30
78	5	4	4	4	3	5	4	29
79	4	5	4	4	5	4	4	30
80	5	5	5	4	3	4	4	30
81	5	5	5	4	4	5	4	32
82	5	5	5	4	3	5	4	31

Lampiran 3

Uji Validitas

a. Uji Validitas Variabel Minat Nasabah

Correlations

		item1	item2	item3	item4	item5	item6	item7	Total
item1	Pearson Correlation	1	,448**	,289**	,116	,001	,327**	,041	,478**
	Sig. (2-tailed)		,000	,009	,300	,994	,003	,714	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82
item2	Pearson Correlation	,448**	1	,196	-,029	,226*	,302**	,219*	,574**
	Sig. (2-tailed)	,000		,078	,795	,041	,006	,048	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82
item3	Pearson Correlation	,289**	,196	1	,176	,073	,285**	,195	,518**
	Sig. (2-tailed)	,009	,078		,115	,517	,010	,080	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82
item4	Pearson Correlation	,116	-,029	,176	1	,317**	,364**	,264*	,551**
	Sig. (2-tailed)	,300	,795	,115		,004	,001	,017	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82
item5	Pearson Correlation	,001	,226*	,073	,317**	1	,373**	,489**	,631**
	Sig. (2-tailed)	,994	,041	,517	,004		,001	,000	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82
item6	Pearson Correlation	,327**	,302**	,285**	,364**	,373**	1	,356**	,706**
	Sig. (2-tailed)	,003	,006	,010	,001	,001		,001	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82
item7	Pearson Correlation	,041	,219*	,195	,264*	,489**	,356**	1	,657**
	Sig. (2-tailed)	,714	,048	,080	,017	,000	,001		,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82
Total	Pearson Correlation	,478**	,574**	,518**	,551**	,631**	,706**	,657**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	82	82	82	82	82	82	82	82

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

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

b. Uji Validitas Hadiah (bonus)

Correlations

		Item1	Item2	Item3	tem4	Item5	Item6	Item7	Total
Item1	Pearson Correlation	1	,624**	,352**	,454**	,407**	,347**	,475**	,710**
	Sig. (2-tailed)		,000	,001	,000	,000	,001	,000	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82
Item2	Pearson Correlation	,624**	1	,255*	,431**	,622**	,539**	,461**	,774**
	Sig. (2-tailed)	,000		,021	,000	,000	,000	,000	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82
Item3	Pearson Correlation	,352**	,255*	1	,566**	,342**	,348**	,375**	,645**
	Sig. (2-tailed)	,001	,021		,000	,002	,001	,001	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82
tem4	Pearson Correlation	,454**	,431**	,566**	1	,339**	,469**	,353**	,712**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,002	,000	,001	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82
Item5	Pearson Correlation	,407**	,622**	,342**	,339**	1	,387**	,742**	,764**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,002	,002		,000	,000	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82
Item6	Pearson Correlation	,347**	,539**	,348**	,469**	,387**	1	,358**	,697**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,001	,000	,000		,001	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82
Item7	Pearson Correlation	,475**	,461**	,375**	,353**	,742**	,358**	1	,746**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001	,001	,000	,001		,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82
Total	Pearson Correlation	,710**	,774**	,645**	,712**	,764**	,697**	,746**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	82	82	82	82	82	82	82	82

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

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

c. Uji Validitas Promosi

Correlations

		Item1	Item2	Item3	Item4	Item5	Item6	Item7	Total
Item1	Pearson Correlation	1	,664**	,357**	,394**	,339**	,369**	,220*	,673**
	Sig. (2-tailed)		,000	,001	,000	,002	,001	,047	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82
Item2	Pearson Correlation	,664**	1	,441**	,455**	,542**	,524**	,337**	,782**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,002	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82
Item3	Pearson Correlation	,357**	,441**	1	,733**	,602**	,398**	,649**	,800**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82
Item4	Pearson Correlation	,394**	,455**	,733**	1	,636**	,462**	,597**	,818**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82
Item5	Pearson Correlation	,339**	,542**	,602**	,636**	1	,305**	,598**	,768**
	Sig. (2-tailed)	,002	,000	,000	,000		,005	,000	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82
Item6	Pearson Correlation	,369**	,524**	,398**	,462**	,305**	1	,299**	,638**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000	,000	,005		,006	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82
Item7	Pearson Correlation	,220*	,337**	,649**	,597**	,598**	,299**	1	,698**
	Sig. (2-tailed)	,047	,002	,000	,000	,000	,006		,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82
Total	Pearson Correlation	,673**	,782**	,800**	,818**	,768**	,638**	,698**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	82	82	82	82	82	82	82	82

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

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

d. Uji Validitas Harga Produk

Correlations

		Item1	Item2	Item3	Item4	Item5	Item6	Item7	Total
Item1	Pearson Correlation	1	,711**	,231*	,521**	,174	,361**	,607**	,683**
	Sig. (2-tailed)		,000	,037	,000	,118	,001	,000	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82
Item2	Pearson Correlation	,711**	1	,186	,385**	,134	,398**	,670**	,648**
	Sig. (2-tailed)	,000		,094	,000	,231	,000	,000	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82
Item3	Pearson Correlation	,231*	,186	1	,625**	,716**	,211	,252*	,689**
	Sig. (2-tailed)	,037	,094		,000	,000	,057	,023	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82
Item4	Pearson Correlation	,521**	,385**	,625**	1	,604**	,523**	,566**	,875**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82
Item5	Pearson Correlation	,174	,134	,716**	,604**	1	,152	,258*	,652**
	Sig. (2-tailed)	,118	,231	,000	,000		,172	,019	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82
Item6	Pearson Correlation	,361**	,398**	,211	,523**	,152	1	,422**	,650**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,057	,000	,172		,000	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82
Item7	Pearson Correlation	,607**	,670**	,252*	,566**	,258*	,422**	1	,720**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,023	,000	,019	,000		,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82
Total	Pearson Correlation	,683**	,648**	,689**	,875**	,652**	,650**	,720**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	82	82	82	82	82	82	82	82

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

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

Lampiran 4

Uji Reliabilitas

a. Uji Reliabilitas Minat Nasabah

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,679	7

b. Uji reliabilitas Hadiah

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,844	7

c. Uji Reliabilitas Promosi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,860	7

d. Uji Reliabilitas Harga Produk

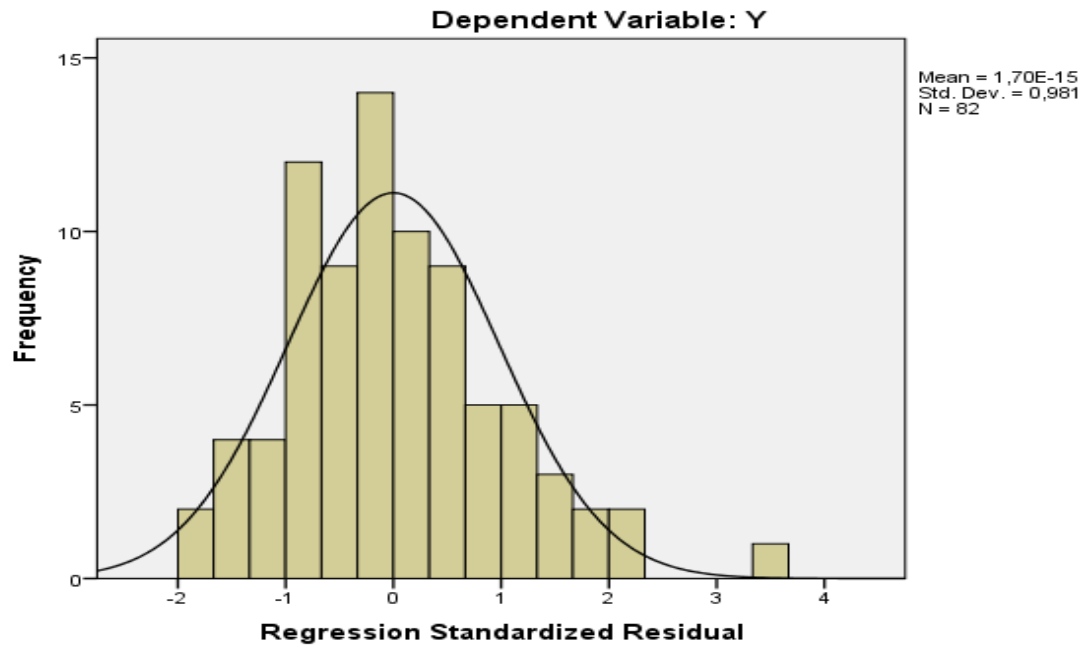
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,819	7

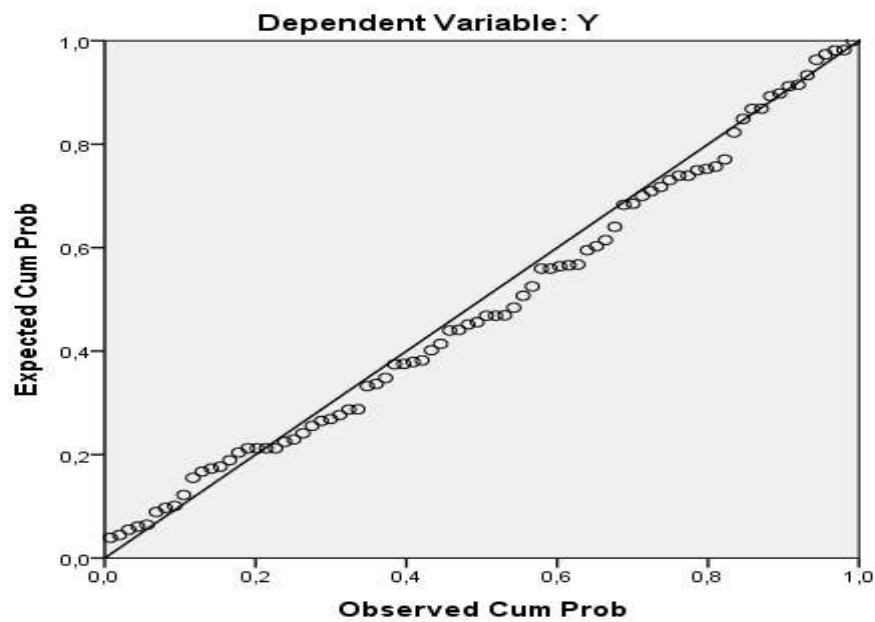
Lampiran 5

Hasil Uji Normalitas

Histogram



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Lampiran 6

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	8,224	1,392		5,908	,000		
X1	,197	,080	,279	2,454	,016	,229	4,358
X2	,179	,082	,213	2,170	,033	,307	3,257
X3	,371	,099	,436	3,733	,000	,218	4,587

a. Dependent Variable: Y

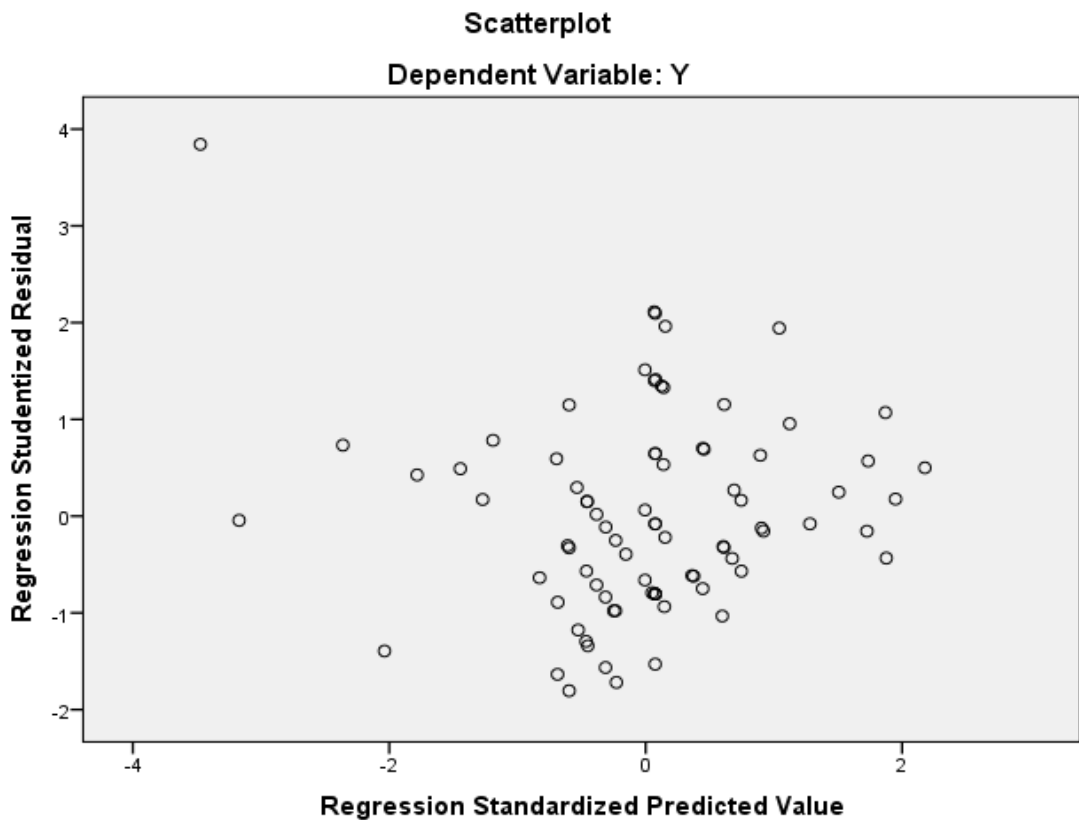
b. Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,877 ^a	,768	,759	1,389	1,859

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

c. Uji Heterokedastisitas



Lampiran 7

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	8,224	1,392		5,908	,000		
X1	,197	,080	,279	2,454	,016	,229	4,358
X2	,179	,082	,213	2,170	,033	,307	3,257
X3	,371	,099	,436	3,733	,000	,218	4,587

a. Dependent Variable: Y

b. Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,877 ^a	,768	,759	1,389

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

c. Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	8,224	1,392		5,908	,000		
X1	,197	,080	,279	2,454	,016	,229	4,358
X2	,179	,082	,213	2,170	,033	,307	3,257
X3	,371	,099	,436	3,733	,000	,218	4,587

a. Dependent Variable: Y

d. Uji Simultan (Uji f)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	499,044	3	166,348	86,204	,000 ^b
Residual	150,517	78	1,930		
Total	649,561	81			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Lampiran 8

Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean		Std. Deviation
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic
X1	82	14	35	27,13	,444	4,018
X2	82	16	35	27,88	,374	3,386
X3	82	15	35	28,02	,368	3,330
Y	82	21	35	28,93	,313	2,832
Valid N (listwise)	82					

Lampiran 9



