



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH  
MEMILIH TABUNGAN HAJI (STUDI KASUS PT. BANK  
MUAMALAT INDONESIA. Tbk CABANG  
PADANGSIDIMPUAN)**

**SKRIPSI**

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

**Oleh**

**HAVIV PRABOWO  
NIM. 12 220 0103**

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



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH  
MEMILIH TABUNGAN HAJI (STUDI KASUS PT. BANK  
MUAMALAT INDONESIA. Tbk CABANG  
PADANGSIDIMPUAN)**

**SKRIPSI**

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

Oleh

**HAVIV PRABOWO**  
NIM. 12 220 0103

**Pembimbing I**

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

**Pembimbing II**

**Azwar Hamid, M.A**  
NIP. 19860311 201503 1 005

**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 Sihitang, Padangsidimpuan 22733  
Telp.(0634) 22080 Fax.(0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi  
a.n. **Haviv Prabowo**  
Lampiran : 7 (Tujuh) Eksemplar

Padangsidimpuan, **22 Juni 2017**  
Kepada Yth:  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
IAIN Padangsidimpuan  
Di-

Padangsidimpuan

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **Haviv Prabowo** yang berjudul "**Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Memilih Tabungan Haji (Studi-Kasus PT. Bank Muamalat Indonesia. Tbk Cabang Padangsidimpuan)**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang Ilmu Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.

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

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

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

**PEMBIMBING I**

**Dr. Darwis Harahap, S.HL., M.Si**  
NIP. 19780818 200901 1 015

**PEMBIMBING II**

**Azwar Hamid, M.A**  
NIP. 19860311 201503 1 005

## SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

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

Nama : Haviv Prabowo  
NIM : 12 220 0103  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah  
Memilih Tabungan Haji (Studi kasus Pada PT. Bank  
Muamalat Indonesia. Tbk Cabang Padangsidimpuan**

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.

Padangsidimpuan, 22 Juni 2017

Saya yang Menyatakan,



**HAVIV PRABOWO**  
NIM : 12 220 0103

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

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

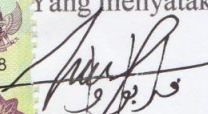
Nama : Haviv Prabowo  
NIM : 12 220 0103  
Jurusan : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jenis Karya : Skripsi

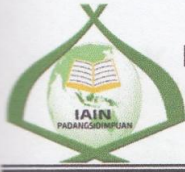
Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan. Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Memilih Tabungan Haji (Studi kasus Pada PT. Bank Muamalat Indonesia. Tbk Cabang Padangsidimpuan.** Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan 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 : Padangsidimpuan  
Pada tanggal : 22 Juni 2017  
Yang menyatakan,



  
**HAVIV PRABOWO**  
NIM. 12 220 0103



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

DEWAN PENGUJI  
UJIAN MUNAQASYAH SKRIPSI

Nama : HAVIV PRABOWO  
NIM : 12 220 0103  
Fakultas/Jurusan : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM/PERBANKAN SYARIAH  
Judul Skripsi : Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Memilih Tabungan Haji (Studi Kasus PT. Bank Muamalat Inonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan).

Ketua

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

Sekretaris

Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si  
NIP. 19780818 200901 1 015

Anggota

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

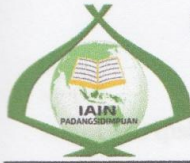
Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si  
NIP. 19780818 200901 1 015

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

Mudzakkir Khotib Siregar, M.A  
NIP. 19721121 199903 1 002

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidempuan  
Hari/Tanggal : Senin, 07 Agustus 2017  
Pukul : 09.00 s/d 11.30 WIB  
Hasil/Nilai : 74 (B)  
IPK : 3,04  
Predikat : Amat Baik



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

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

**PENGESAHAN**

**JUDUL SKRIPSI : Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah  
Memilih Tabungan Haji (Studi kasus Pada PT. Bank  
Muamalat Indonesia. Tbk Cabang Padangsidimpuan**

**NAMA : HAVIV PRABOWO**  
**NIM : 12 220 0103**

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

Padangsidimpuan, 16 Oktober 2017



**Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M. Ag**  
NIP. 19731128 2001121 001

## ABSTRAK

**Nama** : Haviv Prabowo  
**NIM** : 12 220 0103  
**Judul Skripsi** : **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Memilih Tabungan Haji (Studi kasus Pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Padangsidempuan**  
**Kata Kunci** : **Faktor Produk, Faktor Promosi, Faktor Pelayanan, Minat Nasabah Memilih Tabungan Haji**

Permasalahan penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya fakta bahwa nasabah Tabungan haji pada PT Bank Muamalat Indonesia. Tbk Cabang Padangsidempuan mengalami *fluktuasi* pada setiap periodenya. Berdasarkan ini PT Bank Muamalat Indonesia. Tbk Cabang Padangsidempuan telah melakukan berbagai inovasi baik pada produk tabungan haji, promosi dan pelayanannya demi meningkatkan jumlah nasabahnya namun fakta berbicara bahwa nasabah tabungan haji pada PT Bank Muamalat Indonesia. Tbk Cabang Padangsidempuan masih belum sesuai yang diharapkan oleh PT Bank Muamalat Indonesia. Tbk Cabang Padangsidempuan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam memilih tabungan haji pada PT Bank Muamalat Indonesia. Cabang Padangsidempuan.

Pada penelitian ini teori yang digunakan adalah teori yang mempengaruhi tentang minat nasabah diantaranya adalah faktor produk, faktor promosi dan faktor pelayanan. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Teknik pengumpulan data menggunakan kusioner dengan sampel 94 nasabah dengan teknik pengambilan sampel adalah *stratified random sampling*. Pengelohan data dilakukan dengan SPSS versi 22.

Hasil penelitian ini merupakan secara *parsial* bahwa variabel faktor produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat nasabah tabungan haji pada PT Bank Muamalat Indonesia. Tbk Cabang Padangsidempuan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3.613 > 1,660$ ) dan nilai Sig.  $< 0,1(0,000 < 0,1)$ , promosi mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat nasabah tabungan haji pada PT Bank Muamalat Indonesia. Tbk Cabang Padangsidempuan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $4.335 > 1,660$ ) dan nilai Sig.  $< 0,1(0,000 < 0,1)$ , pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat nasabah tabungan haji pada PT Bank Muamalat Indonesia. Tbk Cabang Padangsidempuan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,418 > 1,660$ ) dan nilai Sig.  $< 0,1(0,000 < 0,1)$ . Berdasarkan secara *simultan* faktor produk, promosi dan pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah tabungan haji pada PT Bank Muamalat Indonesia. Tbk Cabang Padangsidempuan dengan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $84,719 > 1,91$ ) dan nilai Sig.  $< 0,1(0,000 < 0,1)$ . Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa 73,8% variabel faktor produk, promosi dan pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah tabungan haji pada PT Bank Muamalat Indonesia. Tbk Cabang Padangsidempuan, sedangkan 26,2% sisanya dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.



## KATA PENGANTAR



**Assalamu Alaikum, Wr..Wb..**

*Alhamdulillah*, segala puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis 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 Haji (Studi kasus Pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Padangsidempuan)”**, ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) 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 penulis untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis berterimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL, Rektor IAIN Padangsidempuan, serta Bapak Drs. H. Irwan Saleh Dalimunthe, M.A, Wakil Rektor Bidang Umum Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Drs. Samsuddin Pulungan, M.Ag, Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan kerjasama.

2. Bapak Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan, Bapak Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si Wakil Dekan Bidang Akademik, Ibu Rosnani Siregar, M.Ag, Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag, Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Bapak Abdul Nasser Hasibuan, SE., M.Si, Ketua Jurusan Perbankan Syariah, Ibu Nofinawati, M.A, Sekretaris Jurusan Perbankan Syariah, serta Bapak/Ibu Dosen dan Pegawai Administrasi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si sebagai Pembimbing I dan Bapak Azwar Hamid, M.A sebagai Pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi penulis untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Ibu dosen IAIN Padangsidimpuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi penulis dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidimpuan.
7. Bapak Kepala Cabang PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan yang telah memberi izin penulis untuk melakukan penelitian di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan serta seluruh pegawai, karyawan dan nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan yang ikut serta mendukung dan terlibat dalam penelitian ini.

8. Teristimewa keluarga tercinta kepada Ayahanda **Purwanto Cahyono** dan Ibunda **Erlinawati Hasibuan** yang tanpa pamrih memberikan kasih sayang, dukungan moral dan materi serta doa-doa mulia yang selalu dipanjatkan tiada hentinya semenjak dilahirkan sampai sekarang, semoga Allah SWT dapat membalas perjuangan mereka dengan surga firdaus-Nya, serta kepada adik-adik (Hendra, Candra dan Widya) karena lelaki sejati akan selalu menjadikan keluarga tempat teristimewa dihatinya.
9. Para sahabat Yamin, Reza, Romi, Andi, Fadli, Roni, Rian, Anshor, Habib, Ilham, Shein, Mizi, Bustomi, Hamdani, Jaya, Dedi, Hutri, Rita, Rika, Lesi, dan Yul yang selalu membantu ketika dilanda kebingungan dan juga kepada sahabat yang lain yang tidak dapat saya sebutkan namanya satu persatu terimakasih atas bantuannya yang tak pernah bosan dalam menyelesaikan dan juga memberikan motivasi dukungan sampai dengan skripsi ini selesai.
10. Kerabat dan seluruh rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2012 khususnya rekan-rekan Jurusan Perbankan Syariah-3 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 penulis dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Akhirnya penulis mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Penulis menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada penulis sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini

masih banyak kekurangan. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati penulis mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan penulis.

Padangsidempuan, Juni 2017  
Penulis,

**HAVIV PRABOWO**  
**NIM. 12220 0103**

## 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	sa	s	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	je
ح	ḥ a	ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	zal	z	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	ṣ ad	ṣ	Es (dengan titik di bawah)
ض	ḍ ad	ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	ṭ a	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓ a	ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka

ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	.. ’ ..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye



## 2. Vokal

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


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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	fatḥ ah	A	a
	Kasrah	I	i
	ḍ ommah	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 dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
	fatḥ ah dan ya	Ai	a dan i
	fatḥ ah 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
	fatḥ ah dan alif atau ya	a	a dan garis atas

ي...ى	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah
و...و	ḍ ommah dan wau	u	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 fath ah, kasrah dan ḍ ommah, 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	
Abtrak .....	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. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah .....	9
C. Batasan Masalah.....	9
D. Definisi Operasional Variabel.....	10
E. Rumusan Masalah .....	11
F. Tujuan Penelitian .....	11
G. Kegunaan Penelitian.....	12
H. Sistematika Pembahasan .....	13

### BAB II LANDASAN TEORI

A. Minat Nasabah .....	15
1. Pengertian Minat.....	15
2. Faktor – faktor yang mempengaruhi Minat Nasabah.....	16
a. Faktor Produk.....	16
b. Faktor Promosi .....	17
c. Faktor Pelayanan.....	21
B. Tabungan .....	26
1. Tabungan <i>Mudharabah</i> .....	26

2. Akad Pola Titipan .....	27
3. Tabungan Haji .....	29
C. Penelitian Terdahulu .....	34
D. Kerangka Berpikir .....	36
E. Hipotesis.....	37

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

A. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	39
B. Jenis Penelitian.....	39
C. Populasi .....	40
D. Sampel .....	40
E. Sumber Data.....	41
F. Instrumen Pengumpulan Data .....	42
1. Kuesioner .....	42
2. Dokumentasi .....	43
G. Analisis Data .....	43
1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	43
2. Uji Statistik Deskriptif .....	44
3. Uji Normalitas .....	45
4. Uji Linieritas .....	45
5. Uji Asumsi Klasik .....	46
a. Uji Multikolinearitas .....	46
b. Uji Heteroskedastisitas.....	46
6. Analisis Regresi Linier Berganda .....	47
7. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	48
8. Uji Hipotesis.....	49
a. Uji Signifikansi Parsial (Uji t).....	49
b. Uji Signifikansi Simultan (Uji F) .....	49

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.....	50
1. Sejarah.....	50
2. Visi dan Misi.....	52
3. Struktur Organisasi.....	52
4. Produk dan Layanan.....	53
B. Analisis Hasil Penelitian .....	54
C. Pembahasan Hasil Penelitian .....	70
D. Keterbatasan Penelitian.....	73

## **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	74
B. Saran.....	75

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 : Jumlah Nasabah Tabungan Haji.....	7
Tabel 1.2 : Definisi Operasional Variabel .....	10
Tabel 2.1 : Penelitian Terdahulu .....	34
Tabel 3.1 : Penetapan Skor Alternatif Atas Jawaban Kusioner .....	43
Tabel 4.1 : Hasil Uji Validitas Variabel Produk .....	55
Tabel 4.2 : Hasil Uji Validitas Variabel Promosi.....	56
Tabel 4.3 : Hasil Uji Validitas Variabel Pelayanan .....	56
Tabel 4.4 : Hasil Uji Validitas Variabel Minat .....	57
Tabel 4.5 : Hasil Uji Reliabilitas.....	57
Tabel 4.6 : Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	58
Tabel 4.7 : Hasil Uji Linieritas Produk dengan Minat .....	61
Tabel 4.8 : Hasil Uji Linieritas Promosi dengan Minat .....	62
Tabel 4.9 : Hasil Uji Linieritas Pelayanan dengan Minat .....	62
Tabe 4.10 : Hasil Uji Multikolinearitas.....	63
Tabel 4.11 : Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	65
Tabel 4.12 : Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	67
Tabel 4.13 : Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t).....	68
Tabel 4.14 : Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F) .....	69

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 : Kerangka Pikir .....	37
Gambar 4.1 : Struktur Organisasi .....	53
Gambar 4.2 : Hasil Uji Normalitas Grafik Histogram .....	60
Gambar 4.3 : Hasil Uji Normalitas Grafik Normal P-P Plot Of Regression Standardized Residual.....	60
Gambar 4.4 : Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	64

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 : Daftar Kuesioner
- Lampiran 2 : Hasil Uji Instrumen
- Lampiran 3 : Hasil Uji Validitas
- Lampiran 4 : Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 5 : Hasil Uji Statistik Deskriptif
- Lampiran 6 : Hasil Uji Linieritas
- Lampiran 7 : Hasil Uji Multikolinearitas
- Lampiran 8 : Hasil Uji Koefisien Determinasi
- Lampiran 9 : Hasil Uji Regresi Linier Berganda dan Hasil Uji t
- Lampiran 10: Hasil Uji Normalitas
- Lampiran 11 : Hasil Uji Heteroskedasitas

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Pada dasarnya Indonesia adalah salah satu negara yang mayoritas penduduknya beragama Islam dan taat dalam beribadah. Taat secara bahasa adalah senantiasa tunduk dan patuh. Secara istilah taat adalah tunduk dan patuh, baik terhadap perintah Allah SWT, Rasul-Nya maupun *ulul amri* (pemimpin).

Dalam agama Islam ada beberapa syarat/rukun yang wajib dilaksanakan oleh umat Muslim yaitu mengucapkan dua kalimat syahadat, mendirikan sholat, berpuasa pada bulan ramadhan, membayar dzakat dan naik haji bagi yang mampu. Sebagaimana firman Allah QS. Al-Hajj yang berbunyi:

وَإِذْ بَوَّأْنَا لِإِبْرَاهِيمَ مَكَانَ الْبَيْتِ أَنْ لَا تُشْرِكْ بِي شَيْئًا وَطَهَّرَ بَيْتِي

لِلطَّائِفِينَ وَالْقَائِمِينَ وَالرُّكَّعِ السُّجُودِ ﴿١٢٥﴾ وَأَذِّنْ فِي النَّاسِ

بِالْحَجِّ يَأْتُوكَ رِجَالًا وَعَلَىٰ كُلِّ ضَامِرٍ يَأْتِينَ مِنْ كُلِّ فَجٍّ عَمِيقٍ



*Dan (ingatlah), ketika Kami memberikan tempat kepada Ibrahim di tempat Baitullah (dengan mengatakan): "Janganlah kamu memperserikatkan sesuatupun dengan aku dan sucikanlah rumahKu*



*ini bagi orang-orang yang thawaf, dan orang-orang yang beribadat dan orang-orang yang ruku' dan sujud (26).*

*Dan berserulah kepada manusia untuk mengerjakan haji, niscaya mereka akan datang kepadamu dengan berjalan kaki, dan mengendarai unta yang kurus yang datang dari segenap penjuru yang jauh (27).<sup>1</sup>*

Kelima rukun Islam tersebut wajib dilaksanakan oleh setiap umat Muslim sehingga akan menyempurnakan ibadahnya sebagai seorang Muslim yang taat. Salah satu ibadah yang sangat dianjurkan adalah ibadah haji. Ibadah haji merupakan ibadah yang wajib bagi setiap umat Islam yang mampu dalam melaksanakannya sebagai penyempurna bagi rukun Islam sebelumnya. Sebagaimana yang dikatakan dalam hadits Rasulullah SAW yang diriwayatkan oleh Bukhari dan Muslim.

الْعُمْرَةُ إِلَى الْعُمْرَةِ كَقَارَةِ لِمَا بَيْنَهُمَا وَ الْحَجُّ الْمَبْرُورُ لَيْسَ  
لَهُ جَزَاءٌ  
إِلَّا الْجَنَّةُ

*Dari satu ibadah umrah ke ibadah umrah berikutnya adalah penghapus dosa diantara keduanya dan tidak ada ganjaran lain bagi haji mabrur (haji yang baik) kecuali surga”.<sup>2</sup>*

Anjuran untuk melaksanakan ibadah haji ini tercantum pada rukun Islam yang ke-5 yang menyerukan ibadah haji wajib dilaksanakan bagi yang mampu.

Menurut sensus penduduk pada tahun 2010 yang dilaksanakan BPS, 87,18% dari 207.176.162 jiwa penduduk Indonesia adalah beragama Islam, 6,96%, beragama Kristen, 2,91% beragama Katolik, 1,96% bergama Hindu,

<sup>1</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Quran dan Terjemahnya* (Bandung: CV. Penerbit Diponegoro), hlm. 268.

<sup>2</sup>Shahih Bukhari, (Semarang: CV. Asy Syifa, 1992), hlm.1.

0,72% beragama Budha, 0,05% beragama Konghucu, 0,13% agama lainnya dan 0,06% tidak terjawab, 0,32% tidak dipertanyakan.<sup>3</sup> Mayoritas penduduk Muslim Indonesia menganut *Mazhab (school of thought)* Syafi'i, seperti yang dianut oleh Muslim dan pemerintah Malaysia.<sup>4</sup>

Masyarakat Islam yang ada di Indonesia dinilai memiliki ketaatan beribadah yang tinggi, sehingga keinginan untuk melaksanakan ibadah haji juga tinggi. Menunaikan ibadah haji bagi kebanyakan orang Indonesia adalah suatu pekerjaan yang tidak mudah. Ia memerlukan kemauan yang kuat dan kemampuan yang memadai. Ada banyak orang yang sudah mampu tetapi belum mempunyai kemauan, dan lebih banyak lagi yang sudah mempunyai kemauan tetapi belum mempunyai kemampuan yang cukup. Oleh karena itu, pergi menunaikan ibadah haji bagi rata-rata orang Indonesia saat ini dirasakan sebagai keberuntungan besar. Maka, sangat sayang rasanya jika menunaikan ibadah haji tidak dikerjakan dengan sebaik-baiknya.

Sekarang ini banyak bank-bank yang menawarkan produk tentang tabungan haji baik bank syariah maupun bank konvensional. Mereka bersaing dalam menawarkan produk tersebut agar masyarakat berminat menabung di bank tersebut. Perbankan syariah menjadi salah satu bank yang terdepan dalam melakukan persaingan tersebut. Persaingan yang tinggi saat ini ditandai dengan banyaknya produk-produk yang dikeluarkan oleh bank-bank dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan nasabah, disamping itu nilai suatu produk perbankan akan dapat dirasakan oleh nasabah melalui manfaat yang

---

<sup>3</sup>[www.bps.go.id](http://www.bps.go.id) di akses tanggal 03 November 2016 pada pukul 15.40 WIB.

<sup>4</sup>Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007), hlm. 205.

dapat ditawarkan oleh produk tersebut jika dibanding dengan produk bank lain.

Dalam hal strategi pengembangan perbankan syariah dan produk-produknya, Indonesia memilih pendekatan yang bertahap dan berkesinambungan (*gradual and sustainable*) yang sesuai syariah (*comply to sharia principles*) dan tidak mengadopsi akad-akad yang kontroversial. Pendekatan yang bertahap dan berkesinambungan memungkinkan perkembangan yang sesuai dengan keadaan kesiapan pelaku tanpa dipaksakan serta membentuk sistem yang kokoh dan tidak rapuh. Sementara itu, pendekatan yang berhati-hati yang sesuai dengan prinsip syariah menjamin produk-produk yang ditawarkan terjamin kemurnian syariahnya dan dapat diterima masyarakat luas dan dunia Internasional.

Dengan strategi pengembangan yang dipilih, perbankan syariah di Indonesia telah tumbuh menjadi salah satu sistem perbankan syariah dalam *dual financial system* yang paling sesuai dengan ketentuan syariah. Selain itu, pengembangan perbankan syariah memiliki dampak positif terhadap pengembangan sektor lain dengan prinsip syariah.<sup>5</sup>

Selain itu, perlu diungkapkan bahwa target pencapaian pengembangan sistem perbankan syariah nasional adalah memiliki daya saing yang tinggi dengan tetap berpegang kepada nilai-nilai syariah, dan memiliki peran signifikan dalam sistem perekonomian nasional serta perbaikan kesejahteraan

---

<sup>5</sup>*Ibid.*, hlm. 207.

rakyat, memiliki kemampuan untuk bersaing secara global dengan pemenuhan standar operasional keuangan Internasional.<sup>6</sup>

Pertumbuhan produk perbankan syariah dan lembaga keuangan syariah lainnya di negara Republik Indonesia, yang penduduknya mayoritas Muslim jauh tertinggal bila dibandingkan Amerika yang penduduk Muslimnya sangat kecil. Produk syariah baru dikenal di Indonesia di awal 1990-an, yaitu ketika berdirinya Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Bank syariah mempunyai beberapa bentuk penghimpunan dana berdasarkan prinsip-prinsip yang terdiri atas: Prinsip *Wadiah*, baik dalam bentuk giro, tabungan, deposito, maupun bentuk lainnya, prinsip *mudharabah*, dan akad pelengkap.<sup>7</sup> Produk-produk tersebut diatas dapat ditemukan di perbankan syariah lainnya.

Salah satu bank syariah yang akan menjadi objek penelitian ini adalah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan merupakan salah satu bank syariah yang memiliki dan mengembangkan produk tabungan haji. Industri perbankan yang pertama menggunakan sistem syariah adalah PT. Bank Muamalat Indonesia, yang didirikan pada tahun 1991 dan memulai kegiatan operasionalnya pada bulan Mei 1992. Pendirian bank dimaksud diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia, pemerintah Indonesia, serta mendapat dukungannya dari eksponen Ikatan Cendekiawan Muslim se-Indonesia (ICMI) dan beberapa pengusaha Muslim.<sup>8</sup> Pada setiap bank syariah hampir memiliki produk tabungan haji dengan fitur keunggulan yang

---

<sup>6</sup>Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Syariah* (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), hlm. 19.

<sup>7</sup>*Ibid.*, hlm. 21-23.

<sup>8</sup>*Ibid.*, hlm. 10-11.

berbeda-beda. Dalam hal ini PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk cabang Padangsidimpuan memiliki beberapa keunggulan produk tabungan haji diantaranya fleksibel dan terencana, menenangkan, mudah, dan menguntungkan. Melalui produk tabungan haji PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan menawarkan keuntungan kepada nasabah yang berminat untuk melakukan rukun Islam yang ke-5 yaitu menunaikan ibadah haji.

Keuntungan yang ditawarkan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan antara lain:<sup>9</sup>

1. Lebih praktis. Tidak perlu membawa uang tunai berlebihan. Sebagai nasabah tabungan haji dengan fasilitas *standing instruction* (SI), anda memperoleh kartu *share-debit gold* yang bisa digunakan bertransaksi di seluruh ATM dan pembayaran belanja di toko/*merchant* berlogo VISA/plus.
2. Lebih ringan. Tidak dikenakan biaya administrasi ataupun biaya pemindahan dana ke rekening tabungan haji.
3. Lebih banyak bonusnya. Anda akan mendapatkan berbagai *souvenir eksklusif* serta perlengkapan haji.
4. Lebih seru hadiahnya.

Dengan melihat keuntungan yang bervariasi yang ditawarkan oleh PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk kepada nasabah tabungan haji. Dapat dipastikan kemungkinan besarnya nasabah akan memilih untuk membuka

---

<sup>9</sup>Brosur PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan

tabungan haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Dalam hal ini peneliti telah melakukan penelitian awal pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan dengan mengambil sejumlah data nasabah tabungan haji periode 2012 hingga 2016 saat ini.

**Tabel 1.1**  
**PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Padangsidempuan**  
**Jumlah Nasabah Tabungan Haji**  
**Periode 2011-2016**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Nasabah</b>	<b>Persentase Peningkatan/Penurunan Jumlah Nasabah</b>
2011	924	-
2012	1118	20,99%
2013	1171	4,74%
2014	1241	5,97%
2015	1380	11,20%
2016	1540	11,59%

(Sumber : PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan)

Berdasarkan Tabel 1.1 di atas tingkat perkembangan jumlah nasabah dan persentase peningkatan/penurunan jumlah nasabah mulai tahun 2011-2016. Jumlah nasabah tabungan haji selama periode 2011-2016 terus mengalami peningkatan. Dimana jumlah nasabah tabungan haji tahun 2012 meningkat sebanyak 194 orang dimana tahun 2011 jumlah nasabah tabungan haji 924 orang meningkat menjadi 1118 pada tahun 2012. Pada tahun 2013 jumlah nasabah tabungan haji meningkat sebanyak 53 orang dimana tahun 2012 jumlah nasabah tabungan haji 1118 menjadi 1171 pada tahun 2013. Pada tahun 2014 jumlah nasabah tabungan haji meningkat sebanyak 70 orang dimana tahun 2013 jumlah nasabah tabungan haji 1171 menjadi 1241 pada tahun 2014. Pada tahun 2015 jumlah nasabah tabungan haji meningkat

sebanyak 139 orang dimana tahun 2014 jumlah nasabah tabungan haji 1241 menjadi 1380 pada tahun 2015. Pada tahun 2016 jumlah nasabah tabungan haji meningkat sebanyak 160 orang dimana tahun 2015 jumlah nasabah tabungan haji 1380 menjadi 1540 pada tahun 2016.

Sangat jauh berbeda dengan jumlah nasabah tabungan haji periode 2011-2016 selalu mengalami peningkatan. Persentase peningkatan/penurunan jumlah nasabah tabungan haji cenderung berfluktuatif. Pada tabel 1.1 dapat dilihat bahwa jumlah nasabah tabungan haji 2012 meningkat sebesar 20,99 persen. Lalu pada tahun 2013 mengalami penurunan jumlah nasabah menjadi 4,74 persen. Kemudian pada tahun 2014 jumlah nasabah tabungan haji mengalami peningkatan yang sangat kecil hanya meningkat sebesar 5,97 persen. Selanjutnya pada tahun 2015 jumlah nasabah tabungan haji mengalami peningkatan tapi tidak terlalu besar hanya meningkat 11,20 persen. Tidak jauh berbeda dengan tahun 2015 jumlah nasabah tabungan haji 2016 mengalami peningkatan dengan persentase yang tidak terlalu besar hanya meningkat 11,59 persen di tahun 2016.

Dengan melihat data jumlah nasabah tabungan haji periode tahun 2011-2016 khususnya pada persentase peningkatan/penurunan jumlah nasabah tabungan haji di atas dapat kita lihat terjadi fluktuasi pada setiap periode tahun 2012-2014 dan mengalami peningkatan tahun 2015-2016 namun tidak signifikan atau tidak sebesar pada tahun 2012. Melalui data ini peneliti ingin melihat faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah memilih

produk tabungan haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka peneliti tertarik mengangkat permasalahan ini dalam judul skripsi “**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Memilih Tabungan Haji (Studi Kasus Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan)**”.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat diidentifikasi beberapa faktor yang mempengaruhi minat nasabah, antara lain:

1. Faktor produk merupakan faktor pendukung minat nasabah memilih tabungan haji.
2. Faktor promosi merupakan faktor pendukung minat nasabah memilih tabungan haji.
3. Faktor pelayanan merupakan faktor pendukung minat nasabah memilih tabungan haji.

## **C. Batasan Masalah**

Pembatasan masalah dalam penelitian merupakan upaya untuk memfokuskan persoalan yang akan diteliti. Dari beberapa identifikasi masalah tersebut, maka masalah dalam penelitian ini dibatasi pada faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah memilih tabungan haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan, agar permasalahan tidak melebar dalam penulisan skripsi ini. Penulis memberikan batasan dan rumusan



masalah terhadap objek yang dikaji. Masalah penelitian ini adalah faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah terhadap produk tabungan haji.

#### D. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel diperlukan untuk menentukan jenis dan indikator variabel-variabel terkait dalam penelitian dimaksudkan untuk menentukan skala masing-masing variabel sehingga pengujian hipotesis dengan menggunakan alat bantu statistik dapat dilakukan secara benar. Untuk menghindari kesalahpahaman istilah yang digunakan dalam penelitian maka dibuatlah definisi operasional variabel guna menerangkan beberapa istilah sebagai berikut:

**Tabel 1.2**  
**Definisi Operasional Variabel**

Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
Produk (X <sub>1</sub> ) Produk adalah sesuatu yang memberikan manfaat baik dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari atau sesuatu yang ingin dimiliki oleh konsumen. Produk biasanya digunakan untuk dikonsumsi baik untuk kebutuhan rohani maupun jasmani.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menggunakan prinsip syariah.</li> <li>- Menghindari unsur riba.</li> <li>- Sistem akad yang jelas.</li> </ul>	Likert
Promosi (X <sub>2</sub> ) Promosi adalah sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabah.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Penayangan iklan.</li> <li>- Pemasangan spanduk.</li> <li>- Pembagian brosur.</li> </ul>	Likert

<p>Pelayanan (X<sub>3</sub>) Pelayanan merupakan salah satu upaya bank agar selalu diminati dan diingat oleh nasabahnya</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Responsif.</li> <li>- Komunikatif.</li> <li>- Kemampuan memahami pelanggan.</li> <li>- Sopan dalam menanggapi nasabah.</li> </ul>	Likert
<p>Minat (Y) Minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah ataupun keinginan</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kebutuhan / pengenalan masalah.</li> <li>- Informatif.</li> <li>- Evaluasi produk.</li> </ul>	Likert

#### **E. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah penelitian ini sebagai berikut:

1. Pengaruh produk terhadap minat nasabah untuk memilih tabungan haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan ?
2. Pengaruh promosi terhadap minat nasabah untuk memilih tabungan haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan ?
3. Pengaruh pelayanan terhadap minat nasabah memilih tabungan haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan ?

#### **F. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap minat nasabah dalam memilih produk tabungan haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap minat nasabah dalam memilih tabungan haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.

3. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap minat nasabah dalam memilih tabungan haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan..

## **G. Kegunaan Penelitian**

### **1. Bagi Peneliti**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan peneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah memilih tabungan haji dan menjadi sebuah awal pembelajaran untuk melakukan penelitian selanjutnya disamping sebagai kewajiban dalam penyelesaian pendidikan jenjang sarjana.

### **2. Bagi Bank**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan bahan masukan untuk PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah memilih tabungan haji sehingga dapat menentukan kebijakan selanjutnya.

### **3. Bagi Pihak Kampus**

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai pengembangan keilmuan dan untuk kemajuan pendidikan, khususnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan serta sebagai referensi tambahan bagi peneliti berikutnya. Dan peneliti lain yang tertarik dengan penelitian yang sama dapat menjadi bahan rujukan serta kajian untuk pembahasan yang lebih komprehensif.

#### 4. Bagi Masyarakat

Dari hasil penelitian ini maka masyarakat diharapkan lebih mengetahui dan memahami, serta dapat menjadi sebuah media pembelajaran bagi masyarakat tentang produk tabungan haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.

#### **H. Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah peneliti dalam menyusun proposal skripsi maka peneliti disini menyajikan sistematika pembahasan yang berhubungan dengan penelitian ini sebagai berikut:

**Bab I Pendahuluan** yang terdiri atas latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, definisi operasional variabel, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian.

**Bab II Landasan Teori** yang terdiri atas landasan teori yang terdiri dari minat nasabah, tabungan, penelitian terdahulu, kerangka pikir dan hipotesis.

**Bab III Metodologi Penelitian** yang terdiri atas lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, instrument pengumpulan data dan analisis data

**Bab IV Hasil Penelitian dan Analisa Data** memuat gambaran umum PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Padangsidempuan terdiri dari, sejarah, analisis hasil penelitian, pembahasan hasil penelitian, dan keterbatasan penelitian.

**Bab V Kesimpulan** yang terdiri dari kesimpulan dan saran yang merupakan akhir dari keseluruhan uraian yang telah dikemukakan di atas.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Minat Nasabah**

##### 1. Pengertian Minat

Kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah ataupun keinginan.<sup>1</sup> Menurut Yurdrik Jahja dalam bukunya psikologi pendidikan minat merupakan suatu dorongan yang menyebabkan terikatnya perhatian individu dalam suatu objek tertentu seperti pekerjaan, pelajaran, benda serta orang.<sup>2</sup>

Sedangkan menurut Slameto dalam bukunya belajar dan faktor-faktor yang mempengaruhinya menyatakan bahwa: Minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktifitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar sendiri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minat.<sup>3</sup>

Sedangkan menurut Crow and Crow mengatakan bahwa: Minat berhubungan dengan seseorang untuk menghadapi atau berurusan dengan orang, benda, kegiatan, pengalaman yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri.<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup>Hasan Alwi, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2001), hlm. 744.

<sup>2</sup>Adi SasmitoUtomo, "Minat Siswa Dalam Mengikuti Kegiatan Ekstrakurikuler Olahraga (Studi Kasus di Smp N 2 Tuntang Kabupaten Semarang Tahun 2011)" (Skripsi, Universitas Negeri Semarang, 2011), hlm. 13.

<sup>3</sup>Slameto, *Belajar & Faktor-faktor yang Mempengaruhinya* (Jakarta: Rineka cipta, 2010), hlm. 180.

<sup>4</sup>Djali, *Psikologi Pendidikan* (Jakarta: Bumi aksara, 2009), hlm. 121.

Dari pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa minat adalah rasa lebih suka terhadap suatu yang menyebabkan terikatnya perhatian seseorang tanpa ada yang menyuruh.

## 2. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat

Dalam mengambil keputusan untuk menggunakan suatu produk banknasabah mempertimbangkan beberapa hal seperti faktor produk, faktor promosi, dan faktor pelayanan.

### a. Faktor Produk

#### 1) Pengertian Produk

Produk adalah sesuatu yang memberikan manfaat baik dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari atau sesuatu yang ingin dimiliki oleh konsumen. Produk biasanya digunakan untuk dikonsumsi baik untuk kebutuhan rohani maupun jasmani. Untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan akan produk, maka konsumen harus mengorbankan sesuatu sebagai balas jasanya, misalnya dengan cara pembelian. Seperti dikatakan sebelumnya bahwa produk memiliki ciri-ciri tersendiri untuk dapat dikatakan sebagai barang ataupun jasa. Dalam hal dunia perbankan dimana produk yang dihasilkan berbentuk jasa, maka akan dijelaskan ciri-ciri produk yang berbentuk jasa tersebut.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup>Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), hlm. 123.

## b. Faktor Promosi

### 1) Pengertian Promosi

Promosi adalah sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabah. Salah satu tujuan promosi bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah baru. Kemudian promosi juga berfungsi mengingatkan nasabah akan produk, promosi juga ikut mempengaruhi nasabah untuk membeli dan akhirnya promosi juga akan meningkatkan citra bank dimata para nasabahnya. Dalam menentukan alat promosi, manajer pemasaran bank harus mengenal ciri masing-masing alat promosi yang akan digunakan tersebut, antara lain:<sup>6</sup>

#### a) Periklanan

Iklan adalah sarana promosi yang digunakan oleh perusahaan dalam hal ini adalah bank guna menginformasikan, segala sesuatu produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Informasi yang diberikan adalah nama produk, harga produk, serta keuntungan-keuntungan produk dibandingkan produk yang sejenis yang di tawarkan oleh pesaing. Jenis-jenis media yang dipergunakan sebagai

---

<sup>6</sup>M. Nur Rianto Al Arif, *Op.Cit*, hlm. 169.



sarana periklanan antara lain: surat kabar dan majalah, surat pos langsung, televisi, papan reklame.

b) Promosi Penjualan

Promosi penjualan adalah upaya untuk meningkatkan penjualan atau untuk meningkatkan jumlah nasabah. Promosi penjualan dilakukan untuk menarik nasabah untuk membeli segera setiap produk atau jasa yang ditawarkan. Kegiatan penjualan yang bersifat jangka pendek dan tidak dilakukan secara berulang-ulang ditujukan untuk mendorong lebih kuat mempercepat respon pasar yang ditargetkan sebagai alat lainnya dengan menggunakan bentuk yang berbeda. Karena waktunya yang singkat promosi penjualan dilakukan semenarik mungkin dengan cara memberikan *discount*, kontes, kupon atau sampel produk.

c) *Personal selling*

*Personal selling* penjualan pribadi yang paling sering diidentikkan sebagai pemasaran oleh masyarakat. Dalam dunia perbankan penjualan pribadi secara umum dilakukan oleh pegawai bank, mulai dari *cleaning service*, satpam sampai dengan pejabat bank. Secara khusus kegiatan *personal selling* dapat diwakili oleh *account officer* atau dengan cara merekrut tenaga kerja wiraniaga

(*salesman* atau *salesgirl*) untuk melakukan penjualan *door to door*. Penjualan secara *personal selling* akan memberikan keuntungan bagi bank antara lain: bank dapat bertatap muka langsung dengan nasabah atau calon nasabah, sehingga dapat langsung menjelaskan tentang produk bank kepada nasabah secara rinci, petugas bank dapat langsung mempengaruhi nasabah dengan berbagai argumentasi logis yang dimiliki oleh bank, dan memungkinkan hubungan terjalin akrab antara pihak bank dengan nasabah.

d) Publisitas

Dimana kegiatan promosi ini untuk memancing nasabah melalui kegiatan seperti pameran, pembukaan promosi di pusat perbelanjaan, *sponsorship* kegiatan, mendukung atau berperan serta dalam kegiatan amal, seperti penggalangan dana bencana alam, dsb. Kegiatan publisitas untuk meningkatkan pamor bank dimata para nasabahnya. Merupakan ruang *editorial* yang terdapat disemua media yang dibaca, dilihat atau didengar untuk membantu mencapai tujuan penjualan agar nasabah akan selalu mengingat bank tersebut dan diharapkan akan menarik nasabah. Alat publisitas anatara lain: hubungan *pers*, komunikasi perusahaan, *lobbying* (kerjasama dengan

ahli hukum atau pejabat pemerintah setempat), bimbingan kepada manajemen.

## 2) Pengaruh Promosi Terhadap Minat

Salah satu kegiatan yang dilakukan agar produk atau jasa yang dihasilkan suatu perusahaan laku dijual masyarakat atau nasabah adalah kegiatan promosi. Masyarakat, calon nasabah maupun nasabah perlu mengetahui kehadiran produk tersebut, berikut manfaat, harga, dimana dapat diperoleh, dan kelebihan produk dibandingkan produk pesaing. Cara untuk memberitahukannya kepada masyarakat adalah melalui sarana promosi. Dengan promosi diharapkan masyarakat akan mengenal bank dan semua produknya.

Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabah bank. Salah satu tujuan promosi bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah baru. Kemudian promosi juga berfungsi mengingatkan nasabah akan produk, promosi juga ikut mempengaruhi nasabah untuk membeli dan akhirnya promosi juga akan meningkatkan citra bank dimata para nasabahnya.

### c. Faktor Pelayanan

#### 1. Pengertian Pelayanan

Pelayanan merupakan salah satu upaya bank agar selalu diminati dan diingat oleh nasabahnya. Program pelayanan kepada nasabah merupakan upaya bank untuk memberikan pelayanan terbaik sehingga nasabah nyaman untuk melakukan transaksi dengan bank demi terciptanya nasabah yang loyal terhadap bank tersebut pada akhirnya.<sup>7</sup>

Parasuraman telah mengembangkan suatu alat ukur kualitas layanan. Yang disebut *SERVQUAL (Service Quality)*, *SERVQUAL* ini merupakan skala multi item yang terdiri dari 22 pertanyaan yang dapat digunakan untuk mengukur persepsi nasabah atas kualitas layanan. Menurut Parasuraman kualitas layanan meliputi lima dimensi yaitu:<sup>8</sup>

- a) *Tangibles* (bukti fisik), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, personilnya dan sarana komunikasi. Hal ini berkaitan dengan fasilitas fisik, penampilan karyawan, peralatan dan teknologi yang dipergunakan dalam memberi layanan, fasilitas fisik seperti gedung, ruang tempat layanan, kebersihan, ruang tunggu, fasilitas musik, AC, tempat parkir merupakan salah satu segi dalam kualitas jasa karena akan memberikan sumbangan bagi konsumen yang memerlukan layanan

---

<sup>7</sup>Ikatan Bankir Indonesia, *Memahami Bisnis Bank* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2012), hlm. 189.

<sup>8</sup>*Ibid*, hm. 215-216.

perusahaan. Penampilan karyawan yang baik akan memberikan rasa dihargai bagi nasabah yang dilayani sedang dalam peralatan dan teknologi yang dipergunakan dalam memberikan layanan akan memberikan kontribusi pada kecepatan dan ketepatan layanan.

- b) *Realibility* (kehandalan), yaitu kemampuan untuk menghasilkan kinerja pelayanan yang dijanjikan secara akurat dan pasti. Hal ini berarti bahwa pelayanan harus tepat waktu dan dalam spesifikasi yang sama, tanpa kesalahan, kapanpun pelayanan tersebut diberikan.
- c) *Assurance* (jaminan), kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh para staf, bebas dari bahaya, risiko dan keragu-raguan. Berkaitan dengan kemampuan para karyawan dalam menanamkan kepercayaan kepada nasabah, adanya perasaan aman bagi nasabah dalam melakukan transaksi, dan pengetahuan dan sopan santun karyawan dalam memberikan layanan kepada konsumen, pengetahuan, kesopanan dan kemampuan karyawan akan menimbulkan kepercayaan dan keyakinan terhadap perusahaan.
- d) *Responsiveness* (daya tanggap), yaitu kemampuan para karyawan untuk membantu para nasabah dan memberikan layanan dengan tanggap. Hal ini tercermin pada kecepatan, ketepatan layanan yang diberikan kepada nasabah, keinginan

karyawan untuk membantu para nasabah (misal: *customer service* memberikan informasi seperti yang diperlukan nasabah), serta adanya karyawan pada jam-jam sibuk (seperti tersedianya *teller* pada jam-jam sibuk).

- e) *Empathy* (perhatian), yaitu kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan nasabah. Hal ini berhubungan dengan perhatian atau kepedulian karyawan kepada pelanggan (misal: untuk menemui karyawan senior), kemudahan mendapatkan layanan (berkaitan dengan banyaknya *outlet*, kemudahan mendapatkan informasi melalui telepon). Kepedulian karyawan terhadap masalah yang dihadapinya. Perusahaan memiliki objektivitas yaitu: memperlakukan secara sama semua nasabah. Semua nasabah berhak untuk memperoleh kemudahan layanan yang sama tanpa didasari apakah mempunyai hubungan khusus dengan karyawan atau tidak.

Untuk dapat memberikan pelayanan prima dan menjalin hubungan yang baik dengan nasabah maka kunci keberhasilannya adalah orang (*human*), karena pelayanan dan menjalin hubungan dengan nasabah merupakan interaksi antara pegawai/pekerja perusahaan dengan masyarakat diluar

perusahaan yang disebut nasabah. Oleh karena itu, ada enam faktor pelayanan prima, yaitu:<sup>9</sup>

- 1) *Ability* (kemampuan), yaitu pengetahuan dan keterampilan tertentu yang mutlak diperlukan untuk menunjang program pelayanan prima, yang meliputi kemampuan penguasaan pengetahuan tentang bidang kerja yang ditekuni. Pada konteks ini, seluruh pegawai bank syariah harus memahami apa yang dimaksud dengan bank syariah serta seluruh produk bank syariah tersebut, melakukan komunikasi efektif, mengembangkan motivasi dan menggunakan *sara public relation* sebagai instrumen dalam membina hubungan ke dalam dan keluar perusahaan.
- 2) *Attitude* (sikap) yaitu perilaku, sikap dan tingkah laku yang harus ditonjolkan oleh pegawai ketika menghadapi pelanggan. Seorang pegawai bank terutama yang berada di petugas pelayanan terdepan seperti *costumer service* dan *teller* harus mampu menghadapi pelanggan dengan senyuman.
- 3) *Apperance* (penampilan), penampilan seorang pegawai bank baik yang bersifat fisik maupun nonfisik mampu merefleksikan kepercayaan diri dan *kredibilitas* perusahaan oleh konsumen.

---

<sup>9</sup>*Ibid*, hlm. 215-216.

- 4) *Action* (tindakan), karyawan harus mampu memberikan berbagai kegiatan nyata yang harus diberikan dalam memberikan pelayanan prima.
- 5) *Accountability* (pertanggung jawaban), suatu sikap keberpihakan kepada pelanggan sebagai wujud kepedulian untuk menghindarkan atau meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan konsumen.

## 2. Pengaruh Pelayanan Terhadap Minat

Kualitas pelayanan merupakan unsur penilaian konsumen terhadap perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa. Nasabah tentunya memiliki harapan akan pelayanan yang berkualitas. Pelayanan yang berkualitas adalah pelayanan secara ekonomis menguntungkan dan secara prosedur mudah serta menyenangkan. Pelayanan yang diterima nasabah akan dipersepsikan sebagai baik, standar atau buruk. Persepsi nasabah ini merupakan bentuk akhir pembentukan citra kualitas jasa. Kepuasan nasabah merupakan hal yang sangat penting sehingga pihak bank pun akan tertantang untuk menciptakan kepuasan yang diinginkan masyarakat.

Masyarakat tentunya akan memilih bank yang aman dengan prosedur yang tidak terlalu rumit dan pelayanan yang memuaskan, seperti pelayanan yang diberikan oleh pegawai yang murah senyum, ramah, bersahabat, sopan, sigap atau tanggap,



handal, profesional, responsif, dan mampu melayani dengan cepat. Jelas betapa pentingnya bank memusatkan perhatiannya terutama pada usaha mencegah berpindahannya nasabah ke bank lainnya, sehingga dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang cukup besar dalam menentukan minat nasabah untuk menggunakan jasa bank.<sup>10</sup>

## B. Tabungan

### 1. Tabungan *Mudhārabah*

Bank syariah menerima simpanan dari nasabah dalam bentuk rekening tabungan (*saving account*) untuk keamanan dan kemudahan pemakaian, seperti rekening giro, tetapi tidak sefleksibel rekening giro, karena nasabah tidak dapat menarik dananya dengan cek. Prinsip yang digunakan dapat berupa: *wadiāh* (titipan), *qārdh* (pinjaman kebajikan), *Mudhārabah* (bagi hasil).

Ada sedikit perbedaan antara *wadiāh* yang digunakan untuk rekening tabungan dan *wadiāh* yang digunakan untuk rekening giro. Dalam *wadiāh* untuk rekening tabungan, bank dapat memberikan bonus kepada nasabah dari keuntungan yang diperoleh bank karena bank lebih leluasa untuk menggunakan dana ini untuk tujuan mendapatkan keuntungan. *Qārdh* merupakan pinjaman kebajikan. Dalam hal ini, bank seperti mendapat pinjaman tanpa bunga dari deposan. Bank dapat menggunakan dana ini untuk tujuan apa saja, dan

---

<sup>10</sup>*Ibid*, hlm. 222.

dari keuntungan yang diperoleh bank dapat memberikan bagian keuntungan kepada deposan berupa uang atau nonuang.<sup>11</sup>

## 2. Akad Pola Titipan

Akad berpola titipan (*wadi'āh*) ada dua, yaitu *wadi'āh yad-amanah* dan *wadi'āh yad-dhamanah*. Pada awalnya, *wadi'āh* muncul dalam bentuk *yad-amanah* tangan amanah, yang kemudian dalam perkembangannya memunculkan *yad-dhamanah* tangan penanggung. Akad *wadi'āh yad-dhamanah* ini akhirnya banyak dipergunakan dalam aplikasi perbankan syariah dalam produk-produk pendanaan.<sup>12</sup>

### a) Titipan *Wadi'āh yad-amanah*

Secara umum *wadi'āh* adalah titipan murni dari pihak penitip (*muwaddi*) yang mempunyai barang/aset kepada pihak penyimpanan (*mustawda*) yang diberiamanah/kepercayaan, baik individu maupun badan hukum, tempat yang dititipkan harus dijaga dari kerusakan, kerugian, keamanan, dan keutuhannya, dan dikembalikan kapan saja penyimpanan menghendaki.<sup>13</sup>

### b) Titipan *wadi'āh yad-dhamanah*

Dari prinsip *yad-dhamanah* tangan amanah kemudian berkembang prinsip *yad-amanah* tangan penanggung yang berarti bahwa pihak penyimpanan bertanggung jawab atas segala kerusakan atau kehilangan yang terjadi pada barang/aset titipan.

---

<sup>11</sup>Ascarya, *Op. Cit.*, hlm. 117.

<sup>12</sup>*Ibid*, hlm. 42.

<sup>13</sup>*Ibid*, hlm. 42.

Dengan prinsip ini, penyimpan boleh mencampur aset pentitip dengan aset penyimpan atau aset penitip lain, dan kemudian digunakan untuk tujuan produktif mencari keuntungan. Pihak penyimpan berkeas atas keuntungan yang diperoleh dari pemanfaatan aset titipan dan bertanggung jawab penuh atas resiko kerugian yang mungkin timbul. Selain itu, penyimpan diperbolehkan juga, atas kehendak sendiri, memberikan bonus kepada pemilik asset tanpa akad perjanjian yang mengikat sebelumnya. Dengan menggunakan prinsip *yad-dhamanah*, akad titipan seperti ini biasa disebut *wadi'ah yad-dhamanah*.

Rukun dari akad titipan *wadi'ah* (*yad-amanah* maupun *yad-dhamanah*) yang harus dipenuhi dalam transaksi ada beberapa hal berikut.<sup>14</sup>

- 1) Pelaku akad, yaitu penitip (*mudi'/muwaddi*) dan penyimpan/penerima titipan (*muda'/mustawada*).
- 2) Objek akad, yaitu barang yang dititipkan.
- 3) *Shighah*, yaitu Ijab dan Qabul.

Sementara itu, syarat *wadi'ah* yang harus dipenuhi adalah syarat bonus sebagai berikut:

- 1) Bonus merupakan kebijakan (hak prerogatif) penyimpan.
- 2) Bonus tidak disyaratkan sebelumnya.

---

<sup>14</sup>*Ibid*, hlm. 43.

Prinsip *wadi'āh yad-dhamanah* inilah yang secara luas kemudian diaplikasikan dalam dunia perbankan Islam dalam bentuk produk-produk pendanaannya, yaitu:<sup>15</sup>

- 1) Giro (*current account*) *wadi'āh*.
- 2) Tabungan (*saving account*) *wadi'āh*.

Beberapa ketentuan *wadi'āh yad-dhamanah*, antara lain:

- 1) Penyimpan memiliki hak untuk menginvestasikan aset yang dititipkan.
  - 2) Penitip memiliki hak untuk mengetahui bagaimana asetnya diinvestasikan.
  - 3) Penyimpan menjamin hanya nilai pokok jika modal berkurang karena merugi/terdepresiasi.
  - 4) Setiap keuntungan yang diperoleh penyimpan dapat dibagikan sebagai hibah atau hadiah (bonus). Hal itu berarti bahwa penyimpan (bank) tidak memiliki kewajiban mengikat untuk membagikan keuntungan yang diperolehnya.
  - 5) Penitip tidak memiliki hak suara.
3. Tabungan Haji
- a. Tabungan Haji Bank Muamalat

Tabungan haji dalam mata uang rupiah yang dikhususkan bagian dan masyarakat Muslim Indonesia yang berencana menunaikan ibadah haji. Peruntukan usia 18 tahun ke atas (secara

---

<sup>15</sup>*Ibid*, hlm. 44.

individu atau kelompok) nasabah bebas menentukan setoran sesuai dengan keinginan. Selain itu, disediakan fasilitas *standing instruction* agar waktu keberangkatan haji lebih terencana. Dana nasabah dikelola secara syariah sehingga memberikan ketenangan batin saat menjalankan ibadah di tanah suci. Memiliki jaringan yang selalu terhubung *online* dengan SISKOHAT (Sistem Komputerisasi Haji Terpadu) Kementerian Agama. Insya Allah memberikan kepastian nasabah mendapatkan kuota/porsi keberangkatan haji dan dapat dipantau setiap saat. Kemudahan melakukan transaksi keuangan di tanah suci pada semua ATM jaringan VISA bagi pengguna kartu *Share Gold Debit*. Untuk nasabah yang baru ingin memilikinya dapat langsung menghubungi kantor bank muamalat yang tersebar luas di seluruh Indonesia.<sup>16</sup>

1) Fitur keunggulan:

- a) Gratis asuransi jiwa, dengan manfaat pertanggungan sebesar selisih BPIH (Badan Penyelenggara Ibadah Haji) dengan saldo tabungan.
- b) Gratis biaya administrasi.
- c) Gratis biaya penutupan rekening (jika setelah penyetoran porsi haji).
- d) Gratis biaya penyetoran otomatis (*autodebet*) dari rekening bank muamalat lainnya.

---

<sup>16</sup>Brosur PT Bank Muamalat Indonesia Cabang Padangsidempuan.

- e) Mendapatkan tabel perencanaan setoran.<sup>17</sup>
- 2) Fitur umum:
- a) Berdasarkan prinsip syariah dengan akad *wadiah* (titipan).
  - b) Minimum setoran berikutnya: Rp. 50.000.
  - c) Biaya penutupan sebelum penyetoran porsi haji: Rp. 20.000.
  - d) *Online* dengan SISKOHAT (Sistem Komputerisasi Haji Terpadu) Kementerian Agama.<sup>18</sup>
- 3) Manfaat:
- a) Mendapatkan fasilitas tabel perencanaan setoran.
  - b) Layanan *call center* 24 jam.
  - c) Mendapatkan bonus.
  - d) *Online* diseluruh *outlet* bank muamalat.
  - d) Tersedia fasilitas dana talangan porsi haji senilai Rp. 24,5 juta.
  - f) Aman dan terjamin.<sup>19</sup>
- 4) Syarat:
- a) WNI:KTP/SIM/PASPOR yang masih berlaku.
  - b) Setoran pembukaan minimum: Rp. 250.000.

---

<sup>17</sup>*Ibid.*

<sup>18</sup>*Ibid.*

<sup>19</sup>*Ibid.*

b Tabungan Haji Arafah Plus.

Tabungan haji dalam mata uang rupiah yang dikhususkan bagi anda masyarakat Muslim Indonesia yang berencana menunaikan ibadah haji secara regular maupun plus.<sup>20</sup>

- 1) Peruntukan perorangan usia 18 tahun ke atas (secara individu atau kelompok).
- 2) Fitur keunggulan:
  - a) Gratis asuransi jiwa, dengan manfaat pertanggungan sebesar selisih BPIH (Badan Penyelenggara Ibadah Haji) dengan saldo tabungan.
  - b) Gratis biaya administrasi untuk saldo > Rp. 2,5 juta.
  - c) Gratis biaya penutupan rekening (jika setelah penyetoran porsi haji).
  - d) Gratis biaya penyetoran otomatis (*autodebet*) dari rekening bank muamalat lainnya.<sup>21</sup>
- 3) Fitur umum:
  - a) Berdasarkan prinsip syariah dengan akad *Mudhārabah mutlaqah* (bagi hasil).
  - b) Minimum setoran berikutnya: Rp. 100.000.
  - c) Biaya penutupan sebelum penyetoran porsi haji: Rp. 20.000.

---

<sup>20</sup>Ahmad Ifham, *Ini Loh Bank Syariah Memahami Dengan Mudah Bank Syariah* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2015), hlm. 89-91.

<sup>21</sup>*Ibid.*

- d) *Online* dengan SISKOHAT (Sistem Komputerisasi Haji Terpadu) Kementerian Agama.
  - e) Asuransi kecelakaan dan darurat medis dengan premi terjangkau.<sup>22</sup>
- 4) Manfaat:
- a) Mendapatkan fasilitas tabel perencanaan setoran.
  - b) Layanan *call center* 24 jam.
  - c) Mendapatkan bagi hasil bulanan.
  - d) *Online* diseluruh *outlet* bank muamalat.
  - e) Tersedia fasilitas dana tabungan haji hingga senilai Rp. 24,5juta.
  - f) Aman dan terjamin.<sup>23</sup>
- 5) Syarat:
- a) WNI:KTP/SIM/PASPOR yang masih berlaku.
  - b) Setoran pembukaan minimum: Rp.1.500.000.

---

<sup>22</sup>*Ibid.*

<sup>23</sup>*Ibid.*



### C. Penelitian Terdahulu

Untuk menguatkan penelitian ini maka peneliti mengambil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan judul peneliti dalam penelitian ini, yaitu:

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No.	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
1.	Arisma Elfia	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Memilih Jasa Pembiayaan Pada Bank BPR Syariah Gajah tongga Koto piliang Silungkang, (Jurnal, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Taman siswa Padang 2015)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Faktor produk, harga, promosi, dan proses berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah memilih jasa pembiayaan.</li> <li>2. Faktor tempat dan waktu, orang/karyawan, dan bukti fisik tidak signifikan terhadap minat nasabah memilih jasa pembiayaan.</li> <li>3. Namun untuk faktor harga, promosi, orang/karyawan, dan proses berpengaruh positif terhadap minat nasabah memilih jasa pembiayaan.</li> <li>4. Untuk faktor produk, tempat dan waktu, serta bukti fisik berpengaruh negatif terhadap minat nasabah memilih jasa pembiayaan</li> </ol>
2.	Winda	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Deposito PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional, Tbk Cabang Medan, (Skripsi, Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi USU 2009)	Suku bunga dan fasilitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah untuk deposito pada PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional, Tbk Cabang Medan.

3	Umu Rosiyah	Minat Masyarakat Berinvestasi Emas Pada Pegadaian Syariah di PT Pegadaian Lombok, (Jurnal penelitian keislaman, vol. 10, No1, Januari 2014)	Faktor lebel syariah yang bebas gharar, dan keterikatan ideologi atau agama adalah faktor yang mempengaruhi minat nasabah untuk berinvestasi emas di pegadaian syariah
4	Ahmad Rifki Dhamarjati	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dalam Menggunakan Gadai Emas Syariah Pada BPD DIY Syariah, (Skripsi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2013)	Secara parsial faktor nilai taksiran memiliki pengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk gadai emas syariah dan secara parsial faktor biaya-biaya tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk gadai emas syariah.

Adapun perbedaan dan persamaan Penelitian Terdahulu dengan Peneliti antara lain:

Perbedaan penelitian di atas dengan penelitian penulis sebagai berikut:

1. Penelitian Arisma Elfia dilakukan pada Bank BPR Syariah Gajah tongga Koto piliang Silungkang pada tahun 2015, sedangkan penelitian ini dilakukan di PT Bank Muamalat Indonesia Tbk, Cabang Padangsidempuan tahun 2017. Pada penelitian Arisma Elfia memiliki beberapa faktor-faktor antara lain faktor produk, faktor lokasi, faktor promosi dan faktor harga, sedangkan penelitian ini memiliki faktor-faktor antara lain faktor produk, faktor promosi dan faktor pelayanan.
2. Penelitian Winda dilakukan pada PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Tbk, Cabang Medan tahun 2009, Sedangkan penelitian ini di lakukan pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, Cabang Padangsidempuan tahun 2017. Penelitian Winda dilakukan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah deposito, sedangkan penelitian ini dilakukan

mengarah kepada faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah memilih tabungan haji.

3. Penelitian Umu Rosiyah dilakukan pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Lombok tahun 2014, sedangkan penelitian ini dilakukan pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, Cabang Padangsidimpuan tahun 2017. Penelitian Umu Rosiyah mengarah kepada produk investasi emas pada PT. Pegadaian Syariah, sedangkan penelitian ini mengarah kepada produk tabungan haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan.
4. Penelitian Ahmad Rifki Dhamarjati ini dilakukan pada Bank Pembangunan Daerah DIY tahun 2013, sedangkan penelitian ini dilakukan pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, Cabang Padangsidimpuan. Penelitian Ahmad Rifki Dhamarjati memiliki perbedaan dengan penelitian penulis yang terdapat pada faktor-faktornya. Penelitian Ahmad Rifki Dhamarjati memiliki faktor-faktor antara lain faktor produk dan faktor nilai taksiran, sedangkan penelitian ini memiliki faktor-faktor antara lain faktor produk, faktor promosi dan faktor pelayanan.

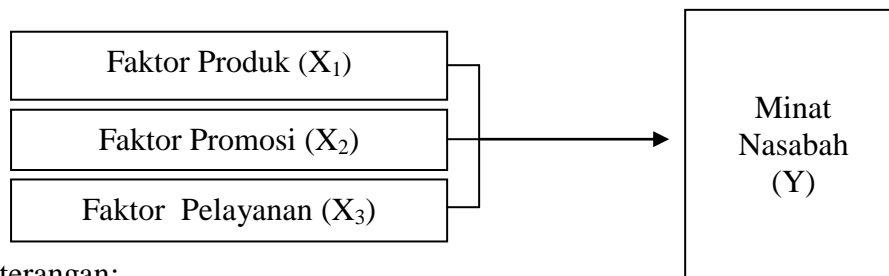
#### **D. Kerangka Pikir**

Kerangka pemikiran adalah narasi (uraian) atau pernyataan (proposisi) tentang kerangka konsep pemecahan masalah yang telah diidentifikasi atau dirumuskan.

Kerangka pemikiran disajikan untuk menggambarkan hubungan dari variabel independen, dalam hal ini adalah ( $X_1$ ) faktor produk, ( $X_2$ ) faktor

promosi, ( $X_3$ ) faktor pelayanan yaitu minat nasabah memilih produk tabungan haji (Y), yaitu sebagai berikut:

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pikir**



Keterangan:

- = Pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial
- | = Pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan
- $X_1$  = Hipotesis Pertama (Produk)
- $X_2$  = Hipotesis Kedua (Promosi)
- $X_3$  = Hipotesis Ketiga (Pelayanan)
- Y = Minat Nasabah

### E. Hipotesis

Hipotesis adalah suatu penjelasan sementara tentang perilaku, fenomena atau keadaan tertentu yang telah terjadi atau akan terjadi. Hipotesis merupakan pernyataan peneliti tentang hubungan antara variabel-variabel dalam penelitian serta merupakan pernyataan yang paling spesifik. Peneliti bukannya bertahan kepada hipotesis yang telah disusun, melainkan mengumpulkan data untuk mendukung atau justru menolak hipotesis tersebut. Dengan kata lain, hipotesis merupakan jawaban sementara yang disusun oleh peneliti yang kemudian akan diuji kebenarannya melalui penelitian yang dilakukan. Adapun rumusan hipotesis dalam penelitian ini adalah:

$H_{01}$  = Tidak terdapat pengaruh antara produk terhadap minat nasabah tabungan haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.

$H_{a1}$  = Terdapat pengaruh antara produk terhadap minat nasabah tabungan haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.

$H_{02}$  = Tidak terdapat pengaruh antara promosi terhadap minat nasabah tabungan haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.

$H_{a2}$  = Terdapat pengaruh antara promosi terhadap minat nasabah tabungan haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.

$H_{03}$  = Tidak terdapat pengaruh antara pelayanan terhadap minat nasabah tabungan haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.

$H_{a3}$  = Terdapat pengaruh antara pelayanan terhadap minat nasabah tabungan haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, Cabang Padangsidempuan.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

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

Penelitian ini dilakukan di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan yang berlokasi di Jalan Gatot Subroto No. 08, Padangsidempuan, Sumatera Utara. Waktu penelitian ini dilakukan pada bulan Januari 2017 sampai dengan bulan Maret 2017.

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

Jenis penelitian yang digunakan peneliti adalah penelitian kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan.”<sup>1</sup> Menurut Abdurrahmat Fathoni “penelitian kuantitatif adalah metode ilmiah yang mempunyai dukungan pencapaian validitas yang tinggi reliabilitasnya.”<sup>2</sup> Penelitian kuantitatif ini adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menemukan keterangan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah memilih tabungan haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.

---

<sup>1</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabet, 2005), hlm 13.

<sup>2</sup>Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi* (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), hlm. 60.

### C. Populasi

Menurut Suliyanto “populasi merupakan keseluruhan subjek yang karakteristiknya hendak diteliti.”<sup>3</sup> Kemudian menurut Sudarwan Danim “populasi adalah *universum* dimana *universum* itu dapat berupa orang, wilayah, atau benda yang ingin diketahui oleh peneliti.”<sup>4</sup> Jadi, dapat disimpulkan bahwa populasi adalah keseluruhan subjek yang akan menjadi sumber data penelitian.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah aktif yang menggunakan tabungan haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Padangsidempuan yaitu sebanyak 1540 orang.

### D. Sampel

Menurut Mudrajad Kuncoro “sampel adalah suatu himpunan bagian (*subset*) dari unit populasi”.<sup>5</sup> Menurut Suharsimi Arikunto “sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteeliti”.<sup>6</sup> Jadi, sampel adalah bagian dari populasi yang diharapkan dapat mewakili populasi penelitian.

Ukuran pengambilan sampel yang dilakukan adalah menggunakan rumus dari Slovin sebagai berikut:

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

---

<sup>3</sup>Suliyanto, *Metode Riset Bisnis* (Yogyakarta: Andi, 2009), hlm. 96.

<sup>4</sup>Sudarwan Danim, *Metode Penelitian Untuk Ilmu-Ilmu Perilaku* (Jakarta: Bumi Aksara, 2007), hlm. 173.

<sup>5</sup>Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2013), hlm. 122.

<sup>6</sup>Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), hlm. 174.

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

Sehingga jumlah sampel yang diperoleh dengan ketentuan yang digunakan e = 10%, adalah:

$$n = \frac{1540}{1 + 1540 (0,1^2)}$$

n = 93,9 dibulatkan menjadi 94.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *random sampling*. Menurut Suharsimi Arikunto, *random sampling* adalah:

Teknik membantu menaksir parameter populasi, mungkin terdapat subkelompok elemen yang bisa diidentifikasi dalam populasi yang dapat diperkirakan memiliki parameter yang berbeda pada suatu variabel yang diteliti.<sup>7</sup>

## E. Sumber Data

Sumber data penelitian ini terdiri dari dua sumber yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari subjek penelitian sebagai informasi. Untuk penelitian ini data primer bersumber dari nasabah tabungan haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan mengenai minat mereka memilih tabungan haji.
2. Data Sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari subjek penelitian sebagai informasi. Untuk penelitian ini data sekunder

---

<sup>7</sup>*Ibid.*, hlm. 151.



diperoleh dari PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan, jurnal, skripsi dan buku-buku yang relevan.

## F. Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen adalah suatu alat yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data. Adapun instrumen pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

### 1. Kuesioner

Menurut Husein Umar “teknik angket (kuesioner) merupakan suatu pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan memberikan respon atas pertanyaan tersebut”.<sup>8</sup> Menurut Bambang Prasetyo “kuesioner (angket) merupakan sebuah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan pribadinya atau hal-hal yang diketahui”.<sup>9</sup> Jadi, kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah model tertutup dengan menyediakan alternatif jawaban bagi responden. Untuk skala pengukuran data yang digunakan dalam penelitian ini adalah yaitu skala *likert*. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi sangat positif sampai dengan negatif yang

---

<sup>8</sup>Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hlm. 49.

<sup>9</sup>Bambang Prasetyo, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007), hlm. 110.

berupa kata-kata dan untuk keperluan analisis kuantitatif. Pertanyaan atau pernyataan ini akan menghasilkan skor bagi tiap-tiap sampel yang mewakili setiap nilai skor.<sup>10</sup>

**Tabel 3.1**  
**Penetapan Skor Alternatif Atas Jawaban Kuesioner**

Skor Sifat Pernyataan	Kategori Jawaban
5	Sangat Setuju (SS)
4	Setuju (S)
3	Ragu-Ragu (RR)
2	Tidak Setuju (TS)
1	Sangat Tidak Setuju (STS)

## 2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan yang sudah berlaku, bisa dalam bentuk tulisan, gambar atau karya seni dari seseorang. Dokumen dapat berbentuk tulisan, misalnya catatan harian, sejarah kehidupan, peraturan dan lain-lain. Dokumentasi dilakukan untuk membuktikan bahwa penelitian ini benar-benar dilaksanakan dengan menyebar kuesioner kepada nasabah.

## G. Analisis Data

### 1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

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.<sup>11</sup> Hasil validitas dari setiap pertanyaan dalam kuesioner dapat dilihat pada

---

<sup>10</sup>Sugiyono, *Metodologi Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R & D* (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 308

<sup>11</sup>Mudrajad Kuncoro, *Op. Cit.*, hlm. 172.

besarnya angka yang terdapat pada kolom *corrected item total correlation*.

Dasar pengambilan keputusan:<sup>12</sup>

- a. Jika  $r_{hitung}$  positif serta  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka variabel tersebut valid.
- b. Jika  $r_{hitung}$  positif serta  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka variabel tersebut tidak valid.
- c. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  tetapi bertanda negatif, maka variabel tersebut tidak valid.

Reliabilitas menunjukkan konsistensi dan stabilitas dari suatu skor (skala pengukuran). Reliabilitas berbeda dengan validitas karena yang pertama memusatkan perhatian pada masalah konsistensi, sedang yang kedua lebih memperhatikan masalah ketepatan.<sup>13</sup> Pada program SPSS, metode yang digunakan dalam pengujian reliabilitas ini dengan menggunakan metode *alpha cronbach's* yang dimana kuesioner dianggap reliabel apabila *cronbach's alpha*  $>0,600$ .

#### a. Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi.<sup>14</sup> Termasuk dalam statistik deskriptif antara lain penyajian data berupa *mean*, *standard deviation*, minimum, maksimum dan lain-lain.

---

<sup>12</sup>*Ibid*, hlm. 181.

<sup>13</sup>*Ibid*, hlm. 175.

<sup>14</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis, Op. Cit.*, hlm. 142.

## 2. 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:

### 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.<sup>15</sup>

### 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.<sup>16</sup>

## 3. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak. Data yang baik seharusnya terdapat hubungan yang linear antara variabel independen

---

<sup>15</sup>Syafrizal Helmi Situmorang, dkk., *Analisis Data Penelitian: Menggunakan Program SPSS* (Medan: USU Pers, 2008), hlm. 55.

<sup>16</sup>Duwi Priyatno, *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2012), hlm. 144.

dengan variabel dependen. Jika nilai  $\text{Sig.} > 0,05$  maka dinyatakan linear sedangkan jika nilai  $\text{Sig.} < 0,05$  maka dinyatakan tidak linear.<sup>17</sup>

#### 4. Uji Asumsi Klasik

Model pengujian hipotesis berdasarkan analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini harus memenuhi asumsi klasik agar menghasilkan nilai parameter yang akurat. Adapun asumsi klasik digunakan sebagai berikut:

##### a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas, yaitu adanya hubungan linear antara variabel independen dalam model regresi. Prasyarat yang harus dipenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya multikolinearitas. Suatu model regresi dinyatakan bebas dari multikolinearitas adalah jika nilai *tolerance*  $> 0,1$  dan jika nilai *variance inflation factor* atau *VIF*  $< 5$ .<sup>18</sup>

##### b. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah keadaan dimana dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan cara melihat grafik *scatterplot* dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

---

<sup>17</sup>Sugiyono dan Agus Susanto, *Cara Mudah Belajar SPSS dan Lisrel* (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 324.

<sup>18</sup>Syafrizal Helmi Situmorang, dkk, *Op. Cit.*, hlm. 104.

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebur kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.<sup>19</sup>

##### 5. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda yaitu suatu model dimana variabel terikat tergantung pada dua atau lebih variabel yang bebas. Analisis regresi linear berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independen dua atau lebih.<sup>20</sup> Adapun regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah yang terdiri dari faktor produk ( $X_1$ ), faktor promosi ( $X_2$ ), faktor pelayanan ( $X_3$ ), dan minat nasabah terhadap tabungan haji ( $Y$ ).

Bentuk persamaan analisis regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

$$Y = \alpha + b_1Prd_1 + b_2Prm_2 + b_3Ply_3 + e$$

Keterangan:

Y	= Minat
$\alpha$	= Konstanta
$b_1, b_2, b_3$	= Koefisien regresi linear berganda
Prd <sub>1</sub>	= Produk

---

<sup>19</sup>Duwi Priyatno, *Op. Cit.*, hlm. 165.

<sup>20</sup>Sugiyono dan Agus Susanto, *Op. Cit.*, hlm. 303.

Prm <sub>2</sub>	= Promosi
Ply <sub>3</sub>	= Pelayanan
e	= <i>Standard error term</i>

#### 6. 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.

Secara umum, koefisien determinasi untuk data silang tempat relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi tinggi. Oleh karena itu, banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai *Adjusted R<sup>2</sup>* pada saat mengevaluasi model regresi yang terbaik.<sup>21</sup>

*Adjusted R Square* adalah nilai *R Square* yang telah disesuaikan, nilai ini selalu lebih kecil dari *R Square* dan angka ini biasa memiliki harga negatif. Untuk regresi dengan lebih dari dua variabel bebas digunakan *Adjusted R<sup>2</sup>* sebagai koefisien determinasi.<sup>22</sup>

---

<sup>21</sup>Mudrajad Kuncoro, *Op. Cit.*, hlm. 246-247.

<sup>22</sup>Duwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS* (Yogyakarta: Mediakom, 2008), hlm. 81.

## 7. Uji Hipotesis

### a. Uji t (Uji Parsial)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat.<sup>23</sup> Ketentuan dalam uji t adalah: jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima atau  $H_a$  ditolak sedangkan jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima dan jika nilai Sig.  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

### b. Uji F (Uji Simultan)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat.<sup>24</sup> Ketentuan dalam uji F adalah: jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima atau  $H_a$  ditolak sedangkan jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima dan jika nilai Sig.  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.<sup>25</sup>

---

<sup>23</sup>Mudrajad Kuncoro, *Op. Cit.*, hlm. 244.

<sup>24</sup>*Ibid.*, hlm. 245.

<sup>25</sup>Syafrizal Helmi Situmorang, *dkk, Op. Cit.*, hlm. 114.



## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

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

##### 1. Sejarah

PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk didirikan pada 24 *Rabius Tsani* 1412 H atau 1 Nopember 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 eksponen Ikatan Cendekiawan Muslim se-Indonesia (ICMI) dan beberapa pengusaha Muslim, pendirian Bank Muamalat juga menerima dukungan masyarakat. Pada tanggal 27 Oktober 1994, Bank Muamalat berhasil menyandang predikat sebagai Bank Devisa.<sup>1</sup> 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/SOPP* di seluruh Indonesia, 1996 ATM, serta 95.000 *merchant* debit. BMI saat ini juga merupakan salah satu bank syariah yang

---

<sup>1</sup>Bank Muamalat Indonesia “Profil bank Muamalat Indonesia” <http://www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat>, diakses 12 juni 2016 pukul 20:14 WIB.

telah membuka cabang luar negeri, yaitu di Kuala Lumpur, Malaysia. Selain itu Bank Muamalat memiliki produk *share 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 aksesibel bagi masyarakat hingga pelosok nusantara.

PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk membuka cabang di kota Padangsidempuan 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 Padangsidempuan terletak di Jalan Gatot Subroto No. 08.

Lokasi ini sangat mudah untuk dijangkau karena tempat kantornya berada pada pusat kota Padangsidempuan yang terletak pada jalan protokol disamping Horas Bakery dan dekat dengan lokasi perkantoran Polres Padangsidempuan, Pengadilan Negeri Kota Padangsidempuan serta perkantoran lainnya. Jumlah karyawan pada Cabang Padangsidempuan sebanyak 38 orang karyawan, sedangkan jumlah karyawan Kantor Cabang dan Kantor Cabang Pembantu (KCP) seluruhnya sebanyak 72 orang karyawan. Sedangkan jumlah ATM sebanyak 11 unit, diantaranya: 3 unit di

cabang (1 unit di Goti, 1 unit di pesantren *Al-Azhar Bi' Ibadillah*, 1 unit di SPBU Padangmatinggi), 3 unit di Kantor Cabang Pembantu (Rantau Parapat), 2 unit di Panyabungan, 2 unit di Sibuhuan, dan 1 unit di Sibolga.

## 2. Visi dan Misi

Adapun visi dan misi PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk yaitu:<sup>2</sup>

Visi: *“The Best Islamic Bank and Top 10 Bank in Indonesia with Strong Regional Presence”*

Misi: Membangun lembaga keuangan syariah yang unggul dan berkesinambungan dengan penekanan pada semangat kewirausahaan berdasarkan prinsip kehati-hatian, keunggulan sumber daya manusia yang islami dan profesional serta orientasi investasi yang inovatif, untuk memaksimalkan nilai kepada seluruh pemangku kepentingan.

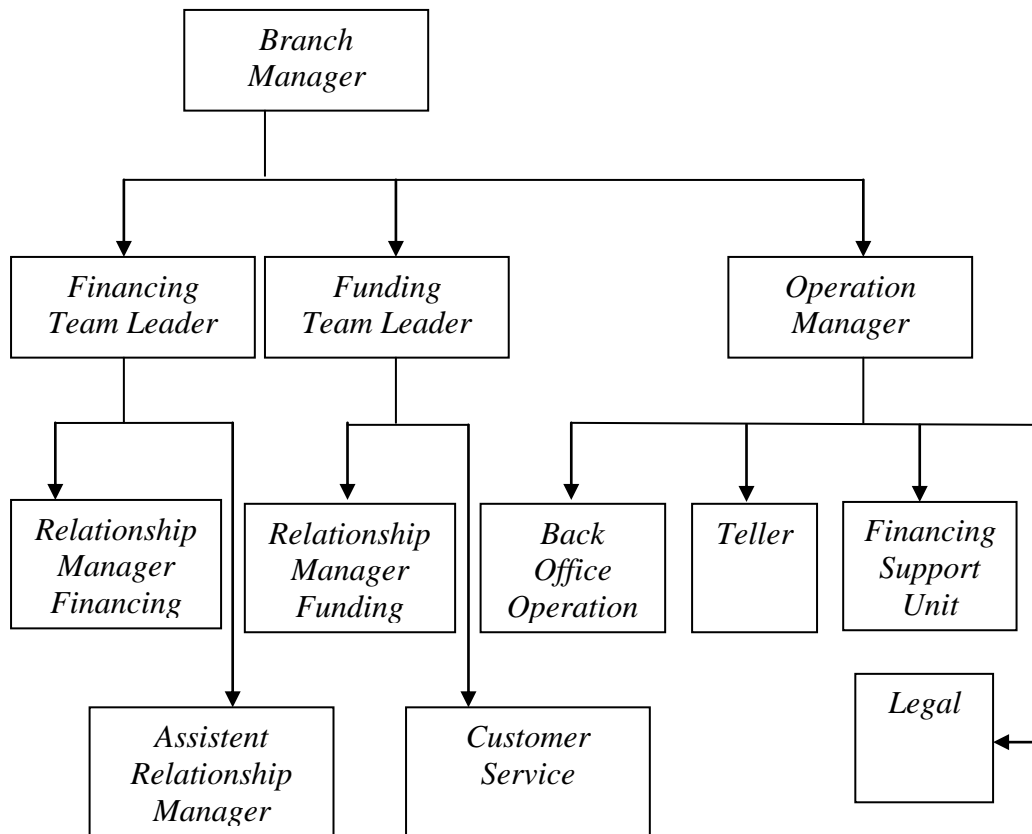
## 3. Struktur Organisasi

Struktur organisasi PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan senantiasa menyesuaikan diri dengan perkembangan bisnis, sekaligus juga mengantisipasi dinamika perubahan lingkungan bisnis. Manajemen PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan melakukan restrukturisasi, tujuannya untuk menjadikan organisasi lebih fokus dan efisien. Adapun struktur organisasi PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

---

<sup>2</sup>Bank Muamalat Indonesia, “Visi dan Misi” <http://www.bankmuamalat.co.id/visi-misi>, di akses tanggal 12 Juni 2016 pukul 20.04 WIB.

**Gambar 4.1**  
**Struktur Organisasi**



Sumber: PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan

#### 4. Produk dan Layanan

##### a. Pendanaan

- 1) Giro: Giro Muamalat *Attijary* iB, Giro Muamalat *Ultima* iB (Perorangan dan Institusi).
- 2) Tabungan: Tabungan Muamalat iB, Tabungan Muamalat Dollar, Tabungan Muamalat iB Haji dan Umroh, Tabungan Muamalat Umrah iB, TabunganKu, Tabungan Muamalat Rencana iB, Tabungan Muamalat Prima iB dan Tabungan iB Muamalat Sahabat, Tabungan Simpel iB.

3) Deposito (*Mudharabah* dan *Fulinves*).

b. Pembiayaan

1) Pembiayaan Konsumen: KPR Muamalat iB, Pembiayaan Muamalat Umroh, Pembiayaan iB Muamalat Pensiun, Pembiayaan iB Muamalat Mutiguna.

2) Modal Kerja: Pembiayaan Modal Kerja, Pembiayaan Modal Kerja LKM Syariah, Pembiayaan Rekening Koran Syariah, Pembiayaan Jangka Pendek BPRS iB, Pembiayaan iB *Asset Refinance* Syariah.

3) Investasi: Pembiayaan Investasi, Pembiayaan Hunian Syariah Bisnis.

c. Layanan

Muamalat *Remittance* iB, *Remittance* BMI-May Bank, *Remittance* BMI-BMMB, *Remittance* BMI-NCB, Kartu Shar-E Debit, *Bancassurance*, Tabungan Nusantara, Bank Garansi, Ekspor, Impor, SKBDN, *Letter of Credit*, *Standby* LC, Ekspor Impor Non LC *Financing*.

## B. Analisis Hasil Penelitian

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

### 1. Uji Validitas

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 persen atau 0,1

dengan derajat kebebasan ( $df$ )= $n-2$ ,dimana  $n$ =jumlah sampel, jadi  $df=94-2=92$ , maka diperoleh  $r_{tabel}$  sebesar 0,165. Sedangkan  $r_{hitung}$  dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation*. Jika  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  ( $r_{hitung}>r_{tabel}$ ) dan nilai  $r$  positif maka butir pernyataan tersebut dikatakan valid.

**Tabel 4.1**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Produk**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item1	19,9681	4,870	,423	,725
item2	20,3191	4,542	,565	,687
item3	19,9894	4,828	,373	,739
item4	19,9787	4,817	,429	,723
item5	20,3617	4,534	,555	,690
item6	20,5000	4,016	,570	,683

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

Pada tabel di atas dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-6 untuk variabel kepercayaan adalah valid. Berdasarkan  $r_{hitung}>r_{tabel}$  dimana  $r_{tabel}$  adalah 0,165. Sedangkan  $r_{hitung}$  dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation* dan nilai  $r$  positif.

**Tabel 4.2**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Promosi**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item1	19,5638	6,249	,727	,696
item2	19,8404	7,340	,479	,764
item3	19,3085	8,044	,466	,767
item4	19,5319	7,069	,612	,731
item5	19,6915	7,786	,482	,763
item6	20,0426	7,202	,454	,774

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

Pada tabel di atas dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-6 untuk variabel kepuasan adalah valid. Berdasarkan  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dimana  $r_{tabel}$  adalah 0,165. Sedangkan  $r_{hitung}$  dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation* dan nilai r positif.

**Tabel 4.3**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Pelayanan**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item1	19,7340	8,068	,587	,776
item2	19,8830	7,739	,626	,767
item3	19,7766	8,154	,475	,801
item4	19,6064	8,112	,540	,786
item5	19,9043	7,421	,653	,760
item6	19,8191	7,849	,541	,786

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

Pada tabel di atas dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-6 untuk variabel persepsi adalah valid. Berdasarkan  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dimana  $r_{tabel}$  adalah 0,165. Sedangkan  $r_{hitung}$  dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation* dan nilai r positif.

**Tabel 4.4**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Minat**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item1	20,1489	5,612	,500	,775
item2	20,0532	5,857	,453	,785
item3	20,6489	4,940	,557	,764
item4	20,3723	4,473	,742	,712
item5	20,7128	5,132	,500	,779
item6	20,0851	5541	,578	,761

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

Pada tabel di atas dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-6 untuk variabel komunikasi adalah valid. Berdasarkan  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dimana  $r_{tabel}$  adalah 0,165. Sedangkan  $r_{hitung}$  dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation* dan nilai r positif.

## 2. Uji Reliabilitas

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

**Tabel 4.5**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
Produk	0,745	6
Promosi	0,783	6
Pelayanan	0,809	6
Minat	0,796	6

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

Dari hasil tabel di atas menunjukkan bahwa *Cronbach's Alpha* untuk variabel produk adalah  $0,715 > 0,600$  sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel produk ( $X_1$ ) adalah reliabel. Selanjutnya, *Cronbach's*



*Alpha* untuk variable promosi adalah  $0,785 > 0,600$  sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel promosi ( $X_2$ ) adalah reliabel. *Cronbach's Alpha* untuk variabel pelayanan adalah  $0,812 > 0,600$  sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel pelayanan ( $X_3$ ) adalah reliabel. *Cronbach's Alpha* untuk variabel minat nasabah adalah  $0,622 > 0,600$  sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel minat nasabah (Y) adalah reliabel.

### 3. Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi. Uji statistik deskriptif dapat dilakukan dengan cara mencari *mean*, minimum, maksimum dan *standard deviation* dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Statistik Deskriptif**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Produk	100	16	30	25,13	2,436
Promosi	100	12	30	24,18	2,463
Pelayanan	100	12	30	23,74	3,164
Minat	100	14	30	23,75	3,316
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

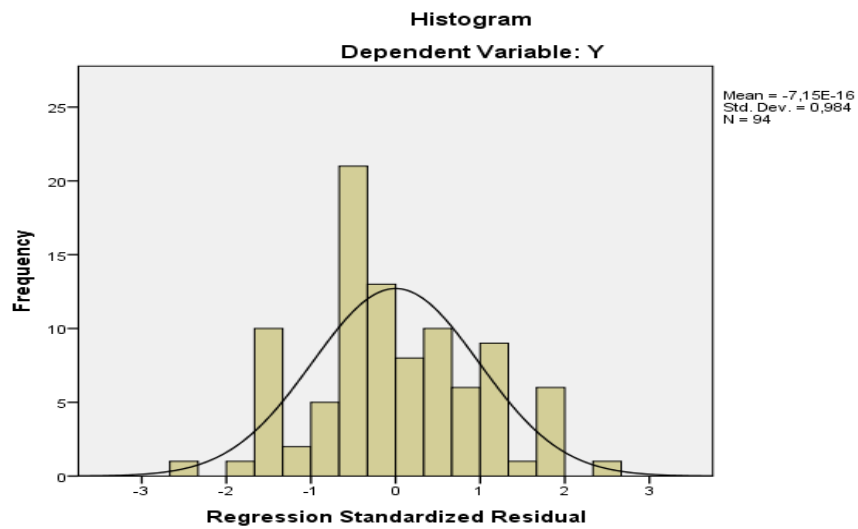
Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa variabel produk dengan jumlah data (N) sebanyak 100 mempunyai nilai *mean* sebesar

25,13 dengan nilai minimum 16 dan nilai maksimum 30 serta standar deviasinya sebesar 2,436. Variabel promosi dengan jumlah data (N) sebanyak 100 mempunyai nilai *mean* sebesar 24,18 dengan nilai minimum 12 dan nilai maksimum 30 serta standar deviasinya sebesar 2,463. Variabel pelayanan dengan jumlah data (N) sebanyak 100 mempunyai nilai *mean* sebesar 23,74 dengan nilai minimum 12 dan nilai maksimum 30 serta standar deviasinya sebesar 3,164. Variabel minat dengan jumlah data (N) sebanyak 100 mempunyai nilai *means* sebesar 23,75 dengan nilai minimum 18 dan nilai maksimum 30 serta standar deviasinya sebesar 3,316

#### **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:

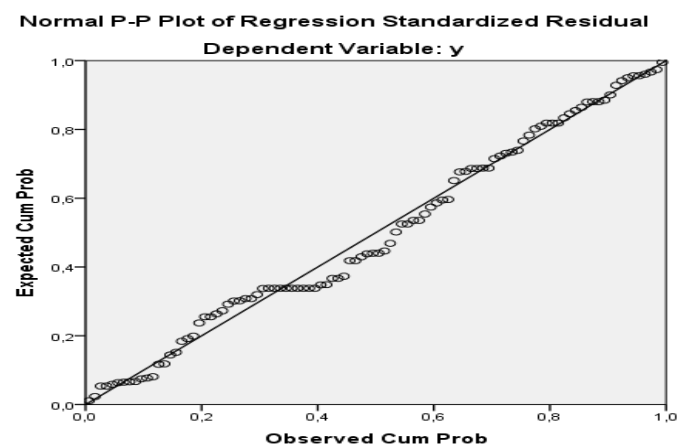
**Gambar 4.2**  
**Hasil Uji Normalitas Grafik Histogram**



Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

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

**Gambar 4.3**  
**Hasil Uji Normalitas**  
**Grafik Normal P-P Plot Of Regression Standardized Residual**



Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

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

## 5. Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah antara variabel bebas dengan variabel terikat mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier jika nilai Sig. > 0,1 dan jika nilai Sig. < 0,1 maka dinyatakan tidak linier.

a. Uji Linieritas Produk dengan Minat.

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Linieritas Produk dengan Minat**

	Sum of Squares	f	Mean Square	F	Sig.
Y Between (Combined)	428,509	2	35,709	1,657	,000
* Groups Linearity	392,166	1	392,166	128,020	,000
X Deviation from Linearity	36,343	11	3,304	1,079	,389
Within Groups	248,129	81	3,063		
Total	676,638	93			

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

Berdasarkan tabel di atas nilai Sig. sebesar 0,906. Jadi, dapat disimpulkan nilai Sig. > 0,1 (0,906 > 0,1) menunjukkan bahwa hubungan antara variabel produk dengan variabel minat adalah linier.

b. Uji Linieritas promosi dengan Minat.

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Linieritas Promosi dengan Minat**

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X2	520,365	6	32,523	16,025	,000
Between Groups	447,000	1	447,000	220,249	,000
Deviation from Linearity	73,365	5	4,891	2,410	,006
Within Groups	156,273	7	2,030		
Total	676,638	3			

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

Berdasarkan tabel di atas nilai Sig. sebesar 0,142. Jadi, dapat disimpulkan nilai Sig.  $>0,1$  ( $0,142 > 0,1$ ) menunjukkan bahwa hubungan antara variabel promosi dengan variabel minat adalah linier.

c. Uji Linieritas pelayanan dengan minat

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Linieritas Pelayanan dengan Minat**

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X3	475,738	15	31,716	12,314	,000
Between Groups	432,766	1	432,766	168,022	,000
Deviation from Linearity	42,972	4	3,069	1,192	,299
Within Groups	200,901	78	2,576		
Total	676,638	93			

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

Berdasarkan tabel di atas nilai Sig. sebesar 0,454. Jadi, dapat disimpulkan nilai Sig.  $>0,1$  ( $0,454 > 0,1$ ) menunjukkan bahwa

hubungan antara variabel pelayanan dengan variabel minat adalah linier.

## 6. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Multikolinearitas

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

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	4,111	1,414		2,907	,005		
X1	,321	,089	,299	3,613	,000	,425	2,355
X2	,312	,093	,367	3,355	,001	,243	4,113
X3	,217	,090	,266	2,418	,018	,240	4,170

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui nilai *Tolerance* dari variabel produk adalah  $0,357 > 0,1$ , variabel promosi adalah  $0,212 > 0,1$ , variabel pelayanan adalah  $0,217 > 0,1$ . Jadi, dapat disimpulkan nilai *Tolerance* dari ketiga variabel di atas lebih besar dari 0,1 (nilai *Tolerance* >0,1) sehingga bebas dari multikolinearitas.

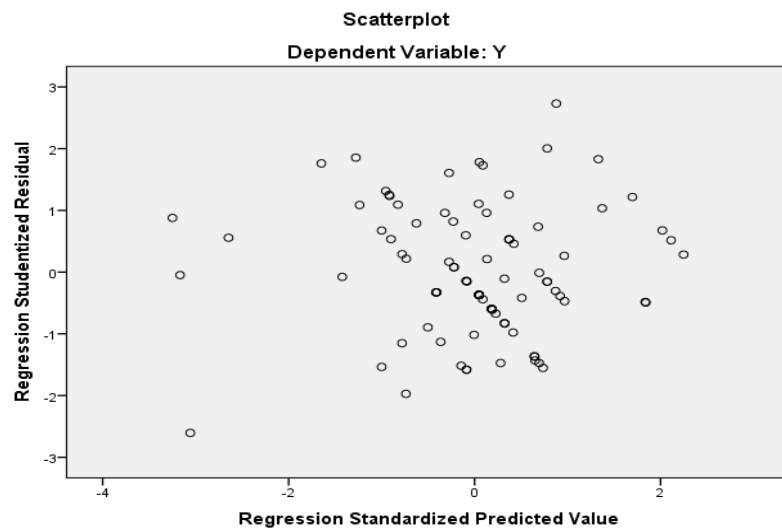
Selanjutnya berdasarkan nilai VIF dari variabel produk adalah  $2,800 < 10$ , variabel promosi adalah  $4,713 < 10$ , variabel pelayanan adalah  $4,613 < 10$ , variabel komunikasi adalah  $4,214 < 10$ . Jadi, dapat

disimpulkan nilai VIF dari ketiga variabel di atas lebih kecil dari 10 (nilai VIF < 10) sehingga bebas dari multikolinearitas.

#### b. Uji Heteroskedastisitas

Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Suatu model regresi dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas apabila titik-titik pada *scatterplot* regresi tidak membentuk pola tertentu seperti menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hasil uji heteroskedastisitas sebagai berikut:

**Gambar 4.4**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**



Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

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.

## 7. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui faktor faktor yang mempengaruhi minat nasabah memilih tabungan haji yang terdiri dari faktor produk ( $X_1$ ), promosi ( $X_2$ ), pelayanan ( $X_3$ ), terhadap minat nasabah tabungan haji ( $Y$ ). Hasilnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4,111	1,414		2,907	,005
X1	,321	,089	,299	3,613	,000
X2	,312	,093	,367	3,355	,001
X3	,217	,090	,266	2,418	,018

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

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

$$\text{Minat} = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$\text{Minat} = 6,627 + 0,228(X_1) + 0,362(X_2) + 0,124(X_3) + e$$

Keterangan:

$\alpha$  = Konstanta

$b_1, b_2, b_3, b_4, b_5$  = Koefisien regresi linier berganda

$X_1$  = produk

$X_2$  = promosi

$X_3$  = pelayanan

$e$  = *Standard error term*



Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Konstanta sebesar 6,627, artinya apabila variabel produk, promosi, pelayanan atau 0 maka minat nasabah tabungan haji muamalat nilainya sebesar 6,627.
- b. Koefisien regresi variabel produk sebesar 0,228, artinya apabila tingkat produk nasabah meningkat 1 satuan maka minat nasabah tabungan haji adalah meningkat sebesar 22,8 persen. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara produk dengan minat nasabah, semakin naik produk maka semakin meningkat minat nasabah.
- c. Koefisien regresi variabel promosi sebesar 0,362, artinya apabila tingkat minat nasabah meningkat 1 satuan maka 1 promosi nasabah tabungan haji muamalat adalah meningkat sebesar 36,2 persen. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara promosi dengan minat nasabah, semakin naik promosi maka semakin meningkat minat nasabah.
- d. Koefisien regresi variabel pelayanan sebesar 0,124, artinya apabila tingkat pelayanan nasabah meningkat 1 satuan maka pelayanan nasabah tabungan haji muamalat adalah meningkat sebesar 12,4 persen. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara pelayanan dengan minat nasabah, semakin naik pelayanan maka semakin meningkat minat nasabah.

## 8. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,849 <sup>a</sup>	,721	,712	1,306

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai  $R^2$  (*R Square*) sebesar 0,721. Menunjukkan bahwa 72,1 persen variabel produk, promosi, pelayanan, mempengaruhi minat nasabah memilih tabungan haji muamalat sedangkan 27,9 persen sisanya dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

## 9. Uji Hipotesis

### a. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

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

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	6,627	1,3		5,096	0		
1 X1	0,288	0,078	0,291	3,682	0	0,464	2,157
X2	0,362	0,074	0,47	4,908	0	0,317	3,154
X3	0,124	0,069	0,169	1,789	0,077	0,325	3,08

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

Untuk  $t_{tabel}$  dicari pada  $\alpha=10\%:2 = 5\%$  (uji dua sisi) dengan derajat kebebasan  $(df)=n-k-1$ , dimana  $n$ =jumlah sampel dan  $k$ =jumlah variabel independen, jadi  $df=100-3-1=96$ . Dengan pengujian dua sisi (signifikansi=0,05), maka diperoleh  $t_{tabel}$  sebesar 1,660.

Berdasarkan hasil uji signifikansi parsial (uji t) diatas dapat dilihat bahwa pada variabel produk memiliki  $t_{hitung}$  sebesar 3,682 dan  $t_{tabel}$  sebesar 1,660 sehingga  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,682 > 1,660$ ) maka  $H_a$  diterima. Selanjutnya, pada variabel 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 produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah.

Pada variabel promosi memiliki  $t_{hitung}$  sebesar 4,908 dan  $t_{tabel}$  sebesar 1,660 sehingga  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $4,908 > 1,660$ ) maka  $H_a$  diterima. Selanjutnya, pada variabel promosi 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 promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah.

Pada variabel pelayanan memiliki  $t_{hitung}$  sebesar 1,789 dan  $t_{tabel}$  sebesar 1,660 sehingga  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $1,789 < 1,660$ ) maka  $H_a$  ditolak. Selanjutnya, pada variabel pelayanan memiliki nilai Sig. sebesar 0,077 sehingga nilai Sig.  $> 0,1$  ( $0,077 < 0,1$ ) maka  $H_a$  diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa secara parsial pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah.

#### b. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Ketentuan dalam uji F adalah: jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak sedangkan jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima dan jika nilai Sig.  $< 0,1$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	423,569	3	141,19	82,778	,000 <sup>b</sup>
Residual	163,741	96	1,706		
Total	587,31	99			

a. Dependent Variable: Y

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

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

$F_{\text{tabel}}$  untuk signifikansi  $\alpha=0,1$  dengan *regression* (df 1) adalah 5 dan *residual* (df 2) adalah 96 (berasal dari *total-regresion*), maka hasil yang diperoleh untuk  $F_{\text{tabel}}$  sebesar 1,91.

Dari hasil uji signifikansi simultan (uji F) di atas bahwa nilai  $F_{\text{hitung}}$  sebesar 82,778 sedangkan  $F_{\text{tabel}}$  sebesar 1,91 sehingga  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$  ( $82,778 > 1,91$ ) maka  $H_a$  diterima. Selanjutnya, untuk nilai Sig. sebesar 0,000 sehingga nilai Sig.  $< 0,1$  ( $0,000 < 0,1$ ) maka  $H_a$  diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa secara simultan produk, promosi, pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah.

### C. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini berjudul Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah memilih tabungan haji Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan. Dari hasil analisis data yang dilakukan pada penelitian ini dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 22 diketahui bahwa:

1. Hasil uji validitas untuk 24 item pernyataan dari ketiga variabel bebas (X) dan satu variabel terikat (Y) diketahui memiliki  $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ , dimana  $r_{\text{tabel}}$  dengan taraf signifikansi 10% dengan derajat kebebasan (df) =  $n-2$  atau  $df=94-2=92$  adalah 0,170 sedangkan  $r_{\text{hitung}}$  dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation*. Karena  $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$  dan nilai r positif maka 24 item pernyataan pada kuesioner tersebut dinyatakan valid. Selanjutnya, hasil uji reliabilitas diketahui bahwa dari kelima variabel bebas (X) dan satu

variabel terikat (Y) memiliki *Cronbach's Alpha*  $>0,600$  sehingga item pernyataan pada kuesioner juga dapat dinyatakan reliabel.

2. Hasil uji statistik deskriptif menunjukkan bahwa dengan jumlah data (N) sebanyak 94, variabel produk mempunyai nilai *mean* sebesar 24,22 dengan nilai minimum 16, nilai maksimum 30, standar deviasinya 2,510. Variabelpromosi mempunyai nilai *mean* sebesar 23,59 dengan nilai minimum 12, nilai maksimum 30, standar deviasinya 3,170. Variabel pelayanan mempunyai nilai *mean* sebesar 23,74 dengan nilai minimum 12, nilai maksimum 30, standar deviasinya 3,308. Variabel minat mempunyai nilai *mean* sebesar 24,40 dengan nilai minimum 14, nilai maksimum 30, standar deviasinya 2,697.
3. Hasil uji normalitas diketahui pada grafik histogram bahwa distribusi data tersebut tidak menceng ke kiri atau ke kanan, maka pola distribusi data tersebut normal dan pada grafik *Normal P-P Plot Of Regression Standardized Residual* bahwa penyebaran datanya disekitar garis dan mengikuti garis diagonal, maka data tersebut telah normal. Selanjutnya, hasil uji linearitas menyatakan bahwa antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) mempunyai hubungan yang linear karena diketahui memiliki nilai *Sig.*  $>0,1$ .
4. Hasil uji multikolinearitas diketahui bahwa nilai *Tolerance*  $> 0,1$  dan nilai *Variance Inflation Factor* atau *VIF*  $<10$ , maka dapat dinyatakan bebas dari multikolinearitas. Selanjutnya, hasil uji heteroskedastisitas diketahui bahwa titik-titik pada *scatterplot* regresi tidak membentuk pola tertentu

seperti menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dinyatakan tidak terdeteksi heteroskedastisitas.

Persamaan analisis regresi linear berganda diperoleh sebagai berikut:

$$\text{Minat} = \alpha + b_1\text{Prd} + b_2\text{Prm} + b_3\text{Ply} + e$$

$$\text{Minat} = 4,111 + 0,321 \text{ Prd} + 0,312 \text{ Prm} + 0,217\text{Ply} + e$$

5. Hasil uji koefisien determinasi faktor produk, promosi, pelayanan, minat nasabah sebesar 73,8 persen sedangkan sisanya 26,2 persen dipengaruhi oleh faktor lain.
6. Berdasarkan hasil uji signifikansi parsial (uji t) di atas dapat dilihat bahwa pada variabel produk memiliki  $t_{\text{hitung}}$  sebesar 3,613 dan  $t_{\text{tabel}}$  sebesar 1,660 sehingga  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  ( $3,613 > 1,660$ ) maka  $H_a$  diterima. Selanjutnya, pada variabel 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 produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah.
7. Pada variabel promosi memiliki  $t_{\text{hitung}}$  sebesar 4,355 dan  $t_{\text{tabel}}$  sebesar 1,660 sehingga  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  ( $4,355 > 1,660$ ) maka  $H_a$  diterima. Selanjutnya, pada variabel promosi 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 promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah.
8. Pada variabel pelayanan memiliki  $t_{\text{hitung}}$  sebesar 2,418 dan  $t_{\text{tabel}}$  sebesar 1,660 sehingga  $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$  ( $2,418 < 1,660$ ) maka  $H_a$  ditolak. Selanjutnya, pada variabel pelayanan memiliki nilai Sig. sebesar 0,077 sehingga nilai Sig.  $> 0,1$  ( $0,077 < 0,1$ ) maka  $H_a$  diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa secara

parsial pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah.

#### **D. Keterbatasan Penelitian**

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

Adapun keterbatasan yang dihadapi selama penelitian dan penyusunan skripsi ini adalah dalam menyebarkan kuesioner peneliti tidak mengetahui kejujuran responden dalam menjawab setiap pernyataan yang tersedia pada kuesioner sehingga mempengaruhi validitas data yang diperoleh.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

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

1. Hasil uji secara parsial (uji t) di atas dapat disimpulkan bahwa variabel faktor produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat nasabah tabungan haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Padangsidempuan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3.613 > 1,660$ ) dan nilai Sig.  $< 0,1$  ( $0,000 < 0,1$ ).
2. Hasil uji secara parsial (uji t) di atas dapat disimpulkan bahwa variabel faktor promosi mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat nasabah tabungan haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Padangsidempuan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $4.335 > 1,660$ ) dan nilai Sig.  $< 0,1$  ( $0,000 < 0,1$ ).
3. Hasil uji secara parsial (uji t) di atas dapat disimpulkan bahwa variabel faktor pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat nasabah tabungan haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Padangsidempuan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2.418 > 1,660$ ) dan nilai Sig.  $< 0,1$  ( $0,000 < 0,1$ ).
4. Hasil uji secara simultan (uji F) dapat disimpulkan bahwa secara simultan faktor produk, promosi, dan pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah tabungan haji pada PT. Bank Muamalat

Indonesia Tbk Cabang Padangsidempuan dengan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $84,719 > 1,91$ ) dan nilai Sig.  $< 0,1$  ( $0,000 < 0,1$ ).

5. Hasil uji koefisien determinasi dapat diketahui bahwa nilai  $R^2$  (*R Square*) sebesar 0,738. Menunjukkan bahwa 73,8 persen variabel faktor produk, promosi dan pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah tabungan haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Padangsidempuan, Sedangkan 26,2 persen sisanya dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

## **B. Saran**

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

1. Penelitian ini menunjukkan pentingnya pengembangan factor produk, promosi dan pelayanan sebagai faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam upaya meningkatkan minat nasabah tabungan haji. Maka, disarankan untuk pihak bank agar lebih memperhatikan faktor-faktor tersebut sebab semakin tingginya tingkat persaingan di dunia perbankan dan semakin dinamisnya kebutuhan dan keinginan para nasabah tabungan haji.
2. Peneliti selanjutnya yang tertarik terhadap judul faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah tabungan haji agar lebih menggali lagi faktor-faktor selain dari faktor-faktor yang sudah dimuat dalam penelitian ini.

## Daftar Pustaka

- Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*, Jakarta: Rineka Cipta, 2011.
- Ahmad Ifham, *Ini Loh Bank Syariah Memahami Dengan Mudah Bank Syariah*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2015.
- Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007.
- Bambang Prasetyo, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007.
- Djali, *Psikologi Pendidikan*, Jakarta: Bumi aksara, 2009.
- Duwi Priyatno, *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*, Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2012.
- \_\_\_\_\_, *Mandiri Belajar SPSS*, Yogyakarta: Mediakom, 2008.
- Fandy Tjiptono, *Service, Quality & Satisfaction*, Yogyakarta: Andi Offset, 2005.
- Hasan Alwi, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2001.
- Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010.
- Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*, Jakarta: Erlangga, 2013.
- Shahih Bukhari, Semarang: CV. Asy Syifa, 1992.
- Slameto, *Belajar & Faktor-faktor yang Mempengaruhinya*, Jakarta: Rineka cipta, 2010.
- Sudarwan Danim, *Metode Penelitian Untuk Ilmu-Ilmu Perilaku*, Jakarta: Bumi Aksara, 2007.

Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabet, 2005.

\_\_\_\_\_, *Metodologi Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R & D*, Bandung: Alfabeta, 2012.

Sugiyono dan Agus Susanto, *Cara Mudah Belajar SPSS dan Lisrel*, Bandung: Alfabeta, 2015.

Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2013.

Suliyanto, *Metode Riset Bisnis*, Yogyakarta: Andi, 2009.

Syafrizal Helmi Situmorang, dkk, *Analisis Data Penelitian: Menggunakan Program SPSS*, Medan: USU Pers, 2008.

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

Sumber Lain:

Adi SasmitoUtomo, “Minat Siswa Dalam Mengikuti Kegiatan Ekstrakurikuler Olahraga (Studi Kasus di Smp N 2 Tuntang Kabupaten Semarang Tahun 2011)” Skripsi, Universitas Negeri Semarang, 2011.

Bank Muamalat Indonesia “Profil bank Muamalat Indonesia” <http://www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat>, diakses 12 juni 2016 pukul 20:14 WIB.

Bank Muamalat Indonesia, “Visi dan Misi” <http://www.bankmuamalat.co.id/visi-misi>, di akses tanggal 12 Juni 2016 pukul 20.04 WIB.

Brosur PT Bank Muamalat Indonesia Cabang Padangsidempuan.

Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Quran dan Terjemahannya*, Bandung: CV. Penerbit Diponegoro, 2011.

Ikatan Bankir Indonesia, *Memahami Bisnis Bank*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2012.

[www.bps.go.id](http://www.bps.go.id) di akses tanggal 03 November 2016 pada pukul 15.40 WIB.

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

### **I. IDENTITAS PRIBADI**

1. Nama : Haviv Prabowo
2. Tempat/Tgl. Lahir : Padangsidimpuan/06 Desember 1992
3. Agama : Islam
4. Jenis Kelamin : Laki-Laki
5. Alamat : Asrama Polisi Sitatarang Blok B No.11,  
Kel Batang Ayumi Julu, Kecamatan  
Padangsidimpuan Utara.
6. Email : [havivprabowo92@gmail.com](mailto:havivprabowo92@gmail.com).
7. Blog : <http://havivprabowo92.blogspot.com>.

### **II. IDENTITAS ORANGTUA**

#### Orangtua

1. Nama Ayah : Purwanto Cahyono
2. Nama Ibu : Erlinawati Hasibuan

#### Pekerjaan

1. Ayah : POLRI
2. Ibu : GURU

### **III. RIWAYAT PENDIDIKAN**

1. SD Negeri 200222 (1999-2005).
2. MTs Swasta Pondok Pesanteren Baharuddin (2005-2008).
3. MAN 2 Padangsidimpuan (2008-2011).
4. Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpun (2012-2017).

: B-124 /In.14/G.5a/PP.009/04 /2016 Padangsidempuan, 13 April 2016  
:-  
: Permohonan Kesediaan Menjadi Pembimbing Skripsi

Harahap, S.Hi.,M.Si  
Hamid, M.A

Padangsidempuan

Waalaikun Wr.Wb

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

Nama : Haviv Prabowo  
No. Telp : 12 220 0103  
Fakultas/ Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah-3  
Judul : Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Memilih Tabungan Haji Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Padangsidempuan.

Oleh karena dengan hal tersebut, kami mengharapkan kesediaan Bapak menjadi Pembimbing I dan Pembimbing II penelitian penulisan Skripsi mahasiswa yang dimaksud dan dilakukan guna pemberian judul bila mana perlu.

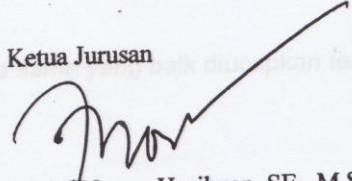
Demikian kami sampaikan, atas kesediaan dan kerjasama yang baik dari Bapak, kami mengucapkan terima kasih.

Waalaikun Wr.Wb.

Yth:

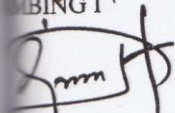
  
Azim Aziz Siregar, M. Ag  
NIP. 1128 200112 1 001

Ketua Jurusan

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

PERNYATAAN KESEDIAAN SEBAGAI PEMBIMBING

BERSEDIA/TIDAK BERSEDIA  
SEBAGAI PEMBIMBING I



Harahap, S.Hi.,M.Si  
NIP. 1980818 200901 1 015

BERSEDIA/TIDAK BERSEDIA  
SEBAGAI PEMBIMBING II



Azwar Hamid, M.A  
NIP. 19860311 201503 1 005



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

Surat : B- 137 /In.14/G/G.4b/TL.00/3/2017  
No. : -  
: Mohon Izin Riset

01 Maret 2017

Perwakilan PT. Bank Muamalat Indonesia  
Cibitung Padangsidimpuan

Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

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

Nama : Haviv Prabowo  
NIM : 12 220 0103  
Semester : X (Sepuluh)  
Jurusan : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan

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 ( Studi Kasus PT. Bank  
Muamalat Indonesia Cabang Padangsidimpuan )**".

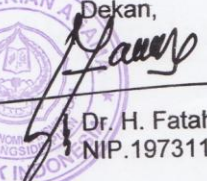
Sehubungan dengan itu, dimohon bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan izin riset  
data sesuai dengan maksud judul di atas.

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

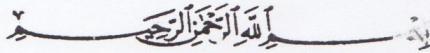
Assalamu'alaikum Wr.Wb.



Dekan,

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





067/BMI-PSP/IV/2017

Padangsidimpuan, 25 April 2017 M  
28 Rajab 1438 H

Yth:  
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan

Tempat

Perihal : Balasan Izin Riset Penelitian

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,*

Insya Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua dalam menjalankan aktivitas sehari-hari, Amin.

Berhubungan dengan surat permohonan yang kami terima No. B-137/In.14/G/G.4b/TL.00/03/2017 tanggal 01 Maret 2017 perihal Permohonan Izin Riset, maka dengan ini dapat kami sampaikan bahwa :

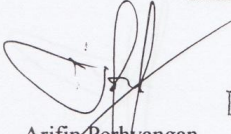
Nama : Haviv Prabowo  
No. HP : 12 220 0103  
Instansi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan

Dengan ini kami menyatakan bersedia menerima mahasiswa tersebut untuk melaksanakan Riset Penelitian di Bank Muamalat Cabang Padangsidimpuan pada tanggal 15 Februari 2017 s/d 30 April 2017. Dengan Judul Penelitian ; **"Faktor-Faktor Yang mempengaruhi Minat nasabah Memilih Bank Muamalat Cabang Padangsidimpuan ( Studi Kasus PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Padangsidimpuan)".**

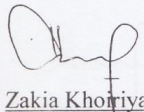
Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

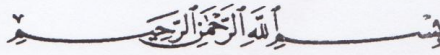
*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,*

PT. BANK MUAMALAT INDONESIA, Tbk.  
CABANG PADANGSIDIMPUAN

  
Arifin Perhyangan  
Branch Operation Manager

  
Bank Muamalat  
KANTOR CABANG PADANGSIDIMPUAN

  
Zakia Khorriyah  
Back Office



068 /BMI-PSP/IV/2017

Padangsidimpuan, 25 April 2017 M  
28 Rajab 1438 H

Yth:  
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam  
Universitas Agama Islam Negeri Padangsidimpuan

Tempat

Perihal : Keterangan Riset Penelitian

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,*

Insya Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua dalam menjalankan aktivitas sehari-hari, Amin.

Berhubungan dengan surat permohonan yang kami terima No. B-137/In.14/G/G.4b/TL.00/03/2017 tanggal 01 Maret 2017 perihal Permohonan Izin Riset, maka dengan ini dapat kami sampaikan bahwa :

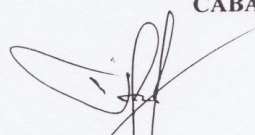
Nama : Haviv Prabowo  
No. HP : 12 220 0103  
Instansi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan

Benar-benar mengadakan Penelitian di Bank Muamalat Indonesia Cabang Padangsidimpuan pada tanggal 15 Februari 2017 s/d 30 April 2017. Dengan Judul Penelitian ; **"Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat nasabah Memilih Tabungan Haji ( Studi Kasus PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Padangsidimpuan"**.

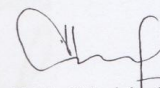
Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,*

PT. BANK MUAMALAT INDONESIA, Tbk.  
CABANG PADANGSIDIMPUAN

  
Arifin Perhyangan  
Branch Operation Manager

  
Bank Muamalat  
KAMUPO CABANG PADANGSIDIMPUAN

  
Zakia Khoiriyah  
Back Office

## **Lampiran 1**

### **Daftar Kuesioner**

Kepada Yth:  
Bapak/Ibu/Saudara/i  
Di tempat.

1. Dengan segala kerendahan hati dan harapan, peneliti memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi daftar pernyataan ini dengan sejujurnya sesuai dengan kenyataan yang ada.
2. Kuesioner ini dibuat untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam rangka menyusun skripsi yang merupakan syarat untuk menyelesaikan studi pada program Sarjana Ekonomi dan Bisnis Islam dalam bidang Ilmu Perbankan Syari'ah dengan judul: Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Memilih Tabungan Haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.
3. Peneliti memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuesioner ini dengan memilih jawaban yang disediakan dan jawaban tersebut dijamin kerahasiaannya serta tidak berpengaruh terhadap kondisi Bapak/Ibu/Saudara/i sebagai nasabah.
4. Atas kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i meluangkan waktu untuk membantu peneliti mengisi kuesioner ini, peneliti mengucapkan terimakasih.

Peneliti

HAVIV PRABOWO  
12 220 0103

**KUESIONER PENELITIAN**  
**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH**  
**MEMIMLIH TABUNGAN HAJI PADA PT. BANK MUAMALAT**  
**INDONESIA, TBK CABANG PADANGSIDIMPUAN.**

1. Identitas Responden

Nama :

Alamat :

Jenis Kelamin :

Umur :

Pendidikan terakhir :

Pekerjaan :

2. Petunjuk pengisian

Beri tanda cek list (√) pada salah satu jawaban yang paling sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu/Saudara/i.

Kriteria Penelitian

No	Pernyataan	Skor
1	Sangat setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Ragu-ragu (RR)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Pernyataan

**1. PERNYATAAN VARIABEL PRODUK**

No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Biaya administrasi tiap produk tabungan sangat terjangkau.					
2	Tabungan haji merupakan produk PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan bersifat praktis dan fleksibel.					
3	Produk tabungan haji di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan memiliki keistimewaan dibandingkan produk tabungan haji Bank lain.					
4	Tabungan haji menguntungkan karena dapat memperoleh bonus atau souvenir haji.					
5	Tabungan haji PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan terjamin untuk memperoleh kepastian mendapatkan kuota/porsi keberangkatan ibadah haji.					
6	Tabungan haji unggul dengan dukungan sistem teknologi yang canggih.					

**2. PERNYATAAN VARIABEL PROMOSI**

No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Karyawan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan memberikan informasi dengan penjelasan					

	yang lengkap.					
2	Karyawan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan memberikan informasi dengan penjelasan yang mudah dipahami.					
3	PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan melakukan promosi melalui periklanan secara menarik.					
4	PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan memberikan brosur kepada nasabah.					
5	Produk-produk PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan telah diinformasikan ke berbagai kalangan masyarakat, baik yang menengah ke atas maupun menengah ke bawah.					
6	Sebelum menyaksikan iklan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan, saya tidak tahu dengan produk PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.					

### 3. PERNYATAAN VARIABEL PELAYANAN

No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Lokasi PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan sangat strategis dan mudah dijangkau.					
2	PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan memiliki fasilitas yang menarik, nyaman, bersih dan aman untuk					

	digunakan.					
3	PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan memberikan pelayanan yang memuaskan nasabah.					
4	Saya merasa pelayanan yang diberikan karyawan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan lumayan cepat.					
5	Saya selalu mendapatkan penjelasan karyawan dengan baik jika saya menanyakan sesuatu.					
6	Karyawan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan selalu memberikan solusi secepatnya terhadap permasalahan yang dihadapi nasabah.					

#### 4. PERNYATAAN VARIABEL MINAT NASABAH

No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Saya menggunakan tabungan haji di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan karena lebih baik dari tabungan haji bank lain.					
2	Saya menggunakan tabungan haji karena saya percaya terhadap kemampuan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.					
3	Saya menggunakan tabungan haji karena reputasi yang baik dari PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan					
4	Saya tetap menggunakan tabungan haji karena sesuai dengan harapan serta					

	kebutuhan.					
5	Kejelasan informasi produk mendorong saya untuk menggunakan tabungan haji.					
6	Perasaan yang nyaman menggunakan tabungan haji karena di kelola dengan sistem yang syari'ah.					



**Lampiran 2****Hasil Uji Instrumen Variabel Produk (X1)**

Responden	Butir Soal						Skor Total
	1	2	3	4	5	6	
1	5	4	5	4	5	5	28
2	4	3	3	3	3	3	19
3	5	4	4	4	4	4	25
4	4	3	3	3	3	3	19
5	5	5	5	5	5	5	30
6	5	5	5	5	5	5	30
7	4	4	5	5	4	5	27
8	3	4	4	4	3	3	21
9	4	4	4	3	4	3	22
10	4	4	3	4	4	3	22
11	5	5	5	5	4	4	28
12	4	4	4	4	4	4	24
13	4	4	5	5	4	4	26
14	5	4	4	4	5	5	27
15	4	4	5	5	4	4	26
16	5	5	5	5	5	5	30
17	4	5	4	4	4	4	25
18	3	4	4	4	4	3	22
19	5	4	4	4	4	3	24
20	5	4	4	4	4	3	24
21	4	4	4	5	4	4	25
22	5	4	4	5	5	5	28
23	4	4	4	4	4	4	24
24	4	3	1	4	4	4	20
25	4	4	4	5	5	4	26
26	4	4	4	4	4	4	24
27	5	4	4	4	4	5	26
28	4	4	4	2	4	4	22
29	5	5	4	5	5	5	29
30	4	4	4	5	4	5	26
31	4	4	4	4	4	4	24
32	4	4	4	4	4	4	24
33	4	4	4	4	4	4	24
34	5	5	5	5	5	5	30

35	4	4	4	4	4	4	24
36	4	4	4	4	4	4	24
37	4	4	4	4	4	4	24
38	3	4	4	4	4	3	22
39	4	4	4	4	4	4	24
40	4	5	4	4	4	4	25
41	4	4	4	4	4	4	24
42	3	3	4	4	4	3	21
43	4	3	3	4	4	3	21
44	4	4	4	4	3	2	21
45	4	4	5	5	4	4	26
46	4	4	5	5	4	4	26
47	3	2	4	3	2	2	16
48	4	3	4	4	3	2	20
49	4	4	4	4	4	4	24
50	5	4	5	4	4	4	26
51	4	4	5	4	4	4	25
52	4	5	5	5	4	2	25
53	5	4	5	4	4	4	26
54	3	3	4	3	3	3	19
55	4	3	4	4	4	4	23
56	5	4	4	4	4	4	25
57	4	3	4	5	4	4	24
58	4	3	4	5	4	4	24
59	4	4	4	4	4	4	24
60	4	4	4	4	4	4	24
61	4	3	4	4	4	4	23
62	4	4	4	4	4	4	24
63	4	4	3	4	4	3	22
64	3	3	4	4	3	2	19
65	4	5	5	5	5	4	28
66	4	4	4	4	3	3	22
67	4	4	5	5	4	4	26
68	4	4	4	4	4	4	24
69	5	5	5	4	3	3	25
70	5	4	5	4	4	4	26
71	4	4	4	4	4	4	24
72	4	4	5	4	4	4	25
73	5	4	4	4	4	4	25

74	5	4	5	4	4	4	26
75	4	4	4	4	4	4	24
76	5	4	5	5	3	3	25
77	5	3	5	5	3	4	25
78	5	4	4	4	4	4	25
79	4	4	4	4	4	4	24
80	5	3	5	5	3	4	25
81	5	4	5	4	3	3	24
82	5	3	4	4	3	3	22
83	4	3	5	5	3	3	23
84	5	3	5	5	3	3	24
85	5	3	4	5	3	2	22
86	4	4	5	5	3	3	24
87	4	4	4	4	3	3	22
88	5	4	4	5	3	4	25
89	4	4	4	4	4	4	24
90	5	4	4	5	4	3	25
91	5	4	4	5	3	3	24
92	4	4	5	4	4	3	24
93	4	4	5	4	4	4	25
94	4	4	4	4	4	4	24

### Hasil Uji Instrumen Variabel Promosi (X2)

Responden	Butir Soal						Skor Total
	1	2	3	4	5	6	
1	5	4	5	5	5	5	29
2	2	2	2	2	2	3	13
3	4	4	4	4	4	3	23
4	3	3	4	4	4	3	21
5	5	5	5	5	5	4	29
6	5	5	5	5	5	4	29
7	5	5	5	5	5	4	29
8	2	4	4	3	4	3	20
9	4	4	3	4	4	3	22
10	3	3	4	4	3	3	20
11	4	4	5	4	5	4	26
12	4	3	4	4	4	3	22
13	5	5	5	5	5	4	29

14	5	5	4	5	4	3	26
15	4	3	4	4	4	4	23
16	4	4	4	4	4	4	24
17	5	4	4	4	4	4	25
18	4	4	4	4	4	3	23
19	4	4	4	4	4	3	23
20	4	4	4	4	4	3	23
21	4	4	3	4	4	4	23
22	5	4	4	4	4	4	25
23	4	4	4	4	4	2	22
24	4	2	4	4	4	1	19
25	5	4	5	5	5	4	28
26	4	4	4	4	4	4	24
27	4	4	4	5	5	4	26
28	4	4	4	2	4	5	23
29	5	5	4	5	5	4	28
30	4	4	4	4	4	4	24
31	4	4	4	4	4	4	24
32	4	4	4	4	4	4	24
33	4	4	4	4	4	4	24
34	5	5	5	5	5	5	30
35	4	4	4	4	4	4	24
36	4	4	4	4	4	4	24
37	2	2	4	4	4	3	19
38	2	2	4	4	4	3	19
39	4	4	4	4	4	4	24
40	4	4	4	4	4	2	22
41	4	4	4	4	4	2	22
42	3	4	4	4	4	3	22
43	4	3	4	4	4	3	22
44	3	4	4	4	3	2	20
45	4	4	4	4	4	3	23
46	5	5	4	4	4	4	26
47	2	4	4	2	3	1	16
48	1	1	4	1	4	1	12
49	4	4	4	4	4	4	24
50	3	4	4	5	4	4	24
51	4	4	4	4	4	3	23
52	4	5	5	5	4	3	26

53	3	4	2	4	1	3	17
54	3	4	4	3	3	4	21
55	4	3	5	5	4	4	25
56	4	4	4	4	4	5	25
57	4	3	5	5	3	5	25
58	4	3	5	3	3	5	23
59	3	3	4	4	4	4	22
60	5	4	4	4	4	4	25
61	4	3	4	4	4	3	22
62	4	3	4	4	4	4	23
63	4	3	4	4	4	3	22
64	2	2	4	2	2	2	14
65	4	4	5	4	4	3	24
66	4	3	4	3	4	3	21
67	5	5	4	4	4	4	26
68	4	4	4	4	4	4	24
69	5	3	5	5	5	4	27
70	4	4	5	4	4	5	26
71	4	4	4	4	3	3	22
72	4	4	4	5	4	4	25
73	4	4	5	5	3	3	24
74	5	4	5	4	4	3	25
75	5	3	5	5	3	3	24
76	4	4	4	4	4	4	24
77	5	5	5	4	3	3	25
78	4	3	5	4	4	4	24
79	5	5	5	4	3	3	25
80	5	3	5	4	3	5	25
81	5	4	5	4	4	3	25
82	5	4	5	4	4	4	26
83	4	3	4	4	4	4	23
84	4	4	5	3	4	5	25
85	4	4	5	4	4	4	25
86	4	3	5	5	3	3	23
87	4	4	4	4	4	4	24
88	5	4	5	5	3	3	25
89	4	4	5	4	4	4	25
90	5	2	5	4	4	4	24
91	5	4	4	4	4	4	25

92	5	3	5	5	4	4	26
93	4	4	5	5	5	4	27
94	4	4	5	4	4	4	25

### Hasil Uji Instrumen Variabel Pelayanan (X3)

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

30	4	4	4	4	4	4	24
31	4	4	4	4	4	4	24
32	4	4	4	4	4	4	24
33	4	4	4	4	4	4	24
34	5	5	5	5	5	5	30
35	4	4	4	4	4	4	24
36	4	4	4	4	4	4	24
37	4	4	4	4	4	4	24
38	4	4	4	4	2	2	20
39	4	4	4	4	4	4	24
40	4	4	4	4	4	4	24
41	4	4	4	4	4	4	24
42	3	4	4	4	3	3	21
43	4	4	3	3	4	4	22
44	4	4	3	4	4	4	23
45	4	4	4	4	4	4	24
46	5	4	4	5	4	4	26
47	3	2	3	1	2	2	13
48	4	2	2	4	1	1	14
49	4	4	4	4	4	4	24
50	4	4	3	4	3	3	21
51	3	3	3	3	3	4	19
52	4	4	4	4	5	5	26
53	4	4	3	4	2	4	21
54	3	3	4	4	4	4	22
55	4	4	3	3	4	4	22
56	4	4	4	4	4	4	24
57	3	4	3	4	4	4	22
58	4	3	4	3	4	4	22
59	3	4	3	4	3	4	21
60	4	4	4	4	4	4	24
61	3	3	4	4	3	3	20
62	4	4	3	3	4	4	22
63	4	3	4	4	2	4	21
64	2	2	4	3	3	3	17
65	4	3	4	4	5	5	25
66	3	4	4	3	4	3	21
67	5	4	4	5	4	4	26
68	4	4	4	4	4	4	24

69	4	3	5	5	3	5	25
70	5	4	5	5	4	5	28
71	3	3	5	5	3	3	22
72	5	4	5	5	4	5	28
73	5	3	5	5	3	5	26
74	4	4	5	5	4	4	26
75	5	5	5	5	4	4	28
76	4	5	3	5	4	4	25
77	3	3	5	5	4	3	23
78	5	5	2	5	5	4	26
79	5	4	4	5	4	4	26
80	4	5	3	5	5	4	26
81	4	4	3	3	4	5	23
82	5	5	5	5	3	2	25
83	4	3	4	5	3	4	23
84	5	4	5	4	4	4	26
85	4	4	5	5	4	2	24
86	5	5	4	4	3	3	24
87	4	4	4	4	4	4	24
88	4	4	4	4	4	5	25
89	4	4	4	4	4	4	24
90	4	4	4	4	4	4	24
91	5	5	5	5	5	4	29
92	3	3	4	4	4	4	22
93	4	5	4	5	5	4	27
94	5	3	5	5	3	2	23

### Hasil Uji Instrumen Variabel Minat (Y)

Responden	Butir Soal						Skor Total
	1	2	3	4	5	6	
1	4	5	4	5	5	5	28
2	3	3	3	3	3	3	18
3	5	5	4	4	4	5	27
4	4	4	3	3	3	4	21
5	5	5	5	5	5	5	30
6	5	5	5	5	5	5	30
7	5	5	5	5	5	5	30
8	3	4	3	3	3	4	20



9	4	4	3	3	3	4	21
10	4	4	4	4	4	4	24
11	4	5	5	4	4	5	27
12	4	4	3	4	4	4	23
13	5	5	5	5	4	5	29
14	4	4	4	5	4	5	26
15	4	4	4	4	4	4	24
16	5	5	5	5	5	5	30
17	4	4	4	4	4	5	25
18	4	4	3	3	4	4	22
19	4	4	3	3	4	4	22
20	4	4	3	3	4	4	22
21	4	4	4	4	4	4	24
22	4	4	4	4	4	4	24
23	4	4	4	4	4	4	24
24	4	4	3	4	4	4	23
25	5	5	5	5	5	5	30
26	4	4	4	4	4	4	24
27	5	5	5	5	4	5	29
28	4	4	2	4	2	4	20
29	5	5	5	5	4	4	28
30	4	4	4	4	4	4	24
31	4	4	4	4	4	4	24
32	4	4	4	4	4	4	24
33	4	4	4	4	4	4	24
34	5	5	5	5	5	5	30
35	4	4	4	4	4	4	24
36	4	4	4	4	4	4	24
37	4	4	4	4	4	4	24
38	4	4	4	4	4	4	24
39	4	4	4	4	4	4	24
40	4	4	4	4	4	4	24
41	4	4	4	4	4	4	24
42	4	4	4	4	4	4	24
43	4	4	4	4	4	4	24
44	4	4	4	4	3	4	23
45	4	4	4	4	4	4	24
46	5	4	4	5	4	4	26
47	2	4	3	2	3	3	17

48	4	4	1	1	1	3	14
49	4	4	4	4	4	4	24
50	4	5	3	5	4	5	26
51	4	4	3	4	4	4	23
52	4	4	4	4	4	4	24
53	4	4	3	4	3	5	23
54	3	4	4	4	4	4	23
55	4	5	3	3	3	4	22
56	4	4	4	4	4	4	24
57	4	5	4	4	2	4	23
58	5	5	4	4	3	5	26
59	4	3	4	4	3	4	22
60	4	4	4	4	4	4	24
61	4	4	4	4	3	4	23
62	4	4	4	4	4	4	24
63	4	4	4	4	3	4	23
64	4	4	3	2	2	4	19
65	4	5	4	4	4	5	26
66	4	4	4	4	4	4	24
67	5	4	4	5	4	4	26
68	4	4	4	4	4	4	24
69	5	5	3	5	4	5	27
70	5	5	3	5	3	5	26
71	5	5	2	4	2	5	23
72	5	5	3	4	3	4	24
73	5	5	3	5	3	5	26
74	4	4	4	4	3	5	24
75	5	5	3	4	4	5	26
76	4	4	3	4	3	5	23
77	5	5	3	3	3	5	24
78	5	5	4	4	4	4	26
79	5	5	4	4	4	4	26
80	5	5	4	4	3	4	25
81	5	5	3	3	3	5	24
82	5	5	3	4	3	5	25
83	5	5	3	5	3	4	25
84	4	4	5	5	4	5	27
85	4	4	4	4	4	5	25
86	4	4	4	4	4	4	24

87	4	5	4	4	4	4	25
88	5	5	3	4	3	4	24
89	4	4	4	4	4	4	24
90	4	4	4	4	4	4	24
91	5	5	3	3	3	5	24
92	4	5	4	4	4	5	26
93	4	4	4	5	4	5	26
94	5	5	4	5	3	5	27

### Lampiran 3

#### 1. Uji Validitas Produk X2

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item1	19,90	4,818	,351	,704
item2	20,30	4,313	,549	,647
item3	19,93	4,712	,339	,709
item4	19,92	4,741	,374	,698
item5	20,35	4,311	,533	,651
item6	20,50	3,828	,554	,640

#### 2. Uji Validitas Promosi X2

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	19,64	6,051	,725	,691
VAR00002	19,94	7,148	,477	,760
VAR00003	19,38	7,733	,475	,760
VAR00004	19,64	6,920	,590	,732
VAR00005	19,79	7,602	,478	,759
VAR00006	20,11	6,947	,449	,771

#### 3. Uji validitas pelayanan X3

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	19,75	7,624	,583	,745
VAR00002	19,92	7,367	,612	,737
VAR00003	19,80	7,737	,459	,774
VAR00004	19,63	7,730	,509	,761
VAR00005	19,96	7,109	,633	,730
VAR00006	19,89	7,654	,446	,779

#### 4. Uji validitas Minat (Y)

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	20,21	5,521	,476	,763
VAR00002	20,12	5,763	,429	,773
VAR00003	20,73	4,805	,545	,749
VAR00004	20,44	4,370	,727	,695
VAR00005	20,81	5,085	,480	,765
VAR00006	20,14	5,415	,565	,746

#### 5. Uji Realibilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
Produk	0,715	6
Promosi	0,780	6
Pelayanan	0,787	6
Minat	0,783	6

#### 6. Uji Deskriptif

**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
x1	100	16	30	24,18	2,463
x2	100	12	30	23,70	3,122
x3	100	12	30	23,79	3,226
Y	100	14	30	24,49	2,669
Valid N (listwise)	100				

7. Uji Linieritas

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
y * x1	Between Groups	(Combined)	433,352	12	36,113	11,566	,000
		Linearity	390,223	1	390,223	124,980	,000
		Deviation from Linearity	43,129	11	3,921	1,256	,264
Within Groups			271,638	87	3,122		
Total			704,990	99			

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
y * x2	Between Groups	(Combined)	539,127	16	33,695	16,862	,000
		Linearity	466,154	1	466,154	233,270	,000
		Deviation from Linearity	72,973	15	4,865	2,434	,005
Within Groups			165,863	83	1,998		
Total			704,990	99			

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
y * x3	Between Groups	(Combined)	492,809	15	32,854	13,007	,000
		Linearity	449,058	1	449,058	177,777	,000
		Deviation from Linearity	43,752	14	3,125	1,237	,265
Within Groups			212,181	84	2,526		
Total			704,990	99			

8. Uji Multikolinieritas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,130	1,390		2,971	,004
	x1	,298	,085	,275	3,505	,001
	x2	,335	,089	,392	3,754	,000
	x3	,219	,088	,264	2,482	,015

a. Dependent Variable: y

9. Uji Koefisien Determinasi

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,857 <sup>a</sup>	,735	,727	1,395

a. Predictors: (Constant), x3, x1, x2

b. Dependent Variable: y

10. Hasil Uji Regresi Linier Berganda dan Uji t

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,130	1,390		2,971	,004
	x1	,298	,085	,275	3,505	,001
	x2	,335	,089	,392	3,754	,000
	x3	,219	,088	,264	2,482	,015

a. Dependent Variable: y

11. Uji Normalitas

