FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN PADANGSIDIMPUAN MENJADI NASABAH DI BANK SYARI'AH

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Islam (SEI)
Dalam Bidang Ilmu Perbankan Syari'ah

Oleh

AMIR HAMZAH
NIM.102200089

JURUSAN PERBANKAN SYARI'AH

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

2015

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN PADANGSIDIMPUAN MENJADI NASABAH DI BANK SYARI'AH

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Islam (SE.I)
Dalam Bidang Ilmu Perbankan Syari'ah

Oleh

AMIR HAMZAH
NIM.102200089

PEMBIMBING I

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

PEMBIMBING II

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

JURUSAN PERBANKAN SYARI'AH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)

PADANGSIDIMPUAN

2015

Hal : Lampiran Skripsi
Lampiran : 7 (Tujuh) Eksemplar

Padangsidimpuan, 18 Mei 2015
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Padangsidimpuan
Di

Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran untuk perbaikan seperlunya terhadap skripsi saudara **AMIR HAMZAH** yang berjudul: **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan Menjadi Nasabah di Bank Syari'ah,** maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi Islam (SEI) dalam bidang Ilmu Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.

Seiring dengan hal di atas, maka saudara tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggungjawabkan skripsinya ini.

Demikian kami sampaikan, semoga dapat dimaklumi dan atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikumWr.Wb

PEMBIMBING I	**PEMBIMBING II**
Mudzakkir Khotib Siregar, M.A	**Budi Gautama Siregar, S.Pd., MM**
NIP. 19721121 199903 1 002	**NIP. 19790720 201101 1 005**

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

بِسْمِ ٱللَّهِ ٱلرَّحْمَٰنِ ٱلرَّحِيمِ

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

Nama	: AMIR HAMZAH
NIM	: 10.220.0089
Fakultas/Jurusan	: Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
Judul Skripsi	: **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan Menjadi Nasabah di Bank Syari'ah**

Dengan ini menyatakan menyusun skripsi sendiri tanpa menerima bantuan tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan kode etik mahasiswa pasal 14 ayat 11.

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

Padangsidimpuan, 12 Mei 2015
Saya yang menyatakan

METERAI TEMPEL
DA7BBADF094322690
6000
ENAM RIBU RUPIAH

AMIR HAMZAH
NIM: 10.220.0089

DEWAN PENGUJI

UJIAN MUNAQASYAH SARJANA

NAMA	**: AMIR HAMZAH**
NIM	**: 10 220 0089**
JUDUL SKRIPSI	**: FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN PADANGSIDIMPUAN MENJADI NASABAH DI BANK SYARI'AH**

Ketua

Ikhwanuddin Harahap, M.Ag

NIP. 19750103 200212 1 001

Sekretaris

Abdul Nasser Hasibuan, SE., M.Si

NIP. 19790525 200604 1 004

Anggota

Ikhwanuddin Harahap, M.Ag

NIP. 19750103 200212 1 001

Abdul Nasser Hasibuan, SE., M.Si

NIP. 19790525 200604 1 004

Mudzakkir Khotib Siregar, M.A

NIP. 19721121 199903 1 002

Nofinawati, M.A

NIP. 19821116 201101 2 003

Pelaksanaan Ujian Munaqasyah

Di	: Padangsidimpuan
Hari/Tanggal	: Rabu/ 13 Mei 2015
Pukul	: 09.00 WIB s/d Selesai
Hasil/ Nilai	: 75 (B)
Indeks Prestasi Kumulatif	: 3,14
Predikat	: Amat Baik

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

PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI	:	**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN PADANGSIDIMPUAN MENJADI NASABAH DI BANK SYARI'AH**
NAMA	:	**AMIR HAMZAH**
NIM	:	**10 220 0089**

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas dan
syarat-syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi Islam (SEI)
dalam Ilmu Perbankan Syari'ah

Padangsidimpuan, 20 Mei 2015
Dekan

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

ABSTRAK

Nama : AMIR HAMZAH
Nim : 10.220.0089
Judul Skripsi : Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan Menjadi Nasabah di Bank Syari'ah

Mahasiswa IAIN Padangsidimpuan adalah mahasiswa yang bermacam-macam asal, suku, adat serta pengalaman dan pengetahuan yang berbeda-beda. IAIN Padangsidimpuan ini merupakan salah satu Perguruan Tinggi Islam yang semua mahasiswanya menganut agama islam. Bank Syari'ah merupakan bank yang menjalankan segala kegiatan operasionalnya sesuai dengan prinsip syari'ah. Sehingga mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan disarankan untuk menjadi nasabah di Bank Syari'ah. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa untuk menjadi nasabah di Bank Syari'ah antara lain adalah promosi, bagi hasil, dan pelayanan. Dengan demikian penulis bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh promosi, bagi hasil, pelayanan yang dilakukan Bank Syari'ah terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menjadi nasabah di Bank Syari'ah. Kegunaan penelitian ini adalah bertujuan untuk dijadikan sebagai pengembangan ilmu dan juga sebagai masukan bagi mahasiswa.

Bank Syari'ah adalah suatu lembaga keuangan yang menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan dana untuk masyarakat berdasarkan prinsip syari'ah yang sesuai dengan alqur'an dan hadist.

Adapaun jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan pendekatan deskriftif yang bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis dan akurat. Penelitian ini menggambarkan apa faktor yang mempengaruhi mahasiswa Faklutas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.

Dengan demikian peneliti menemukan hasil penelitian bahwa faktor promosi berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan menjadi nasabah di Bank Sari'ah dengan kesignifikannya sebesar 0,014 < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya faktor promosi berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah di Bank Syari'ah dengan nilai hasil uji t sebesar 2,497, dan faktor bagi hasil juga berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan menjadi nasabah di Bank Sari'ah dengan kesignifikannya sebesar 0,003 < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya faktor bagi hasil berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah di Bank Syari'ah dengan nilai hasil uji t sebesar 3,073, dan untuk faktor pelayanan hasil penelitiannya bahwa tidak ada pengaruh terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonommi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan di mana bedasarkan hasil yang diperoleh sebesar 0,726 > 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya faktor pelayanan tidak berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah di Bank Syari'ah dengan hasil uji t sebesar -0,352.

KATA PENGANTAR

بِسۡمِ ٱللَّهِ ٱلرَّحۡمَٰنِ ٱلرَّحِيمِ

Segala puji dan syukur, hanya ditujukan kehadirat Allah SWT, tempat dimana penulis mengabdi sebagai hamba serta menggantungkan segala doa dan harapan. Hanya karena rahmat, hidayah, dan keridhaan-Nyalah penulis memiliki kemauan, kemampuan dan kemudahan untuk menyelesaikan skripsi yang berjudul **"FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN PADANGSIDIMPUAN MENJADI NASABAH DI BANK SAYARI'AH".**

Sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam (SE.I) dalam bidang ilmu Perbankan Syariah di Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan. Serta shalawat dan salam penulis sampaikan kepada Rasulullah Muhammad SAW, teladan terbaik bagi manusia di sepanjang zaman.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya akan keterbatasan dan kekurangan yang ada. Serta penulis menyadari betul bahwa penulisan skripsi ini tidak akan berhasil tanpa adanya usaha, bantuan, dorongan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, sudah sepatutnya penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL, selaku Rektor IAIN Padangsidimpuan.
2. Bapak Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.
3. Bapak Abdul Nasser Hasibuan, M.Si, selaku Ketua jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.
4. Bapak Mudzakkir Khotib Siregar, M.A selaku pembimbing I.
5. Bapak Budi Gautama Siregar, S.Pd., MM selaku pembimbing skripsi II.

6. Bapak/Ibu Dosen beserta staf Sekretariat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.
7. Ayahanda Abdul Majid Siregar dan Ibunda Resmi Rangkuti untuk dukungan materi serta doa-doa mulia yang selalu dipanjatkan yang tiada hentinya diberikan kepada penulis. Tidak lupa pula petuah-petuah bijak disaat penulis lemah serta menjadi teladan bagi penulis untuk memahami arti kesabaran dan keikhlasan, semua demi keselamatan dan keberhasilan penulis.
8. Buat teman-teman PS-3 stambuk'10 dan rekan-rekan mahasiswa, terimakasih atas dukungan dan sarana kepada penulis, baik berupa masukan, kritik, waktu, dan buku-buku referensinya. Mudah-mudahan Allah mempermudah segala urusan kita.

Semoga segala amalan yang baik tersebut akan memperoleh balasan rahmat dan kurnia dari Allah SWT. Penulis menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada penulis sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan. Akhir kata, penulis berharap semoga penulisan skripsi ini bermanfaat bagi kita semua.

Padangsidimpuan, Mei 2015

Penulis,

AMIR HAMZAH
NIM. 10 220 0089

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL/ SAMPUL

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING

SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN KEASLIAN SKRIPSI

BERITA ACARA UJIAN MUNAQASAH

HALAMAN PENGESAHAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

ABSTRAK i

TRANSLITERASI.....

KATA PENGANTAR.....ii

DAFTAR ISI.....vii

DAFTAR TABEL x

DAFTAR GAMBAR.....xi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang..... 1
B. Identifikasi Masalah 6
C. Batasan Masalah..... 6
D. Defenisi Operasional Variabel 6
E. Rumusan Masalah 7
F. Tujuan Penelitian..... 7
G. Kegunaan Penelitian..... 8
H. Sistematika Pembahasan 8

BAB II LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori.....10
1. Pengertian Minat 10
2. Macam-Macam Minat 11

3. Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat 12
4. Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Konsumen 13

5. Bank.....17
a). Pengertian Bank.....17

b). Jenis Jenis Bank....17
(a). Bank Konvensional....17
(b). Bank Syari'ah....18
6. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa FEBI IAIN Padangsidimpuan Menjadi Nasabah di Bank Syari'ah....22
a). Pengertian Promosi....22
b). Macam-Macam Promosi....23
c). Tujuan Promosi....24
7. Bagi Hasil....24
a). Pengertian Bagi Hasil....24
b). Sistem Bagi Hasil....25
1). Pembiayaan Modal Kerja....25
2). Pembiayaan Investasi....25
3). Pembiayaan Aneka Barang, Perumahan, dan Property....25
8. Pelayanan....26
a). Pengertian Pelayanan....26
b). Macam-Macam Dasar Pelayanan....27
c). Tujuan Pelayanan dan Etika Bank....27
d). Jenis-Jenis Yang Khusus Memberikan Pelayanan....28
f). Sikap-Sikap Untuk Melayani Nasabah....28
g). Ciri-Ciri Pelayanan yang Baik....29
h). Etika Pelayanan....29
i). Larangan dalam Etika Pelayanan....30
9. Pengaruh Promosi Terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syari'ah....31
10. Pengaruh Bagi Hasil Terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syari'ah....32
11. Pengaruh Pelayanan Terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syari'ah....32

B. Penelitian Terdahulu....33
C. Kerangka Berfikir....37
D. Hipotesis Penelitian....38

BAB III Metodologi Penelitian

A. Lokasi dan waktu penelitian....39
B. Jenis Penelitian....39
C. Populasi dan Sampel....39
D. Instrument Pengumpulan Data....46
E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen....49
F. Analisis Data....52

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam....56
1. Sejarah Singkat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam....56
2. Organisasi Kelembagaan....57
3. Landasan Hukum....59

4. Sktruktur Isi Rencana Strategis....60
5. Visi dan Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam....61
6. Tujuan....62
7. Sasaran....62
8. Strategi....63
9. Kebijakan dan Program....64
B. Uji Validitas dan Reliabilitas....65
C. Hasil dan Analisis Data....69
1. Analisis Regresi Berganda....69
2. Koofisien Determinasi....71
3. Uji t (Parsial)....71
4. Uji F....72
5. Asumsi Klasik....73
a. Uji Normalitas Pada Model Regresi....73
b. Uji Multikolinearitas....75
c. Uji Heterokedastisitas....76
D. Pembahasan Hasil Penelitian....77
E.Keterbatasan Penelitian....80

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan....82
B. Saran-Saran....83
C. Daftar Pustaka
D. Daftar Riwayat Hidup
E. Lampiran

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Populasi.....40

Tabel 3.2 Sampel 44

Tabel 3.3 Kisi-Kisi Angket Tentang Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa Menjadi Nasabah di Bank Syari'ah 48

Tabel 3.4 kisi-Kisi Angket Tentang Minat Menjadi Nasabah di Bank Syari'ah 49

Tabel 4.1 Uji Validitas Faktor Promosi 66

Tabel 4.2 Uji Validitas Faktor Bagi Hasil 66

Tabel 4.3 Uji Validitas Faktor Pelayanan 67

Tabel 4.4 Uji Validitas Minat 67

Tabel 4.5 Uji Reliabilitas Faktor Promosi 68

Tabel 4.6 Uji Reliabilitas Faktor Bagi Hasil.....68

Tabel 4.7 Uji Reliabilitas Faktor Pelayanan 68

Tabel 4.8 Uji Reliabilitas Minat.....69

Tabel 4.9 Model Summary 69

Tabel 4.10 Coefficients Uji t.....70

Tabel 4.11 Uji F 72

Tabel 4.12 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Normal P-Plot Regression Standardized Residual Dependent 74

Gambar 4.2 Scatterplot Dependent Variabel 77

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Lembaga perbankan merupakan salah satu instrumen penting dalam sistem ekonomi modern. Tidak satu pun Negara modern yang menjalankan ekonominya tanpa melibatkan lembaga perbankan. Kemudian pengertian bank menurut Undang-Undang No 21 Tahun 2008 pasal 1 ayat 7 adalah : "Bank Syariah adalah Bank yang menjalankan kegiata usahanya berdasarkan Prinsip Syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah".[1]

Agar suatu badan usaha tidak menderita kerugian atau dengan kata lain harus memperoleh keuntungan seperti yang ditargetkan, maka badan usaha perusahaan tersebut perlu mengelolanya secara profesional. Tanpa pengelolaan yang profesional jangan diharapkan suatu perusahaan akan dapat memperoleh keuntungan seperti yang diharapkan. Kegiatan mengelola inilah yang kita kenal dengan istilah manajemen.

Salah satu perusahaan yang menjual jasa adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang perbankan atau dikenal dengan nama bank.[2] Kegiatan jasa bank ini secara profesional ada 3 masing-masing adalah kegiatan menghimpun dana (*funding*), menyalurkan dana (*lending*), dan jasa-jasa bank lainnya (*service*). Ketiga kelompok ini harus dikelola secara bersamaan, karena masing-masing kelompok satu sama lainnya saling berkaitan sehingga apabila salah satu kelompok tidak dikelola secara

---

[1] Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syari'ah, hlm. 3.

[2] Kasmir, *Manajemen Perbankan, (*Jakarta : PT Rajagrafindo Persada,2004), hlm. 2.

profesional maka mengakibatkan kerugian bagi bank itu sendiri, terutama kelompok *funding* dan *financing*.

Pengelolaan yang utama adalah bagaimana mengelola kegiatan funding atau kegiatan menghimpun dana. Menghimpun dana maksudnya bagaimana upaya bank menarik uang dari masyarakat agar mau disimpan kepada bank yang bersangkutan. Melalui menghimpun dana ini pihak bank harus selalu akan memperoleh uang yang siap dijual kembali kepada masyarakat yang membutuhkan dana. Upaya memperoleh dana ini harus dilakukan dengan cara menawarkan produk simpanan seperti tabungan, giro, dan deposito.

Pengelolaan yang kedua adalah pengelolaan *financing* atau menyalurkan dana melalui pemberian kredit atau pinjaman. Jika pihak bank sudah dapat menghimpun dana dari masyarakat maka sudah terhimpun dalam kegiatan funding. Namun apabila belum bisa menyalurkan dana kepada masyarakat maka pihak bank harus terus berusaha bisa menghimpun dana kembali kepada mahasiswa melalui berbagai penawaran agar tertarik untuk menyimpan uangnya di bank.

Pengelolaan yang ketiga adalah service atau memberikan jasa-jasa bank lainnya. Service merupakan jasa penunjang produk bank, yaitu antara kelompok funding dan lending. Tujuan kegiatan service ini adalah memperlancar jasa perbankan yang sudah ada. Keuntungan dari jasa bank ini adalah diperoleh dari biaya administrasi, komisi, sewa, dan biaya-biaya lainnya.

Agar mahasiswa tertarik untuk menyimpan uangnya di bank faktor penting yang perlu kita perhatikan adalah penentuan harga yaitu bunga (bagi bank yang

berdasarkan prinsip konvensional) dan bagi hasil bagi bank yang berdasarkan prinsip syari'ah. Besarnya bunga yang diterapkan untuk simpanan akan berpengaruh terhadap bunga pinjaman. Dan hal ini juga akan mempengaruhi keuntungan bank karena keuntungan bank yang utama diperoleh dari selisih bunga simpanan dan bunga pinjaman keuntungan dari selisih bunga simpanan dan pinjaman ini kita kenal dengan istilah *spread based.*

Enirohaeni menyatakan dalam penelitiannya bahwa ada pengaruh yang signifikan Pengaruh Promosi Terhadap Masyarakat Menjadi Nasabah Pada BMT Al Ishlah Bobos Dukupuntang.[3]

Istifakhiyah mengatakan"selain promosi kualitas pelayanan juga harus dipertahankan demi loyalitas nasabah yang sudah ada, dengan begitu masyarakat akan tetap berminat untuk menjadi nasabah di BMT Islamic Center Kabupaten Cirebon".[4]

Sedangkan menurut Ainurrahmah Efendi ada beberapa pengaruh yang mempengaruhi minat nasabah untuk menabung di Bank Syari'ah yaitu : "agama, pengetahuan tentang keberadaan Bank Syari'ah, pendapatan tentang bunga Bank, pendidikan, jenis pekerjaan, level pendapatan, referensi Bank Syari'ah dan pengetahuan tentang produk Bank Syari'ah".[5]

---

[3] Enirohaeni, "Pengaruh Promosi Terhadap Masyarakat Menjadi Nasabah Pada BMT Al-Ishlah Bobos Dukupuntang"(Skripsi, IAIN Syekh Nurjati Cirebon,2012), hlm. 7.

[4] Istifakhiyah, "Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Masyarkat Menjadi Nasabah Di BMT Islamic Center Kabupaten Cirebon"(Skripsi, IAIN Syekh Nurjati Cirebon, 2012), Hlm. 8.

[5] Ainurahmah Efendi,"Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bertransaksi di Bank Muamalat Cabang Surakarta"(Skripsi Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2010), hlm. 7.

Rifaatul Mahmudah mengatakan dalam penelitiannya bahwa "lokasi, pelayanan dan promosi berpengaruh positif terhadap Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah di Bank CIMB Niaga Cabang Semarang".[6]

Berdasarkan pendapat di atas bahwa promosi, bagi hasil dan pelayanan berpengaruh positif untuk menjadi nasabah di Bank Syari'ah berdasarkan faktor lokasi, pelayanan dan promosi terhadap minat menjadi nasabah di Bank CIMB Niaga Cabang Semarang.

Dari observasi atau pengamatan awal yang peneliti lakukan khususnya mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), salah satu faktor-faktor yang memengaruhi minat mahasiswa FEBI menjadi nasabah di Bank Syari'ah adalah antara lain :

1. Promosi

   Promosi merupakan salah satu kegiatan sebuah perusahaan guna untuk memperkenalkan sebuah produk agar produk mereka bisa terjual. Karena kurangnya sosialisasi Bank Syari'ah terhadap mahasiswa untuk memperomosikan produknya sehingga mahasiswa FEBI kurang berminat untuk menjadi nasabah di Bank Syari'ah.

2. Bagi Hasil

   Bagi hasil merupakan sebuah keuntungan yang didapatkan oleh pihak Bank atau nasabah dengan melakukan berbagai bentuk pembiayaan. Dengan sistem bagi hasil

[6] Rifaatul Mahmudah, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah di Bank Cimb Niaga Cabang Semarang" (Skripsi, IAIN Walisongo Semarang, 2009), hlm. 26.

atau keuntungan yang diterapkan Bank Syari'ah lebih kecil dibandingkan dengan keuntungan yang ada di Bank Konvensional sehingga mahasiswa FEBI kurang berminat untuk menjadi nasabah di Bank Syari'ah.

3. Pelayanan

Pelayanan merupakan suatu kegiatan yang diberikan oleh perusahaan untuk menarik simpati mereka. Dengan adanya pelayanan ini maka nasabahnya akan tetap lebih nyaman untuk menjadi nasabah mereka. Karena mahasiswa lebih nyaman dan merasa lebih akrab dan dekat dengan pelayanan yang dberikan oleh Bank Konvensional dari pada Bank Syari'ah sehingga mahasiswa FEBI kurang berminat menjadi nasabah di Bank Syari'ah.

Bank Syari'ah adalah salah satu lembaga keuangan yang menggunakan prinsip syari'ah atau berdasarkan alqur'an dan hadist. Dimana jasa Bank Syari'ah itu adalah sharf (jual beli valuta asing), ijarah (sewa), pengiriman uang (transfer dengan antar bank dan kliring), penggunaan ATM bersama dengan bank lain. Kehadiran Bank Syari'ah yang ada di Padangsidimpuan ini sudah berkembang bahkan di Kampus IAIN Padangsidimpuan pun sudah berdiri Bank Syari'ah sehingga mahasiswa lebih mudah untuk menggunakan jasa yang diberikan oleh Bank Syariah.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **" *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN PADANGSIDIMPUAN MENJADI NASABAH DI BANK SYARI'AH"*.**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat diidentifikasikan masalah-masalah pokok sebagai berikut :

1. Kurangnya pengetahuan mahasiswa terhadap sistem promosi di Bank Syari'ah
2. Kurangnya pemahaman mahasiswa terhadap sistem bagi hasil di Bank Syari'ah
3. Kurangnya pemahaman mahasiswa FEBI tentang sistem pelayanan di Bank Syari'ah terhadap nasabahnya

C. Batasan Masalah

Agar penulis lebih mampu memaparkan atau menjelaskan penelitian ini, ada beberapa batasan masalah yang perlu diketahui penulis yaitu :

1. Peneliti membatasi pada mahasiswa FEBI dan melihat bagaimana pandangan mereka terhadap sistem promosi yang ada di Bank Syari'ah.
2. Peneliti ingin mengetahui apakah mahasiswa FEBI berminat dengan sistem bagi hasil yang diterapkan oleh Bank Syari'ah.
3. Peneliti ingin mengetahui apakah mahasiswa FEBI memahami sistem pelayanan di Bank Syari'ah terhadap nasabahnya.

D. Defenisi Operasional Variabel

Pada bagian ini peneliti menjelaskan secara operasional tentang setiap variabel yang akan diteliti yaitu :

1. Variabel Independen (X) : faktor-faktor yang memengaruhi mahasiswa FEBI tentang Bank Syari'ah adalah :
   a. Promosi yang ada di Bank Syari'ah terhadap minat mahasiswa FEBI menjadi nasabah di Bank Syari'ah.
   b. Sistem bagi hasil yang ada di Bank Syari'ah terhadap minat mahasiswa FEBI menjadi nasabah di Bank Syari'ah.
   c. Sistem pelayanan yang ada di Bank Syaari'ah terhadap minat mahasiswa FEBI menjadi nasabah di Bank Syari'ah.
2. Variabel Dependen (Y) minat menjadi nasabah di Bank Syari'ah
   a. Minat adalah kesukaan atau kemauan hati untuk menjadi nasabah di Bank Syari'ah
   b. Nasabah adalah hubungan kita dengan suatu lembaga keuangan jika kita menjadi sebuah nasabah di sebuah Bank.

E. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang dapat dirumuskan berdasarkan identifikasi masalah yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh promosi yang dilakukan Bank Syari'ah terhadap minat mahasiwa FEBI menjadi nasabah di Bank Syari'ah?
2. Apakah ada pengaruh sistem bagi hasil yang diterapkan oleh Bank Syari'ah terhadap minat mahasiswa FEBI menjadi nasabah di Bank Syari'ah?
3. Apakah ada pengaruh sistem pelayanan yang ada di Bank Syari'ah terhadap minat mahasiswa FEBI menjadi nasabah di Bank Syari'ah?

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang dilakukan penelitian ini bertujuan:

1. Untuk mengetahui pengaruh promosi yang dilakukan Bank Syari'ah terhadap minat mahasiwa FEBI menjadi nasabah di Bank Syari'ah.
2. Untuk mengetahui pengaruh bagi hasil yang dilakukan Bank Syari'ah terhadap minat mahasiwa FEBI menjadi nasabah di Bank Syari'ah.
3. Untuk mengetahui pengaruh pelayana yang dilakukan Bank Syari'ah terhadap minat mahasiswa FEBI menjadi nasabah di Bank Syari'ah.

G. Kegunaan Penelitian

Penelitian dilakukan untuk memperoleh fungsi atau manfaat khususnya bagi peneliti. Adapun kegunaan penelitian ini dilakukan yaitu:

1. Secara teoritis, dijadikan sebagai pengembangan ilmu.
2. Secara praktis, untuk menjadi suatu masukan dalam pengambilan dan pemecahan masalah praktis.
3. Penelitian ini diharapkan berguna bagi peneliti untuk menambah pengetahuan sekaligus pembuat jurnal proposal selanjutnya dijadikan skripsi oleh peneliti. Dan bagi peneliti yang lain dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan atau sebagai bahan masukan untuk penelitian selanjutnya.

H. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah dalam pembahasan ini, dilakukan uraian secara sistematis sebagai berikut :

1. Bab pertama berisi tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, defenisi operasional variabel rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika pembahasan.
2. Bab kedua berisi tentang mengenai penjelasan judul yang diteliti mengenai teori-teori yang menjelaskan tentang persoalanyang akan diteliti.
3. Bab ketiga berisi tentang mengenai lokasi dan waktu penelitian, metode penelitian, populasi dan sampel, dan instrument pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, dan tekhnik analiisis data.
4. Bab keempat yaitu berisikan tentang hasil penelitian yaitu tentang faktor-faktor yang memengaruhi minat mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam IAIN padangsidimpuan menjadi nasabah di Bank Syari'ah padangsidimpuan.
5. Bab kelima berisikan tentang penutup yang memuat tentang kesimpulan dan saran-saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Pengertian Minat

Menurut Zakiah Daratjat "minat adalah kecenderungan jiwa yang tetap ke jurusan sesuatu hal yang berharga bagi orang lain".[1] Sedangkan menurut Decroly "minat ialah pernyataan suatu kebutuhan yang tidak terpenuhi".[2] Sedangkan menurut Abdul Rahman Saleh "berpendapat bahwa minat merupakan suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang".[3]

Menurut H.C.Witherington "mengemukakan bahwa arti minat adalah kesadaran seseorang, bahwa suatu obyek, seseorang, suatu soal atau situasi mengandung sangkut dengan dirinya".[4]

Menurut Hasan Alwi "minat adalah suatu kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu untuk belajar".[5] Namun terlepas dari masalah populer atau tidak, minat seperti yang dipahami dan dipakai oleh orang selama ini dapat

---

[1] Zakiah Daradjat, *Metodik Khusus Pengajaran Agama Islam,* (Jakarta : Bumi Aksara, 1995), hlm. 133.

[2] Ibid, hlm. 133

[3] Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab,*Psikologi Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam,* (Jakarta : Kencana, 2004), hlm. 263.

[4] H.C. Witherington, *Psikologi Pendidikan,* (Jakarta : PT Rineka Cipta, 1999), hlm. 135.

[5] Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia,* (Jakarta : Balai Pustaka, 2001), hlm.744.

mempengaruhi kualitas pencapaian hasil belajar mahasiswa dalam bidang-bidang tertentu. Umpamanya seorang mahasiswa menjadi nasabah di bank syari'ah.

Kemudian, karena pemusatan yang intensif terhadap materi itulah yang memungkinkan mahasiswa tadi untuk belajar lebih giat, dan akhirnya mencapai apa yang diinginkan.

2. Macam-macam Minat

Menurut Elizabeth B. Hurlock minat dapat digolongkan menjadi beberapa macam yaitu :

a. Minat terhadap tubuh manusia
b. Minat terhadap penampilan
c. Minat pada pakaian
d. Minat terhadap nama
e. Minat terhadap lambang status
f. Minat pada agama
g. Minat pada seks
h. Minat pada sekolah
i. Minat pada pekerjaan di masa mendatang.[6]

Sedangkan menurut Abdul Rahman Shaleh mengemukakan bahwa minat dapat digolongkan kepada 3 bagian yaitu :

a. Berdasarkan timbulnya minat dapat dibedakan menjadi dua yaitu minat *primitif* dan *kilturil*
b. Berdasarkan arahnya minat dapat dibedakan menjadi dua yaitu *intrinsik* dan *ekstrinsik*
c. Berdasarkan cara mengungkapkannya minat dapat dibedakan menjadi empat yaitu *expressed interest*, *manifest interest*, *tested interest*, *inventoried interest*.[7]

[6] Elizabeth B. Hurlock, *Perkembangan Anak*, (Jakarta : PT Gelora Aksara Pratama, 1978), hlm. 119-143

[7] Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab *Op Cit* hlm. 267

Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa disimpulkan bahwa macam-macam minat itu secara sederhana tergantung pada diri kita sendiri atau tergantung pada suatu kondisi yang kita lihat.

3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat

Menurut Crow and Crow dalam buku Abdul Rahman Shaleh dan Muib Abdul Wahab berpendapat bahwa faktor yang mempengaruhi minat terdapat 3 macam yaitu :

a. Dorongan dari dalam individu, misal dorongan untuk makan
b. Motif sosial, dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu
c. Faktor emosional, minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi.[8]

Menurut Kasmir ada terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi minat nasabah untuk menjadi nasabah di Bank Syari'ah adalah yaitu :

a. Pelayanan yang prima, artinya pelayanan terhadap produk yang dijual harus dilakukan secara baik, sehingga nasabah cepat mengerti dan dan memahami produk tersebut dibandingkan dengan produk lainnya
b. Sarana dan pra sarana yang dimiliki harus dapat menunjang kelebihan dari produk yang dimiliki, seperti kecanggihan dan kelengkapan tekhnologi yang dimilikinya, sehingga mampu melayani nasabah secara cepat dan tepat
c. Lokasi dan lay out gedung dan ruangan, hal ini sangat berpengaruh terhadap kenyamanan dan keamanan nasabah selama berhubungan dengan bank
d. Nama baik bank, yaitu menjadi jaminan bagi nasabah untuk membeli produk bank, oleh karena itu bank harus pandai menjaga nama baik, mengingat jasa bank yang ditawarkan merupakan bisnis kepercayaan.[9]

[8] Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab *Op-Cit* hlm. 264.
[9] Kasmir, *Op-Cit* hlm. 188.

Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat seseorang itu untuk menjadi nasabah di Bank Syari'ah adalah harus dari dorongan hati kita sendiri dan nama baik Bank tersebut serta pelayanan yang diberikan oleh mereka.

4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Menurut Nugroho J. Setiadi ada beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu :

a. Faktor-Faktor Kebudayaan

1).Kebudayaan

Kebudayaan merupakan faktor penentu yang paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Bila makhluk-makhluk lainnya bertindak berdasarkan naluri, maka perilaku manusia pada umumnya dipelajari. Seorang anak yang sedang tumbuh mendapatkan seperangkat nilai, persepsi, preferensi, dan perilaku melalui suatu proses sosialisasi yang melibatkan keluarga dan lembaga-lembaga sosial penting lainnya.

2).Subbudaya

Setiap kebudayaan terdiri dari beberapa subbudaya yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk para anggotanya. Subbudaya dapat dibedakan menjadi empat jenis : kelompok nasionalisme, kelompok keagamaan, kelompok ras, dan area geograafis.

3).Kelas Sosial

Kelas sosial adalah kelompok yang relatif *homogeny* dan bertahan lama dalam suatu masyarakat, yang tersusun secara hierarki dan yang keanggotaannya mempunyai nilai, minat, dan perilaku yang serupa.

b. Faktor-Faktor Sosial

1).Kelompok Sosial

Kelompok referensi seseorang terdiri dari seluruh kelompok yang mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Beberapa diantaranya *kelompok primer*, yang adanya interaksi yang cukup berkesinambungan, seperti keluarga, teman, tetangga, dan teman sejawat. *Kelompok sekunder*, yang cenderung lebih resmi dan yang mana interaksi yang terjadi kurang berkesinambungan. Kelompok yang seseorang ingin menjadi anggotanya disebut *kelompok aspirasi*. Sebuah *kelompok diasosiatif* (memisahkan diri) adalah sebuah kelompok yang nilai atau perilakunya tidak disukai oleh individu.

2).Keluarga

Kita dapat membedakan dua keluarga dalam kehidupan pembeli, yang pertama ialah : *keluarga orientasi*, yang merupakan orang tua seseorang. Dari orang tualah seseorang mendapatkan pandangan tentang agama, politik, ekonomi, dan merasakan ambisi pribadi nilai atau harga diri dan cinta.

Keluarga prokreasi, yaitu pasangan hidup anak-anak seseorang keluarga merupakan organisasi pembeli yang konsumen yang paling penting dalam suatu masyarakat dan telah diteliti secara insentif.

3).Peran dan Status

Sesorang umumnya berpartisipasi dalam kelompok selama hidupnya-keluarga, klub, organisasi. Posisi seseorang dalam setiap kelompok dapat diidentifikasikan dalam peran dan status.

c. Faktor Pribadi

1).Umur dan Tahapan dalam Siklus Hidup

Konsumsi seseorang juga dibentuk oleh tahapan *siklus hidup keluarga*. Beberapa penelitian terakhir telah mengidentifikasikan *tahapan-tahapan dalam siklus hidup psikkologis*. Orang-orang dewasa biasanya mengalami *perubahan atau transformasi tertentu* pada saat mereka menjalani hidupnya.

2).Pekerjaan

Para pemasar berusaha mengidentifikasikan kelompok-kelompok pekerja yang memiliki minat di atas rata-rata terhadap produk dan jasa tertentu.

3). Keadaan Ekonomi

Yang dimaksud dengan keadaaan ekonomi seseorang adalah terdiri dari pendapatan yang dapat dibelanjakan (tingkatnya, stabilitasnya, dan polanya), tabungan dan hartanya (termasuk persentase yang mudah dijadikan uang), kemampuan untuk meminjam dan sikap terhadap mengeluarkan lawan menabung.

4).Gaya Hidup

Gaya hidup seseorang adalah pola hidup didunia yang diekspresikan oleh kegiatan, minat, dan pendapat seseorang. Gaya hidup menggambarkan "seseoranag secara keseluruhan" yang berinteraksi dengan lingkungan. Gaya hidup juga mencerminkan sesuatu dibalik kelas sosial seseorang.

5).Kepribadian dan Konsep Diri

Yang dimaksud dengan kepribadian adalah karakteristik psikologis yang berbeda dari setiap orang yang memandang responnya terhadap lingkungan yang relatif konsisten. Kepribadian merupakan suatu variabel yang sangat berguna dalam menganalisis perilaku konsumen. Bila jenis-jenis kepribadian dapat diklasifikasikan dan memiliki korelasi yang kuat antara jenis-jenis kepribadian tersebut dan berbagai pilihan produk atau merek.[10]

d. Faktor-Faktor Psikologis

1).Motivasi

Beberapa kebutuhan bersifat biogenik, kebutuhan ini timbul dari suatu keadaan psikologis tertentu, seperti rasa lapar, haus, resah tidak nyaman. Adapun kebutuhan lain bersifat psikogenik, yaitu kebutuhan yang timbul

[10] Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen,* (Jakarta :Kencana Pranada Media Group, 2010), hlm. 12.

dari keadaan fsikologis tertentu, seperti kebutuhan untuk diakui, kebutuhan harga diri atau kebutuhan diterima.

2).Persepsi

Persepsi didiefinisikan sebagai proses dimana seseorang memilih, mengorganisasikan, mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti dari dunia ini.

3).Proses Belajar

Proses belajar menjelaskan perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman.

4).Kepercayaan dan Sikap

Kepercayaan adalah suatu gagasan deskriptif yang memiliki seseorang terhadap sesuatu.[11]

5. Bank

1. Pengertian Bank

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No.21 Tahun 2008 tentang perbankan pasal 1 ayat 2 adalah "badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada msyarakat dalam bentuk kredit/ atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat".[12]

2. Jenis-jenis Bank

[11] Ibid, hlm. 14.

[12] Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syari'ah,, hlm. 2.

a. Bank Konvensional

Bank konvensional adalah bank yang beroperasi dengan prinsip konvensional, dimana bank konvensional menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya dalam bentuk pinjaman.

1) Bank Umum

Bank umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usahanya secara konvensional atau berdasarkan prinsip syari'ah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

2) Bank Perkreditan Rakyat (BPR)

Bank perkreditan rakyat adalah bank yang melaksanakan kegiatan usahanya berdasarkan secara konvensional dan prinsip syari'ah. Dalam kegiatan BPR tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Artinya, jasa-jasa perbankan yang ditawarkan BPR lebih sempit dibanding dengan jasa Bank Umum.

b. Bank Syari'ah

Bank syari'ah adalah bank yang beroperasi dengan prinsip syari'ah, dimana Bank Syari'ah menghimpun dana dari masyarkat dan menyalurkannya dalam bentuk pembiayaan sesuai dengan alqur'an dan hadist.

Produk-produk yang ditawarkan dalam oleh Bank Syari'ah dapat dibagi menjadi 3 yaitu :

a. Produk penyaluran dana (*financing*)
b. Produk penghimpunan dana (*funding*) dan
c. Produk jasa (*service*)

Produk-produk Bank Syari'ah dalam penyaluran dana adalah sebagai berikut:

a. Prinsip Jual Beli (*Ba'i*)

   Prinsip jual beli dilaksanakan sehubungan dengan adanya perpindahan kepemilikan barang atau benda (*transfer of property*). Tingkat keuntungan bank ditentukan didepan dan menjadi bagian harga atas barang yang dijual.[13] Transaksi jual beli ini dapat dibedakan berdasarkan dengan bentuk pembayarannya dan waktu penyerahannya yaitu sebagai berikut :

   1) Pembiayaan *Murabahah*

      Pembiayaan murabahah ini adalah dimana bank menyebut jumlah keuntungannya. Bank bertindak sebagai penjual, sementara nasabah sebagai pembeli. Jadi kedua belah pihak harus ada kesepakatan sesuai

[13] Adi Warman A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih Dan Keuangan*, (Jakarta : PT Rajagrafindo Persada, 2004), hlm. 98.

dengan ketentuan yang telah ditetapkan bersama. Sebagaimana yang ditetapkan dalam alqur'an surah albaqarah ayat 275 yaitu[14] :

ٱلَّذِينَ يَأۡكُلُونَ ٱلرِّبَوٰاْ لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ ٱلَّذِي يَتَخَبَّطُهُ ٱلشَّيۡطَٰنُ مِنَ ٱلۡمَسِّۚ ذَٰلِكَ
بِأَنَّهُمۡ قَالُوٓاْ إِنَّمَا ٱلۡبَيۡعُ مِثۡلُ ٱلرِّبَوٰاْۗ وَأَحَلَّ ٱللَّهُ ٱلۡبَيۡعَ وَحَرَّمَ ٱلرِّبَوٰاْۚ فَمَن جَآءَهُۥ مَوۡعِظَةٞ مِّن رَّبِّهِۦ
فَٱنتَهَىٰ فَلَهُۥ مَا سَلَفَ وَأَمۡرُهُۥٓ إِلَى ٱللَّهِۖ وَمَنۡ عَادَ فَأُوْلَٰٓئِكَ أَصۡحَٰبُ ٱلنَّارِۖ هُمۡ فِيهَا خَٰلِدُونَ

٢٧٥

Artinya: "*Orang-orang yang Makan (mengambil) riba[174] tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila[175]. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu[176] (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya".(QS.Al-Baqarah 275).*

2) Pembiayaan *Salam*

Pembiayaaan salam ini adalah transaksi jual beli dimana barang yang diperjual belikan belum ada sementara pembayarannya dilakukan dengan tunai. Sebagaimana yang ditetapkan dalam surah al-baqarah ayat 282 yaitu[15] :

[14] Departemen Agama, Al-Qur'an dan Terjemahnya (Jakarta :CV. Aneka Ilmu, 2013), hlm. 43.

[15] Ibid, hlm. 44

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوٓاْ إِذَا تَدَايَنتُم بِدَيۡنٍ إِلَىٰٓ أَجَلٖ مُّسَمّٗى فَٱكۡتُبُوهُۚ وَلۡيَكۡتُب بَّيۡنَكُمۡ كَاتِبُۢ بِٱلۡعَدۡلِ .....

Artinya: "*Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah[179] tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar.".(QS-Al-Baqarah : 282).*

3) Pembiayaan *Istishna'*

Pembiayaan yang dilakukan bank nasabah ini adalah dimana barang pesanan nasabah harus jelas seperti jenis, macam ukuran, mutu dan jumlahnya.

b. Prinsip Sewa (*Ijarah*)

Transaksi ijarah ini adalah adanya perpindahan manfaat. Ijarah ini sama dengan prinsip jual beli, dimana letak perbedaannya kalau ijarah objek transaksinya adalah jasa.[16]

c. Prinsip Bagi Hasil (*Syirkah*)

Dimana prinsip bagi hasil ini didasarkan pada dua pembiayaan:

1) Pembiayaan *Mudharabah*

Kerja sama antara dua pihak dimana pihak pertama sebagai penyedia modal dan pihak yang kedua hanya menyediakan jasa saja, dan keuntungan dan kerugian disepakati bersama.

[16] Ibid, hlm. 101

2) Pembiayaan *Musyarakah*

Kerjasama antara dua pihak dimana kedua belah pihak sama-sama memberikan modal dan keuntungan dan kerugian dibagi sesuai dengan kesepakatan diawal.

Produk-produk Bank Syari'ah dalam penghimpunan dana adalah sebagai berikut :

a. Prinsip *wadi'ah*

Prinsip wadi'ah ini adalah dimana nasabah menyimpan uangnya di bank, bank harus menjaga barang yang telah dititipkan dan mengembalikannya kapan pun si nasabah menghendakinya.

b. Prinsip *Mudharabah*

Prinsip ini adalah penyimpanan suatu uang kepada pihak bank dimana pihak bank boleh menggunakan uang tersebut atas kesepakatan nasabah, dan pihak bank bertanggung jawab penuh atas kerugian yang terjadi.

Produk-produk Bank Syari'ah dalam jasa perbankan adalah sebagai berikut :

a. *Sharf* (Jual Beli dalam Valuta Asing)

Prinsip jual beli sharf ini adalah dimana pertukaran uang yang tidak sejenis, dimana penyerahannya harus tepat waktu.

b. *Ijarah* (Sewa)

Prinsip ijarah adalah dimana penyewaan terhadap suatu barang. Dimana dari sewa ini adalah bank mendapat imbalan dari jasa tersebut.

6. Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa FEBI IAIN Padangsidimpuan Menjadi Nasabah di Bank Syari'ah

A. Pengertian Promosi

Menurut M. Murshid "Promosi adalah komunikasi yang persuasif, mengajak, mendesak, membujuk, meyakinkan.[17] Sedangkan menurut Kasmir "Promosi merupakan kegiatan marketing mix yang terakhir dan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya".[18]

Menurut Morissan Promosi adalah :

> *The coordination of all seller-iniated efforts to setup channels of information and persuasion to sell goods and services or promotean idea* (koordinasi dari seluruh upaya yang dimulai pihak penjual untuk membangun berbagai saluran informasi dan persuasi untuk menjual barang dan jasa atau memperkenalkan suatu gagasan).[19]

Menurut Muhammad Fuad "Promosi adalah bagian dari bauran pemasaran yang besar peranannya"[20]. Promosi merupakan kegiatan-kegiatan yang secara aktif dilakukan perusahaan untuk mendorong konsumen membeli prosuk yang ditawarkan. Promosi juga di katakan sebagai proses berlanjut karena dapat menimbulkan rangkaian kegiatan perusahaan yang selanjutnya.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan secara sederhana bahwa promosi merupakan kegiatan yang dilakukan agar produk atau jasa yang

---

[17] M. Murshid, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : PT Bumi Aksara, 2008), hlm. 95.
[18] Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2010), hlm.155.
[19] Morissan, *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu,* (Jakarta : Kencana, 2010), hlm. 16.
[20] M. Fuad, *Pengantar Bisnis*,(Jakarta : Gra Media Pustaka, 2000), hlm. 130.

dihasilkan suatu perusahaan laku dijual kepada masyarakat atau kepada nasabahnya guna untuk mempertahankan nasabahnya.

B. Macam-Macam Promosi

Menurut Kasmir ada terdapat macam-macam Promosi yaitu :

a. Periklanan (*advertising*)
b. Promosi penjualan(*sales promotion*)
c. Publisitas (*publicity*)
d. Penjualan pribadi (*personal selling*).[21]

Menurut Morissan secara tradisional bauran-bauran promosi itu terdapat 6 macam yaitu :

a. Iklan (*advertising*)
b. Promosi penjualan (*sales promotion*)
c. Publikasi/ humas (*publicity*)
d. Pebjualan pribadi (*personal selling*
e. *Direct marketing*
f. *Interactive media*.[22]

Dari pendapat diatas tentang macam-macam promosi dapat disimpulkan bahwa tidak lepas dari periklanan, promosi penjualan, publikasi dan *personal selling* dan *direct marketing* serta *interactive media* karna setiap melakukan promosi itu ada kekurangan dan kelebihannya.

C. Tujuan Promosi

Menurut M. Murshid ada terdapat beberapa tujuan promosi yang harus dilakukan setiap perusahaan yaitu :

a. Karena ada banyak hal mengenai perusahaan kita yang sebaiknya diketahui oleh pihak luar

[21] Kasmir, *Op-Cit*, hlm. 213.
[22] Morissan, *op-cit*, hlm. 17.

b. Karena kita ingin meningkatkan penjualan
c. Karena kita ingin agar perusahaan dikenal sebagai perusahaan yang baik/*bonafide*
d. Karena kita ingin mengetengahkan segi kelebihan perusahaan/ produk jasa kita terhadap saingan.[23]

Menurut Nugroho J. Setiadi ada tiga terdapat tujuan promosi yaitu:

a. Merangsang permintaan oleh pengguna industri atau konsumen rumah tangga
b. Memperbaiki kinerja pemasaran dari penjual kembali
c. Sebagai suplemen periklanan, penjualan tatap muka, hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung.[24]

Berdasarkan pendapat diatas tentang tujuan promosi dapat disimpulkan bahwa setiap tujuan promosi itu harus selalu meningkatkan setiap penjualan dan memperbaiki setiap kinerjanya agar sebuah perusahaan itu sempurna.

B. Bagi Hasil

1. Pengertian Bagi Hasil

Bagi hasil adalah suatu keuntungan yang dicapai oleh perusahaan atau lembaga keuangan dengan cara mendapatkan keuntungannya melalui dengan mengadakan berbagai bentuk pembiayaan.

2. Dalam Sistem Bagi Hasil Ada Terdapat 3 Pembiayaan Yaitu :

a. Pembiayaan Modal Kerja

Kebutuhan pembiayaan modal kerja ini dapat dipenuhi dengan berbagai cara, antara lain :

1) *Mudharabah, Musyarakah*

[23] Kasmir, *Op-Cit*, hlm. 95.
[24] Nugroho J Setiadi, *Perilaku Konsumen, Op-Cit*, hlm. 180.

2) *Murabahah, Salam.*[25]

b. Pembiayaan Investasi

Pembiayaan investasi ini dapat dipenuhi dengan berbagai cara yaitu :

1) *Mudharabah, Musyarakah*

2) *Murabaha, Istishna*

3) *Ijarah muntahiya bittamlik.*[26]

c. Pembiayaan Aneka Barang, Perumahan, Dan Property

Kebutuhan pembiayaan aneka barang ini dapat dipenuhi dengan berbagai cara yaitu :

1) *Musyarakah mutanaqisah*

2) *Murabahah*

3) *Ijarah muntahiya bittamlik.*[27]

C. Pelayanan

1. Pengertian Pelayanan

[25] Ascarya, *Akad Dan Produk Bank Syari'ah*, (Jakarta :PT Rajagrafindo Persada, 2011), hlm. 124.

[26] Ibid, hlm. 125.

[27] Ibid, hlm. 127.

Menurut Phillip Kotler dalam buku H. Malayu "Pelayanan merupakan setiap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik".[28]

Sedangkan menurut H. Malayu "Pelayanan adalah kegiatan pemberi jasa dari satu pihak kepada pihak lainnya".[29] Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah, adil, cepat, tepat, dan dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya.

Menurut Kasmir "Pelayanan merupakan tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah".[30] Pelayanan merupakan suatu kegiatan di setiap perusahaan atau di lembaga keuangan untuk menarik simpati dan minat mereka agar mereka tidak bosan dengan layanan yang kita berikan.

Berdasarkan pendapaat diatas tentang pengertian pelayanan adalah harus selalu bersifat adil dan ramah tidak membeda-bedakan status dan harus selalu memberikan kepuasan terhadap nasabahnya.

---

[28] H. Malayu, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta : PT Bumi Aksara, 2009), hlm. 152.
[29] Ibid, hlm. 152
[30] Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 15.

2. Macam-Macam Dasar Pelayanan Yaitu :

Menurut Kasmir ada beberapa macam-macam dasar pelayanan yang dilakukan oleh setiap perusahaan yaitu ;

a. Berpakaian dan berpenampilan rapi
b. Percaya diri, bersikap akrab dan penuh dengan senyum
c. Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika kenal
d. Tenang, sopan, hormat serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan
e. Berbicara dengan bahasa yang baik dan lancar
f. Bergairah dalam melayani nasabah dan tunjukkan kemampuannya
g. Jangan menyela atau memotong pembicaraan
h. Mampu meyakini nasabah serta memberikan kepuasan
i. Jika tidak sanggup menangani permasalahan yang ada, minta bantuan
j. Bila belum dapat melayani, beritahukan kapan akan dilayani.[31]

Berdasarkan pendapat Kasmir diatas tentang dasar-dasar pelayanan dapat disimpulkan bahwa pelayanan itu harus selalu sopan dalam setiap melayani nasabahnya agar nasabanya nyaman dengan pelayanan yang kita berikan.

3. Tujuan Pelayanan dan Etika Bank

Menurut H. Malayu pelayanan dan etika bank mengharuskan manajer bank berkewajiban dan bertanggung jawab untuk :

a. Mengembalikan dana pihak ketiga (DPK) beserta bunganya tepat waktu sesuai dengan perjanjian yang disepakati
b. Menjaga kerahasiaan keuangan nasabah bank menurut undang-undang perbankan yang berlaku
c. Memberikan informasi yang akurat dan objektif apabila diminta oleh nasabah yang bersangkutan

[31] Kasmir, *Op-Cit*, hlm.219-220

d. Ikut memperlancar LLP modern dari transaksi komersial dan financial
e. Turut menjaga dan memelihara kestabilan nilai rupiah
f. Menjaga dan memelihara koresponden bank diantara sesama bank
g. Menyalurkan kredit secara lebih efektif kepada calon debitor
h. Menyalurkan kredit sesuai dengan undang-undang perbankan.[32]

Berdasarkan tujuan pelayanan diatas dapat disimpulkan bahwa setiap pelayanan itu harus kita layani apa yang diminta oleh nasabahnya tentang informasi apa yang diinginkan oleh nasabahnya.

4. Jenis-Jenis yang Khusus Memberikan Pelayanan

Menurut Kasmir dalam buku etika *customer service* jenis-jenis karyawan yang khusus memberikan pelayanan pada masing-masing perusahaan adalah antara lain :

a. *Customer service*
b. Public relation(humas)
c. Pramuniaga
d. Teller atau kasir
e. Satuan pengamanan (satpam)
f. Operator telepon.[33]

5. Sikap-Sikap Untuk Melayani Nasabah Yaitu :

Menurut Kasmir sikap-sikap yang terdapat untuk melayani nasabah ada beberapa macam yaitu :

a. Beri kesempatan nasabah berbicara untuk mengemukakan keinginannya
b. Dengarkan baik-baik
c. Jangan menyela pembicaraan sebelum nasabah selesai bicara
d. Ajukan pertanyaan setelah nasabah selesai berbicara

[32] H. Malayu *Op-Cit*, hlm. 153-154
[33] Kasmir, *Op-Cit*, hlm. 27.

e. Jangan marah dan mudah tersinggung
f. Jangan mendebat nasabah
g. Jaga sikap sopan, ramah dan selalu berlaku tenang
h. Jangan menangani hal-hal yang bukan merupakan pekerjaannya
i. Tunjukkan sikap perhatian dan sikap ingin membantu.[34]

Berdasarkan pendapat diatas tentang sikap untuk melayani nasabahnya dapat disimpulkan bahwa dalam melayani nasabahnya harus selalu mendengarkan apa yang dibilang nasabahnya dan harus selalu bisa menahan amarah kita dan selalu menjaga sikap kita terhadap nasabahnya.

6. Ciri-Ciri Pelayanan Yang Baik Yaitu :

Menurut Kasmir ada terdapat beberapa cirri-ciri pelayanan yang baik di sebuah perusahaan yaitu :

a. Tersedia sarana dan prasarana yang baik
b. Tersedia personil yang baik
c. Bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga selesai
d. Mampu melayani secara cepat dan tepat
e. Mampu berkomunikasi
f. Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi
g. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik
h. Berusaha memahami kebutuhan nasabah
i. Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah.[35]

Berdasarkan ciri-ciri pelayanan yang baik dapat disimpulkan bahwa setiap pelayanan itu harus selalu tersedia sarana dan prasarana yang bagus dan baik agar nasabahnya nyman dengan fasilitas perusahaan tersebut.

7. Etika Pelayanan

[34] Kasmir, *Op-Cit*, hlm. 222-223
[35] Ibid, hlm. 223-225

Menurut Kasmir Etika pelayanan yang patut kita berikan kepada nasabah kita adalah sebagai berikut :

a. Mengucapkan salam pada saat bertemu dengan nasabah, seperti selamat pagi, selamat siang, atau selamat sore
b. Setelah mengucapkan salam, segera mempersilahkan tamu untuk masuk untuk duduk dengan sopan atau suruh menunggu sebentar
c. Baik dalam mengucapkan salam maupun mempersilahkan tamu masuk atau duduk selalu dengan ramah dan murah senyum
d. Bertanya tentang keperluan nasabah secara ramah, sopan, dan lemah lembut
e. Biasakan mengucapkan tolong atau maaf saat meminta nasabah mengisi formulir atau menunggu sesaat
f. Ucapkan kata terima kasih apabila nasabah memberikan saran atau hendak pamit setelah menyelesaikan masalahnya.[36]

Berdasarkan pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa etika pelayanan itu harus mengucapakan salam jika kita beragama islam dan mengucapkan selamat pagi jika tidak satu agama dan harus berkata dengan lemah lembut.

8. Larangan Dalam Etika Pelayanan

Menurut Kasmir secara umum ada beberapa larangan dalam etika pelayanan adalah sebagai berikut :

a. Dilarang dalam berpakaian sembarangan, terutama pada saat jam kerja dan pada saat melayani nasabah
b. Dilarang melayani nasabah atau tamu sambil makan, minum, atau merokok, atau mengunyah sesutau seperti permen karet
c. Dilarang melayani nasabah atau tamu sambil ngobrol atau bercanda dengan karyawan yang lain dalam kondisi apapun
d. Dilarang menampakkan wajah cemberut, memelas, atau sedih di depan nasabah atau tamu
e. Dilarang untuk berdebat atau berusaha menyanggah nasabah secara kasar atau tidak sopan

[36] Kasmir, *Pemasaran Bank Op Cit,* hlm. 177

f. Dilarang meninggalkan nasabah pada saat banyak nasabah yang harus dilayani
g. Dilarang berbicara terlalu keras baik volume suara atau kata-kata
h. Juga dilarang berbicara terlalu pelan dan tidak jelas pada saat layani nasabah
i. Dilarang keras meminta imbalan atau janji-janji tertentu kepada nasabah.[37]

Berdasarkan pendapat diatas tentang larangan dalam melayani nasabahnya dapat disimpulkan bahwa dalam melayani nasabahnya tidak boleh berbicara terlalu keras dan berbicara dengan orang lain kecuali dengan nasabah kita dan tidak boleh makan disaat dalam melayani nasabahnya.

9. Pengaruh Promosi Terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syari'ah

Istifakhiyah mengatakan dalam penelitiannya bahwa"terdapat pengaruh positif dan signifikan antara promosi terhadap minat masyarakat untuk menjadi nasabah di BMT Islamic Center Kabupaten Cirebon.[38]

Yayan Fauzi mengatakan bahwa "variabel kualitas promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap nasabah menabung di Bank BNI Syari'ah kantor cabang Yogyakarta".[39]

Dari uraian di atas menunjukkan bahwa promosi yang telah diberikan oleh bank semakin membaik, sehingga nasabah yang menggunakan produk Bank Syari'ah akan semakin puas dengan menggunakan produk yang ditawarkan oleh Bank Syari'ah.

---

[37] Ibid, hlm. 177

[38] Istifakhiyah, *Op-Cit*, hlm. 2.

[39] Yayan Fauzi, "Fakator-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Menabung Di Perbankan Syaari'ah (Studi Kasus Pada Bannk BNI Kantor Cabang Yogyakarta)", Dalam Jurnal Manajemen, Volume 6, No. 1, Juli 2011

10. Pengaruh Bagi Hasil Terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syari'ah

Raihanah Daulay mengatakan bahwa "variabel bagi hasil terdapat pengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menabung di Bank Mandiri Syari'ah di kota Medan".[40]

Normalita Sari mengatakan dalam penelitiannya bahwa "ada pengaruh bagi hasil terhadap minat masyarakat untuk mengajukan pembiayaan mudharabah di BMT Walisongo Papandayan Semarang".[41]

Menurut Yoana Valais Febiani mengatakan dalam penelitiannya bahwa "ada terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bagi hasil terhadap minat menjadi nasabah di BMT Al-Fath".[42]

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa bagi hasil yang diterapkan oleh Bank Syari'ah terhadap nasabahnya adil dan terbuka sehingga nasabah yang ada di Bank Syari'ah akan tertarik untuk menabung di Bank Syari'ah.

11. Pengaruh Pelayanan Terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syari'ah

---

[40] Raihanah Daulay, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil Terhadapa Keputusan Nasabah Pada Bank Mandiri Syari'ah di Kota Medan" (Skripsi Iain Medan, 2010), hlm. 13.

[41] Normalita Sari, "Pengaruh Bagi Hasil Terhadap Minat Pengajuan Pembiayaan Mudharabah Di BMT Walisongo Papandayan Semarang" (Skripsi Iain Walisongo Semarang, 2012), hlm. 38.

[42] Yoana Valais Al-Fath, "Analisis Pengaruh Sistem Bagi Hasil dan Jangka Waktu Pencairan Dana Pembiayaan Mudharabah Terhadap Minat Kreditur Survey Pada Perbankan BMT Al-Fath IKMI" (Skripsi Universitas Komputer Indonesia, 2010), hlm. 10.

Damayanti Maysaroh yang menyatakan dalam penelitiannya bahwa" faktor sosial, pribadi, produk, pelayanan, dan fasilitas tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Syari'ah".[43]

Sakti Hutabarat mengatakan dalam penelitiannya bahwa "pelayanan berpengaruh terhadap keputusan masyarakat untuk menjadi nasabah di Bank Syari'ah".[44]

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank akan semakin membaik sehingga nasabah yang berada di Bank Syari'ah akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Bank Syari'ah.

2. Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai faktor yang memengaruhi minat menjadi nasabah di Bank Syari'ah pernah dilakukan oleh peneliti terdahulu, sehingga dalam hal ini peneliti bukan satu-satunya peneliti yang pernah membahas masalah tersebut. Maksud dikemukakannya hasil penelitian terdahulu adalah mendukung isi penelitian ini. Adapun penelitian terdahulu dan hasil-hasilnya adalah sebagai berikut :

No	Nama Peneliti	Tahun	Judul penelitian	Variabel yang digunakan	Hasil penelitian
1	Muhammad Reza	2011	Faktor-faktor yang	Metode kualitatif	Terdapat beberapa faktor

[43] Damayanti Maysaroh, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syari'ah" (Skripsi, UIN Sunan Kalijaga, 2014), hlm. 95.

[44] Sakti Hutabarat, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menjadi Nasabah di Bank Syari'ah Di Pekanbaru" (Skripsi Universitas Riau, 2010), hlm. 12.

			mempengaruhi minat mahasiswa menabung di perbankan syariah		yang mempengaruhi mahasiswa menabung di Perbankan Syariah
2	Indah Prasentia	2012	Minat menabung masyarakat Sibuhuan di PT Bank Muamalat KCP Sibuhuan	Metode kualitatif	Minat menabung masyarakat karena adanya keinginan tersendiri untuk menghindari riba.
3	Yayan Fauzi	2010	Faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah menabung di Bank Syari'ah (kasus pada Bank BNI Kantor Cabang Yogyakarta)	Metode kuantitatif	Dari hasil penelitian ini bahwa menunjukkan adanya pengaruh terhadap kualitas pelayanan dan nisbah bagi hasil terhadap nasabah yang menabung di Bank BNI Syari'ah kantor cabang Yogyakarta
4	Imam Hanafi	2007	Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam memanfaatkan fasilitas pembiayaan pada BMT amratani utama yogyakarta	Penelitian lapangan	Terdapat 6 faktor yang mempengaruhinya yaitu fasilitas dan kemudahan mendapatkan jasa, keunggulan produk, keandalan pelayanan, kebutuhan dan norma agama, kelompok referensi dan

					promosi
5	Dina Saripatul Radiah	2011	Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Mengambil Kpr Pada Bank Mandiri Cabang Utama Samarinda	Metode survey deskriftif	Dari hasil penelitiannya bahwa ada pengaruhnya yaitu product, price, place, promotion, people, process dan physical evidence.
6	Rifa'atul Machmudah	2009	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah Di Bank Syariah (Studi Pada Bank Cimb Niaga Syariah Cabang Semarang)	Penelitian lapangan	Adanya terdapat beberapa pengaruh yaitu pelyanan, religius sitimuli, reputasi, profit sharing dan promosi
7	Sauca Ananda Pranidana	2009	Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bank Bca Untuk Menggunakan Klik-Bca	Penelitian kuantitatif	Adanya pengaruh pengguna klikBCA ditahun 2009 ketimbang di tahun 2008

Ada beberapa faktor yang membedakan antara judul saya dengan judul mereka adalah sebagai berikut :

1. Muhammad Reza membahas tentang Faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa menabung di perbankan syariah. Dimana Muhammad Reza meneliti pada tahun 2011 di Medan dengan menggunakan metode kualitatif. Sementara

saya membahas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa FEBI IAIN Padangsidimpuan menjadi nasabah di Bank Syari'ah tepatnya meneliti pada tahun 2015 di Padangsidimpuan dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif.

2. Indah Prasentia membahas tentang Minat menabung masyarakat Sibuhuan di PT Bank Muamalat KCP Sibuhuan. Dimana Indah Prasentia meneliti pada tahun 2012 di Sibuhuan dengan menggunakan metode kualitatif. Sementara saya membahas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa FEBI IAIN Padangsidimpuan menjadi nasabah di Bank Syari'ah tepatnya meneliti pada tahun 2015 di Padangsidimpuan dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif.
3. Yayan Fauzi membahas tentang Pengaruh pelayanan dan nisbah bagi hasil terhadap nasabah menabung di Bank BNI Syari'ah kantor cabang Yogyakarta. Dimana Yayan Fauzi meneliti pada tahun 2010 di Yogyakarta dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Sementara saya membahas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa FEBI IAIN Padangsidimpuan menjadi nasabah di Bank Syari'ah tepatnya meneliti pada tahun 2015 di Padangsidimpuan dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif juga.
4. Imam Hanafi membahas tentang Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam memanfaatkan fasilitas pembiayaan pada BMT amratani utama yogyakarta. Dimana Imam Hanafi meneliti pada tahun 2007 Yogyakarta dengan menggunakan penelitian lapangan. Sementara saya membahas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa FEBI IAIN Padangsidimpuan

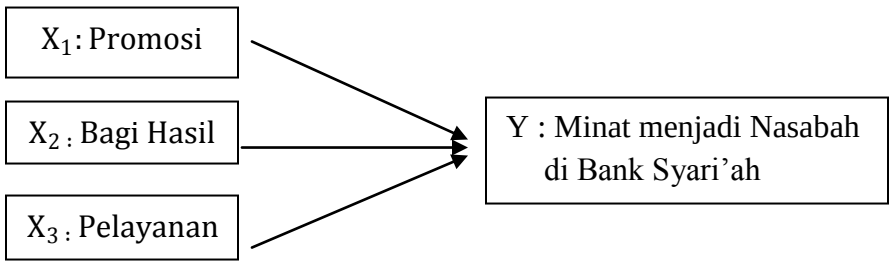
menjadi nasabah di Bank Syari'ah tepatnya meneliti pada tahun 2015 di Padangsidimpuan dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif.

5. Dina Saripatul Radiah membahas tentang Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Nasabah Mengambil Kpr Pada Bank Mandiri Cabang Utama Samarinda. Dimana Dina Saripatul Radiah meneliti pada tahun 2011 Samarinda dengan menggunakan penelitian deskriftif. Sementara saya membahas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa FEBI IAIN Padangsidimpuan menjadi nasabah di Bank Syari'ah tepatnya meneliti pada tahun 2015 di Padangsidimpuan dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif.
6. Rifa'atul Machmudah membahas tentang Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah Di Bank Syariah (Studi Pada Bank Cimb Niaga Syariah Cabang Semarang). Dimana Rifa'atul Machmudah meneliti pada tahun 2009 dengan menggunakan penelitian lapangan. Sementara saya membahas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa FEBI IAIN Padangsidimpuan menjadi nasabah di Bank Syari'ah tepatnya meneliti pada tahun 2015 di Padangsidimpuan dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif.
7. Sauca Ananda Pranidana membahas tentang Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bank Bca Untuk Menggunakan Klik-Bca. Dimana Sauca Ananda Pranidana meneliti pada tahun 2009 dengan menggunakan penelitian kuantitatif. Sementara saya membahas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa FEBI IAIN Padangsidimpuan menjadi nasabah di

Bank Syari'ah tepatnya meneliti pada tahun 2015 di Padangsidimpuan dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif juga.

3. Kerangka Fikir

Berdasarkan kajian teori di atas peneliti mengkaji dan meneliti apakah faktor promosi, bagi hasil dan pelayanan berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah di Bank Syari'ah. Maka peneliti membuat sebuah kerangka fikir sebagai berikut :



4. Hipotesis

Menurut Bambang Prasetyo "Hipotesis merupakan proposisi yang diuji akan keberlakuannya, atau merupakan suatu jawaban sementara atas pertanyaan penelitian".[45] Berdasarkan landasan teori, peneliti menganggap bahwa :

H_{a1} : Adanya pengaruh promosi yang dilakukan Bank Syari'ah terhadap minat mahasiswa FEBI menjadi nasabah di Bank Syari'ah.

H_{o1} : Tidak ada pengaruh sistem promosi yang diterapkan Bank Syari'ah terhadap minat mahasiswa FEBI menjadi nasabah di Bank Syari'ah.

H_{a2} : Adanya pengaruh bagi hasil yang dilakukan Bank Syari'ah terhadap minat mahasiswa FEBI menjadi nasabah di Bank Syari'ah.

[45] Bambang Prasetyo dan Lima Miftahhul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta : PT. RajaGrafindo, 2011), hlm.76.

H_{o2} : Tidak ada pengaruh sistem bagi hasil yang dilakukan Bank Syari'ah terhadap minat mahasiswa FEBI menjadi nasabah di Bank Syari'ah.

H_{a3} : Adanya pengaruh pelayanan yang dilakukan Bank Syari'ah terhadap minat mahasiswa FEBI menjadi nasabah di Bank Syari'ah.

H_{o3} : Tidak ada pengaruh sistem pelayanan yang dilakukan Bank Syari'ah terhadap minat mahasiswa FEBI menjadi nasabah di Bank Syari'ah.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa FEBI di kampus IAIN Padangsidimpuan Jl.T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang dimana waktu penelitian dimulai Bulan September 2014 sampai Mei 2015.

2. Jenis Penelitian

Penelitian ini dapat digolongkan menurut tinjauan tertentu. Berdasarkan tempat penelitian ini adalah lapangan dengan mengumpulkan data dari lingkungan kampus IAIN Padangsidimpuan.

Penelitian deskriftif adalah penelitian yang yang bertujuan untuk menjelaskan suatu kondisi sosial tertentu. Penelitian ini mengamati suatu objek penelitian dan kemudian menjelaskan apa yang diamati.[1]

Penelitian ini menggambarkan tentang faktor minat mahasiswa FEBI untuk menjadi nasabah di Bank Syari'ah.

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut Sugiyono "dalam buku statistika untuk penelitian adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai

[1] Morissan, *Metode Penelitian Survey*, (Jakarta : Kencana Pranada Media Group, 2012), hlm. 37

kuantitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari, dan kemudian ditarik suatu kesimpulannya".[2]

Tabel 3.1
Tabel Populasi

No	Julah Ruangan Mahasiswa FEBI	Jenis Kelamin		Jumlah
		Laki-Laki	Perempuan	
1	PS Semester 2	65 jiwa	154 jiwa	219 jiwa
2	PS Semester 4	53 jiwa	114 jiwa	167 jiwa
3	PS Semester 6	49 jiwa	106 jiwa	155 jiwa
4	PS Semester 8	27 jiwa	88 jiwa	115 jiwa
5	PS Semester 10	30 jiwa	29 jiwa	59 jiwa
6	ES Semester 2	88 jiwa	186 jiwa	274 jiwa
7	ES Semester 4	54 jiwa	183 jiwa	237 jiwa
8	ES Semester 6	65 jiwa	151 jiwa	216 jiwa
	Jumlah	**431 jiwa**	**1011 jiwa**	**1442 jiwa**

Sumber : Kantor Fakultas FEBI IAIN PSP Tahun 2015

b. Sampel

Sampel adalah sub unit populasi survey atau populasi survey itu sendiri, yang oleh peneliti dipandang mewakili populasi target. Atau dengan kata lain sampel adalah elemen-elemen populasi yang dipilih atas dasar keterwakilannya.[3]

[2] Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relations Dan Komunikasi*, (Jakarta PT Rajagrafindo Persada, 2008), hlm. 133

[3] Sudarwan Denim, *Metode Penelitian Untuk Ilmu-Ilmu Perilaku*, (Jakarta : Pt Bumi Aksara, 2007), hlm. 89.

Tekhnik sampling adalah merupakan tekhnik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai tekhnik sampling yang digunakan.[4]

Jika jumlah subjeknya kurang dari 100, lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Jika jumlah subjeknya besar dapat diambil antara 10-15%, atau 20-25%.[5]

Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini, maka teknik yang digunakan adalah *simple random sampling*, karena pengambilan sampel dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.[6]

Untuk menentukan ukuran sampel, Slovin memberikan rumusan sebagai berikut :

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

Dimana :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

[4] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2009), hlm. 81.

[5] Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta : PT Rineka Cipta, 1993), hlm. 107.

[6] Sugiyono, *Statistiaka Untuk Penelitian*, (Bandung : Alfabeta, Cetakan Sembilan, 2006), hlm. 57-58.

e = persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir, misalnya 10 %.[7]

Dengan demikian, karena jumlah populasi lebih dari 1442, maka sampel diambil 10% dari jumlah populasi yaitu 10% dari 1442 mahasiswa, sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 93 mahasiswa.

Cara perhitungan populasi :

Dengan menarik populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 1442 orang mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan yang terdiri dari :

1. Laki –Laki = 431 orang
2. Perempuan = 1011 orang

Dari populasi tersebut akan diambil sampel sebanyak 93 orang mahasiswa FEBI IAIN Padangsidimpuan. Maka proporsi sampel berdasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut :

Maka cara perhitungan sampel adalah sebagai berikut :

1. Laki –Laki = 431 / 1442 x 93 = 28 orang
2. Perempuan = 1011 / 1442 x 93 = 65 orang

Maka dari sampel tersebut kita akan distribusikan sampel per angkatan sebagai berikut :

[7] Muhammad, *Metodologi Peneleitian Ekonomi Teori Dan Aplikasi*, (Jakarta : Rajagrafindo Persada, 2005), hlm. 180.

1. Sampel laki-laki adalah sebagai berikut :

   PS Semester 2 = 65/431 x 28 = 4,22 = 4 Orang
   PS Semester 4 = 53/431 x 28 = 3,44 = 3 Orang
   PS Semester 6 = 49/431 x 28 = 3,18 = 3 Orang
   PS Semester 8 = 27/431 x 28 = 1,75 = 2 Orang
   PS Semester 10 = 30/431 x 28 = 1,94 = 2 Orang
   ES Semester 2 = 88/431 x 28 = 5,71 = 6 Orang
   ES Semester 4 = 54/431 x 28 = 3,50 = 3 Orang
   ES Semester 6 = 65/431 x 28 = 4,22 = 4 Orang

2. Sampel perempuan adalah sebagai berikut :

   PS Semester 2 = 154/1011 x 65 = 9,90 = 10 Orang
   PS Semester 4 = 114/1011 x 65 = 7,32 = 7 Orang
   PS Semester 6 = 106/1011 x 65 = 6,81 = 7 Orang
   PS Semester 8 = 88/1011 x 65 = 5,65 = 6 Orang
   PS Semester 10 = 29/1011 x 65 = 1,86 = 2 Orang
   ES Semester 2 = 186/1011 x 65 = 11,95 = 12 Orang
   ES Semester 4 = 183/1011 x 65 = 11,76 = 12 Orang
   ES Semester 6 = 151/1011 x 65 = 9,70 = 10 Orang

Dari perhitungan sampel diatas maka kita sudah tau berapa orang yang akan diambil sampel laki-laki dan perempuan dalam tiap semester adalah sebagai berikut :

Sampel laki-laki tiap semester adalah sebagai berikut :

1. PS Semester 2 sebanyak 4 orang
2. PS Semester 4 sebanyak 3 orang
3. PS Semester 6 sebanyak 3 orang
4. PS Semester 8 sebanyak 2 orang
5. PS Semester 10 sebanyak 2 orang
6. ES Semester 2 sebanyak 6 orang
7. ES Semester 4 sebanyak 3 orang
8. ES Semester 6 sebanyak 4 orang

Sedangkan sampel perempuan tiap semester adalah sebagai berikut :

1. PS Semester 2 sebanyak 10 orang
2. PS Semester 4 sebanyak 7 orang

3. PS Semester 6 sebanyak 7 orang
4. PS Semester 8 sebanyak 6 orang
5. PS Semester 10 sebanyak 2 orang
6. ES Semester 2 sebanyak 12 orang
7. ES Semester 4 sebanyka 12 orang
8. ES Semester 6 sebanyak 10 orang

Pembulatan dilakukan mengingat jumlah orang memiliki ciri variabel diskret.

1. Tentukan karakteristik / lapisan / kelompok populasi
2. Tentukan sampel dari setiap lapisan / kelompok
3. Pilihlah anggota sampel dari setiap lapisan / kelompok dengan bantuan tekhnik penarikan sampel acak sederhana atau sistematis.[8]

Tabel 3.2
Tabel Sampel

No	Nim	Nama Mahasiswa	JK	Prodi/ Semester
1	1440101001	Agus Salim Harahap	L	PS 1 Semester 2
2	1440100033	Ahmad Ripai	L	PS 2 Semester 2
3	1440100082	Anwar Rasyid	L	PS 3 Semester 2
4	1440100129	Ardi Panusunan Harahap	L	PS 4 Semester 2
5	132200005	Ari Muhammad Supar Siregar	L	PS 1 Semester 4
6	132200047	Arif Mahdy Harahap	L	PS 2 Semester 4
7	132200094	Amin Rasidi Pohan	L	PS 3 Semester 4
8	122200003	Ade Kurniawan	L	PS 1 Semester 6
9	122200048	Ahmad Husein	L	PS 2 Semester 6
10	122200092	Alhanuddin Jambak	L	PS 3 Semester 6
11	112200043	Wisdan Mustapa	L	PS 1 Semester 8
12	112200048	Chairul Ananda N Harahap	L	PS 2 Semester 8
13	102200044	Aziz Suhada	L	PS 2 Semester 10
14	102200125	Saddam Husein Daulay	L	PS 3 Semester 10
15	1440200016	Ihsan Pramana	L	ES 1 Semester 2
16	1440200057	Dedet Candra	L	ES 2 Semester 2

[8] Bambang Prasetyo, *Metode Penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikasi (*Jakarta: PT Rajagrafin18do Persada, 2007) hlm 130-131

17	1440200096	Dedi Andrian Syahputra	L	ES 3 Semester 2
18	1440200139	Andriansyah	L	ES 4 Semester 2
19	1440200188	Andi Putra	L	ES 5 Semester 2
20	1440200230	Ali Muda Nasution	L	ES 6 Semester 2
21	13 230 0001	Abu Bokar	L	ES 1 Semester 4
22	13 230 0047	Abdul Kholik Siregar	L	ES 2 Semester 4
23	13 230 0092	Ahmad Fauzi Nasution	L	ES 3 Semester 4
24	12 230 0095	Gunawan Hasibuan	L	ES 1 Semester 6
25	12 230 0044	Abdul Haris Nasution	L	ES 2 Semester 6
26	12 230 0036	Rudiansyah	L	ES 3 Semester 6
27	12 230 0218	Amiruddin	L	ES 4 Semester 6
28	1440100003	Alvia Lubis	P	PS 1 Semester 2
29	1440100019	May Hairani	P	PS 1 Semester 2
30	1440100035	Alimatu Sahdiah	P	PS 2 Semester 2
31	1440100036	Amelia Harahap	P	PS 2 Semester 2
32	1440100078	Adelina	P	PS 3 Semester 2
33	1440100083	Arfina	P	PS 3 Semester 2
34	1440100125	Adelina Lubis	P	PS 4 Semester 2
35	1440100127	Ani Safitri	P	PS 4 Semester 2
36	1440100175	Alfi Yunita Lubis	P	PS 5 Semester 2
37	1440100178	Annisa Kila Simbolon	P	PS 5 Semester 2
38	132200001	Adelina Handayani Harahap	P	PS 1 Semester 4
39	132200002	Amelia Rosa	P	PS 1 Semester 4
40	132200046	Adek Syafitri	P	PS 2 Semester 4
41	132200048	Aulia Putri Siregar	P	PS 2 Semester 4
42	132200111	Liska	P	PS 3 Semester 4
43	132200122	Ramadhani Caniago	P	PS 3 Semester 4
44	132200101	Emmi Hairani Harahap	P	PS 3 Semester 4
45	122200004	Adelia Lubis	P	PS 1 Semester 6
46	122200046	Ade Ulan Sari Hasibuan	P	PS 2 Semester 6
47	122200047	Afayni Ilma	P	PS 2 Semester 6
48	122200096	Arnisyah Nasution	P	PS 3 Semester 6
49	122200098	Dede Julianti	P	PS 3 Semester 6
50	122200149	Lisa Anggi Nauli Siregar	P	PS 4 Semester 6
51	122200172	Siti Khadijah Harahap	P	PS 4 Semester 6
52	112200002	Agustina Tambunan	P	PS 1 Semester 8
53	112200003	Anis Valia Hasibuan	P	PS 1 Semester 8
54	112200004	Annisa Fitri Harahap	P	PS 1 Semester 8
55	112200087	Widia J.Ningsih	P	PS 2 Semester 8
56	112200086	Ulfa Marito	P	PS 2 Semester 8
57	112200051	Desi Rizkiyah	P	PS 2 Semester 8

58	102200028	Nur Asni	P	PS 1 Semester 10
59	102200123	Rosida Hasibuan	P	PS 3 Semester 10
60	1440200003	Anita Nasution	P	ES 1 Semester 2
61	1440200005	Ayu Anggita	P	ES 1 Semester 2
62	1440200050	Ade Ansari Hasibuan	P	ES 2 Semester 2
63	1440200051	Ade Irma Dewi Safitri	P	ES 2 Semester 2
64	1440200095	Arianti Winda Sari	P	ES 3 Semester 2
65	1440200097	Desi Putriani Simamora	P	ES 3 Semester 2
66	1440200145	Desti Permata Sari	P	ES 4 Semester 2
67	1440200146	Dian Sariyani Siregar	P	ES 4 Semester 2
68	1440200183	Ade Irma Sapitri	P	ES 5 Semester 2
69	1440200187	Amelina	P	ES 5 Semester 2
70	1440200227	Ade Risky Fathonah	P	ES 6 Semester 2
71	1440200228	Adelina Sari Daulay	P	ES 6 Semester 2
72	13 230 0002	Ade Fitriana Siregar	P	ES 1 Semester 4
73	13 230 0006	Anggun Ayuning Chintia	P	ES 1 Semester 4
74	13 230 0048	Ade Irma Apriani Srg	P	ES 2 Semester 4
75	13 230 0049	Ainun Sari Hasibuan	P	ES 2 Semester 4
76	13 230 0095	Elsah Safitri	P	ES 3 Semester 4
77	13 230 0096	Erpina Sari Nasution	P	ES 3 Semester 4
78	13 230 0139	Annisa Ramadani Sikumbang	P	ES 4 Semester 4
79	13 230 0140	Atikah Masripah	P	ES 4 Semester 4
80	13 230 0182	Anggina Saadah	P	ES 5 Semester 4
81	13 230 0183	Atika Purnama	P	ES 5 Semester 4
82	13 230 0227	Asnida	P	ES 6 Semester 4
83	13 230 0228	Asnita Sari	P	ES 6 Semester 4
84	12 230 0129	Amelia Anggina	P	ES 1 Semester 6
85	12 230 0177	Anjelina Lubis	P	ES 1 Semester 6
86	12 230 0089	Anni Khairiah	P	ES 2 Semester 6
87	12 230 0220	Annida Karima Sovia	P	ES 2 Semester 6
88	12 230 0111	Hasnatul Fauziah	P	ES 3 Semester 6
89	12 230 0122	Sofa Marwah	P	ES 3 Semester 6
90	12 230 0221	Annisah Pulungan	P	ES 4 Semester 6
91	12 230 0134	Elli Yannum Siregar	P	ES 4 Semester 6
92	12 230 0047	Alina Putri	P	ES 5 Semester 6
93	12 230 0049	Annisa Minauli	P	ES 6 Semester 6

Sumber : Kantor Fakultas FEBI IAIN PSP Tahun 2015

4. Instrumet Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi sebagai tekhnik pengumpulan data mempunyai ciri spesifik dibandingkan dengan tekhnik lain, yaitu wawancara dan kuisioner. Kalau wawancara dan kuisioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek-objek alam yang lain. Tekhnik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.[9]

Observasi merupakan metode melalui pengamatan langsung dilapangan, misalnya kita ingin mengetahui perilaku mahasiswa FEBI kurang minat menjadi nasabah di bank syari'ah, maka kita dapat melihat gerak-gerik mahasiswa selama beberapa hari di kampus IAIN Padangsidimpuan. Keuntungan metode ini dapat melihat secara langsung perilaku mahasiswa FEBI yang kurang minat menjadi nasabah di bank syari'ah. Namun, cara ini diperlukan kesabaran yang tinggi untuk menunggu dan mengamati gerak-gerik mahasiswa yang diinginkan. Observasi adalah kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja panca indra mata serta dibantu dengan pancaindra lainnya.[10]

Adapun observasi yang dilakukan oleh peneliti adalah menjumpai beberapa mahasiswa FEBI untuk dimintai keterangan tentang keberadaan dan pemahaman mereka tentang bank syari'ah.

---

[9] Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2005) hlm 203
[10] M.Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta : Kencana 2005), hlm. 133.

b. Dokumentasi

Dokumen adalah kumpulan data yang berbentuk nyata dan diperoleh berdasarkan sistem pengelolaan data yang disebut dengan proses dokumentasi. Tanpa adanya dokumentasi, data tersebut tidak akan menjadi sebuah dokumen yang real. Dan menurut para ahli, dokumentasi adalah proses yang dilakukan secara sistematis mulai dari pengumpulan hingga pengelolaan data yang menghasilkan kumpulan dokumen. Dokumentasi itu sendiri tujuannya adalah untuk memperoleh dokumen yang dibutuhkan berupa keterangan dan hal-hal membuktikan adanya suatu kegiatan yang didokumentasikan.[11]

c. Kuisioner

Kuisioner merupakan metode dengan cara mengajukan formulir pertanyaan kepada responden atau mahasiswa yang diinginkan. Mahasiswa diminta untuk menjawab setiap pertanyaan sesuai kebutuhan dan keinginannya tanpa adanya tekanan dari pihak riset. Dalam formulir dijelaskan cara-cara untuk menjawab pertanyaan. Cara ini merupakan cara yang paling mudah yang bias dilakukan kepada banyak orang, namun cara ini memiliki kelemahan karena terkadang responden menjawab seenaknya.

Kuisioner yang digunakan sebagai instrument dalam penelitian ini menggunakan skala likert dengan rumusan sebagai berikut[12] :

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

[11] http://www.duniapelajar.com/2014/07/16/pengertian-dokumentasi-menurut-para-ahli/
[12] Sugiyono, *Op Cit* , hlm. 199

Keterangan :

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

Tabel 3.3
Kisi-Kisi Angket Tentang Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa Menjadi Nasabah di Bank Syari'ah

No	Variabel	Indikator	Nomor soal
1	Promosi	1. Kuantitas 2. Kualitas 3. Mengajak 4. Membujuk	1,2,3,4,5,6
2	Bagi Hasil	1. Keuntungan 2. Biaya 3. Nisbah	1,2,3
3	Pelayanan	1. Etika 2. Sikap 3. Menarik 4. Kepuasan	1,2,3,4,5,6

Tabel 3.4
Kisi-kisi Angket Tentang Minat Menjadi Nasabah di Bank Syari'ah

No	Variabel	Indikator	Nomor soal
	Minat Mahasiswa FEBI Menjadi Nasabah di Bank Sayri'ah	1. Kesukaan 2. Keinginan 3. Perhatian 4. Kecendrungan Hati	1,2,3,4,5

Jumlah	10

5. **Uji Validitas dan Reabilitas Instrument**

a. Uji Validitas

Untuk menguji validitas konstruksi, dapat digunakan pendapat dari ahli (judgment expert). Dalam hal ini setelah instrument dikontruksi tentang aspek-aspek yang akan diukur dengan berlandaskan teori tertentu,maka selanjutnya dikonsultasikan dengan ahli. Para ahli diminta pendapat tentang instrument yang disusun. Mungkin para ahli akan memberi keputusan, apakah instrument dapat digunakan tanpa perbaikan, atau perbaikan dan mungkin dirombak total.

Setelah pengujian konstruksi dari ahli dan berdasarkan pengalaman empiris dilapangan selesai, maka diteruskan dengan uji coba instrument-instrument tersebut dicobakan pada sampel dari mana populasi diambil. (pengujian pengalaman empiris ditunjukkan pada pengujian validitas eksternal) jumlah anggota sampel yang digunakan adalah 93 orang.

Setelah data ditabukasikan, maka pengujian validitas konstruksi dilakukan dengan analisis faktor, yaitu dengan mengkorelasikan antar skor item instrument dalam suatu faktor, dan mengkorelasikan skor faktor dengan skor total.[13]

[13] Sugiyono, *Op Cit*, hlm 177

Untuk menguji validitas instrument penelitian ini dapat digunakan dengan alat bantu program SPSS Versi.22,0. Atau dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{N.\left(\sum XY\right) - \left(\sum X\right).\left(\sum Y\right)}{\sqrt{\left[N.\sum X^2 - \left(\sum X\right)^2\right].\left[N.\sum Y^2 - \left(\sum Y\right)^2\right]}}$$

Keterangan: r_{xy} = Koefisien korelasi

N = Jumlah sampel

X = Variabel X

Y = Variabel Y.[14]

Pengujian validitas ini dilakukan dengan ujui dua sisi dengan taraf signifikan 0,05. Kriteria pengujian sebagai berikut :

a. Jika r hitung ≥ r tabel (uji 2 sisi dengan signifikan 0,05) maka instrument atau item-item pertanyaan atau pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid) .
b. Jika r hitung ≤ r tabel (uji 2 sisi dengan signifikan 0,05) maka instrument atau item-item pertanyaan atau pernyataan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).[15]

[14] Asmin, *Pengukuran Dan Penilaian Hasil Belajar Dengan Analisis Klasik dan Modern*, (Medan : Perdana Mulya Sarana, 2012), hlm. 255.

[15] Dwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS*, (Yogyakarta : Mediakom, 2008), hlm. 23.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dapat dilakukan secara eksternal maupun internal. Secara eksternal pengujian dapat dilakukan dengan test-rotest (stability), equivalent, dan gabungan keduanya. Secara internal reliabilitas dapat diiuji dengan menganalisis butir-butir yang ada pada instrument-instrument dengan tekhnik tertentu.[16]

Untuk menguji reliabilitas instrument penelitian ini dapat digunakan dengan alat bantu program SPSS Versi.22,0. Atau dengan rumus sebagai berikut :

$$r = \left(\frac{k}{k-1}\right)\left(1-\frac{\sum pq}{S_t{}^2}\right)$$

Keterangan:

r	= Koofisien reliabilitas
k	= Banyak butir tes
p	= Proporsi jawaban benar butir ke i
q	= Proporsi jawaban salah butir ke i
$S_t{}^2$	= Varians total.[17]

Uji signifikan dilakukan pada taraf signifikan 0,05 artinya instrument dapat dikatakan reliabel bila nilai alpha lebih besar dari r kritis *product moment,* atau kita menggunakan batasan tertentu seperti 0,6.[18]

[16] Sugiyono, *Op Cit,* hlm. 183
[17] Asmin, *Op-Cit,* hlm. 264.
[18] Dwi Priyatno, *Op-Cit*, hlm. 26.

Berdasarkan kriteria di atas maka dalam penelitian ini adalah apabila nilaai r > 0,6 maka instrument tersebut dikatakan reliabel, dan apabila nilai r < 0,6 maka instrument tersebut dikatakan tidak reliabel.

6. **Analisis Data**

Analisis data yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang pengetahuan konsumen mengenai perbankan syari'ah dan faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa menjadi nasabah di Bank Syari'ah adalah metode kualitatif dan kuantitatif dimana :

a. Metode kuantitatif, dilakukan dengan alat bantu statistic yaitu menggunakan SPSS (*statistical product and service solutions*) Versi 22,0.
b. Proses analisa didasarkan pada analisis deskriftif berdasarkan kuisioner. Pelaksanaan meliputi pengumpulan data, penyusunan data, interpretasi tentang makna data tersebut.
c. Analisis secara deskriptif statistik yang tingkat pekerjaannya mencakup cara-cara menghimpun, menyusun atau mengatur, mengolah, menyajikan,
d. Persamaan regresi berganda dapat dirumuskan sebagai berikut :

   $\hat{Y}$ = a+$b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$[19]

   $\hat{Y}$ = Minat mahasiswa

   a = Harga Y ketika X = 0 (nilai konstanta)

[19] H.Agus Rianto, *Statistic Konsep Dasar Dan Aplikasinya*, (Jakarta : Kencana, 2009), hlm. 193.

b_1 - b_3 = Angka arah atau koefisien regresi, (yang menunjukkan angka peningkatan atau pun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada perubahan variabel independen).

X_1 = Promosi

X_2 = Bagi hasil

X_3 = Pelayanan

e = Tingkat error efistimasi

Maka berdasarkan rumus diatas dapat kita ambil tentang persamaan rumus tentang minat mahasiswa adalah sebagai berikut :

Minat mahasiswa = $a+b_1$.promosi+b_2.bagi hasil+b_3.pelayanan+e

a. Koofisien Determinasi

Analisa determinasi dalam regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel independen. Koofisien ini menunjukkan seberapa besar persentase variasi variabel dependen. Semakin besar nilai R^2 (mendekati 1), maka ketepatannya dikatakan semakin baik. Maka dapat dikatakan bahwa variabel independen adalah besar terhadap variabel dependen.[20]

b. Uji Koofisien Regresi Secara Parsial(Uji t)

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

[20] Setiawan dan Dwi Endah Kusrini, *Ekonometrika* (Yogyakarta: Cv. Andi Offset, 2010), hlm. 64.

Dalam menggunakan perhitungan dengan *software* SPSS, maka pengambilan kesimpulan dengan :

1. Jika nilai sig. < α → H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel faktor promosi berhubungan signifikan dengan perubahan nilai variabel dependen.
2. Jika nilai sig. < α → H_0 ditolak dan H_a diterima , artinya faktor bagi hasil berpengaruh signifikan dengan perubahan nilai variabel dependen.
3. Jika nilai sig. > α → H_o diterima dan H_a ditolak, artinya faktor pelayanan tidak berpengaruh dengan perubahan nilai variabel dependen.

c. Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan. Atau untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk meprediksi variabel dependen atau tidak. Kriteria pengujian adalah sebagai berikut :

1. Apabila nilai F hitung < F tabel maka H_o diterima
2. Apabila nilai F hitung > F tabel maka H_o ditolak

d. Pengujian Asumsi Klasik

Hasil dari koofisien regresi akan dapat digunakan sebagai alat prediksi yang baik dan tidak biasa bila memenuhi beberapa asumsi yang disebut sebagai asumsi klasik. Agar mendapatkan korelasi yang baik harus memenuhi asumsi-asumsiyang diisyaratkan untuk memenuhi uji asumsi normalitas dan bebas dari *multikoleniaritas, heteroskedostisidas*. Pengujian asumsi klasik dengan menggunakan SPSS Versi 22,0.

1. Uji Normalitas

   Uji normalitas dilakukan untuk menyelidiki apakah data yang dikumpulkan mengikuti dugaan mengikuti distribusi normal atau tidak. Untuk melakukan uji normalitas dapat dilakukan dengan pengujian pada SPSS dengan menggunakan *kolmogorov-smirnow* pada taraf signifikan 0,05.

   Apabila sig > 0,05 maka distribusi data bersifat normal, dan Apabila sig < 0,05 maka distrbusi data tidak normal.

2. Uji *Multikolinearitas*

   Uji *Multikolinearitas* digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik *multikolinearitas,* yaitu apakah ada hubungan yang sempurna atau hampir sempurna antara kedua variabel independen. Sehingga sulit memisahkan pengaruh antara variabel-variabel itu secara individu terhadap variabel dependen. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya *mulikolinearitas*. Suatu model regresi dinyatakan bebas dari *multikolinearitas* adalah jika nilai VIP lebih kecil dari 5 (VIP < 5) dan nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 (*tolerance* > 0,1)

3. *Heteroskedastisitas*

   Uji *heteroskedastisitas* digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik *heterokedastisitas*, yaitu adanya ketidaksamaan *variance* dari residual untuk semua pengamatan pada model

regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala *heterokedastisitas*.

Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi *heterokedastisitas*. Dengan kriteria pengambilan keputusan yaitu :

Sig > 0,05 artinya data tidak terkena *heterokedastisitas*

Sig < 0,05 artinya data terkena *heterokedastisitas*

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

1. Sejarah Singkat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Fakultas konomi dan Bisnis Islam (FEBI) berdiri pada Tahun2013. Berdirinya FEBI bersamaan dengan proses alih status STAIN Padangsidimpun menjadi IAIN Padangsidimpuan berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 52 Tahun 2013 tentang perubahan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Padangsidimpuan yang ditandatangani oleh Presiden Susilo Bambang Yudhoyono pada tanggal 30 Juli 2013. Perpres ini diundangkan di Jakarta pada tanggal 6 Agustus 2013 oleh Menteri Hukum dan HAM RI, Amir Syamsudin pada Lembaran Negara Republik Indonesia tahun 2013 Nomor 122.

Tindak lanjut dari Perpres tersebut adalah lahirnya Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia NO. 93 tentang Menteri Agama tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Padangsidimpuan yang diundangkan di Jakarta pada tanggal 12 Desember 2013 oleh Menteri Hukum dan HAM RI, Amir Syamsudin pada Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2013 Nomor 1459.

Melalui peningkatan status ini, IAIN Padangsidimpuan memiliki 4 Fakultas, yaitu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Fak. Syari'ah dan Ilmu Hukum, Fak. Tarbiayah dan Ilmu Keguruan, dan Fak. Dakwah dan Ilmu Komunikasi. Artinya IAIN Padangsidimpuan dipercaya untuk melaksanakan

arahan Kementerian Agama untuk mewujudkan integrasi dan interkoneksi dan menghilangkan dikotomi ilmu pengetahuan, meskipun terbatas pada ilmu-ilmu sosial dan humaniora.

FEBI merupakan Fakultas termuda dari segi pengalaman meskipun keempat Fakultas sama lahirnya, sebab 3 (tiga) Fakultas lainnya merupakan peningkatan status dari Jurusan yang ada ketika masih di bawah bendera STAIN Padangsidimpuan.

2. Organisasi Kelembagaan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam merupakan salah satu Fakultas dari empat Fakultas di lingkungan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam bertanggung jawab kepada Rektor IAIN Padangsidimpuan.

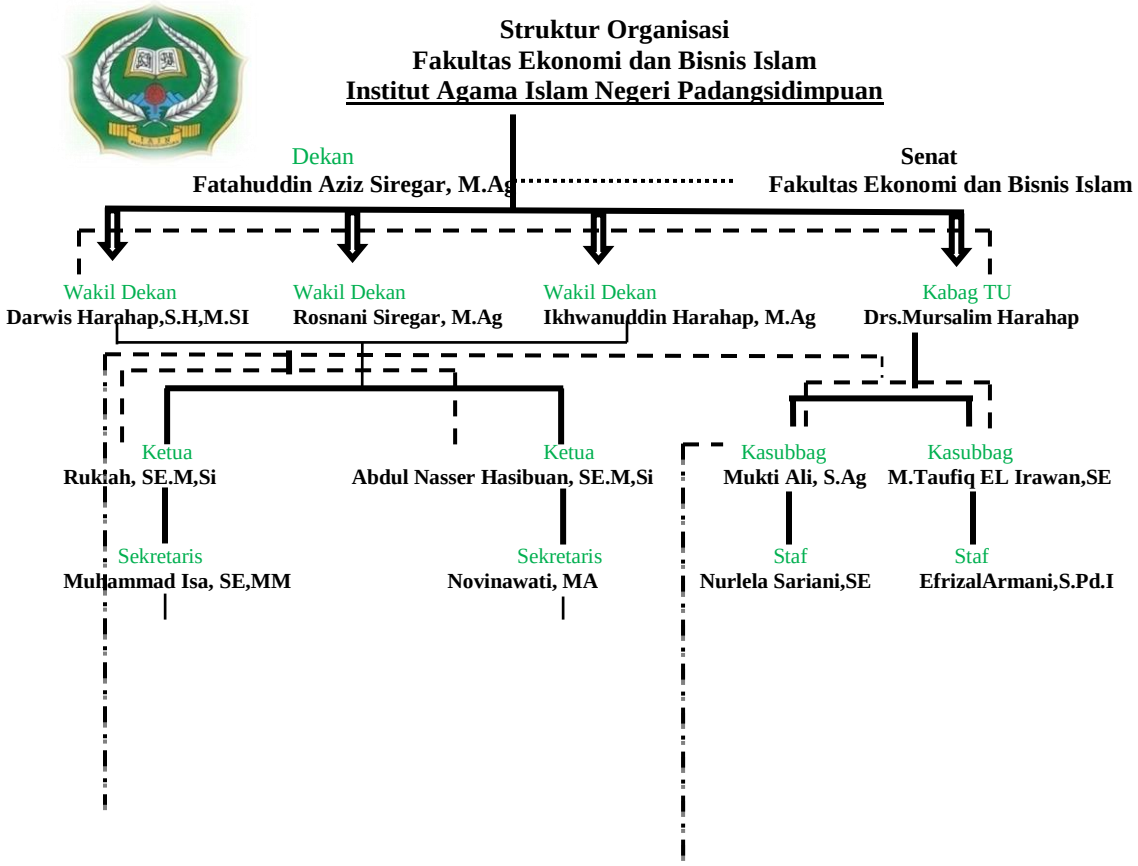
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam bertugas melaksanakan penyelenggaraan pendidikan tinggi yang meliputi program pendidikan dan pengajaran, vokasi dan/ atau profesi, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat dalam bidang ilmu pengetahuan Islam, terutama dalam bidang ekonomi Islam dan perbankan syari'ah.

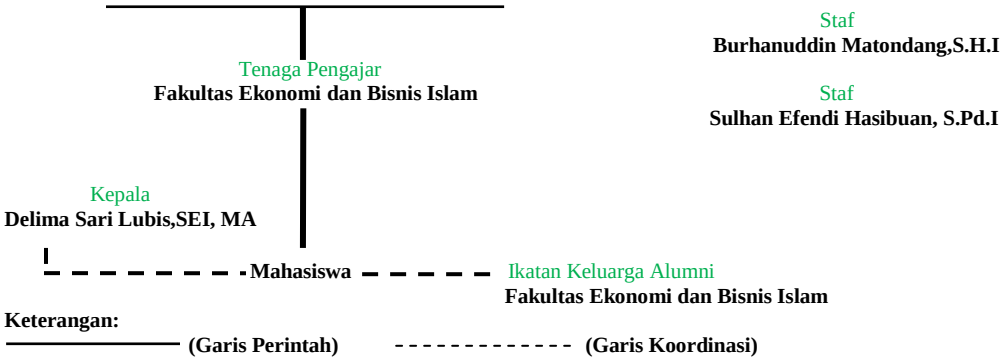
Dalam menjalankan roda organisasi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Dekan mengambil langkah-langkah strategis yaitu :

1. Merumuskan dan menetapkan visi dan misi Fakultas
2. Merumuskan kebijakan dan merencanakan program kerja di Fakultas

3. Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat dalam bidang ilmu pengetahuan Islam
4. Melaksanakan pembinaan civitas akademika, dan
5. Melaksanakan administrasi dan pelaporan.

Badan normatif tertinggi di Fakultas adalah Senat Fakultas. Sementara Organisasi Fakultas terdiri dari Dekan, dibantu oleh Wakil Dekan Bidang Akademik, Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama, Kasubag. Akademik kemahasiswaan dan Alumni, Kabag TU, dan Kasubag. Administrasi Umum dan Keuangan. Pada tingkat jurusan dikelola oleh Ketua Jurusan dan di bantu oleh Sekretaris Jurusan. Organisasi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dijalankan di atas prinsip koordinasi, integrasi, dan sinkronisasi antar unit. Adapun struktur organisasinya sebagai berikut :





3. Landasan Hukum

Landasan hukum yang digunakan dalam penyusunan Renstra Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam 2014-2019 ini adalah :

1. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional
2. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen
3. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2007 tentang Rencana Pembangunan Jangka Panjang Periode 2005-2025
4. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi
5. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2013 tentang Perubahan atas Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2005
6. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 39 Tahun 2006 tentang Tata Cara Pengendalian dan Evaluasi Pelaksanaan Rencana Pembangunan

7. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 63 Tahun 2009 tentang Sistem Penjaminan Mutu Pendidikan
8. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi
9. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2012 tentang Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia
10. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 52 Tahun 2013 tentang Perubahan Sekolah Tinggi Agama Islam Padangsidimpuan Menjadi Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan
11. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2005 tentang Evaluasi Laporan Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah Satua Organisasi/Kerja Departemen Agama
12. Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 1010 tentang Rencana Strategis Kementerian Agama Tahun 2010-2014
13. Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 93 Tahun 2013 tentang Organisasi dan Tata Kerja Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan
14. Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Islam Nomor :DJ.I/609/2009 tentang Penetapan Rencana Strategik Pembangunan Pendidikan Islam Tahun 2010-2014
15. Keputusan Rektor Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan Nomor 444 tentang Penetapan Identitas Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan

4. Struktur Isi Rencana Strategis

Disamping bagian pendahuluan ini, Renstra Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam terdiri atas empat bagian pokok. *Pertama,* profil Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam disajikan pada bagian awal yang meliputi visi, misi, tujuan, sasaran, strategis, kebijakan dan program.

Pada bagian berikutnya diuraikan dilakukan analisis terhadap faktor-faktor yang menjadi kekuatan (*strengths*) yang dimiliki lembaga ini untuk dikelola sehingga menjadi daya dorong yang kuat dalam memanfaatkan peluang, kemudian kelemahan (*weaknesses*) yang dimiliki dan harus ditutupi sehingga tidak menjadi kendala dalam upaya mewujudkan cita-cita besar lembaga ini, kemudian peluang (*oppurtunitas*) yang tersedia dan diyakini dapat diperoleh oleh lembaga ini, serta tantangan (*threats*) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di masa yang akan datang.

Hasil analisis mendalam yang dilakukan menjadi dasar perumusan rencana strategis, kebijakan, dan program. Paparan tentang indikator keberhasilan kebijakan dan program kerja disajikan pula pada bagian ini, di samping paparan yang menggambarkan target 5 (lima) tahunan yang ingin di capai.

Pada bagian akhir sebelum penutup, disajikan mengenai strategis implementasi dan pencapaian target.

5. Visi dan Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

a. Visi

Menjadikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam *centre of excellence* untuk menghasilkan lulusan yang profesional, enterpreneurship dan berakhlak mulia di sumatera Tahun 2015.

b. Misi

1. Mengembangkan ilmu pengetahuan yang integratif dan interkonektif di bidang ekonomi dan Bisnis Islam
2. Melakukan riset dan publikasi ilmiah dalam bidang ekonomi dan bisnis islam
3. Meningkatkan pemberdayaan masyarakat dalam penerapan ekonomi islam
4. Mananamkan jiwa enterpreneurship yang inovatif dan kreatif untuk menciptakan lapangan kerja
5. Menerangkan etika Islam pada proses pendidikan dan pengajaran.[1]

6. **Tujuan**

1. Menghasilkan sarjana ekonomi Islam profesional yang memiliki kompetensi dan keilmuan di bidang ekonomi dan bisnis Islam
2. Menciptakan pelaku ekonomi yang bermoral, berbudi pekerti dan mempunyai integritas yang tinggi terhadap pengembangan ekonomi Islam.

7. **Sasaran**

Untuk mencapai tujuan yang dirumuskan di atas, diterapkan sasaran pengembangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dalam 5 (lima) tahun ke depan sebagai berikut :

1. Terselenggaranya pendidikan yang terjangkau oleh berbagai lapisan masyarakat

[1] Fatahuddin Aziz Siregar, *"Rencana Strategis Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan, 2015-2019*), hlm. 6.

2. Tersedianya sistem layanan akademik yang mendukung kegiatan akademik yang bermutu tinggi
3. Meningkatnya aktivitas dan kualitas penelitian sesuai dengan arah kebijakan fakultas yang bermuara pada meningkatnya jumlah publikasi lokal dan nasional
4. Meningkatnya aktivitas dan kualitas pengabdian kepada masyarakat secara melembaga yang berbasis inovasi dan hasil-hasil penelitian
5. Terwujudnya sistem manajemen yang terintegrasi yang didukung oleh teknologi informasi
6. Terwujudnya perpustakaan sebagai pusat sumber belajar yang mendukung peningkatan mutu akademik dan penelitian
7. Terbentuknya citra fakultas yang menunjukkan keunggulan
8. Tercapainya predikat *centre of exellence* di Sumatera pada Tahun 2025
9. Terselenggaranya kerjasama pendidikan, penelitian dan pengabdian dengan lembaga lain
10. Terwujudnya organisasi kemahasiswaan yang solid dan mampu menumbuhkan kreativitas, inovasi dan kemandirian
11. Terwujudnya tata pamong dan tata kelola kelembagaan

8. **Strategi**

Untuk mewujudkan tujuan dan target sebagaimana disebutkan di atas, maka dikembangkan strategi-strategi sebagai berikut :

1. Mengembangkan sistem layanan dan penjaminan mutu akademik

2. Mengelola dan mengembangkan sumber daya secara efektif dan efisien
3. Meningkatkan kualitas tata pamong dan tata kelola kelembagaan
4. Mengokohkan akuntabilitas dan meningkatkan citra fakultas
5. Mendayagunakan teknologi informasi dan komunikasi dalam pembelajaran dan sistem manajemen
6. Mengembangkan kemitraan dengan pemerintah, masyarakat, dunia usaha, perbankan dan industri baik lokal, regional maupun nasional
7. Melakukan standarisasi mutu bertaraf nasional

9. **Kebijakan dan Program**

Rencana dan cita-cita besar sebagaimana tertuang dalam visi, misi, tujuan, target yang telah ditetapkan di atas, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam mengembangkan kebijakan dan program yang diyakini dapat menjadi jembatan emas ke arah pencapaiannya. Kebijakan dan program ini di buat berdasarkan hasil analisis terhadap situasi internal dan eksternal fakultas terkait dengan kekuatan (*stengths*) yang dapat dioptimalkan fakultas dalam mencapai visi, misi, tujuan, dan target yang telah ditetapkan, kelemahan (*weaknesses*) nyata yang dihadapi di depan, peluang (*oppurtunities*) besarnyayang dimiliki dan bisa dimanfaatkan, tantangan (*threats*) yang diperkirakan dapat menjadi hambatan dan harus diatasi.

Kebijakan dan program-program tentu memiliki keterkaitan satu sama lain, karena keseluruhannya merupakan rumusan gagasan yang utuh dalam upaya mencapai cita-cita Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Berikut ini kebijakan dan

program yang dibuat untuk 5 (lima) tahun mendatang, yang merupakan pokok Renstra FEBI 2014-2019. Ada 5 (lima) kebijkan yang diambil, yaitu :

1. Peningkatan mutu pendidikan dan pengajaran, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat
2. Peningkatan mutu manajemen dan sumber daya
3. Peningkatan kelembagaan
4. Peningkatan kerjasama
5. Peningkatan mutu pembinaan kemahasiswaan.[2]

B. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan sebelum instrumen digunakan dalam pengumpulan data. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket. Uji coba di lakukan kepada 93 orang untuk mencari validitas (kesahihan) dan reliabilitas (ketepatan).

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk melihat apakah data yang ada valid atau tidak. Untuk pengujian validitas digunakan 93 orang dengan 6 pernyataan untuk variabel faktor promosi (X1), 3 pernyataan untuk variabel bagi hasil (X2), 6 pernyataan untuk variabel pelayanan (X3), dan 5 pernyataan untuk variabel minat menjadi nasabah di Bank Syari'ah (Y). variabel dikatakan apabila korelasi item-item tersebut diatas 0,20.

---

[2] Fatahuddin Aziz Siregar, *"Rencana Strategis Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan, Op-Cit,* hlm. 9

Untuk mengetahui validitas pernyataan-pernyataan tersebut dapat dilihat dari nilai *correaltions item total* yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.1

Hasil Uji Validitas Pada Faktor Promosi (X1)

No Item Pernyataan	r Hitung	Keterangan
1	0,723	Valid
2	0,837	Valid
3	0,867	Valid
4	0,842	Valid
5	0,864	Valid
6	0,714	Valid

Dari tabel di atas terlihat bahwa ke 6 item pernyataan tersebut untuk variabel faktor promosi di nyatakan valid, karena nilai korelasi untuk ke 6 item tersebut dia atas 0,30, maka dapat simpulkan bahwa semua item tentang faktor promosi adalah di nyatakan valid.

Tabel 4.2

Hasi Uji Validitas Pada Faktor Bagi Hasil (X2)

No Item Pernyataan	r Hitung	Keterangan
1	0,911	Valid
2	0,917	Valid
3	0,895	Valid

Dari tabel di atas terlihat bahwa ke 3 item pernyataan tersebut untuk variabel faktor bagi hasil di nyatakan valid, karena nilai korelasi untuk ke 3 item tersebut dia atas 0,30, maka dapat simpulkan bahwa semua item tentang faktor bagi hasil adalah di nyatakan valid.

Tabel 4.3

Hasil Uji Validitas Pada Faktor Pelayanan (X3)

No Item Pernyataan	r Hitung	Keterangan
1	0,830	Valid
2	0,856	Valid
3	0,892	Valid
4	0,900	Valid
5	0,861	Valid
6	0,850	Valid

Dari tabel di atas terlihat bahwa ke 6 item pernyataan tersebut untuk variabel faktor pelayanan di nyatakan valid, karena nilai korelasi untuk ke 6 item tersebut dia atas 0,30, maka dapat simpulkan bahwa semua item tentang faktor pelayanan adalah di nyatakan valid.

Tabel 4.4

Hasil Uji Validitas Variabel Pada Minat Mahasiswa FEBI Menjadi Nasabah Di Bank Syari'ah (Y)

No Item Pernyataan	r Hitung	Keterangan
1	0,912	Valid
2	0,901	Valid

3	0,907	Valid
4	0,914	Valid
5	0,843	Valid

Dari tabel di atas terlihat bahwa ke 5 item pernyataan tersebut untuk variabel faktor minat menjadi nasabah di bank syari'ah di nyatakan valid, karena nilai korelasi untuk ke 5 item tersebut dia atas 0,30, maka dapat simpulkan bahwa semua item tentang faktor minat menjadi nasabah di Bank Syari'ah adalah di nyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Suatu variabel dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* >0,60. Nilai reliabilitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.5

Hasil uji reliabilitas pada variabel faktor promosi (X1)

Cronbach's Alpha	N Of Item
0,800	**7**

Sumber : hasil output SPSS 22.0

Dari tabel diatas dapat dilihat nilai *Cronbach Alpha*>0,60. Maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir pernyataan tersebut dikatakan reliabel karena *Cronbach Alpha* 0.800>0.60 untuk variabel faktor promosi.

Tabel 4.6

Hasil uji reliabilitas pada vaiabel faktor bagi hasil (X2)

Cronbach's Alpha	N Of Item

0,865	**4**

Sumber : hasil output SPSS 22.0

Dari tabel diatas dapat dilihat nilai *Cronbach Alpha*>0,60. Maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir pernyataan tersebut dikatakan reliabel karena *Cronbach Alpha* 0.865>0.60 untuk variabel faktor bagi hasil.

Tabel 4.7

Hasil uji reliabilitas pada variabel faktor pelayanan (X3)

Cronbach's Alpha	N Of Item
0,810	**7**

Sumber : hasil output SPSS 22.0

Dari tabel diatas dapat dilihat nilai *Cronbach Alpha*>0,60. Maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir pernyataan tersebut dikatakan reliabel karena *Cronbach Alpha* 0.810 > 0.60 untuk variabel faktor pelayanan.

Tabel 4.8
Hasil uji reliabilitas pada variabel Mina Mahasiswa FEBI Menjadi Nasabah di Bank Syari'ah (Y)

Cronbach's Alpha	N Of Item
0,827	**6**

Sumber : hasil output SPSS 22.0

Dari tabel diatas dapat dilihat nilai *Cronbach Alpha* > 0,60. Maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir pernyataan tersebut dikatakan reliabel karena *Cronbach Alpha* 0.827 > 0.60 untuk variabel faktor minat menjadi nasabah di Bank Syari'ah.

C. Hasil dan Analisis Data

1. Analisis Regresi Berganda

Tabel 4.9

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.506[a]	.256	.231	3.802

a. Predictors: (Constant), pelayanan, promosi, bagihasil

R dalam regresi linear berganda menunjukkan nilai korelasi berganda, yaitu korelasi antara tiga variabel atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai R berkisar antara 0 sampai 1, jika mendekati 1, maka hubungan semakin erat, tetapi jika mendekati 0 maka hubungan semakin lemah. Angka R yang didapat 0,506 artinya korelasi antara faktor promosi, bagi hasil dan pelayanan terhadap minat menjadi nasabah di bank syari'ah adalah sebesar 0,506. Hal ini berarti terjadi korelasi yang erat.

Tabel 4.10

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Colleniarty statistic	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.916	1.788		4.428	.000		
	Promosi	.275	.110	.275	2.497	.014	.692	1.446
	Bagihasil	.498	.162	.342	3.073	.003	.675	1.481
	Pelayanan	-.041	.117	-.040	-.352	.726	.645	1.551

a. Dependent Variable: minat

Dari hasil tabel *Coofficients* diatas dapat dilihat pada kolom *Unstandardized Coofficients* dan B menyatakan untuk nilai regresi dengan a = 7,916 dan b_1 = 0,275 dan b_2 = 0,498 dan b_3 = -0,041. Sehingga didapat persamaan:

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

Minat menjadi nasabah = $7,916 + 0,275X_1 + 0,498X_2 - 0,041X_3 + e$

Penjelasan dari persamaan diatas adalah sebagai berikut :

a. Nilai konstanta (α) adalah 7,916. Artinya jika faktor promosi, bagi hasil dan pelayanan nilainya 0 maka minat menjadi nasabah di bank syari'ah nilainya 7,916.
b. Nilai koofisien faktor promosi (b_1) sebesar 0,275 dan bertanda positif, ini menunjukkan bahwa faktor promosi mempunyai hubungan dengan minat menjadi nasabah di bank syari'ah. Hal ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan faktor promosi terhadap minat menjadi nasabah di bank syari'ah meningkat sebesar 0,275 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.
c. Nilai koofisien faktor bagi hasil (b_2) sebesar 0,498. Hal ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan faktor bagi hasil 0,498 dengan asumsi bahwa variabel bebas dari yang lain maka asumsi variabel nilainya tetap.
d. Nilai koofisien faktor bagi hasil (b_3) sebesar -0,041 dan bertanda negatif. Hal ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan faktor bagi hasil -0,041 dengan

asumsi bahwa variabel bebas dari yang lain maka asumsi variabel nilainya tetap.

2. Koofisien Determinasi

Dari model summary menunjukkan bahwa $R^2 = 0,256$. R Square (R^2) atau kuadrat dari R akan diubah ke bentuk persen, yaitu persentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai R^2 sebesar 0,256 artinya persentase sumbangan pengaruh variabel sebesar 25,6% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model ini.

3. Uji t (uji secara parsial)

Untuk menguji kesignifikanan pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Pengambilan keputusan berdasarkan taraf signifikan yaitu : jika signifikan < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Jika signifikan > 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Dengan demikian hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah :

a. Signifikan 0,014 < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya faktor promosi berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah di bank syari'ah.
b. Signifikan 0,003 < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya faktor bagi hasil berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah di bank syari'ah.
c. Signifikan 0,726 > 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya faktor pelayanan tidak berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah di bank syari'ah.

4. Uji F

Tabel 4.11

Variabel Promosi

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	442.463	3	147.488	10.203	.000[b]
	Residual	1286.526	89	14.455		
	Total	1728.989	92			

a. Dependent Variable: minat
b. Predictors: (Constant), pelayanan, promosi, bagihasil

Untuk menguji kesignifikanan pengaruh antara variabel digunakan rumus signifikan < 0,05 maka ada pengaruh yang signifikan antara variabel atau antara H_a ditolak. Dan jika signifikan > 0,05 maka H_0 diterima. Hasil analisis data menunjukkan bahwa signifikan 0,000 < 0,05. Maka ada pengaruh yang signifikan antar variabel independen terhadap variabel dependen sehingga hipotesis di terima.

Dengan demikian hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah ada pengaruh yang signifikan antar variabel faktor promosi, bagi hasil dan secara bersama-sama (simultan) terhadap minat menjadi nasabah di bank syari'ah.

5. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas pada Model Regresi

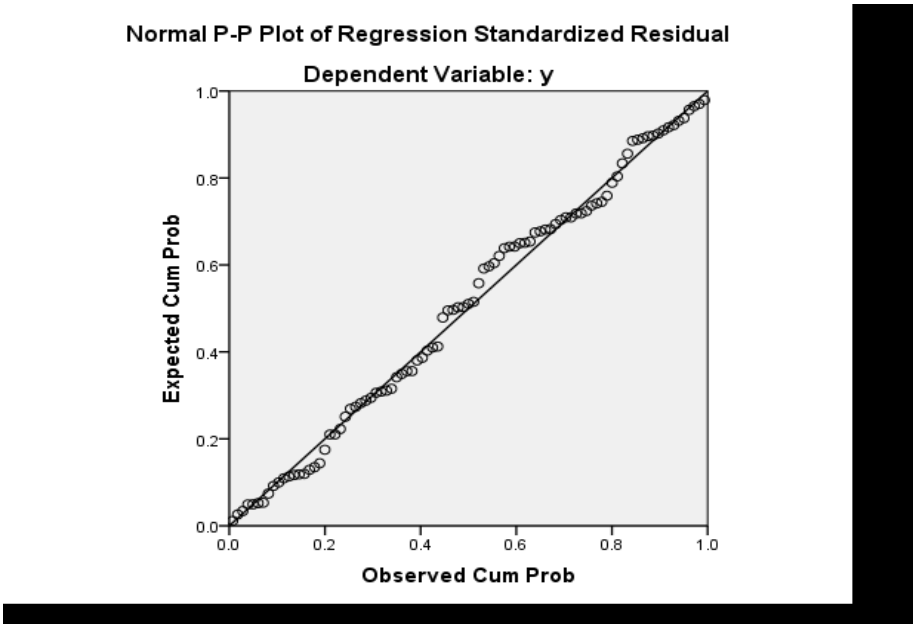
Uji normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal. Beberapa metode uji normalitas yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumber diagonal pada grafik normal *P-P Plot of*

regression standardized residual atau dengan uji *One Sample Kolmogorov Simirnov.*

1) Metode Grafik

Uji normalitas residual dengan metode grafik yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumber diagonal pada grafik normal *P-P Plot of regression standardized residual.* Sebagai dasar pengambilan keputusannya, jika titik-titik menyebar sekitar garis diagonal maka nilai residual tersebut telah normal.

Gambar 4.1



Dari gambar diatas dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar sekitar garis diagonal maka nilai residual tersebut telah normal.

2) Metode Uji *One Sample Kolomogorov Simirnov*

Uji *One Sample Kolomogorov Simirnov* digunakan untuk mengetahui distribusi data, apakah mengikuti distribusi normal, *poisson*, *uniform,* atau *exponential*. Dalam hal ini untuk mengetahui apakah distribusi residual terdistribusi normal atau tidak. Residual berdistribusi normal jika nilai signifikan lebih dari 0,05.

Tabel 4.12

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		93
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.73951542
Most Extreme Differences	Absolute	.071
	Positive	.054
	Negative	-.071
Test Statistic		.071
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200[c,d]

Berdasarkan uji normalitas dengan *kolmogorov simirnov test* diperoleh nilai *test statistic* sebesar 0,071 dan *asymp. Sig.* sebesar 0,200.

Nilai signifikan lebih besar dari 0,05 (0,200 > 0,05), dapat disimpulkan data tersebut berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah keadaan dimana pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna antara variabel independen. Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna di antara variabel bebas (korrelasinya 1 atau mendekati 1). Untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dapat dilihat dari *Variance Inflation Factor (VIF)*. Apabila nilai (VIF) > 5 maka terjadi multikolinearitas . sebaliknya apabila VIF < 5 maka tidak terjadi multikolinearitas. Dalam penelitian ini diperoleh VIF variabel X1 dengan nilai sebesar 1,446 dan X2 1,481 dan X3 1,551 dan tolerance di atas 0,1 yang berarti tidak terjadi multikolinearitas. Jadi dapat disimpulkan baahwa variabel X1, X2 dan X3 lulus dari multikolinearitas berdasarkan nilai VIF lebih < 5.

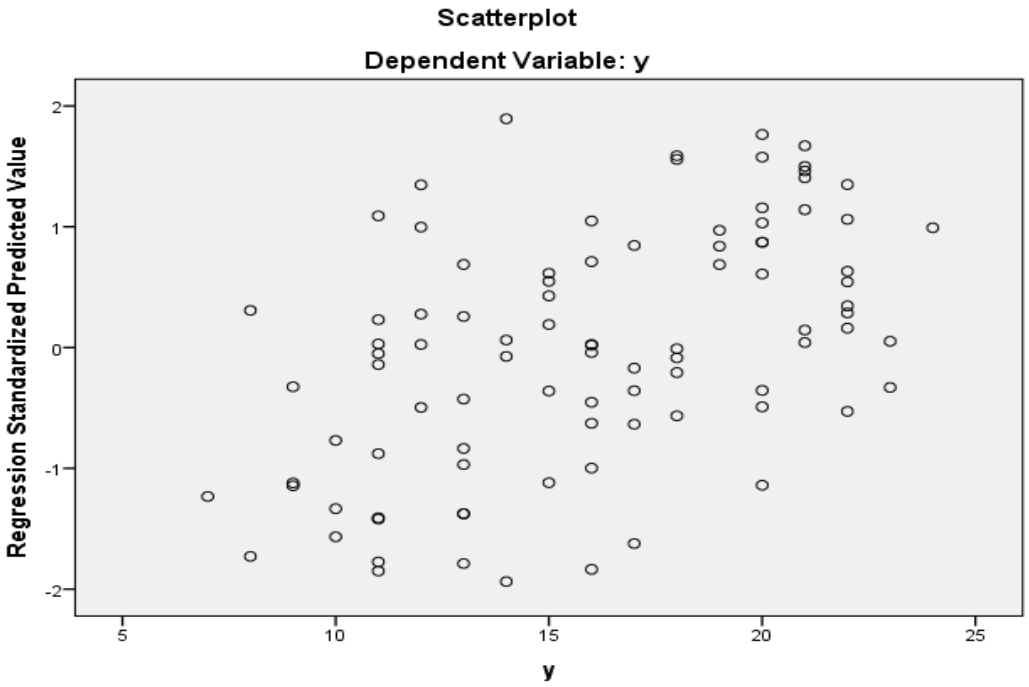
c. Uji Heterokedastisitas

Metode ini dilakukan dengan cara melihat grafik *scatterplot* antara *standardized predicted value* (ZPRED) dengan *standardized residual* (ZRESID), ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara ZRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah yang diprediksi dan sumbu X adalah ressidual (Y prediksi-Y sesungguhnya).

Dasar pengambilan keputusan yaitu :

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

Gambar 4.2



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

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Promosi adalah komunikasi yang persuasif, mengajak, mendesak, membujuk, meyakinkan.

Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan agar produk atau jasa yang dihasilkan suatu perusahaan laku dijual kepada masyarakat atau kepada nasabahnya guna untuk mempertahankan nasabahnya.

Bagi hasil adalah suatu keuntungan yang dicapai oleh perusahaan atau lembaga keuangan dengan cara mendapatkan keuntungannya melalui dengan mengadakan berbagai bentuk pembiayaan.

Pelayanan merupakan setiap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik.

Faktor promosi dan bagi hasil berpengaruh terhadap minat mahasiswa menjadi nasabah di bank syari'ah, dari hasil analisis dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, maka diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa hipotesis alternatif yang menyatakan tidak ada pengaruh faktor pelayanan terhadap minat menjadi nasabah di bank syari'ah. Hal ini dibuktikan berdasarkan perhitungan hasil uji t yang diperoleh sebesar t= -352.

Berdasarkan perolehan skor tersebut, maka diketahui R^2 sebesar 0,256 atau 25,6%, yang berarti variabel faktor promosi, bagi hasil, pelayanan mampu menerangkan variabel minat menjadi nasabah di bank syari'ah sebesar 25,6%. Sedangkan 65,4% lagi dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

Pengujian uji normalitas dilihat dari data menyebar di sekitar garis diagonal menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Berdasarkan uji normalitas dengan *kolmogorov simirnov test* diperoleh nilai *test statistic* sebesar 0,071 dan *asymp. Sig.* sebesar 0,200. Nilai signifikan lebih besar dari 0,05 (0,200 > 0,05), dapat disimpulkan data tersebut berdistribusi normal.

Untuk menguji kesignifikanan pengaruh antara variabel digunakan rumus signifikan < 0,05 maka ada pengaruh yang signifikan antara variabel atau antara H_a ditolak. Dan jika signifikan > 0,05 maka H_0 diterima. Hasil analisis data menunjukkan bahwa signifikan 0,000 < 0,05. Maka ada pengaruh yang signifikan antar variabel independen terhadap variabel dependen sehingga hipotesis di terima.

Dengan demikian hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah ada pengaruh yang signifikan antar variabel faktor promosi, bagi hasil dan secara bersama-sama (simultan) terhadap minat menjadi nasabah di bank syari'ah.

Untuk menguji kesignifikanan pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Pengambilan keputusan berdasarkan taraf signifikan yaitu : jika signifikan < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Jika signifikan > 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Dengan demikian hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah :

a. Signifikan 0,014 < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya faktor promosi berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah di bank syari'ah.
b. Signifikan 0,003 < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya faktor bagi hasil berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah di bank syari'ah.
c. Signifikan 0,726 > 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya faktor pelayanan tidak berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah di bank syari'ah.

Multikolinearitas adalah keadaan dimana pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna antara variabel independen. Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna di antara variabel bebas (korrelasinya 1 atau mendekati 1).

Untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dapat dilihat dari *Variance Inflation Factor (VIF).* Apabila nilai (VIF) > 5 maka terjadi multikolinearitas . sebaliknya apabila VIF < 5 maka tidak terjadi multikolinearitas. Dalam penelitian ini diperoleh VIF variabel X1 dengan nilai sebesar 1,446 dan X2 1,481 dan X3 1,551 dan tolerance di atas 0,1 yang berarti tidak terjadi multikolinearitas. Jadi dapat disimpulkan baahwa variabel X1, X2 dan X3 lulus dari multikolinearitas berdasarkan nilai VIF lebih < 5.

E. Keterbatasan Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan dengan langkah-langkah yang disusun sedemikian rupa agar hasil yang diperoleh sebaik mungkin. Namun dalam prosesnya, untuk mendapatkan hasil yang sempurna sangatlah sulit, sebab dalam pelaksanaan penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan.

Diantara keterbatasan yang dihadapi penulis selama melaksanakan penelitian dan penyusunan skripsi ini yaitu :

1. Keterbatasan ilmu pengetahuan dan wawasan penulis yang masih kurang.
2. Keterbatasan waktu, tenaga, serta dana penulis yang tidak mencukupi untuk penelitian lebih lanjut.

3. Dalam menyebarkan angket penulis tidak mengetahui kejujuran para responden dalm menjawab setiap pernyataan yang diberikan sehingga mempengaruhi validitas data yang diperoleh.
4. Penulis tidak mampu mengontrol mahasiswa dalam menjawab angket yang diberikan, apakah mahasiswa memang menjawab sendiri atau hanya asal jawab saja.

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

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dan penelitian maka diperoleh beberapa kesimpulan yaitu :

1. Signifikan 0,014 < 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya faktor promosi berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah di Bank Syari'ah dengan nilai hasil uji t sebesar 2,497.
2. Signifikan 0,003 < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya faktor bagi hasil berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah di Bank Syari'ah dengan nilai hasil uji t sebesar 3,073.
3. Signifikan 0,726 > 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya faktor pelayanan tidak berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah di Bank Syari'ah dengan hasil uji t sebesar -0,352.

B. Saran-Saran

Sehubungan dengan hasil penelitian ini, maka yang menjadi saran penulis dalam hal ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi mahasiswa FEBI

   Sebagaimana yang telah diketahui bahwa promosi, bagi hasil dan pelayanan menjadi faktor yang berpengaruh terhadap minat mahasiswa FEBI menjadi nasabah di Bank Syari'ah untuk meningkatkan agar mahasiswa FEBI lebih banyak menjadi nasabah di Bank Syari'ah dibandingkan dengan menjadi nasabah di konvensional.

2. Bagi Peneliti

   Untuk penelitian ini adanya beberapa terdapat kendala yang menjadikan penelitian ini sedikit terhambat dalam proses pengisian angket ini, untuk itu diharapkan penelitian yang akan mendatang akan lebih teliti lagi.

DAFTAR FUSTAKA

Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab,"*Psikologi Suatu Pengantar dalam Persfektif Islam",* Jakarta : Kencana 2004.

Adi Warman A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan,* Jakarta : PT Rajagrafindo Persada, 2004.

Ainurahmah Efendi,"Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bertransaksi di Bank Muamalat Cabang Surakarta"Skripsi Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2010.

Anas Sudjono, *Pengantar Statistic Pendidikan,* Jakarta, PT Rajagrafindo Persada, 2008.

Bambang Prasetyo dan Lima Miftahhul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif,* Jakarta : PT. RajaGrafindo, 2011.

Damayanti Maysaroh, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syari'ah" Skripsi, UIN Sunan Kalijaga, 2014.

Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia,* Jakarta :Balai Pustaka, 2001.

Duwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS,* Yogyakarta : PT Bumi Kita, 2008.

Enirohaeni, "Pengaruh Promosi Terhadap Masyarakat Menjadi Nasabah Pada BMT Al-Ishlah Bobos Dukupuntang"Skripsi, IAIN Syekh Nurjati Cirebon,2012.

_____ *Mandiri Belajar SPSS,* Yogyakarta : Mediakom, 2008.

H.C. Witherington, *Psikologi Pendidikan,* Jakarta: PT Rineka Cipta, 1999.

Istifakhiyah, "Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Masyarkat Menjadi Nasabah di BMT Islamic Center Kabupaten Cirebon"Skripsi, IAIN Syekh Nurjati Cirebon, 2012.

Kasmir, *Etika Customer Service,* Jakarta : PT Raja Grafindo Persada,2008.

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

_____ *Pemasaran Bank,* Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2010.

_____ *Pemasaran Bank,* Jakarta : Kencana, 2010.

M. Fuad, *Pengantar Bisnis,* Jakarta : Gra Media Pustaka, 2000.

M. Murshid, *Manajemen Pemasaran,* Jakarta : PT Bumi Aksara 2008.

M. Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif,* Jakarta: Kencana 2005.

Malayau, *Dasar-Dasar Perbankan,* Jakarta : PT Bumi Aksara, 2009.

_____ *Dasar-Dasar Perbankan, Jakarta :* PT Bumi Aksara,2001.

Morisan, *Metode Penelitian Survey,* Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2012.

Muhammad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam,* Yogyakarta : PT Rajagrafindo Persada, 2008.

_____ *Metodologi Peneleitian Ekonomi Teori dan Aplikasi,* Jakarta : Rajagrafindo Persada, 2005.

Normalita Sari, "Pengaruh Bagi Hasil Terhadap Minat Pengajuan Pembiayaan Mudharabah di BMT Walisongo Papandayan Semarang" Skripsi Iain Walisongo Semarang, 2012.

Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen,* Jakarta :Kencana Pranada Media Group, 2010.

Raihanah Daulay, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil Terhadapa Keputusan Nasabah Pada Bank Mandiri Syari'ah di Kota Medan" Skripsi Iain Medan, 2010.

Rifaatul Mahmudah, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah di Bank Cimb Niaga Cabang Semarang" Skripsi, IAIN Walisongo Semarang, 2009.

Setiawan dan Dwi Endah Kusrini, *Ekonometrika* Yogyakarta: Cv. Andi Offset, 2010.

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

_____ *Metode Penelitian Bisnis,* Bandung : Alfabeta, 2012.

Yayan Fauzi, "Fakator-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Menabung di Perbankan Syari'ah Studi Kasus Pada Bank BNI Kantor Cabang Yogyakarta", Dalam Jurnal Manajemen, Volume 6, No. 1, Juli 2011.

Yoana Valais Al-Fath, "Analisis Pengaruh Sistem Bagi Hasil dan Jangka Waktu Pencairan Dana Pembiayaan Mudharabah Terhadap Minat Kreditur Survey Pada Perbankan BMT Al-Fath IKMI" Skripsi Universitas Komputer Indonesia, 2010.

Zainul Arifin, *Memahami Bank Syari'ah Lingkup, Peluang, Tantangan dan Prosfek*, Jakarta :Alvabet, 2000.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. Nama : AMIR HAMZAH
Nim : 10.220.0089
Tempat/ Tanggal Lahir : Manegen / 14 Januari 1992
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Alamat : Manegen
Agama : Islam
No. Telpon : 082277917850

II. Nama Orang tua
Nama Ayah : Majid
Pekerjaan : Wiraswasta
Nama Ibu : Resmi Rangkuti
Pekerjaan : Tani
Alamat : Manegen

RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tahun 1998-2004 : SD Negeri Goti No. 142456
2. Tahun 2004-2007 : Pondok Pesantren Al-Ansor Manunggang Julu
3. Tahun 2007-2010 : Madrasah Aliyah Negeri 1 Padangsidimpuan
4. Tahun 2010-2015 : Melanjutkan pendidikan S1 di Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Perbankan Syari'ah

Lampiran : 1

Daftar Angket

Kepada Yth

Bapak/ Ibu/ Saudara/ i

Di tempat

1. Dengan segala kerendahan hati dan harapan, penulis mohon 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 kami butuhkan 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 Memengaruhi Minat Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan Menjadi Nasabah Di Bank Syari'ah.
3. Untuk mencapai maksud tersebut, kami memohon kesediaan Bapak/ Ibu/ Saudara/ i untuk mengisi kuesioner ini dengan memilih jawaban yang telah di sediakan.
4. Atas kesediaan Bapak/ Ibu/ Saudara/ i meluangkan waktu membantu kami mengisi kuesioner ini, kami ucapkan terimakasih.

Peneliti

AMIR HAMZAH
10 220 0089

KUESIONER PENELITIAN

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN PADANGSIDIMPUAN MENJADI NASABAH DI BANK SYARI'AH

1. Identitas Responden

   Nama :

   Jenis Kelamin :

   Umur :

   Pendidikan Terakhir :

   Jabatan :

   Lama Kerja :

2. Petunjuk Pengisian

   Beri tanda chek list (√) pada salah satu jawaban yang paling sesuai dengan pendapat saudara/i.

   Kriteria Penilaian

No	**Pernyataan**	**Skor**
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (ST)	1

Pernyataan

1. Indikator Promosi

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Dalam melaksanakan promosi melalui iklan di tv sangat bagus					
2	Produk yang ada di Bank Syari'ah memang bagus dan banyak disukai masyarakat					
3	Iklan yang diadakan Bank Syari'ah melalui tv memang berpengaruh bagi masyarakat					
4	Dengan promosi yang dilakukan Bank Syari'ah saya yakin bahwa mahasiswa FEBI akan tertarik untuk menjadi nasabah di Bank Syari'ah					
5	Mahasiswa bersedia menggunakan produk yang ada di Bank Syari'ah					
6	Mahasiswa lebih mempercayai dengan produk yang ada di Bank Syari'ah karena menggunakan prinsip ke syari'ah nya					

2. Indikator Bagi Hasil

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Nasabah yang ada di Bank Syari'ah akan mendapatkan keuntungan yang banyak ketimbang di Bank Konvensional					
2	Biaya administrasi yang di tawarkan Bank Syari'ah untuk menjadi nasabah di Bank Syari'ah dapat di jangkau oleh mahasiswa FEBI					
3	Keuntungan yang kita peroleh di Bank Syari'ah terbuka dan sudah di sepakati di awal					

3. Indikator Pelayanan

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Etika yang ada di Bank Syari'ah memang sopan sehingga banyak yang ingin menjadi nasabah di Bank Syari'ah					
2	Sikap karyawan Bank Syari'ah terhadap					

	nasabahnya memang ramah tamah sehingga mahasiswa lebih suka dengan menjadi nasabah di Bank Syari'ah					
3	Karyawan Bank Syari'ah memang pandai menarik simpati mahasiswa agar mahasiswa lebih memilih menjadi nasabah di Bank Syari'ah					
4	Nasabah yang ada di Bank Syari'ah lebih puas dengan pelayanan yang dilakukan oleh Bank Konvensional					
5	Karyawan Bank Syari'ah melayani nasabahnya dengan sepenuh hati					
6	Nasabah yang ada di Bank Syari'ah nyaman dengan fasilitas yang di berikan oleh Bank Syari'ah					

4. Indikator Minat Mahasiswa Menjadi Nasabah di Bank Syari'ah

No	**Pernyataan**	**SS**	**S**	**KS**	**TS**	**STS**
1	Mahasiswa lebih banyak suka menjadi nasabah di Bank Syari'ah ketimbang di Bank Konvensional					
2	Mahasiswa menjadi nasabah di Bank Syari'ah karena lebih banyak masyarakat muslim					
3	Mahasiswa akan lebih perhatian terhadap Bank Syari'ah meskipun jauh dari desa mereka					
4	Menabung di Bank Syari'ah karena dorongan dari hati					
5	Produk yang di ada di Bank Syari'ah berkualitas sehingga menjadi penentu bagi mahasiswa untuk menjadi nasabah di Bank Syari'ah					

Faktor Promosi

Correlations

		item1	item2	item3	item4	item5	item6	itemtotal
item1	Pearson Correlation	1	.632**	.604**	.521**	.540**	.321**	.723**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.002	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93
item2	Pearson Correlation	.632**	1	.745**	.586**	.645**	.472**	.837**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93
item3	Pearson Correlation	.604**	.745**	1	.728**	.645**	.476**	.867**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93
item4	Pearson Correlation	.521**	.586**	.728**	1	.700**	.503**	.842**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93
item5	Pearson Correlation	.540**	.645**	.645**	.700**	1	.663**	.864**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93
item6	Pearson Correlation	.321**	.472**	.476**	.503**	.663**	1	.714**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.000	.000		.000
	N	93	93	93	93	93	93	93
itemtotal	Pearson Correlation	.723**	.837**	.867**	.842**	.864**	.714**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	93	93	93	93	93	93	93

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.800	7

Faktor Bagi Hasil

Correlations

		item1	item2	item3	itemtotal
item1	Pearson Correlation	1	.782**	.711**	.911**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	93	93	93	93
item2	Pearson Correlation	.782**	1	.716**	.917**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	93	93	93	93
item3	Pearson Correlation	.711**	.716**	1	.895**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	93	93	93	93
itemtotal	Pearson Correlation	.911**	.917**	.895**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	93	93	93	93

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.865	4

Faktor Pelayanan

Correlations

		item1	item2	item3	item4	item5	item6	itemtotal
item1	Pearson Correlation	1	.783**	.733**	.700**	.612**	.613**	.830**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93
item2	Pearson Correlation	.783**	1	.775**	.723**	.600**	.651**	.856**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93
item3	Pearson Correlation	.733**	.775**	1	.855**	.707**	.626**	.892**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93
item4	Pearson Correlation	.700**	.723**	.855**	1	.744**	.685**	.900**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93
item5	Pearson Correlation	.612**	.600**	.707**	.744**	1	.800**	.861**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93
item6	Pearson Correlation	.613**	.651**	.626**	.685**	.800**	1	.850**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	93	93	93	93	93	93	93
itemtotal	Pearson Correlation	.830**	.856**	.892**	.900**	.861**	.850**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	93	93	93	93	93	93	93

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.810	7

Faktor Minat Menjadi Nasabah di Bank Syari'ah

Correlations

		item1	item2	item3	item4	item5	itemtotal
item1	Pearson Correlation	1	.898**	.774**	.765**	.671**	.912**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	93	93	93	93	93	93
item2	Pearson Correlation	.898**	1	.795**	.729**	.680**	.901**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	93	93	93	93	93	93
item3	Pearson Correlation	.774**	.795**	1	.852**	.710**	.907**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	93	93	93	93	93	93
item4	Pearson Correlation	.765**	.729**	.852**	1	.798**	.914**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	93	93	93	93	93	93
item5	Pearson Correlation	.671**	.680**	.710**	.798**	1	.843**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	93	93	93	93	93	93
itemtotal	Pearson Correlation	.912**	.901**	.907**	.914**	.843**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	93	93	93	93	93	93

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.827	6

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.506[a]	.256	.231	3.802

a. Predictors: (Constant), pelayanan, promosi, bagihasil

Coefficients[a]

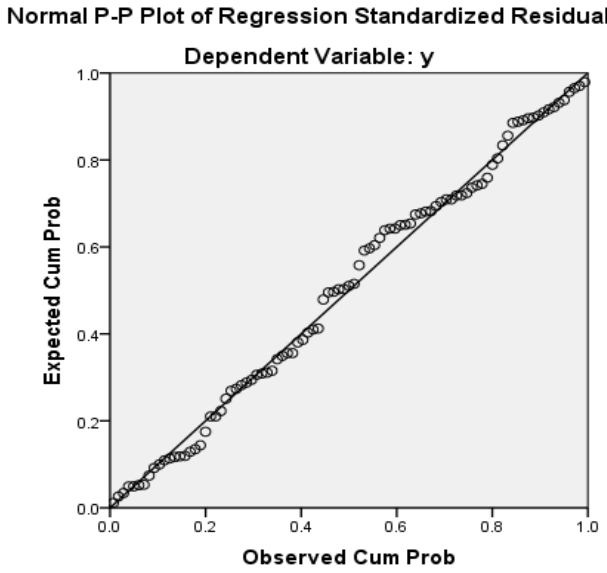
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Colleniarty statistic	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.916	1.788		4.428	.000		
	Promosi	.275	.110	.275	2.497	.014	.692	1.446
	Bagihasil	.498	.162	.342	3.073	.003	.675	1.481
	Pelayanan	-.041	.117	-.040	-.352	.726	.645	1.551

a. Dependent Variable: minat

ANOVA[a]

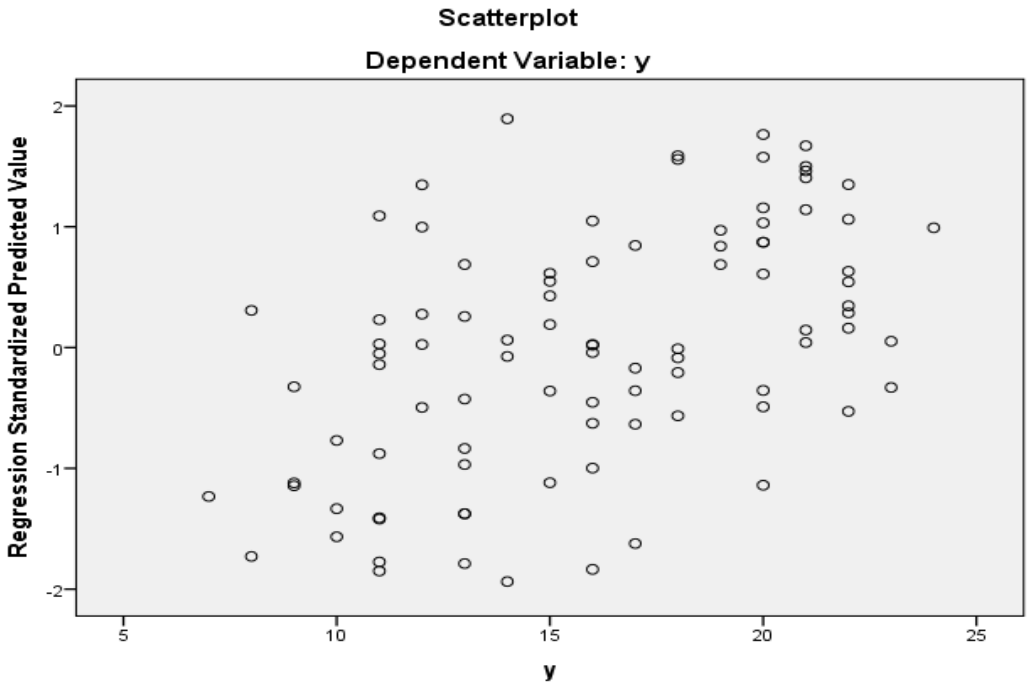
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	442.463	3	147.488	10.203	.000[b]
	Residual	1286.526	89	14.455		
	Total	1728.989	92			

a. Dependent Variable: minat
b. Predictors: (Constant), pelayanan, promosi, bagihasil



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		93
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.73951542
Most Extreme Differences	Absolute	.071
	Positive	.054
	Negative	-.071
Test Statistic		.071
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200[c,d]



Faktor Promosi (X1)

NO	1	2	3	4	5	6	TOTAL
1	4	3	3	2	1	2	15
2	2	2	1	1	1	1	8
3	4	5	5	5	5	2	26
4	3	3	2	1	1	1	11
5	4	4	3	3	3	3	20
6	2	3	3	1	1	1	11
7	2	2	2	2	2	3	13
8	2	1	1	1	1	1	7
9	4	4	4	4	4	2	22
10	3	3	2	2	2	1	13
11	4	3	3	3	2	3	18
12	4	4	4	4	3	4	23
13	2	2	2	2	3	4	15
14	2	2	2	1	1	1	9
15	3	4	4	4	4	3	22
16	4	2	2	2	2	1	13
17	4	4	3	2	2	2	17

18	3	3	2	2	2	1	13
19	3	3	3	3	3	4	19
20	3	3	3	3	3	2	17
21	3	4	3	3	3	3	19
22	2	2	2	2	2	1	11
23	2	3	2	2	2	2	13
24	3	2	2	2	2	2	13
25	3	4	4	2	2	2	17
26	2	2	2	2	1	2	11
27	3	3	3	4	2	2	17
28	1	2	2	2	1	1	9
29	3	3	3	3	3	4	19
30	2	2	2	2	2	3	13
31	3	2	2	2	2	2	13
32	3	2	3	3	3	2	16
33	3	3	3	3	4	3	19
34	3	3	3	3	2	3	17
35	3	2	2	2	2	2	13
36	2	2	2	2	2	2	12
37	3	3	4	3	3	3	19
38	3	3	2	3	3	3	17
39	1	1	1	2	1	2	8
40	2	2	2	2	2	2	12
41	2	3	2	2	2	4	15
42	3	2	2	4	2	2	15
43	3	2	4	2	2	2	15
44	1	2	2	2	2	2	11
45	3	4	4	4	4	4	23
46	3	4	3	4	4	2	20
47	3	4	4	4	4	4	23
48	3	4	3	2	4	4	20
49	1	2	1	1	2	2	9
50	3	3	3	3	3	3	18
51	2	3	2	2	2	3	14
52	3	4	4	4	3	2	20
53	3	3	3	2	2	4	17
54	3	3	3	2	2	2	15
55	3	3	2	3	3	3	17

56	1	2	1	1	1	1	7
57	3	3	3	3	4	4	20
58	3	3	2	2	3	3	16
59	2	2	3	3	2	3	15
60	3	3	2	2	2	3	15
61	3	3	4	4	3	3	20
62	3	4	4	3	4	4	22
63	2	2	1	2	2	2	11
64	2	2	3	3	2	3	15
65	3	3	3	4	3	3	19
66	2	2	2	2	2	2	12
67	3	2	2	2	4	4	15
68	3	3	4	4	3	3	20
69	2	2	2	2	3	2	13
70	3	4	4	4	3	4	22
71	1	2	2	2	1	1	9
72	3	2	3	2	3	2	15
73	3	4	3	3	4	4	21
74	3	3	3	4	3	3	19
75	3	4	4	3	3	3	20
76	3	2	2	2	3	2	14
77	3	3	4	4	4	4	22
78	3	4	4	4	4	4	23
79	2	3	3	2	2	2	14
80	2	1	2	2	1	1	9
81	2	2	2	3	3	3	15
82	3	3	3	2	3	3	17
83	4	4	3	3	3	3	20
84	3	3	3	3	3	3	18
85	1	2	2	1	1	2	9
86	3	3	4	4	3	3	20
87	3	4	4	3	4	4	22
88	3	3	3	3	3	2	17
89	3	4	4	3	3	3	20
90	3	3	3	2	3	3	17
91	2	3	2	3	2	3	15
92	3	3	4	4	3	3	20
93	3	3	3	4	3	3	19

Faktor Bagi Hasil (X2)

NO	1	2	3	TOTAL
1	4	4	5	13
2	1	2	2	5
3	4	4	4	12
4	2	2	2	6
5	4	5	5	14
6	2	1	2	5
7	2	2	1	5
8	2	3	2	7
9	2	2	2	6
10	3	3	2	8
11	2	3	5	10
12	3	5	2	10
13	3	4	4	11
14	1	2	1	4
15	1	1	2	4
16	2	2	4	8
17	3	2	3	8
18	2	2	2	6
19	2	3	3	8
20	4	4	5	13
21	2	2	2	6
22	4	5	4	13
23	2	2	1	5
24	1	2	2	5
25	3	2	3	8
26	2	3	3	8
27	4	4	4	12
28	2	2	2	6
29	3	3	4	10
30	4	3	3	10
31	2	2	2	6
32	3	3	5	11
33	4	4	4	12
34	4	4	4	12
35	3	3	3	9

36	4	3	4	11
37	4	4	4	12
38	2	1	2	5
39	2	1	1	4
40	2	2	3	7
41	3	2	2	7
42	3	3	3	9
43	5	4	5	14
44	1	2	2	5
45	3	2	3	8
46	2	3	3	8
47	4	5	4	13
48	5	5	4	14
49	1	1	2	4
50	2	2	2	6
51	2	3	3	8
52	3	3	4	10
53	4	4	5	13
54	3	3	4	10
55	3	2	3	8
56	2	1	2	5
57	4	4	4	12
58	3	3	3	9
59	2	3	3	8
60	3	3	3	9
61	4	5	5	14
62	2	2	1	5
63	1	1	1	3
64	2	2	3	7
65	4	4	3	11
66	3	2	3	8
67	4	4	3	11
68	2	2	1	5
69	2	3	2	7
70	2	2	2	6
71	2	1	2	5
72	4	4	5	13
73	5	4	4	13

74	3	2	3	8
75	4	5	4	13
76	3	4	3	10
77	3	3	4	10
78	3	4	4	11
79	2	2	3	7
80	1	2	2	5
81	2	2	3	7
82	3	4	4	11
83	3	3	2	8
84	3	2	2	7
85	2	2	3	7
86	5	4	4	13
87	3	3	2	8
88	3	3	2	8
89	5	4	4	13
90	3	4	4	11
91	2	3	3	8
92	4	4	5	13
93	3	3	3	9

Faktor Pelayanan (X3)

NO	1	2	3	4	5	6	TOTAL
1	2	3	3	3	2	2	15
2	2	2	2	2	1	1	10
3	3	3	4	4	4	4	22
4	2	2	2	2	2	1	11
5	4	4	4	4	4	4	24
6	2	2	1	1	1	2	9
7	3	2	3	3	3	3	17
8	2	2	2	1	2	2	11
9	3	3	4	4	4	4	22
10	2	2	2	2	3	3	14
11	3	3	3	3	2	2	16
12	3	3	3	3	3	2	17
13	4	4	4	4	4	5	25
14	2	2	2	2	2	1	11
15	2	3	3	3	3	3	17
16	3	3	4	3	4	4	21
17	3	3	3	3	3	2	17
18	3	3	2	2	2	3	15
19	2	3	2	2	2	3	14
20	3	3	4	4	4	4	22
21	1	2	2	2	2	2	11
22	3	3	3	3	4	4	20
23	2	1	2	2	2	2	11
24	2	2	2	2	2	2	12
25	2	2	2	3	2	2	13
26	3	3	3	4	4	4	21
27	3	3	3	3	3	3	18
28	2	1	2	2	2	1	10
29	2	2	2	3	2	3	14
30	2	3	3	2	2	2	14
31	3	4	4	4	4	4	23
32	2	2	3	3	3	2	15
33	3	3	3	3	3	3	18
34	2	2	2	2	1	2	11
35	3	2	3	3	3	3	17

36	2	2	2	3	3	3	15
37	4	4	4	4	3	4	23
38	3	3	3	3	3	4	19
39	2	1	2	1	2	1	9
40	3	4	4	4	3	4	22
41	2	2	2	2	3	2	13
42	3	3	2	3	3	3	17
43	2	3	3	3	3	3	17
44	2	2	2	2	2	3	13
45	4	4	4	4	3	3	22
46	3	3	3	3	3	3	18
47	3	3	3	4	4	4	21
48	3	3	3	3	3	3	18
49	2	1	1	1	1	1	7
50	2	2	2	2	2	2	16
51	3	3	3	3	3	2	17
52	4	4	3	3	4	4	22
53	3	3	4	3	3	3	19
54	2	3	2	2	3	3	15
55	2	2	2	2	2	1	11
56	2	2	1	1	1	2	9
57	4	4	3	3	4	4	22
58	3	2	3	3	3	3	17
59	3	3	3	3	4	4	20
60	2	2	2	2	2	2	12
61	3	4	4	4	4	4	23
62	3	3	3	3	2	2	16
63	2	2	2	1	1	1	9
64	2	2	2	3	3	3	15
65	3	3	4	3	3	3	19
66	2	1	2	2	2	2	11
67	3	3	4	4	4	4	22
68	3	3	3	3	3	2	17
69	3	3	3	3	4	4	20
70	2	2	2	2	3	4	15
71	2	2	2	2	2	1	11
72	3	2	2	2	3	3	15
73	3	3	3	3	3	2	17

74	3	3	4	4	3	3	20
75	4	4	4	4	3	4	23
76	3	3	3	4	3	3	19
77	3	3	3	3	2	3	17
78	3	3	3	4	3	3	19
79	3	2	2	3	3	3	16
80	2	2	1	1	1	1	8
81	3	3	3	3	3	2	17
82	2	2	2	2	3	3	14
83	3	3	3	3	2	2	16
84	3	3	3	3	3	3	18
85	4	4	4	4	3	3	22
86	3	3	3	3	3	2	17
87	2	2	3	3	3	2	15
88	2	2	2	3	2	2	13
89	3	3	4	4	3	3	20
90	3	3	3	3	2	3	17
91	2	2	2	2	2	2	12
92	2	2	2	3	3	3	15
93	2	3	3	3	3	3	17

Minat Menjadi Nasabah di Bank Syari'ah (Y)

NO	1	2	3	4	5	TOTAL
1	4	4	4	4	4	20
2	2	2	2	1	1	8
3	2	3	3	3	3	14
4	2	2	2	2	1	9
5	3	3	4	4	4	18
6	2	2	2	2	2	10
7	2	2	1	1	1	7
8	2	3	2	2	2	11
9	2	2	2	2	3	11
10	2	2	2	3	3	12
11	3	3	3	3	3	15
12	4	4	4	4	4	20
13	2	2	2	2	3	11
14	2	2	3	2	2	11
15	4	4	5	5	5	23
16	3	3	3	3	2	16
17	2	2	2	2	3	11
18	2	3	3	2	3	13
19	3	3	3	2	2	13
20	5	5	5	5	4	24
21	2	2	3	2	2	11
22	3	3	2	2	2	12
23	2	2	2	2	1	9
24	4	4	4	4	4	20
25	2	2	2	3	3	12
26	2	2	1	2	2	11
27	4	3	4	4	4	19
28	3	2	2	3	3	13
29	3	3	3	3	4	16
30	3	4	3	3	3	16
31	3	3	3	3	3	15
32	4	5	5	4	4	22
33	2	3	3	2	1	11
34	4	4	4	3	4	19
35	2	2	2	1	2	9

36	4	4	4	4	5	21
37	2	2	2	2	2	12
38	2	2	2	1	1	10
39	2	3	3	3	3	14
40	4	3	3	3	3	16
41	3	3	3	3	4	16
42	3	3	3	3	2	14
43	4	4	4	5	5	22
44	2	2	2	2	3	11
45	4	4	4	4	4	20
46	2	1	2	2	1	8
47	4	4	4	4	4	20
48	4	4	4	5	4	21
49	2	2	2	2	3	11
50	3	3	3	3	3	15
51	3	3	3	2	2	13
52	4	4	4	4	3	19
53	3	4	3	3	3	16
54	3	3	3	3	3	15
55	3	3	3	3	2	14
56	3	3	3	4	3	16
57	4	4	4	4	5	21
58	4	5	5	4	5	23
59	3	3	3	4	4	17
60	3	3	4	3	3	16
61	4	4	4	4	4	20
62	3	3	4	4	4	18
63	2	2	3	3	3	13
64	4	4	4	4	4	20
65	3	3	4	4	3	17
66	3	4	3	4	4	18
67	4	4	5	5	4	22
68	4	4	4	4	4	20
69	2	3	3	3	5	13
70	5	5	4	4	4	22
71	3	3	4	4	3	17
72	4	4	4	4	4	20
73	5	5	3	3	2	18

74	4	4	4	4	5	21
75	5	5	4	4	4	22
76	4	3	3	4	4	18
77	4	4	4	4	4	20
78	2	2	3	3	2	12
79	3	3	3	4	4	17
80	2	2	2	2	2	10
81	4	4	4	5	5	22
82	3	3	2	2	3	13
83	4	4	5	5	4	22
84	3	3	4	4	3	17
85	2	2	3	3	3	13
86	4	4	4	4	5	21
87	3	3	3	3	3	15
88	3	3	4	3	3	16
89	4	4	4	4	5	21
90	4	4	5	5	4	22
91	4	4	3	3	4	18
92	4	4	4	3	4	21
93	3	3	3	3	3	15

Tabel r Product Moment
Pada Sig.0,05 (Two Tail)

N	r	N	r	N	r	N	r	N	r	N	r
1	0.997	41	0.301	81	0.216	121	0.177	161	0.154	201	0.138
2	0.95	42	0.297	82	0.215	122	0.176	162	0.153	202	0.137
3	0.878	43	0.294	83	0.213	123	0.176	163	0.153	203	0.137
4	0.811	44	0.291	84	0.212	124	0.175	164	0.152	204	0.137
5	0.754	45	0.288	85	0.211	125	0.174	165	0.152	205	0.136
6	0.707	46	0.285	86	0.21	126	0.174	166	0.151	206	0.136
7	0.666	47	0.282	87	0.208	127	0.173	167	0.151	207	0.136
8	0.632	48	0.279	88	0.207	128	0.172	168	0.151	208	0.135
9	0.602	49	0.276	89	0.206	129	0.172	169	0.15	209	0.135
10	0.576	50	0.273	90	0.205	130	0.171	170	0.15	210	0.135
11	0.553	51	0.271	91	0.204	131	0.17	171	0.149	211	0.134
12	0.532	52	0.268	92	0.203	132	0.17	172	0.149	212	0.134
13	0.514	53	0.266	93	0.202	133	0.169	173	0.148	213	0.134
14	0.497	54	0.263	94	0.201	134	0.168	174	0.148	214	0.134
15	0.482	55	0.261	95	0.2	135	0.168	175	0.148	215	0.133
16	0.468	56	0.259	96	0.199	136	0.167	176	0.147	216	0.133
17	0.456	57	0.256	97	0.198	137	0.167	177	0.147	217	0.133
18	0.444	58	0.254	98	0.197	138	0.166	178	0.146	218	0.132
19	0.433	59	0.252	99	0.196	139	0.165	179	0.146	219	0.132
20	0.423	60	0.25	100	0.195	140	0.165	180	0.146	220	0.132
21	0.413	61	0.248	101	0.194	141	0.164	181	0.145	221	0.131
22	0.404	62	0.246	102	0.193	142	0.164	182	0.145	222	0.131
23	0.396	63	0.244	103	0.192	143	0.163	183	0.144	223	0.131
24	0.388	64	0.242	104	0.191	144	0.163	184	0.144	224	0.131
25	0.381	65	0.24	105	0.19	145	0.162	185	0.144	225	0.13
26	0.374	66	0.239	106	0.189	146	0.161	186	0.143	226	0.13
27	0.367	67	0.237	107	0.188	147	0.161	187	0.143	227	0.13
28	0.361	68	0.235	108	0.187	148	0.16	188	0.142	228	0.129
29	0.355	69	0.234	109	0.187	149	0.16	189	0.142	229	0.129
30	0.349	70	0.232	110	0.186	150	0.159	190	0.142	230	0.129
31	0.344	71	0.23	111	0.185	151	0.159	191	0.141	231	0.129
32	0.339	72	0.229	112	0.184	152	0.158	192	0.141	232	0.128
33	0.334	73	0.227	113	0.183	153	0.158	193	0.141	233	0.128
34	0.329	74	0.226	114	0.182	154	0.157	194	0.14	234	0.128
35	0.325	75	0.224	115	0.182	155	0.157	195	0.14	235	0.127
36	0.32	76	0.223	116	0.181	156	0.156	196	0.139	236	0.127
37	0.316	77	0.221	117	0.18	157	0.156	197	0.139	237	0.127
38	0.312	78	0.22	118	0.179	158	0.155	198	0.139	238	0.127
39	0.308	79	0.219	119	0.179	159	0.155	199	0.138	239	0.126
40	0.304	80	0.217	120	0.178	160	0.154	200	0.138	240	0.126

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

Nomor : In.19/G/TL.00/ 282 /2015
Lamp. : -
Hal : Mohon Izin Riset

Padangsidimpuan, 31 Maret 2015

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

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan menerangkan bahwa :

Nama	: Amir Hamzah
NIM	: 10.220.0089
Semester	: X (Sepuluh)
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan	: Perbankan Syari'ah

Adalah benar Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Perbankan Syari'ah IAIN Padangsidimpuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul **"Faktor yang Mempengaruhi Mahasiswa FEBI Menjadi Nasabah di Bank Syari'ah ".**

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

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

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Dekan,

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

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PADANGSIDIMPUAN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

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

Nomor : In. 19/G.4a/PP/009/269/2015
Lampiran : -
Perihal : ***Permohonan Kesediaan Menjadi Pembimbing***

Padangsidimpuan, 19 Mei 2015
Kepada Yth.
Bapak/Ibu :
1. Mudzakkir Khotib Siregar, M.A
2. Budi Gautama Siregar, S.Pd, MM.
Di
Padangsidimpuan

Assalamu 'alaikum Wr.Wb

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

Nama	: Amir Hamzah
NIM	: 10 220 0089
Sem/Thn. Akademik	: X / 2015-2016
Alamat	: Manegen
Judul Pertama	: **Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa FEBI Menjadi Nasabah di Bank Syari'ah**
Judul Kedua	: **Faktor-faktor yang Memengaruhi Minat Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan Menjadi Nasabah di Bank Syari'ah Padangsidimpuan**

Seiring dengan hal tersebut, kami mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu menjadi Pembimbing I dan Pembimbing II penelitian penulisan Skripsi mahasiswa yang dimaksud.

Demikian kami sampaikan, atas kesediaan dan kerjasama yang baik dari Bapak/Ibu, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu 'alaikum Wr.Wb

Mengetahui:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Farahuddin Aziz Siregar, M. Ag
NIP. 19731128 200112 1 001

Ketua Jurusan Perbankan Syariah

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

PERNYATAAN KESEDIAAN SEBAGAI PEMBIMBING

BERSEDIA / TIDAK BERSEDIA
PEMBIMBING I

Mudzakkir Khotib Siregar, M.A
NIP. [illegible]

BERSEDIA / TIDAK BERSEDIA
PEMBIMBING II

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