



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT  
NASABAH TERHADAP TABUNGAN WADI'AH  
DI PT. BANK SUMUT CABANG SYARIAH  
PADANGSIDIMPUAN**

**SKRIPSI**

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat  
untuk Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (SEI)  
dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah*

**OLEH:**

**JELIANA LUBIS**  
NIM. 10 220 0102

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH**

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

**2015**





**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT  
NASABAH TERHADAP TABUNGAN *WADI'AH*  
DI PT. BANK SUMUT CABANG SYARIAH  
PADANGSIDIMPUAN**

**SKRIPSI**

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat  
untuk Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (SEI)  
dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah*

**OLEH:**

**JELIANA LUBIS**

**NIM. 10 220 0102**



**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH**

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

**2015**



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT  
NASABAH TERHADAP TABUNGAN WADI'AH  
DI PT. BANK SUMUT CABANG SYARIAH  
PADANGSIDIMPUAN**

**SKRIPSI**

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat  
untuk Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (SEI)  
dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah*

**OLEH:**

**JELIANA LUBIS  
NIM. 10 220 0102**

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH**

**PEMBIMBING I**

**Mudzakkir Khojib Siregar, M.A**  
NIP. 19721121 199903 1 002

**PEMBIMBING II**

**Rukiah Lubis SE., M. Si**  
NIP. 19760324 200604 2 002

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

**2015**





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

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

Hal : Skripsi  
a. n. JELIANA LUBIS  
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidimpuan, 01 Maret 2015  
Kepada Yth:  
Dekan FEBI IAIN  
Padangsidimpuan  
Di  
Padangsidimpuan

*Assalamu'alaikum Wr.Wb.*

Setelah membaca, meneliti dan memberikan saran-saran untuk perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **Jeliana Lubis** yang berjudul : **"FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH TERHADAP NASABAH TABUNGAN WADIAH DI PT. BANK SUMUT CABANG SYARI'AH PADANGSIDIMPUAN"**, maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Syariah (SEI) dalam Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Perbankan Syariah IAIN Padangsidimpuan.

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

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

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

PEMBIMBING I

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

PEMBIMBING II

Rukiah Lubis, SE., M.Si  
NIP.19760324 200604 2 002

## SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

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

Nama : **JELIANA LUBIS**  
NIM : 10.220.0102  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah  
Judul skripsi : **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
MINAT NASABAH TERHADAP TABUNGAN  
WADI'AH DI PT. BANK SUMUT CABANG  
SYARIAH PADANGSIDIMPUAN**

Dengan ini menyatakan menyusun skripsi sendiri tanpa menerima bantuan tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan kode etik mahasiswa pasal 14 ayat 2.

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 Februari 2015  
Saya yang menyatakan



**JELIANA LUBIS**  
**NIM: 10.220.0102**

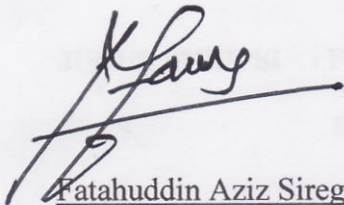


**DEWAN PENGUJI  
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

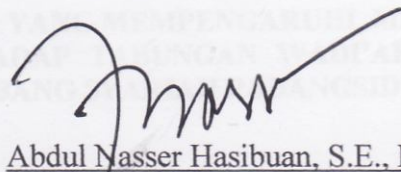
NAMA : **JELIANA LUBIS**  
NIM : 10 220 0102  
JUDUL SKRIPSI : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah  
Terhadap Tabungan Wadi'ah di PT. Bank SUMUT  
Cabang Syariah Padangsidimpuan

Ketua

Sekretaris

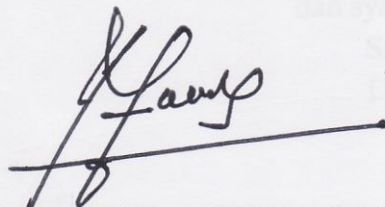


Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag  
NIP : 19731128 200112 1 001

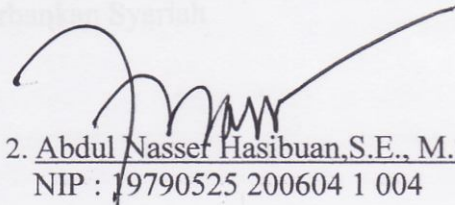


Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si  
NIP : 19790525 200604 1 004

Anggota



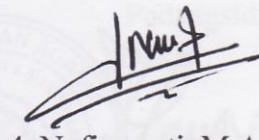
1. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag  
NIP : 19731128 200112 1 001



2. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si  
NIP : 19790525 200604 1 004



3. Rukiah Lubis, SE., M.Si  
NIP : 19760324 200604 2 002



4. Nofinawati, M.A  
NIP : 19821119 201101 2 003

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah  
Di  
Tanggal/Pukul  
Hasil/Nilai  
Indeks Prestasi Kumulatif (IPK)  
Predikat

: Padangsidimpuan  
: 02 Maret 2015/ 14.00 s.d 16.00 WIB  
: 75 (B)  
: 3,13  
: Amat Baik



**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

**PENGESAHAN**

**JUDUL SKRIPSI : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH TERHADAP TABUNGAN WADI'AH DI PT. BANK SUMUT CABANG SYARIAH PADANGSIDIMPUAN**

**NAMA : JELIANA LUBIS**  
**NIM : 10 220 0102**

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

Padangsidimpuan, 08 April 2015

Dekan,



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

## ABSTRAK

**Nama** : JELIANA LUBIS  
**Nim** : 10 220 0102  
**Judul** : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH TERHADAP TABUNGAN WADIAH DI PT. BANK SUMUT CABANG SYARIAH PADANGSIDIMPUAN

Dalam menabung ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat nasabah terhadap tabungan wadi'ah, diantaranya faktor Promosi, Pelayanan, dan Bonus. Faktor-faktor tersebut melatar belakangi Minat Nasabah untuk membuka tabungan wadi'ah di PT. Bank SUMUT Cabang Syari'ah Padangsidimpuan.

Penelitian ini dilaksanakan di PT. Bank SUMUT Cabang Syari'ah Padangsidimpuan. Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan angket yang diberikan kepada 100 responden. Metode analisis data yang digunakan yaitu Uji Validitas dan Uji Reliabilitas, Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linear Berganda dengan taraf signifikan 0.05, Uji F dan Uji t.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) adalah sebesar 0,47% atau 47% artinya sebesar 47% variabel Promosi, Pelayanan, dan Bonus mempengaruhi minat nasabah terhadap tabungan wadi'ah di PT. Bank SUMUT Cabang Syari'ah Padangsidimpuan. Sementara hasil Uji F (Simultan) menunjukkan bahwa variabel Promosi, Pelayanan, dan Bonus secara bersama-sama mempengaruhi minat nasabah untuk menabung dengan produk wadi'ah di PT. Bank SUMUT Cabang Syari'ah Padangsidimpuan yaitu sebesar 28,421 dimana  $F_{tabel} = 2,699$  pada  $df_1$  (Variabel-1) = 3 dan  $df_2$  (n-k-1) atau  $100-3-1 = 96$ . Sedangkan secara parsial ada pengaruh promosi, pelayanan, bonus terhadap minat nasabah pada tabungan wadi'ah di PT. Bank SUMUT Cabang Syari'ah Padangsidimpuan. Hal ini dibuktikan bahwa terdapat pengaruh promosi terhadap minat nasabah dimana  $t_{hitung} > t_{tabel} = 4.125 > -1.985$ , maka promosi berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah. terdapat pengaruh pelayanan terhadap minat nasabah dimana  $t_{hitung} > t_{tabel} = 5.035 > -1.985$ , maka pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah. Terdapat pengaruh bonus terhadap minat nasabah dimana  $t_{hitung} > t_{tabel} = 2.185 > -1.985$ , maka bonus berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah.



## KATA PENGANTAR



Segala puji dan syukur, nanya ditujukan kenadirat Allah SWT, tempat dimana penulis mengabdikan sebagai hamba serta menggantungkan segala doa dan harapan. Hanya karena rahmad, hidayah dan keridhaan- Nyalah penulis memiliki kemauan, kemampuan dan kemudahan untuk menyelesaikan skripsi yang berjudul: “ **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH TERHADAP TABUNGAN WADIAH DI PT. BANK SUMUT CABANG SYARIAH PADANGSIDIMPUAN**”

Sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam (SEI) dalam bidang Ilmu Perbankan Syari'ah di Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan. Serta shalawat dan salam penulis sampaikan kepada Rasulullah Muhammad SAW, teladan 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:

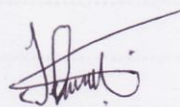
1. Bapak Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL, selaku Rektor IAIN Padangsidimpuan.
2. Bapak Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.
3. Bapak Abdul Nasser Hasibuan, M.Si, selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.
4. Bapak Mudzakkir Khotib Siregar, M.Ag, selaku pembimbing skripsi I.
5. Ibu Rukiah Lubis, S.E, M.Si, selaku pembimbing skripsi II.
6. Bapak/Ibu Dosen beserta Staf Sekretariat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.
7. Bapak Aminuddin Sinaga, selaku Pimpinan Cabang PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan beserta seluruh staf dan karyawan/karyawati PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan yang selaku membantu penulis ketika membutuhkan data tentang penelitian ini.

8. Teristimewa kepada Ayahanda Muhammad Syukur Lubis dan Ibunda Rosma untuk dukungan materi serta doa-doa mulia yang selalu dipanjatkan yang tiada hentinya diberikan kepada penulis. Tidak lupa petuah-petuah bijak disaat penulis lemah dan membuat penulis tegar dalam menghadapi semua cobaan yang diberikan Allah SWT. Serta menjadi teladan bagi penulis untuk memahami arti kesabaran dan keikhlasan, semua demi keselamatan dan keberhasilan penulis.
9. Seluruh rekan-rekan mahasiswa/i, terimakasih atas dukungan dan sarana kepada penulis, baik berupa masukan, kritik, waktu, dan buku-buku referensinya. Mudah-mudahan Allah mempermudah segala urusan kita.
10. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang ikhlas membantu dan memberikan dorongan hingga selesainya penulisan skripsi ini.

Semoga segala amalan yang baik tersebut akan memperoleh balasan rahmad dan karunia 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.

Padangsidempuan, 12 Februari 2015

Peneliti



**JELIANA LUBIS**

**NIM. 10 220 0102**



## DAFTAR ISI

<b>Halaman Judul</b>	
<b>Halaman Pengesahan Pembimbing.....</b>	<b>i</b>
<b>Surat Pernyataan Pembimbing .....</b>	<b>ii</b>
<b>Surat Pernyataan Menyusun Skripsi Sendiri.....</b>	<b>iii</b>
<b>Berita Acara Ujian Munaqasyah.....</b>	<b>iv</b>
<b>Halaman Pengesahan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Batasan Masalah .....	6
D. Rumusan Masalah.....	7
E. Definisi Operasional Variabel .....	7
F. Tujuan Penelitian .....	9
G. Kegunaan Penelitian .....	9
H. Sistematika Pembahasan .....	10
<b>BAB II LANDASAN TEORITIS .....</b>	<b>11</b>
A. Kerangka Teori .....	11
1. Pengertian Bank Syariah .....	11
2. Sejarah Berkembangnya Bank Syariah .....	12
3. Wadi'ah.....	15
4. Minat dan Nasabah.....	21
5. Promosi .....	23
6. Pelayanan.....	27
7. Bonus .....	31

B. Penelitian Terdahulu .....	33
C. Kerangka Berpikir.....	33
D. Pengajuan Hipotesis.....	35
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>37</b>
A. Tempat dan Waktu Penelitian .....	37
B. Jenis Penelitian .....	37
C. Populasi dan Sampel .....	37
D. Sumber Data .....	39
E. Teknik Pengumpulan Data .....	40
F. Instrumen Pengumpulan Data .....	40
G. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	42
H. Teknik Analisis Data.....	42
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>45</b>
A. Gambaran Umum PT. Bank SUMUT Syariah Padangsidempuan.....	45
1. Sejarah Berdirinya Bank SUMUT .....	45
2. Visi dan Misi Bank SUMUT .....	48
3. Ruang Lingkup Bidang Usaha.....	49
B. Analisis Data dan Pembahasan.....	50
1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	50
2. Uji Asumsi Klasik.....	60
3. Uji Statistik Deskriptif.....	65
4. Uji F.....	68
5. Uji t.....	69
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>71</b>
A. Kesimpulan.....	71
B. Saran.....	72
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 : Jumlah Nasabah .....	04
Tabel 1.2 : Operasional Variabel .....	08
Tabel 2.1 : Penelitian Terdahulu.....	33
Tabel 4.1 : Hasil Uji Validitas Variabel Promosi.....	51
Tabel 4.2 : Hasil Uji Validitas Variabel Pelayanan.....	53
Tabel 4.3 : Hasil Uji Validitas Variabel Bonus .....	55
Tabel 4.4 : Hasil Uji Validitas Variabel Minat Nasabah .....	57
Tabel 4.5: Hasil Uji Reliabelitas Variabel Promosi.....	59
Tabel 4.6: Hasil Uji Reliabelitas Variabel Pelayanan.....	59
Table 4.7: Hasil Uji Reliabilitas Variabel Bonus .....	60
Tabel 4.8: Hasil Uji Reliabilitas Minat Nasabah.....	60
Tabel 4.9: Hasil Uji Tolerance dan Inflation Factor (VIF) .....	62
Tabel 4.10 : Hasil Uji Durbin Wotson .....	65
Tabel 4.11: Coeficients .....	66
Tabel 4.12: Uji Regresi Linear Berganda .....	67
Tabel 4.13 : Uji F.....	68
Tabel 4.14 : Uji t .....	69

## Daftar Gambar

Gambar 2.1: Kerangka Berfikir .....	33
Gambar 4.1: Struktur Organisasi .....	49
Gambar 4.2: Metode Grafik .....	59
Gambar 4.3: Output Scatterplot.....	62



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Masyarakat di berbagai negara sangat membutuhkan bank sebagai tempat untuk melakukan transaksi keuangan. Mereka menganggap bank merupakan lembaga keuangan yang aman dalam melakukan berbagai macam aktivitas keuangan. Aktivitas keuangan yang sering dilakukan masyarakat diberbagai negara antara lain aktivitas penyimpanan dan penyaluran dana.

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

Menurut Undang-Undang Perbankan No. 10 Tahun 1998 yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya ke masyarakat dalam bentuk pembiayaan dan/atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.<sup>1</sup>

Berdasarkan prinsip Bank Syariah seperti halnya Bank konvensional, Bank Syariah mempunyai fungsi utama sebagai lembaga yang usaha pokoknya menghimpun dana masyarakat dalam bentuk simpanan dan

---

<sup>1</sup>Ismail. *Perbankan Syariah*. (Jakarta : Kencana, 2013), hlm. 29-30.

menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Secara umum kegiatan utama bank adalah menghimpun dana dan menyalurkan dana. Kedua kegiatan tersebut sama penting dan sama-sama membutuhkan perhatian yang khusus.

Kondisi yang ideal untuk sebuah usaha perbankan adalah jumlah dana pihak ketiga (giro, tabungan, dan deposito) yang cukup tinggi dibarengi penyaluran dana kemasyarakatan ( pembiayaan ) yang tinggi juga.

Untuk mencapai kondisi yang ideal tersebut bukanlah hal yang mudah untuk dilakukan. bank perlu menciptakan produk yang berkualitas, harga yang terjangkau, pelayanan dan promosi yang tepat.

PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan merupakan salah satu lembaga keuangan yang turut serta meramaikan dunia persaingan antar perbankan yang ada di kota Padangsidempuan. Tentunya ditengah persaingan masing-masing bank menilai hal-hal yang baik dijadikan sebagai penarik nasabah. Beberapa faktor yang mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan tabungan *wadi'ah* yakni promosi, pelayanan, dan bonus. Hal ini sangat penting untuk diperhatikan pihak bank demi kelangsungan dan tetap eksisnya produk tersebut.

Diminati atau tidaknya jenis produk penghimpunan dana sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor psikologis yang menyangkut aspek-aspek perilaku, sikap, dan selera. Dan bukan hanya faktor psikologis saja, ada banyak faktor yang mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan produk tabungan *wadi'ah*.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup>Moch Daesyah, *Manajemen Dana Bank*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1990), hlm. 88.

Promosi sebagai salah satu strategi pemasaran dalam mencapai keberhasilan dalam perusahaan barang dan jasa. Semakin baik strategi pemasaran yang dilakukan maka semakin mendekati target pasar yang diharapkan. Promosi adalah arus informasi yang persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran.<sup>3</sup>

Selain promosi faktor lain yang mempengaruhi minat nasabah yakni pelayanan, pelayanan merupakan suatu kegiatan yang menolong menyediakan segala apa yang diperlukan orang lain atau konsumen dengan penampilan produk yang sebaik-baiknya sehingga diperoleh kepuasan pelanggan dan usaha pembelian yang berulang-ulang.<sup>4</sup>

Bonus adalah imbalan yang diberikan pihak bank kepada nasabah sebagai hadiah atas titipan yang diberikan nasabah kepada bank.

Dimana keuntungan dan kerugian dari penyalur dana menjadi hak milik atau ditanggung oleh bank, sedangkan pemilik dana tidak dijanjikan imbalan dan tidak menanggung kerugian. Namun bank dimungkinkan memberikan bonus kepada pemilik dana sebagai suatu insentif untuk menarik dana dari nasabah tetapi tidak diperjanjikan di awal kesepakatan.

Adapun data jumlah nasabah yang membuka tabungan *mudharabah* dan tabungan *wadi'ah* di PT. BankSUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan sebagai berikut:

---

<sup>3</sup>Basu Swasta, *Azas-Azas Marketing ed. ke Dua*, (Yogyakarta: Erlangga, 1998), hlm. 237.

<sup>4</sup>Sedyana, *Perilaku Konsumen*, (Bandung: Presko, 1995), hlm. 2.



**Tabel 1.1**  
**Jumlah Nasabah Tabungan *Mudharabah* dan *Wadi'ah***

No	Jenis Tabungan	Nasabah 2011	Nasabah 2012	Nasabah 2013
1	<i>Mudharabah</i>	5465	6083	6478
2	<i>Wadi'ah</i>	4163	4427	4579

Sumber :PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidempuan (2014).<sup>5</sup>

Berdasarkan tabel 1.1 diatas dapat diketahui bahwa jumlah nasabah tabungan *mudharabah* dan tabungan *wadi'ah* di PT. BankSUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan sangat jauh selisih jumlah nasabah antara kedua jenis tabungan tersebut. Hal ini disebabkan karena tabungan *mudharabah* yang ada di PT. BankSUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan merupakan investasi yang lebih aman dengan bagi hasil yang adil dan menguntungkan. Berdasarkan fatwa Majelis Ulama Nomor 02/SDN-MUI/IV/2000 tanggal 26 Dzulhijah 1420 H/ 1 April 2000 Masehi. Tabungan *mudharabah* ini berprinsip *mudharabah Mutlaqah* yaitu investasi yang dilakukan oleh nasabah sebagai pemilik dana dan bank sebagai pengelola dana.<sup>6</sup> Sedangkan tabungan *wadi'ah* merupakan titipan dana murni yang aman dan tentram yang berprinsip *wadi'ah yad dhamanah* yang berdasarkan fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 2/DSN-MUI/IV/2000 tanggal 26 Dzulhijjah 1420/ 1 April 2004 Masehi. Saldo milik nasabah tidak akan berkurang kecuali karena penarikan dengan persetujuan penabung untuk tujuan tertentu. Penyetoran dan penarikan tabungan dapat dilakukan setiap saat di seluruh Kantor BankSUMUT secara *on line real time*, bank tidak memberikaan bagi hasil kepada penabung. Saldo tabungan dapat dijadikan sebagai jaminan pembiayaan.

<sup>5</sup>Hasil Wawancara Dengan Ibu Juli Damayanti Selaku Pimimpin Seksi Pelayanan Nasabah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan, Pada Hari Selasa, 14 Oktober 2014.

<sup>6</sup>Brosur PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.

Jadi dapat disimpulkan bahwa kedua jenis tabungan tersebut masyarakat lebih banyak memilih tabungan *mudharabah* dari pada tabungan *wadi'ah* karena tabungan *mudharabah* merupakan sistem investasi yang lebih aman dengan bagi hasil yang adil dan menguntungkan, jadi nasabah lebih memilih produk tabungan *mudharabah* ini karena mengharapkan imbalan yang dijanjikan diawal akad. Sedangkan tabungan *wadi'ah* ini hanya sebagai tabungan dengan sistem titipan dana murni yang dikelola secara profesional dan sesuai dengan prinsip syariah tanpa ada bagi hasil yang dijanjikan diawal akad.

Dari beberapa faktor yang mempengaruhi nasabah untuk menggunakan produk tabungan *wadi'ah*, menarik apabila dikaitkan dengan minat nasabah untuk membuka tabungan yang berprinsip titipan (*wadi'ah*). Sebagaimana kita ketahui bahwa produk tabungan yang ada di BankSUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan memiliki banyak jenis produk tabungan, namun diantara jenis tabungan yang ditawarkan pihak bank kepada nasabah, nasabah lebih dominan memilih tabungan yang berprinsip *mudharabah* dibanding tabungan yang berprinsip *wadi'ah* karena tabungan yang berprinsip *mudharabah* lebih menjanjikan bagi hasilnya sesuai dengan saldo nasabahnya.

Sedangkan tabungan yang berprinsip *wadi'ah* hanya sebagai titipan dana murni nasabah kepada pihak bank dimana pihak bank dapat mengelola barang/asset yang dititipkan oleh si nasabah, dan pihak bank tidak memberikan bagi hasil kepada nasabah tetapi memungkinkan untuk memberikan bonus kepada nasabah yang membuka tabungan *wadi'ah*, namun tidak dijanjikan diawal kesepakatan. Selain itu

penyetoran dan penarikan tabungan *wadi'ah* ini dapat dilakukan setiap saat di BankSUMUT secara *online* dan bebas biaya administrasi bulanan.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: “ **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Tabungan Wadi'ah di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan**”.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas penulis mengidentifikasi masalah yaitu adanya faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah terhadap tabungan *wadi'ah* di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan, yaitu faktor Promosi, Pelayanan, dan Bonus.

1. Apakah ada hubungan promosi, pelayanan, dan bonus terhadap minat nasabah pada tabungan *wadi'ah* di PT. BankSUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.
2. Apakah ada pengaruh promosi, pelayanan, dan bonus terhadap minat nasabah menabung di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan secara simultan dan parsial.
3. Seberapa besar pengaruh promosi, pelayanan, dan bonus yang ditawarkan PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan terhadap minat nasabah untuk menabung.

## **C. Batasan Masalah**

Mengingat luas dan kompleksnya cakupan masalah yang ada dan kemampuan penulis yang terbatas, maka dalam penelitian ini peneliti membatasi ruang lingkup



masalah yang akan diteliti yaitu apakah ada pengaruh promosi, pelayanan, dan bonus terhadap minat nasabah pada tabungan *wadia'ah* di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan secara simultan dan parsial, dan seberapa besar pengaruh Promosi, Pelayanan, Bonus yang ditawarkan PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan terhadap minat nasabah untuk menabung.

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan batasan masalah di atas, maka rumusan masalahnya sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh promosi, pelayanan, dan bonus terhadap minat nasabah pada tabungan *wadi'ah* di Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan secara simultan dan parsial?
2. Seberapa besar pengaruh promosi, pelayanan, dan bonus yang ditawarkan Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan terhadap minat nasabah untuk membuka tabungan *wadi'ah* di Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan?

#### **E. Definisi Operasional Variabel**

Untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman terhadap istilah yang dipakai dalam judul skripsi ini maka disini dibuat definisi operasional variabel penelitian yaitu sebagai berikut:

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

Variabel	Definisi Variabel	Indikator Variabel	Skala Pengukuran
a. Promosi (X1)	Promosi adalah cara untuk memberitahukan kepada masyarakat. Promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabah. <sup>7</sup>	a. Penayangan Iklan melalui televisi b. Pemasangan spanduk tabungan guna menarik minat nasabah menabung c. Promosi melalui undian berhadiah	Skala Likert
b. Pelayanan (X2)	Pelayanan adalah kegiatan pemberian jasa dari satu pihak kepada pihak lain. <sup>8</sup>	a. Daya tanggap ( <i>responsive</i> ) b. Komunikasi c. Kemampuan memahami pelanggan d. Bukti fisik e. Kehandalan ( <i>realibitas</i> ) f. Kesopanan	Skala Likert
c. Bonus (X3)	Bonus adalah imbalan yang diberikan pihak Bank kepada nasabah sebagai hadiah atas titipan yang diberikan nasabah kepada Bank	a. Penerapan sistem penilaian b. Dasar pemberian Bonus c. Dasar Promosi produk	Skala Likert
d. Minat nasabah (Y)	Minat: perhatian, kesukaan, kecendrungan hati. <sup>9</sup> Nasabah: perbandingan, pertalian, orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan Bank, dalam hal keuangan. <sup>10</sup>	a. Keputusan untuk membeli suatu produk b. Kecendrungan hati c. Keinginan	Skala Likert

<sup>7</sup> Kasmi, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 155.

<sup>8</sup> Malayu SP Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2002), hlm.152.

<sup>9</sup>Dessy Anwar, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Surabaya: Karya Abditama, 2001), hlm. 281.

<sup>10</sup>*Ibid.*, hlm. 288.

## **F. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh promosi, pelayanandan bonusterhadap minat nasabah pada tabungan *wadi'ah* di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan secara parsial dan simultan?
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promosi, pelayanan, dan bonus terhadap minat nasabah membuka tabungan *wadi'ah* pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan?

## **G. Kegunaan Penelitian**

Dari tujuan penelitian tersebut, maka penulis mengharapkan penelitian ini dapat berguna:

1. Bagi nasabah, agar lebih memahami dan meminati tabungan *wadi'ah*.
2. Bagi karyawan, dapat mengetahui keinginan nasabah dan faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah terhadap tabungan *wadi'ah*.
3. Bagi manajemen, penelitian ini dapat memberikan informasi yang bermanfaat sebagai masukan dan kontribusi untuk peningkatan jumlah nasabah dalam tabungan *wadi'ah*.
4. Bagi pihak lain, dapat memberikan informasi dan referensi serta menambah ilmu pengetahuan bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian dengan topik yang sama.
5. Bagi peneliti, untuk menambah pengetahuan dan wawasan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah terhadap tabungan *wadi'ah*.



## H. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah penelitian ini sesuai dengan permasalahan yang ada maka peneliti menggunakan sistematika pembahasan menjadi lima bab, masing-masing bab terdiri dari beberapa sub bab dengan rincian sebagai berikut:

Bab pertama pendahuluan, meliputi: Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Batasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, Definisi Operasional Variabel, dan Sistematika Pembahasan.

Bab kedua Landasan teori, meliputi: Kerangka teori, Penelitian terdahulu, Kerangka berfikir, Hipotesis.

Bab ketiga Metodologi penelitian, meliputi: Lokasi dan waktu penelitian, Jenis penelitian, populasi dan sampel, Instrument pengumpulan data, Uji validitas dan reliabilitas instrument analisis data.

Bab keempat Pembahasan dan hasil penelitian, meliputi: faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah terhadap tabungan wadi'ah di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.

Bab kelima Penutup, yang merupakan kesimpulan dan saran-saran mengenai persoalan yang telah dijabarkan pada bab-bab sebelumnya kemudian pada akhir laporan ini adalah daftar pustaka dan lampiran-lampiran.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Bank Syariah

##### 1. Pengertian Bank Syariah

Bank berasal dari kata Itali *banco* yang artinya bangku. Bangku inilah yang dipergunakan oleh banker untuk melayani kegiatan operasionalnya kepada para nasabah. Istilah bangku secara resmi dan populer menjadi Bank.<sup>1</sup>

Secara sederhana bank diartikan sebagai lembaga keuangan yang kegiatan usahanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa-jasa bank lainnya.

Bank Syariah terdiri atas dua kata, yaitu Bank dan Syariah. Kata bank bermakna suatu lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara keuangan dari dua pihak, yaitu pihak yang berkelebihan dana pihak yang kekurangan dana. Kata syariah dalam versi Bank Syariah di Indonesia adalah aturan perjanjian berdasarkan yang dilakukan oleh pihak bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana / atau pembiayaan kegiatan usaha dan kegiatan lainnya sesuai dengan hukum Islam.

Penggabungan kedua kata tersebut menjadi “ Bank Syariah ”. Bank Syariah merupakan suatu lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara bagi pihak yang kelebihan dana dengan pihak yang kekurangan dana untuk kegiatan usaha dan kegiatan lainnya sesuai dengan hukum Islam. Selain itu, Bank Syariah biasa disebut *Islamic Banking* atau *intrest fee Banking*, yaitu suatu sistem perbankan dalam pelaksanaan operasional yang tidak

---

<sup>1</sup>Malayu SP Hasibuan, *Op.Cit*, hlm. 1

menggunakan sistem bunga (*riba*), spekulasi (*maisir*), dan ketidak pastian atau ketidak jelasan (*gharar*).<sup>2</sup>

Pengertian BankSyariah Menurut para ahli adalah sebagai berikut:

- a. Menurut Syukri Iska dalam bukunya sistem Perbankan Syariah di Indonesia, bank dalam Islam atau BankSyariah adalah “ bank yang beroperasi dengan tidak bergantung pada bunga.”<sup>3</sup>Dengan kata lain BankSyariah adalah “ lembaga keuangan yang beroperasi dengan produk yang dikembangkan berlandaskan Syariat Islam (Al qur’an dan Hadis Nabi saw) dan menggunakan kaidah-kaidah fiqh.
- b. Menurut Khaerul Umam dalam bukunya Manajemen Perbankan Syariah, BankSyariah merupakan salah satu bentuk dari perbankan nasional yang mendasarkan operasional Syariat (hukum) Islam.<sup>4</sup>

Jadi dapat disimpulkan BankSyariah adalah suatu lembaga keuangan yang kegiatannya menghimpun dana dan menyalurkannya kepada masyarakat berdasarkan akad bagi hasil, jual beli dan sewa sesuai dengan Al-qur’an dan Hadis Nabi SAW yang menggunakan kaidah fiqh dan Syariat Islam.

## 2. Sejarah Berdiri dan Berkembangnya BankSyariah

Bunga uang dilarang dalam fiqih hal ini dikategorikan sebagai riba yang haram, disejumlah negara Islam dan berpenduduk mayoritas Muslim mulai timbul usaha-usaha untuk mendirikan lembaga bank alternatif non-ribawi. Hal ini terjadi setelah bangsa muslim memperoleh kemerdekaan dari penjajah bangsa Eropa. Usaha modern pertama untuk mendirikan bank tanpa bunga pertama kali dilakukan di Malaysia pada pertengahan tahun 1990-an, lembaga perkreditan tanpa bunga didirikan di pedesaan negara itu.

---

<sup>2</sup> Zainuddin Ali, *Hukum PerBankan Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), hlm. 1.

<sup>3</sup> Syukri Iska, *Sistem PerBankan Syariah di Indonesia*, (Yogyakarta: Fajar Media Press, 2012), hlm. 49.

<sup>4</sup> Khaerul Umam, *Manajemen PerBankan Syariah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), hlm. 15.

Namun demikian, eksperimen pendirian Bank Syariah yang paling sukses dan inovatif dimasa modern ini dilakukan di Mesir pada tahun 1963, dengan berdirinya *Mit Ghamr Local Saving Bank*, bank ini mendapat sambutan yang cukup hangat di Mesir, terutama dari kalangan petani dan masyarakat pedesaan. Namun sayang, karena terjadinya kekacauan politik di Mesir, *Mit Ghamr* mengalami kemunduran sehingga operasionalnya diambil oleh *National Bank Of Egypt* dan Bank Sentral Mesir pada tahun 1967. Pengambilan ini menyebabkan prinsip nir bunga pada *Mit Ghamr* ditinggalkan, sehingga bank ini kembali dibangkitkan pada masa Razim Sadat melalui pendirian *Nasser Social Bank*. Tujuan bank ini adalah untuk menjalankan kembali bisnis yang berdasarkan konsep yang telah dipraktekkan oleh *Mit Ghamr*.

Kesuksesan *Mit Ghamr* ini memberikan inspirasi bagi ummat Muslim diseluruh dunia, sehingga timbullah kesadaran bahwa prinsip Islam ternyata masih dapat diaplikasikan dalam bisnis modern. Ketika OKI akhirnya terbentuk serangkaian konferensi Internasional mulai dilangsungkan, dimana salah satu agenda ekonominya adalah pendirian Bank Islam, akhirnya terbentuk *Islamic Development Bank*(IDB) pada bulan Oktober 1975 yang beranggotakan 22 negara Islam pendiri. Bank ini menyediakan bantuan *financial* untuk pembangunan negara-negara anggotanya, membantu mereka untuk mendirikan Bank Islam di negara-negara anggotanya, membantu mereka untuk mendirikan Bank Islam di negaranya masing-masing, dengan memainkan peranan penting dalam penelitian ilmu ekonomi, perbankan dan

keuangan Islam. Kini Bank yang berpusat di Jeddah Arab Saudi itu telah memiliki lebih dari 43 negara anggota.

Perkembangan selanjutnya di tahun 1970-an, usaha-usaha mendirikan Bank Islam mulai menyebar ke berbagai negara. Beberapa negara seperti Pakistan, Iran, Sudan, bahkan mengubah seluruh sistem keuangan di negara itu menjadi sistem nir-bunga, sehingga semua lembaga keuangan di negara tersebut beroperasi tanpa menggunakan bunga. Di negara Islam lainnya seperti di Malaysia dan Indonesia, bank nir-bunga beroperasi berdampingan dengan Bank konvensional. Rintisan dari institusional dari Perbankan Syariah ini adalah *Rural Banking* di desa *Mit Ghamr* pada tahun 1963 di Kairo, Mesir. Ada tiga lembaga yang mendukung berkembangnya Bank Syariah ini secara Internasional, yaitu *Mit Ghamr Bank*, *Islamic Development Bank*, dan *Research and Training Institute*.<sup>5</sup>

Industri perbankan yang pertama menggunakan sistem Syariah di Indonesia adalah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk yang didirikan pada tahun 1991, dan memulai kegiatan operasionalnya pada bulan Mei 1992. Pendirian bank dimaksud diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI), pemerintah Indonesia mendapat dukungan nyata dari eksponen Ikatan Cendekiawan Muslim se-Indonesia (ICMI) dan beberapa pengusaha Muslim. Bank Muamalat juga mendapat dukungan dari masyarakat yang dibuktikan dengan

---

<sup>5</sup> Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*, (Jakarta: Gema Insani Pers, 2001), hlm. 81.



komitmen pembelian saham perseroan senilai Rp 84 miliar pada saat penandatanganan akte pendirian perseroan.<sup>6</sup>

Disamping BMI, saat ini telah hadir BankSyariah milik pemerintah seperti BankSyariah Mandiri (BSM). Kemudian berikutnya berdiri BankSyariah sebagai Cabang dari Bankkonvensional yang sudah ada seperti BNI, IFI, Bank BPD Jabar. Bank-bank Syariah yang lain direncanakan akan membuka cabang adalah Bank Niaga, dan Bank Bukopin.<sup>7</sup>

Sampai pada bulan Desember 2008, BankSyariah yang beroperasi di Indonesia bertambah dua perusahaan, yakni PT. BankSyariah Bukopin yang merupakan konversi anak perusahaan Bank Bukopin, dan PT. BankSyariah BRI yang merupakan konversi UUS BRI yang menjadi BUS.<sup>8</sup>

### 3. Wadi'ah

*Wadi'ah* berasal dari bahasa arab, berakar dari kata *wad'u* berarti meninggalkan. Sedangkan *wadi'ah* menurut bahasa adalah sesuatu yang ditinggalkan pada orang yang bukan pemiliknya untuk dijaga.<sup>9</sup>

Secara etimologis, kata *wadi'ah* berasal dari kata *wada'a asy sayi'* berarti meninggalkannya.<sup>10</sup> Dinamai *wada'a asysayi'* karena sesuatu yang ditinggalkan seseorang pada orang lain untuk dijaga dengan sebutan *qadi'ahl* lantaran ia meninggalkannya pada orang yang menerima titipan.

---

<sup>6</sup> Zainuddin Ali, *Op.Cit*, hlm. 10.

<sup>7</sup> Kasmir, *Dasar-Dasar PerBankan*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2008), hlm. 215-216.

<sup>8</sup> Rizal Yaya, Aji Erlangga Martawireja dan Ahim Abdurrahim, *Akuntansi PerBankan Syariah Teori dan Praktek Kontemporer*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), hlm. 26.

<sup>9</sup> Wiroso, *Pengimpunan Dana dan Distribusi Hasil BankSyariah*, (Jakarta: PT. Grafindo, 2005), hlm. 196.

<sup>10</sup> Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah*, Juz 13, Alih Bahasa Kamaluddin A. Marzuki, (Bandung: PT. Al-Ma'arif, 1997), hlm. 74

Dengan demikian maka *wadi'ah* menurut istilah adalah akad antara pemilik barang dengan penerimaan barang titipan untuk menjaga harta atau modal dari kerusakan atau kerugian dan keamanan harta.<sup>11</sup> Dalam tradisi fiqh Islam prinsip titipan atau simpanan dikenal dengan prinsip *Al-Wadi'ah* dapat diartikan sebagai titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik individu maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja sipenitip mengkehendaki.<sup>12</sup>

Tabungan *wadi'ah* merupakan tabungan yang dijalankan berdasarkan akad *wadi'ah*, yakni titipan murni yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat sesuai dengan kehendak pemiliknya.<sup>13</sup>

Sedangkan menurut Pasal 20 ayat 17 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (2009), ialah penitipan dana antara pihak pemilik dana dengan pihak penerima titipan yang dipercaya untuk menjaga dana tersebut.<sup>14</sup>

#### 1) Dasar Hukum *Wadi'ah*

Dasar hukum *wadi'ah* terdapat dalam firman Allah SWT, sebagai berikut.<sup>15</sup>

---

<sup>11</sup>Zainul Arifin, *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah, cet. 2.* (Jakarta: Alfabeta, 2003), hlm. 27.

<sup>12</sup>Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Suatu Pengenalan Umum, cet. 1.* (Yogyakarta: Dana Bakti Wakaf, 1999), hlm. 121.

<sup>13</sup>Adiwarman A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan,* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013), hlm. 271.

<sup>14</sup>Mardani, *Ayat-Ayat dan Hadis Ekonomi Syariah, ed.1, cet. 1.* (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), hlm. 85.

<sup>15</sup>M.Syafii Antonio. *Bank Syariah dari Teori ke Praktek, Op.Cit,* hlm. 85.

﴿إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ  
 النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا  
 بَصِيرًا ﴿٥٨﴾

Artinya: “*Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha melihat.*” (Q.S An-nisa : 58)

## 2) Rukun dan Syarat *Wadi'ah*

Menurut Hanafiyah rukun *wadi'ah* ada satu, yaitu ijab dan qabul, sedangkan yang lainnya termasuk syarat dan tidak termasuk rukun. Menurut hanafiyah dalam shigat ijab dianggap sah apabila ijab tersebut dilakukan dengan perkataan yang jelas (*sharih*) maupun dengan perkataan samaran (*kinayah*). Hal ini berlaku juga untuk qabul, disyaratkan bagi yang menitipkan dan yang dititipi barang dengan mukalaf, tidak sah apabila yang menitipkan dan yang menerima benda titipan adalah orang gila atau anak yang belum dewasa.<sup>16</sup> Namun menurut jumhur ulama mengemukakan bahwa rukun *wadi'ah* ada tiga yaitu:

### a) Orang yang berakad (*muwaddi'*)

Pemilik barang itu harus sudah *baligh*, berakal sehat (dapat bertindak secara hukum), tidak sah penitipan jika dilakukan oleh anak kecil walaupun dia

<sup>16</sup>Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah, ed.1, cet. 5*. (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), hlm. 183.

sudah *baligh*, hal itu disebabkan karena dalam akad *wadi'ah* banyak mengandung resiko penipuan, selain itu orang yang melakukan penitipan tersebut juga harus dapat bertindak secara hukum.<sup>17</sup>

b) Pihak yang menyimpan dana

Bagi penerima titipan harus menjaga barang titipan tersebut dengan baik dan memelihara barang titipan tersebut ditempat yang aman sebagai mana kebiasaan yang lazim berlaku pada orang banyak berupa pemeliharaan.<sup>18</sup>

c) Barang titipan

Barang titipan itu harus jelas bisa dipegang dan dikuasai. Maksudnya barang titipan itu bisa diketahui jenisnya, identitasnya, dan bisa dikuasai untuk dipelihara. Kalau ia menitipkan budak yang kabur dan tidak diketahui keberadaannya atau burung yang tidak diketahui kemana arahnya atau harta yang jatuh ke laut tidak diketahui letaknya maka ini tidak dijamin.<sup>19</sup>

d) Shigat ijab dan qabul

Akad ijab qabul didalam *wadi'ah* adalah ijabnya diucapkan dengan perkataan dan qabulnya dilakukan dengan perbuatan. Akad ijab dan qabul antara penitip dengan penerima titipan dapat dilakukan dengan cara jelas atau tersiratalkan bisa menunjukkan kalau perbuatan tersebut akan mengakibatkan ijab qabul.<sup>20</sup>

---

<sup>17</sup>M. Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi Dalam Islam (Fiqh Muamalah)*, ed. 1, cet. 1. (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003), hlm. 248.

<sup>18</sup>Ibnu Rusyd, *Bidayatul Mujtahid*, Penerjemah Imam Ghazali Zaid, A. Zainudin, Jilid IV, cet. 1. (Jakarta: Pustaka Amani, 1995), hlm. 467.

<sup>19</sup>Wiroso, *Op.Cit.*, hlm. 199.

<sup>20</sup>Sunarto Zulkifli, *Panduan Praktis Perbankan Syariah*, (Jakarta: Zikrul Hakim, 2003), hlm. 34.

### 3) Aplikasi *Wadi'ah* dalam Perbankan

Di zaman modern seperti sekarang ini konsep dari akad *wadi'ah* telah banyak diaplikasikan disegala sendi kehidupan manusia, dan yang paling jelas dapat kita lihat praktek penyimpanan uang di bank. *Al-wadi'ah* adalah perjanjian antara pemilik barang dengan penyimpan dimana pihak penyimpan bersedia untuk menyimpan dan menjaga keselamatan barang yang dititipkan kepadanya.<sup>21</sup>

Akad dengan pola titipan (*wadi'ah*) ada dua jenis, yaitu *wadi'ah yad Amanah* dan *Wadi'ah yad Dhamanah*.<sup>22</sup>

#### a. *Wadi'ah yad Amanah*

Barang yang dititipkan adalah sesuatu yang berharga yang dapat berupa uang, barang, dokumen, surat berharga, atau barang berharga lainnya. Biaya penitipan boleh dibebankan kepada pihak penitip sebagai kompensasi atas tanggung jawab pemeliharaan.

Dengan prinsip ini, pihak penyimpan tidak boleh menggunakan atau memanfaatkan barang/assat yang dititipkan, melainkan hanya menjagaya. Selain itu barang/assat yang dititipkan tidak boleh dicampuradukkan dengan barang/asset lain, melainkan harus dipisahkan untuk masing-masing barang/asset penitip. Karena menggunakan prinsip *yad Amanah*, akad titipan seperti ini biasa disebut *wadi'ah yad amanah*.

---

<sup>21</sup>Warkum Sumitro, *Asas-Asas PerBankan Islam dan Lembaga Terkait*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1996), hlm. 31.

<sup>22</sup> Ascarya, *Akad & Produk Bank Syariah*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada), hlm. 42-44.



b. *Wadi'ah yad Dhamanah*

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

Hal ini juga berarti bahwa pihak penyimpan telah mendapatkan izin dari pihak penitip untuk mempergunakan barang/asset yang dititipkan tersebut untuk aktivitas perekonomian tertentu, dengan catatan bahwa pihak penyimpan akan mengembalikan barang/asset yang dititipkan secara utuh pada saat penyimpan mengkehendaki.

Dari pembahasan diatas, dapat disimpulkan beberapa ketentuan umum tabungan *wadi'ah* sebagai berikut:<sup>23</sup>

- 1) Tabungan yang bersifat titipan murni yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat (*on call*) sesuai dengan kehendak pemilik harta.
- 2) Keuntungan atau kerugian dari penyaluran dana atau pemanfaatan barang/asset menjadi milik atau tanggungan pihak bank, sedangkan nasabah penitip tidak dijanjikan imbalan dan tidak menanggung kerugian.
- 3) Kemungkinan pihak bank memberikan bonus kepada pemilik harta sebagai sebuah insentif selama tidak diperjanjikan dalam akad pembukaan rekening.

---

<sup>23</sup> Adiwarman A. Karim, *Op.Cit.* Hlm. 272.

Aplikasinya dalam perbankan, akad *wadi'ah yad dhamanah* dapat diterapkan dalam produk pengimpunan dana pihak ketiga antara lain giro dan tabungan. Bank Syariah akan memberikan bonus kepada nasabah atas dana yang titipkan di Bank Syariah. Besarnya bonus tidak boleh diperjanjikan sebelumnya, akan tetapi tergantung pada kebijakan pihak bank. Bila pihak bank memperoleh keuntungan, maka pihak bank akan memberikan bonus kepada nasabah.

#### 4. Minat dan Nasabah

##### a) Pengertian Minat

Minat diartikan kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu keinginan/kebutuhan.<sup>24</sup>

Minat adalah sesuatu pemutusan perhatian yang tidak disengaja yang terlahir dengan penuh kemauannya dan yang tergantung dari bakat dan lingkungannya.<sup>25</sup>

Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar pula minatnya. Crow and Crow mengatakan bahwa minat berhubungan dengan gaya gerak yang mendorong seseorang untuk menghadapi atau berurusan dengan orang, benda, kegiatan, pengalaman yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri.<sup>26</sup>

Jadi, minat dapat diekspresikan melalui pernyataan yang menunjukkan bahwa kita lebih menyukai suatu hal dari pada hal lainnya, dapat pula

---

<sup>24</sup>Kamus Besar Bahasa Indonesia/ Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, ed. 2-cet. 4. (Jakarta: Balai Pustaka, 1990), hlm. 656.

<sup>25</sup> Agus Sujanto, *Psikologi Umum*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1993), hlm. 92.

<sup>26</sup> Djaali, *Psikologi Pendidikan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), hlm. 121.

dimanifestasikan melalui partisipasi dalam suatu aktivitas. Minat tidak dibawa sejak lahir, melainkan diperoleh kemudian.

b) Nasabah

Arti nasabah pada lembaga perbankan sangat penting. Nasabah itu ibarat nafas yang sangat berpengaruh terhadap kelanjutan suatu bank. Oleh karena itu bank harus dapat menarik nasabah sebanyak-banyaknya agar dana yang terkumpul dari nasabah tersebut dapat dimanfaatkan oleh pihak bank yang nantinya disalurkan kembali kepada masyarakat yang membutuhkan bantuan modal atau dana.

Nasabah adalah orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank (dalam hal keuangan).<sup>27</sup>

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia nasabah diartikan sebagai perbandingan, pertalian, orang yang bisa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank, dalam hal keuangan.<sup>28</sup> Sedangkan nasabah penyimpan adalah nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian pihak bank dengan nasabah yang bersangkutan.<sup>29</sup> Nasabah disebut juga pelanggan yang merupakan semua orang yang menuntut perusahaan untuk memenuhi suatu standar kualitas tertentu, dan karena itu akan memberikan pengaruh pada performansi perusahaan. Manajemen perusahaan L.L. Bean, Freeport Maine, memberikan beberapa definisi tentang pelanggan, yaitu sebagai berikut:

---

<sup>27</sup> W. J. S. Poerwadarminta, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2007), hlm. 795.

<sup>28</sup> Dessy Anwar, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Surabaya: Karya Abditama, 2001), hlm. 281.

<sup>29</sup> Eti Roehaety dan Ratih Tresnati, *Kamus Istilah Ekonomi*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2005), hlm. 229.

- a) Pelanggan adalah orang yang tidak tergantung pada kita, tetapi kita yang tergantung padanya.
- b) Pelanggan adalah orang yang membawa kita kepada apa keinginannya.
- c) Tidak ada seorang pun yang pernah menang beradu argumentasi dengan pelanggan.
- d) Pelanggan adalah orang yang teramat penting dan harus dipuaskan.<sup>30</sup>

Segala sesuatunya harus dipandang dari sudut pandang pelanggan. Keingintahuan kita tentang pelanggan hendaknya terfokus pada apa yang sebenarnya mereka inginkan serta mengantisipasi apa yang mereka inginkan esok. Dalam menyenangkan pelanggan, keingintahuan itu hendaknya benar-benar tahu. Dengan kata lain, informasi haruslah benar, akurat, dan lengkap, sehingga penawaran produk bisa dilakukan secara tepat, kepada pelanggan yang tepat, dan pada saat yang tepat pula.<sup>31</sup>

## 5. Promosi

Dalam kegiatan pemasaran, Promosi meliputi dua hal yakni memperkenalkan barang yang diproduksi, dan membujuk para konsumen untuk membeli barang tersebut.

Promosi merupakan kegiatan *marketing mix* yang terakhir. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama pentingnya dengan kegiatan *marketing mix* lainnya (produk, harga, dan lokasi). Dalam kegiatan ini setiap bank

---

<sup>30</sup> M. N. Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), hlm. 45-46.

<sup>31</sup> Triwibowo Soedjas dan Bayu Aji Aritejo, *Merebut dan Mempertahankan Pelanggan*, (Yogyakarta: Andi, 2006), hlm. 11.

berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik secara langsung maupun tidak langsung.<sup>32</sup>

Promosi merupakan cara mengkomunikasikan barang dan jasa yang akan ditawarkan agar konsumen dapat mengenal dan kemudian membelinya. Sesuai dengan fungsi promosi yaitu menginformasikan (*to inform*), membujuk (*to persuade*), mengingatkan (*to remind*), dan memengaruhi (*to influence*), maka melalui promosi barang dan jasa yang dihasilkan akan mudah dikenal oleh konsumen.<sup>33</sup>

Tanpa promosi jangan diharapkan nasabah dapat mengenal bank. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik perhatian dan mempertahankan nasabah.<sup>34</sup> Salah satu tujuan promosi bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru. Paling tidak ada empat macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh setiap bank dalam mempromosikan baik produk maupun jasa.

Keempat macam sarana promosi yang dapat digunakan adalah:

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

---

<sup>32</sup>Kasmir, *Pemasaran Bank, Loc. Cit.*

<sup>33</sup>Suryana, *Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses*, (Jakarta: Salembah Empat, 2010), hlm. 153.

<sup>34</sup>Kasmir, *Pemasaran Bank, Op. Cit.*, hlm.155.



### **1) Periklanan (*advertising*)**

Iklan adalah sarana promosi yang digunakan oleh bank guna menginformasikan, menarik, dan memengaruhi calon nasabahnya. Penggunaan promosi dengan iklan dapat dilakukan dengan berbagai media seperti lewat :

- a. Pemasangan billboard di jalan-jalan yang strategis;
- b. Pencetakan brosur, baik disebarakan disetiap cabang atau pusat perbelanjaan;
- c. Pemasangan spanduk di lokasi tertentu yang strategis;
- d. Pemasangan iklan melalui Koran;
- e. Pemasangan iklan melalui Majalah;
- f. Pemasangan melalui televisi;
- g. Pemasangan melalui radio;
- h. dan menggunakan media lainnya.

### **2) Promosi penjualan (*sales promotion*)**

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

### 3) Publisitas (*publicity*)

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

### 4) Penjualan pribadi (*personal selling*)

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

Kegiatan promosi yang terus menerus dan terencana dapat memecahkan tiga persoalan penting dalam setiap bisnis, tidak terkecuali BankSyariah.

- a) Informasi produk. Promosi dapat memberikan informasi tentang bauran pemasaran; produk, sistem distribusi, harga, dan manfaat utama yang ditawarkan oleh BankSyariah.
- b) Persepsi Masyarakat. Promosi dapat memecahkan persepsi konsumen yang keliru terhadap produk perusahaan yang memasarkannya. Promosi dapat digunakan untuk mengubah atau meluruskan persepsi atau meningkatkan citra BankSyariah.
- c) Promosi dapat mendorong terjadinya keinginan untuk membeli atau menggunakan merek/produk (*buying brand registred*), baik secara langsung maupun pada masa yang akan datang (tidak langsung).

Promosi berfungsi untuk memberi tahu, mengajak, dan mempengaruhi proses pengambilan keputusan pelanggan. Pada umumnya, Manajer pemasaran bank akan beraksi terhadap sasaran dan tujuan bank dengan merumuskan berbagai bauran promosi.

## 6. Pelayanan

Pengertian pelayanan yaitu segala kegiatan yang menolong menyediakan segala apa yang diperlukan orang lain atau konsumen dengan penampilan produk yang sebaik-baiknya sehingga diperoleh kepuasan pelanggan dan usaha pembelian yang berulang-ulang.<sup>35</sup>

Pemasar kadang menggunakan alat SERVQUAL untuk mengumpulkan informasi dari pelanggan untuk mengukur kualitas jasa. Pelanggan diminta mengisi serangkaian skala yang mengukur harapan mereka terhadap perusahaan tertentu berdasarkan berbagai karakteristik jasa khusus termasuk aspek kelima dimensi kualitas.<sup>36</sup>

Skala SERVQUAL mencakup lima dimensi: keberwujudan, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati, yang akan dijelaskan sebagai berikut:

- a) Reabilitas (*reability*), yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
- b) Daya tanggap (*responsiveness*), yakni keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberi pelayanan dengan tanggap.

---

<sup>35</sup> Sedyana, *Op.Cit*, hlm.2.

<sup>36</sup> Christopher H. Lovelock dan Lauren K. Wright, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Indeks, 2005), hlm. 106.

- c) Jaminan (*assurance*), yakni mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf; bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.
- d) Empati (*emphaty*), yakni kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan.
- e) Bukti fisik (*tangibles*), yakni fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.<sup>37</sup>

Dibawah ini akan diberikan beberapa skala SERVQUAL dari kelima dimensi diatas.<sup>38</sup>

a. Keberwujudan

- 1) Bank-bank yang sangat baik (mengacu pada perusahaan TV kabel, rumah sakit atau seluruh perusahaan jasa) akan memiliki peralatan yang terlihat modern.
- 2) Fasilitas bank yang sangat baik akan terlihat menarik.
- 3) Karyawan bank yang sangat baik akan terlihat rapi.
- 4) Bahan-bahan yang terkait dengam jasa (brosur atau rekening) akan terlihat menarik pada bank yang sangat baik.

b. Keandalan

- 1) Apabila bank yang baik berjanji untuk menyelesaikan sesuatu dalam waktu tertentu, mereka akan menepatinya.

---

<sup>37</sup>Fandy Tjiptono, *Service Marketing: Esensi & Aplikasi*, (Yogyakarta: Marknesis, 2009), hlm. 269- 270.

<sup>38</sup>Cristopher H. Lovelock dan Lauren K. Wright, *Op.Cit.*

- 2) Apabila pelanggan menghadapi masalah, bank yang sangat baik akan menaruh perhatian yang tulus untuk memecahkannya.
- 3) Bank yang sangat baik akan memberika pelayanan saat itu juga.
- 4) Bank yang sangat baik akan menyediakan jasanya tepat pada waktu yang dijanjikannya.
- 5) Bank yang baik akan menekankan kesalahan catatan.

c. Daya tanggap

- 1) Karyawan bank yang sangat baik akan memberitahukan kepada pelanggan dengan tepat kapan jasa akan dilakukan.
- 2) Karyawan bank yang sangat baik akan memberikan pelayanan segera kepada pelanggan.
- 3) Karyawan bank yang sangat baik akan selalu bersedia membantu pelanggan.
- 4) Karyawan bank yang sangat baik tidak akan pernah terlalu sibuk untuk menanggapi permintaan pelanggan.

d. Jaminan

- 1) Perilaku karyawan bank yang sangat baik akan menanamkan kepercayaan dalam diri pelanggan.
- 2) Pelanggan bank yang sangat baik akan merasa aman dengan transaksinya.
- 3) Karyawan bank yang sangat baik akan bersikap sopan secara terus-menerus kepada pelanggan.



4) Karyawan bank yang sangat baik akan tahu menjawab pertanyaan pelanggan.

e. Empati

1) Bank yang sangat baik akan memberikan perhatian khusus kepada pelanggan.

2) Bank yang sangat baik akan memiliki jam operasi yang sesuai untuk semua pelanggan.

3) Bank yang sangat baik akan memiliki karyawan yang memberikan perhatian pribadi.

4) Karyawan bank yang sangat baik akan memahami kebutuhan khusus pelanggan.

Dari kelima dimensi diatas, penulis mengambil dua dimensi yang akan digunakan sebagai alat ukur, diantaranya sebagai berikut:

- a. Berwujud (*Tangible*), yakni kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Hal ini meliputi fasilitas fisik (gedung), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi) serta penampilan karyawan.
- b. Tanggapan (*responsiveness*), yakni suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.

Dalam Perbankan Syariah sikap melayani merupakan sikap utama dari seorang pemasaran. Sikap melayani yang baik dan sesuai dengan etika islami adalah dengan bersikap sopan santun, dan rendah hati. Orang yang beriman

diperintahkan untuk berendah hati, sopan dan bersahabat saat berelasi dengan mitra bisnisnya.

Pencarian pelanggan tentang kenyamanan tidak hanya terbatas pada waktu dan tempat yang menyenangkan, juga tidak hanya pada pembelian produk inti. Namun orang menginginkan akses yang mudah pada jasa pelengkap, khususnya informasi, relevansi, dan pemecahan masalah.

## 7. Bonus Tabungan Wadi'ah

Tabungan *wadi'ah* di Bank Syariah menggunakan akad *wadi'ah*, maka sebagai balas jasa yang diberikan Bank Syariah kepada nasabah pemegang rekening tabungan *wadi'ah*, Bank Syariah memberikan balas jasa berupa imbalan kepada pemilik dana, disamping jaminan keamanan uangnya juga akan memperoleh fasilitas lainnya seperti bonus. Artinya pihak bank tidak dilarang untuk memberikan jasa atas pemakaian dana yang diberikan nasabah kepada bank berupa bonus, dengan catatan tanpa ada perjanjian di awal baik nominal maupun persentase dan ini merupakan kebijakan bank sebagai pemegang dana. Penentuan besarnya bonustabungan *wadi'ah* dan cara perhitungannya tergantung pada masing-masing Bank Syariah.<sup>39</sup> Adapun contoh perhitungan bonus tabungan *wadi'ah* sebagai berikut:

Pak Harun memiliki rekening tabungan *wadi'ah* di PT. BankSUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan dengan saldo rata-rata pada bulan Januari 2013 adalah sebesar Rp 1.000.000-, bonus yang akan diberikan pihak bank kepada nasabah adalah sebesar 4% per tahun dari penggunaan tabungan

---

<sup>39</sup>Ismail *Op. Cit.*, hlm. 79.

*wadi'ah*. Berapakah bonus yang diterima pak Harun pada akhir bulan Januari 2013?

Jawab :

Saldo rata-rata pak Harun Rp 1.000.000-, bonus yang akan diberikan kepada nasabah sebesar 4% per tahun.  $4\% : 12 \text{ bulan} = 0,33\%$ , maka bonus yang akan diterima  $0,33\% \times 1.000.000\text{-}, = 3.300$ .

Bank mempunyai asumsi bahwa penyaluran dana pihak ketiga sebesar Rp 1.000.000-, akan mendapatkan bonus sebesar Rp 3.300-, per bulan. Pihak bank akan memberikan imbalan atau bonus sukarela kepada penabung yang besarnya ditentukan bank setiap akhir bulan yang dibukukan langsung pada buku tabungan *wadi'ah*.

Berdasarkan perhitungan bonus diatas, pertimbangan pihak bank memberikan bonus 4% antara lain:

1. Berdasarkan pendapatan bank tiap tahun.
2. Laba yang diterima bank.
3. Tarif bonus *wadi'ah* merupakan besarnya tarif yang diberikan bank sesuai ketentuan.

Pertimbangan lain, pihak bank dapat meningkatkan persentase bonus yang diberikan kepada nasabah lebih dari 4%, apabila pendapatan bank meningkat dan keuntungannya yang didapat dari pihak penyalur dana juga besar. Disisi lain, bank menurunkan persentase bonus dari 4%, apabila pendapatan bank dari hasil yang didapat sedikit dan keuntungan yang didapat pihak bank juga kecil.

Bonus merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam membuka tabungan *wadi'ah* (titipan). Apabila bonus yang ditawarkan bank kepada nasabah lebih menarik, maka nasabah pun ingin mencoba untuk membuka tabungan tersebut.

## B. Penelitian Terdahulu

Ada beberapa penelitian yang hampir sama dengan judul yang akan diteliti oleh peneliti, beberapa penelitian tersebut akan digambarkan pada tabel dibawah ini:

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.**

No	Nama Peneliti	Judul Skripsi	Analisis Data	Variabel Penelitian
1	Crisanty Sutristyaningtyas Titik (2013)	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung Masyarakat Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) TBK Cabang Bangkalan	Metode analisis yang digunakan adalah regresi dengan metode <i>ordered logit model</i> , dengan alpha 5%.	Variabel (X): Pendapatan, Suku bunga, Fasilitas, Keamanan, Lokasi, Hadiah, Reputasi Bank. Variabel (Y): Minat Menabung Masyarakat
2	M. Taufiq Reza A.F (2012)	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Mega TBK Cabang Makassar.	Metode analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda, dengan alpha 5%.	Variabel (X): Keunggulan Produk, Rasa Percaya, Pelayanan, Kepuasan Nasabah. Variabel (Y): Kepuasan Nasabah.

### C. Kerangka Berfikir

Dalam teori A.Hamdanipromosimerupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk. Kegiatan promosibukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk memengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.

Sedangkan menurut Indriyo Gitosudarmo, promosimerupakan kegiatan yang ditunjukkan untuk memengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang akan ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut. Adapun alat-alat yang dapat digunakan untuk mempromosikan suatu produk dapat dipilih beberapa cara, yaitu: iklan, promosipenjualan, *publisitas*, *personal selling* yang disebut bauran promosi.<sup>40</sup>

Menurut Hadipranata ,pelayanadalah merupakan aktivitas tambahan diluar tugas pokok yang ditunjukkan untuk memengaruhi konsumen untuk memberikan kepuasan atau penghargaan kepada konsumen atau pelanggan.<sup>41</sup>

Menurut Sarwoto, bonus merupakan suatu imbalan yang diberikan kepada konsumen yang jumlahnya tergantung dari hasil yang dicapai baik berupa financial

---

<sup>40</sup> Danang Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus)*, (Yogyakarta: Caps, 2012), hlm. 154.

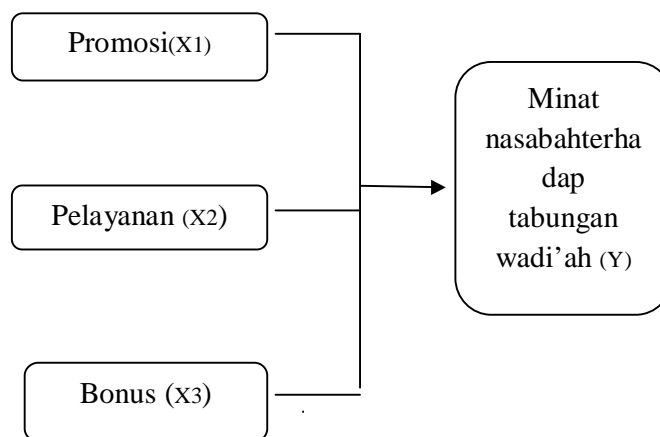
<sup>41</sup><http://www.pengertianahli.com/2014/08/pengertian-Pelayanan-apa-itu-Pelayanan.html>, jum'at, 12 Desember 2014, jam 11-30.

atau pun non financial. Hal ini dimaksud untuk mendorong minat pelanggan/karyawan.<sup>42</sup>

Promosi, pelayanan dan bonus memberikan pengaruh positif terhadap minat nasabah tabungan *wadi'ah*.

Oleh sebab itu perlu dikaji dan diteliti apakah promosi, pelayanan dan bonus berpengaruh terhadap minat nasabah dalam tabungan *wadi'ah*.

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Berfikir**



#### **D. Hipotesis**

Hipotesis dapat diartikan sebagai suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul.<sup>43</sup>

Sehubungan dengan hal tersebut di atas dan terkumpul dari anggapan dasar maka penulis menetapkan hipotesa penelitian sebagai berikut: promosi, pelayanan,

<sup>42</sup>Jurnal-sdm.Blogspot.Com/2009/05/pengupahan-insentif-defenisi-tujuan-dan-05, html.jum'at, 12 Desember 2014, jam 11-30.

<sup>43</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1998), hlm. 67.



dan bonus mempunyai pengaruh terhadap minat nasabah menabung pada PT.Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.

Berdasarkan Hipotesa yang dikemukakan diatas maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Ha=Ada pengaruh Promosi, Pelayanan dan Bonus secara Simultan dan parsialterhadap minat nasabah menabung di Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.

Ho =Tidak ada pengaruh Promosi, Pelayanan dan Bonus secara Simultan dan parsialterhadap minat nasabah menabung di Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.

Ha =Besar pengaruhPromosi, Pelayanan, dan Bonusterhadap minat nasabah menabunga di Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.

Ho =Tidak besar pengaruh Promosi, Pelayanan, dan Bonusterhadap minat nasabah menabunga di Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan yang terletak di jalan Merdeka no. 12 Padangsidempuan (Didepan Plaza ATC). Adapun waktu penelitian ini dilakukan mulai Oktober 2014 sampai dengan selesai.

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

Ditinjau dari tempatnya, maka penelitian ini adalah penelitian lapangan. Berdasarkan metodenya, maka peneliti ini adalah penelitian survey, yaitu penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relevan, distribusi, dan hubungan-hubungan antara variabel.<sup>1</sup>

#### **C. Populasi dan Sampel**

Populasi berasal dari bahasa Inggris *population*, yang berarti jumlah penduduk.<sup>2</sup> Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.<sup>3</sup> Populasi adalah keseluruhan subjek

---

<sup>1</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Jakarta: Alfabeta, 2005), hlm. 7.

<sup>2</sup>M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2005), hlm. 99.

<sup>3</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, (Jakarta: Alfabeta, 2012), hlm. 115.

penelitian.<sup>4</sup> Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah nasabah tabungan *wadi'ah* di Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan, dan jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 4579 nasabah tabungan *wadi'ah*.<sup>5</sup>

Sedangkan Sampel adalah suatu himpunan bagian dari unit populasi.<sup>6</sup> Adapun teknik sampling yang dipilih adalah sampel acak sederhana (*simple random sampling*), yakni setiap anggota populasi mempunyai kesempatan untuk dijadikan sampel.<sup>7</sup>

Untuk menentukan ukuran sampel, Slovin memberikan rumusan sebagai berikut:

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

Dimana:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir, misalnya 10%.<sup>8</sup> maka

---

<sup>4</sup>Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek, Op.Cit*, hlm. 130.

<sup>5</sup>Data Diproleh dari Pihak Pelayanan Nasabah Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan, 14 oktober 2014.

<sup>6</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek, Op.Cit*, hlm. 119.

<sup>6</sup>Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi: Teori & Aplikasi*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2005), hlm. 167.

<sup>6</sup>*Ibid*, hlm. 180.

$$n = \frac{4579}{1 + 4579 \times 10\%^2}$$

$$n = \frac{4579}{1 + 4579 \times 0,1^2}$$

$$n = \frac{4579}{1 + 4579 \times 0,01}$$

$$n = \frac{4579}{1 + 45,79}$$

$$n = \frac{4579}{46,79}$$

$$n = 97,86$$

$$n = 97,86$$

$$n = 97,86$$

$$n = 97,86$$

$$n = 97,86$$

$$n = 97,86$$

Hasil sampel untuk populasi sebesar 4579 adalah 97,86 orang nasabah tabungan *wadi'ah*, namun peneliti menggenapkan jumlah sampel menjadi 100 nasabah tabungan *wadi'ah*.

#### D. Sumber Data

##### 1. Data Primer

Data primer adalah data yang dihimpun secara langsung dari sumbernya dan diolah sendiri oleh lembaga bersangkutan untuk dimanfaatkan. Data primer dapat berbentuk opini subjek secara individual atau kelompok, dan hasil observasi terhadap karakteristik benda (fisik), kejadian, kegiatan dan hasil suatu pengujian tertentu. Ada dua metode yang dipergunakan untuk pengumpulan data primer, yaitu melalui survey dan observasi.<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup>Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2004), hlm. 138.

Adapun data primer yang dibuat oleh peneliti adalah melalui survey, yaitu dengan cara pembagian angket/kuisisioner kepada para nasabah tabungan wadi'ah.

## 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara (dihasilkan pihak lain) atau digunakan oleh lembaga lainnya yang bukan merupakan pengolahnya, tetapi dapat dimanfaatkan dalam suatu penelitian tertentu. Data sekunder pada umumnya berbentuk catatan atau laporan data dokumentasi oleh lembaga tertentu yang dipublikasikan.<sup>10</sup>

Data sekunder yang dikumpulkan oleh peneliti adalah buku-buku bacaan, literatur dari Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan yang mendukung penelitian ini.

## E. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono “ kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya”.<sup>11</sup> Dalam penelitian ini digunakan teknik pengumpulan data dengan kuesioner kepada nasabah PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan sebagai responden yang akan menjawab semua item pertanyaan.

## F. Instrumen Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam menguji hipotesa diperlukan suatu instrumen penelitian. Instrumen dalam penelitian sangat penting, sebab instrumen yang baik dapat menjamin pengambilan data yang akurat.

---

<sup>10</sup>*Ibid.*

<sup>11</sup>Sugiyono, *Metodologi Penelitian Bisnis, (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)* Op.Cit, hlm. 116.

Adapun instrumen pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket. Angket adalah daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain dengan maksud agar orang yang diberi tersebut bersedia memberikan respon sesuai dengan permintaan pengguna<sup>12</sup>.

Untuk teknik pengolahan menggunakan Skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.

Dengan Skala Likert, maka variabel yang akan diukur, dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan.

Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang berupa kata-kata dan untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor sebagai berikut:

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

Keterangan:

SS: Sangat Setuju      TS: Tidak Setuju      STS: Sangat tidak Setuju

S: Setuju                      RR: Ragu-Ragu

Instrumen yang menggunakan skala likert dapat dibuat dalam bentuk checklist ataupun pilihan ganda.<sup>13</sup>

<sup>12</sup>Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitiannya*, hlm. 136.

<sup>13</sup>Sugiyono, *Op. Cit.*, hlm. 86-87.



## G. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas adalah pengujian yang dilakukan untuk mengukur sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Hasil perhitungan  $r_{xy}$  dikonsultasikan dengan rtabel product moment dengan taraf signifikan 5 %  $r_{xy} > r_{tabel}$  item yang diuji valid.<sup>14</sup> Berdasarkan informasi tersebut maka peneliti dapat mengganti atau merevisi butir-butir tersebut dengan rumus *pearson product moment* dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 17.

Analisis reliability digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur berupa kuisioner, skala atau angket; apakah alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tepat, konsisten jika pengukuran diulang kembali.<sup>15</sup>

Rumus realibilitas dengan metode Alpha adalah :

$$r_{11} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right)$$

Dimana:

$r_{11}$	= Reliabelitas instrumen
$k$	= banyaknya butirpertanyaa
$\sum_b^2$	= Jumlah varian skor dari tiap-tiap butir item
$\sigma_1^2$	= Varian total <sup>16</sup>

## H. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Setelah data terkumpul dari hasil pengumpulan data, maka akan dilakukan analisis data atau pengolahan data. *Koefisien korelasi* adalah suatu alat statistik

<sup>14</sup>Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Op. Cit., hlm. 274.

<sup>15</sup>Duwi Priyatno, *Cara Kilat Belajar Analisis Data Dengan Spss 20*, (Yogyakarta: Andi offset, 2012), hlm. 177.

<sup>16</sup>Duwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS*(Yogyakarta: Mediakom,2008),hlm, 25.

yang dapat digunakan untuk membandingkan hasil pengukuran dua variabel atau lebih yang berbeda agar dapat menentukan tingkat hubungan ataupun pengaruh antara variabel. Semua anggota kelompok yang dipilih diukur mengenai ketiga variabel yang diteliti kemudian sama-sama dicari koefisien korelasinya.

Analisis data pada penelitian ini menggunakan:

1. Uji Asumsi Klasik, yaitu pengujian yang digunakan untuk mengetahui apakah model penelitian ini adalah model yang baik jika memenuhi beberapa asumsi. Uji asumsi klasik ini terdiri atas Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Heteroskedastisitas, dan Uji Autokorelasi.
2. Uji Statistik Deskriptif menggunakan analisis regresi linear berganda, analisis regresi linear berganda adalah analisis untuk mengukur besarnya pengaruh antara dua variabel atau lebih variabel independen dan memprediksi variabel dependen dengan menggunakan variabel independen.<sup>17</sup>

Persamaan regresi berganda secara sederhana adalah:

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

Keterangan:

Y : Minat nasabah

a : Konstanta

$b_1, b_2, b_3$  : Koefisien regresi linear berganda

$X_1$  : Promosi

$X_2$  : Pelayanan

$X_3$  : Bonus

---

<sup>17</sup>*Ibid*, hlm. 127.

3. Koefisien determinasi dalam regresi linear berganda ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan atau kontribusi dari keseluruhan variabel independen ( $X_1$ ,  $X_2$  dan  $X_3$ ) terhadap variabel dependen ( $Y$ ), sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel bebas yang tidak dimasukkan kedalam model. Model dianggap baik jika koefisien determinasi sama dengan satu atau mendekati satu.<sup>18</sup>

4. Uji hipotesis menggunakan Uji Simultan (uji F) dan Uji Parsial (uji t).

a. Uji Simultan (Uji F)

Uji F atau uji koefisien regresi secara bersama-sama adalah pengujian yang digunakan untuk mengetahui apakah secara bersama-sama variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.<sup>19</sup>

Kriteria pengujian:

- 1) Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima
- 2) Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak.

b. Uji Parsial (Uji t)

Uji t atau uji koefisien regresi secara parsial digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. Pengujian menggunakan signifikansi 0,05 dan 2 sisi.

Kriteria pengujian

- 1) Jika  $-t_{tabel} < t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima
- 2) Jika  $-t_{hitung} < t_{tabel}$  atau  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak.

---

<sup>18</sup>Morisan, *Metode Penelitian Survei*, ( Jakarta : Kencana, 2012), hlm. 349.

<sup>19</sup>*Ibid*, hlm. 137.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum PT. Bank Sumut Unit Usaha Syariah**

##### **1. Sejarah Berdirinya Bank Sumut**

Bank pembangunan Daerah Sumatera Utara didirikan pada tanggal 04 November 1961 dengan Akte Notaris Rusli No. 22 dalam bentuk Perseroan Terbatas. Berdasarkan UU No. 13/ 1962 tentang ketentuan pokok Bank Pembangunan Daerah, bentuk usaha diubah menjadi Badan Usaha Milik Daerah (BUMN) sesuai Perda TK. I Sumatera Utara No. 5/1965, dengan model dan saham yang dimiliki Pemda TK. I dan Pemda TK. II Sumatera Utara.

Kemudian dalam perkembangannya sesuai dengan kebutuhan maka pada tanggal 16 April 1999 bentuk hukum diubah menjadi Perseroan Terbatas sesuai dengan Akte Pendirian Perseroan Terbatas No. 38/1999 Notaris Alina Hanum Nasution, SH yang telah mendapat pengesahan dari Menteri Kehakiman RI No. C-8224HT.01.01/1999. Dasar perubahan bentuk hukum sebelumnya telah diluahkan dalam Perda TK.I Sumatera Utara No. 2/1999. Sesuai dengan kebutuhan dan perkembangan selanjutnya dengan Akte No. 31 Tanggal 15 Desember 1999.

Kebijakan dan gagasan untuk mendirikan Unit Usaha Syariah didasari tingginya minat masyarakat di SUMUT untuk mendapatkan layanan berbasis Syariah dan telah berkembang cukup lama dikalangan pemangku kepentingan Bank SUMUT, terutama sejak keluarnya UU No. Tahun 1998 yang memberi peluang bagi Bank Konvensional untuk mendirikan Unit Usaha Syariah,

karena akibat krisis moneter yang terjadi pada tahun 1987. Selain Bank Umum yang membuka Devisi Usaha Syariah Bank Konvensional Seperti Bank SUMUT juga berperan didalamnya untuk membuka Unit/Devisi Usaha Syariah. Dimana pada awal perjalanannya kehadiran Bank Syariah yang belum begitu optimal dalam tatanan sektor Perbankan Syariah, namun Bank SUMUT ikut ambil risiko dalam mengembangkan jasa Perbankan Syariah. Landasan hukum operasional bank yang menggunakan sistem Syariah, hanya dikategorikan sebagai bank dengan system Bagi Hasil, namun dalam rinciannya belum jelas dalam landasan hukumnya, serta jenis usaha yang diperbolehkan.

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

a. Menetapkan Target Pasar

Pasar yang dijadikan sasaran adalah masyarakat kelas menengah keatas yang telah memiliki kesadaran untuk menggunakan jasa perbankan dan mempunyai kesadaran untuk menerapkan ajaran Islam dengan baik. Selain dari masyarakat, pendanaan juga akan digalang dari organisasi-organisasi dan yayasan Islam yang memiliki kegiatan kemasyarakatan dengan perputaran dana yang relative signifikan. Sebagai bank milik Pemerintah Daerah, target penghimpunan dana juga dari para karyawan Pemda yang mempunyai pendapatan relatif mapan dan memiliki pengaruh yang signifikan di masyarakat.

b. Melakukan Sosialisasi dan Promosi

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

c. Pengembangan Infrastruktur Teknologi Sistem Informasi

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

d. Pengembangan Produk

Pengembangan produk lebih difokuskan kepada produk pembiayaan, produk penghimpunan dana dan produk jasa. Pengembangan dari masing-masing produk akan disesuaikan dengan kebutuhan dan perkembangan pasar.

## 2. Visi dan Misi Bank Sumut

Visi adalah cara pandang jauh kedepan kemana perusahaan harus dibawa, harus dapat eksis, ansipatif dan inovatif. Visi merupakan suatu gambaran yang menentang tentang keadaan masa depan yang diinginkan oleh manajemen dan *stakeholder*. Adapun visi yang ditetapkan oleh PT. Bank SUMUT adalah menjadi bankandalan untuk membantu dan mendorong pertumbuhan perekonomian dan pembangunan daerah di segala bidang serta sebagai salah satu sumber pendapatan daerah dalam rangka peningkatan taraf hidup rakyat.

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

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

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



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

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

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

### **3. Ruang Lingkup Bidang Usaha**

Tata cara beroperasi Bank Syariah umumnya dan Bank SUMUT Syariah khususnya mengacu pada ketentuan Al-qur'an dan Hadits. Prinsip Usaha

Syariah ini menjadi panduan dalam menetapkan fitur-fitur produk Bank SUMUT Syariah, baik itu produk pembiayaan maupun produk penghimpunan dana. Sejak dimulainya operasional PT. BankSUMUT Syariah Cabang pada 4 November 2004 telah didukung oleh system operasional yang disebut OLIB'S Syariah dalam menjalankan operasional Perbankannya sehari-hari. PT. Bank SUMUT Unit Usaha Syariah menggunakan system operasional Perbankan yang menganut pada prinsip Syariah.

Pada sistem operasional Bank SUMUT Syariah pemilik dana menanamkan uangnya di banktidak dengan motif pendapatan uang, tapi dalam rangka mendapatkan keuntungan bagi hasil. Dana nasabah tersebut kemudian disalurkan kepada mereka yang membutuhkan dana dalam bentuk modal usaha, dengan perjanjian keuntungan yang telah disepakati.

## **B. Analisis Data dan Pembahasan**

### **1. Uji Validitas dan Reliabilitas**

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan sebelum instrumen digunakan dalam pengumpulan data. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket. Uji coba dilakukan kepada 100 orang diluar sampel penelitian. Untuk mencari validitas (kesahihan) dan reliabilitas (ketepatan).

#### **a. Uji Validitas**

Uji validitas dilakukan untuk melihat apakah data yang ada valid atau tidak. Untuk menguji validitas digunakan 100 orang dengan responden 10 pertanyaan untuk variabel promosi ( $X_1$ ), 10 pertanyaan untuk variabel Pelayanan ( $X_2$ ), 10 pertanyaan untuk variabel Bonus ( $X_3$ ), 10 pertanyaan

untuk variabel Minat Nasabah (Y), dan r tabel signifikan 5%= 0,195 (tabel r terlampir) untuk mengetahui apakah pertanyaan-pertanyaan tersebut valid.

Untuk mengetahui validitas pertanyaan-pertanyaan tersebut dapat dilihat dari nilai *Correlated Item- Total Correlation* yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

### 1) Uji Validitas Untuk Variabel X<sub>1</sub> (Promosi)

**Tabel 4.1 Uji Validitas X<sub>1</sub> (Promosi)**

<b>Item-Total Statistics</b>				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	28.18	14.331	<b>.366</b>	.532
VAR00002	28.22	16.375	<b>.168</b>	.577
VAR00003	28.14	13.192	<b>.347</b>	.532
VAR00004	27.90	13.949	<b>.296</b>	.548
VAR00005	28.04	13.817	<b>.375</b>	.526
VAR00006	28.19	16.943	<b>.073</b>	.589
VAR00007	27.87	12.720	<b>.442</b>	.501
VAR00008	28.00	14.707	<b>.212</b>	.572
VAR00009	27.96	14.907	<b>.185</b>	.580
VAR00010	28.21	16.935	<b>.067</b>	.590

Dari hasil *output* diatas dapat dilihat bahwa menentukan item pertanyaan 1-10 valid atau tidak dapat dibandingkan nilai r tabel dengan r hitungnya. Dimana r tabel untuk n =100 adalah 0,195, sedangkan untuk r hitungdapat dilihat pada hasil *Corrected Item- Total Correlation* (cetak tebal), jika *Corrected Item- Total Correlation* lebih besar dari 0,195 maka dinyatakan valid.

Kesimpulan dari tabel diatas uji validitas  $X_1$  (Promosi) adalah:

#### Hasil Uji Validitas Variabel $X_1$

Nomor Item Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Interpretasi
1	<b>0,366</b>	Instrumen Valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $N = 100$ Pada taraf signifikan 5% sehingga diperoleh $r_{tabel}$ (0,195)	Valid
2	<b>0,168</b>		<b>Tidak Valid</b>
3	<b>0,347</b>		Valid
4	<b>0,296</b>		Valid
5	<b>0,375</b>		Valid
6	<b>0,073</b>		<b>Tidak Valid</b>
7	<b>0,442</b>		Valid
8	<b>0,212</b>		Valid
9	<b>0,185</b>		<b>Tidak Valid</b>
10	<b>0,065</b>		<b>Tidak Valid</b>

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa Promosi ( $X_2$ ),  $r$  tabel yang digunakan untuk jumlah sampel sebanyak 100 adalah sebesar 0,195. Dengan memperhatikan hasil output pada tabel diatas *Corrected Item-Total Correlationnya* (yang merupakan  $r$  hitung) maka diketahui hanya ada tiga item yang tidak valid, karena  $r$  hitungnya  $< r$  tabel ( $0,168 < 0,195$ ), ( $0,073 < 0,195$ ), ( $0,185 < 0,195$ ), dan ( $0,067 < 0,195$ ) yaitu item 2, 6, 9 dan 10. Sedangkan item yang lainnya memiliki nilai  $r$  hitung  $> r$  tabel, maka dari itu semua item pertanyaan yang memiliki nilai  $r$  hitung lebih besar dari 0,195 dinyatakan valid.

## 2) Uji Validitas Untuk Variabel X<sub>2</sub> (Pelayanan)

**Tabel 4.2 Uji Validitas X<sub>2</sub> (Pelayanan)**

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	25.78	7.951	<b>.383</b>	.568
VAR00002	25.99	7.485	<b>.411</b>	.555
VAR00003	26.87	8.235	<b>.143</b>	.618
VAR00004	25.68	8.301	<b>.257</b>	.591
VAR00005	25.53	7.848	<b>.059</b>	.679
VAR00006	25.54	8.312	<b>.171</b>	.608
VAR00007	25.80	7.576	<b>.381</b>	.562
VAR00008	25.85	7.684	<b>.359</b>	.567
VAR00009	25.79	7.764	<b>.444</b>	.556
VAR00010	26.01	7.061	<b>.505</b>	.528

Dari hasil *output* diatas dapat dilihat bahwa menentukan item pertanyaan 1-10 valid atau tidak dapat dibandingkan nilai r tabel dengan r hitungnya. Dimana r tabel untuk  $n = 100$  adalah 0,195, sedangkan untuk r hitung dapat dilihat pada hasil *Corrected Item- Total Correlation* (cetak tebal), jika *Corrected Item- Total Correlation* lebih besar dari 0,195 maka dinyatakan valid.

Kesimpulan dari tabel diatas uji validitas  $X_2$  (Pelayanan) adalah:

#### Hasil Uji Validitas Variabel $X_2$

Nomor Item Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Interpretasi
1	<b>0,383</b>	Instrumen Valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan N = 100 Pada taraf signifikan 5% sehingga diperoleh $r_{tabel}$ (0,195)	Valid
2	<b>0,411</b>		Valid
3	<b>0,143</b>		<b>Tidak Valid</b>
4	<b>0,257</b>		Valid
5	<b>0,059</b>		<b>Tidak Valid</b>
6	<b>0,171</b>		<b>Tidak Valid</b>
7	<b>0,381</b>		Valid
8	<b>0,359</b>		Valid
9	<b>0,444</b>		Valid
10	<b>0,505</b>		Valid

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa Pelayanan ( $X_2$ ),  $r$  tabel yang digunakan untuk jumlah sampel sebanyak 100 adalah sebesar 0,195. Dengan memperhatikan hasil output pada tabel di atas *Corrected Item-Total Correlationnya* (yang merupakan  $r$  hitung) maka diketahui hanya ada tiga item yang tidak valid, karena  $r$  hitungnya  $< r$  tabel ( $0,143 < 0,195$ ), ( $0,059 < 0,195$ ), dan ( $0,171 < 0,195$ ) yaitu item 3, 5, dan 6. Sedangkan item yang lainnya memiliki nilai  $r$  hitung  $> r$  tabel, maka dari itu semua item pertanyaan yang memiliki nilai  $r$  hitung lebih besar dari 0,195 dinyatakan valid.

### 3) Uji Validitas Untuk Variabel X<sub>3</sub> (Bonus)

Tabel 4.3 Uji Validitas Variabel X<sub>3</sub> (Bonus)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	29.06	12.865	<b>.397</b>	.503
VAR00002	29.73	13.472	<b>.140</b>	.569
VAR00003	29.04	12.867	<b>.408</b>	.502
VAR00004	29.45	12.957	<b>.184</b>	.559
VAR00005	29.94	14.340	<b>.107</b>	.568
VAR00006	29.15	11.947	<b>.459</b>	.477
VAR00007	29.08	14.781	<b>.004</b>	.594
VAR00008	28.77	14.644	<b>.061</b>	.577
VAR00009	29.20	11.677	<b>.407</b>	.486
VAR00010	29.35	11.967	<b>.371</b>	.498

Dari hasil *output* diatas dapat dilihat bahwa menentukan item pertanyaan 1-10 valid atau tidak dapat dibandingkan nilai r tabel dengan r hitungnya. Dimana r tabel untuk  $n = 100$  adalah 0,195, sedangkan untuk r hitung dapat dilihat pada hasil *Corrected Item- Total Correlation* (cetak tebal), jika *Corrected Item- Total Correlation* lebih besar dari 0,195 maka dinyatakan valid.

Kesimpulan dari tabel diatas uji validitas  $X_3$  (Bonus) adalah:

**Hasil uji validitas Bonus ( $X_3$ )**

Nomor Item Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Interpretasi
1	<b>0,397</b>	Instrumen Valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $N = 100$ Pada taraf signifikan 5% sehingga diperoleh $r_{tabel}$ (0,195)	Valid
2	<b>0,140</b>		<b>Tidak Valid</b>
3	<b>0,408</b>		Valid
4	<b>0,184</b>		<b>Tidak Valid</b>
5	<b>0,107</b>		<b>Tidak Valid</b>
6	<b>0,459</b>		Valid
7	<b>0,004</b>		<b>Tidak Valid</b>
8	<b>0,061</b>		<b>Tidak Valid</b>
9	<b>0,407</b>		Valid
10	<b>0,371</b>		Valid

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa Bonus ( $X_3$ ),  $r$  tabel yang digunakan untuk jumlah sampel sebanyak 100 adalah sebesar 0,195. Dengan memperhatikan hasil output pada tabel diatas *Corrected Item-Total Correlationnya* (yang merupakan  $r$  hitung) maka diketahui hanya ada lima item yang tidak valid, karena  $r$  hitungnya  $< r$  tabel ( $0,140 < 0,195$ ), ( $0,184 < 0,195$ ), ( $0,107 < 0,195$ ), ( $0,004 < 0,195$ ) dan ( $0,061 < 0,195$ ) yaitu item 2, 4, 5, 7 dan 8. Sedangkan item yang lainnya memiliki nilai  $r$  hitung  $> r$  tabel, maka dari itu semua item pertanyaan yang memiliki nilai  $r$  hitung lebih besar dari 0,195 dinyatakan valid.



#### 4) Uji Validitas Untuk Variabel Y (Minat Nasabah)

Tabel 4.4 Uji Validitas Variabel Y (Minat Nasabah)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	26.05	10.270	<b>.395</b>	.600
VAR00002	26.58	9.418	<b>.543</b>	.555
VAR00003	26.13	12.538	<b>.270</b>	.630
VAR00004	27.22	12.517	<b>.164</b>	.647
VAR00005	26.35	11.018	<b>.527</b>	.580
VAR00006	25.72	11.375	<b>.348</b>	.612
VAR00007	25.67	12.324	<b>.226</b>	.636
VAR00008	25.71	11.764	<b>.165</b>	.660
VAR00009	26.14	12.707	<b>.149</b>	.648
VAR00010	26.33	11.819	<b>.365</b>	.612

Dari hasil output diatas dapat dilihat bahwa menentukan item pertanyaan 1-10 valid atau tidak dapat dibandingkan nilai r tabel dengan r hitungnya. Dimana r tabel untuk  $n = 100$  adalah 0,195, sedangkan untuk r hitung dapat dilihat pada hasil *Corrected Item- Total Correlation* (cetak tebal), jika *Corrected Item- Total Correlation* lebih besar dari 0,195 maka dinyatakan valid.

Kesimpulan dari tabel diatas uji validitas  $X_3$  (Bonus) adalah:

#### Hasil uji validitas Minat Nasabah (Y)

Nomor Item Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Interpretasi
1	<b>0,395</b>	Instrumen Valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
2	<b>0,543</b>		Valid
3	<b>0,270</b>		Valid
4	<b>0,164</b>		<b>Tidak Valid</b>

5	<b>0,527</b>	dengan N = 100 Pada taraf signifikan 5% sehingga diperoleh $r_{tabel}$  (0,195)	Valid
6	<b>0,384</b>		Valid
7	<b>0,226</b>		Valid
8	<b>0,165</b>		<b>Tidak Valid</b>
9	<b>0,149</b>		<b>Tidak Valid</b>
10	<b>0,365</b>		Valid

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa bonus ( $X_3$ ),  $r$  tabel yang digunakan untuk jumlah sampel sebanyak 100 adalah sebesar 0,195. Dengan memperhatikan hasil *output* pada tabel diatas *Corrected Item-TotalCorrelationnya* (yang merupakan  $r$  hitung) maka diketahui hanya ada lima item yang tidak valid, karena  $r$  hitungnya  $< r$  tabel ( $0,164 < 0,195$ ), ( $0,165 < 0,195$ ), dan ( $0,149 < 0,195$ ), yaitu item 4, 8 dan 9. Sedangkan item yang lainnya memiliki nilai  $r$  hitung  $> r$  tabel, maka dari itu semua item pertanyaan yang memiliki nilai  $r$  hitung lebih besar dari 0,195 dinyatakan valid.

#### b. Uji Reabilitas

Reliabilitas instrumen angket yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus *Alpha* yaitu  $r_{11} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_i^2} \right)$  karena  $r_{11} > r_{tabel}$  maka semua item pertanyaan yang dianalisis dengan metode *Alpha* adalah Reliabel.

Suatu variabel dapat dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha*  $> 0$ ,

6. Nilai reliabilitas dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

- 1) Uji realibilitas variabel X1 (Promosi)

**Tabel 4.5 uji reliabilitas variabel Promosi (X<sub>1</sub>)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.620	6

Untuk menentukan valid atau tidak maka bisa menggunakan batas nilai Alpha 0,6. Reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,6 dapat diterima. Jadi dari hasil diatas dapat diketahui nilai *Cronbach Alpha* untuk variabel X<sub>1</sub> (Promosi) sebesar 0,620 maka dapat diambil kesimpulan bahwa intrumen penelitian adalah reliabel.

- 2) Uji realibilitas variabel X<sub>2</sub> (Pelayanan)

**Tabel 4.6 uji reliabilitas variabel Pelayanan (X<sub>2</sub>)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.701	7

Dapat diketahui nilai *Cronbach Alpha* untuk variabel X<sub>2</sub> (Pelayanan) sebesar 0,701 maka dapat diambil kesimpulan bahwa instrumen telah valid dan reliabel untuk mengukur pengaruh pelayanan terhadap Minat Nasabah.

- 3) Uji realibilitas variabel X<sub>3</sub> (Bonus)

**Tabel 4.7 uji reliabilitas variabel Bonus (X<sub>3</sub>)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.677	5

Dapat diketahui nilai *Cronbach Alpha* untuk variabel  $X_3$  (Bonus) sebesar 0,677 maka dapat diambil kesimpulan bahwa instrumen telah reliabel.

4) Uji realibilitas variabel Y (Minat Nasabah)

**Tabel 4.8 uji reliabilitas variabel Minat Nasabah (Y)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.673	7

Dapat diketahui nilai *Cronbach Alpha* untuk variabel Y (Minat Nasabah) sebesar 0,673 maka dapat diambil kesimpulan bahwa instrumen telah valid dan reliabel.

## 2. Uji Asumsi Klasik

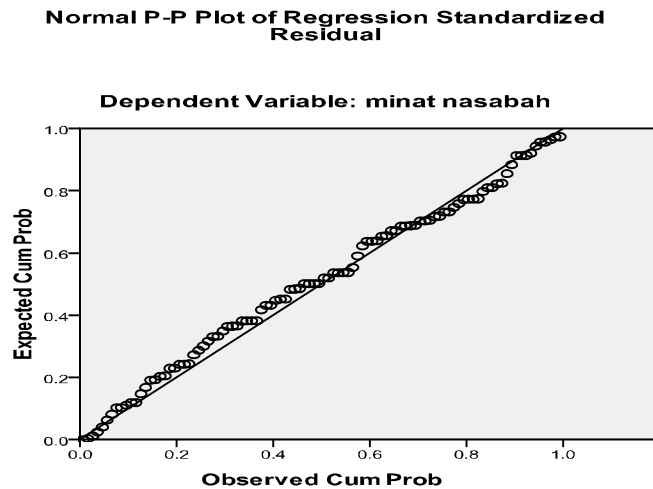
### a. Uji Normalitas

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 Smirnov.

Uji Normalitas dengan metode grafik pada model regresi. 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 disekitar garis diagonal maka nilai residual tersebut telah normal.

**Gambar 4.1 Metode Grafik**



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

#### **b. Uji Multikolinearitas**

Multikolinearitas adalah keadaan dimana pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna antarvariabel independen. Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna diantara variabel bebas (korelasi 1 atau mendekati 1). Beberapa metode uji Multikolinearitas yaitu dengan melihat nilai Tolerance dan inflation factor (VIF) pada model regresi atau dengan membandingkan nilai koefisien determinasi individual ( $r^2$ ) dengan nilai determinasi secara serentak ( $R^2$ ).

Dengan melihat nilai Tolerance dan Inflation Factor (VIF) pada Model Regresi. Untuk mengetahui suatu model regresi bebas dari Multikolinearitas, yaitu mempunyai nilai VIF (Variance Inflation Factor) kurang dari 10 dan mempunyai angka tolerance lebih dari 0,1.

**Tabel 4.9 Tolerance dan Inflation Factor (VIF)**

Coefficients <sup>a</sup>							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	1.630	2.222		.734	.465		
Promosi	.299	.073	.354	4.125	.000	.748	1.338
Pelayanan	.500	.099	.388	5.032	.000	.928	1.077
Bonus	.198	.091	.185	2.185	.031	.770	1.298

a. Dependent Variable: minat nasabah

Dari hasil diatas dapat diketahui bahwa nilai Tolerance ketiga variabel lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah multikolinearitas pada model regresi.

Kesimpulan yang didapat dari hasil *output* diatas diperoleh bahwa nilai tolerance untuk ketiga variabel yaitu promosi, pelayanan, dan bonus nilainya tidak sama besar, yaitu 0,748 (Promosi), 0,928 (Pelayanan), dan 0,770(Bonus), hal ini menunjukkan bahwa nilai tolerancenya lebih dari 0,10.Sedangkan untuk nilai VIF yang di dapat sebesar 1,338 (Promosi), 1,077 (Pelayanan), dan 1,298 (Bonus), hal ini menunjukkan bahwa nilai VIFnya kurang dari 10. Ini berarti nilai pada model penelitian ini tidak terjadi masalah multikolinearitas.

### c. Uji Heteroskedastisitas

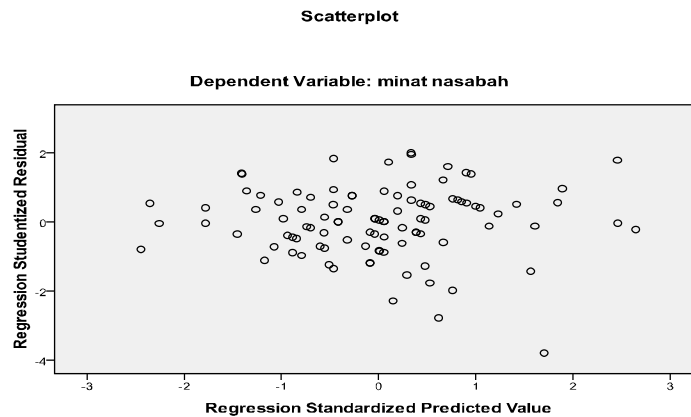
Heteroskedastisitas adalah keadaan dimana dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada satu pengamatan kepengamatan lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi Heteroskedastisitas. Adapun Uji Heteros pada penelitian ini menggunakan metode melihat titik-titik pada scatterplots regresi.

Metode ini dilakukan dengan cara melihat grafik scatterplot antara standardized predicted value (ZPRED) dengan studentized residual (SRESID), ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang diprediksikan dan sumbu X adalah residual ( $Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$ ).

Dasar Pengambilan Keputusan yaitu:

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

**Gambar 4.2 Output Scatterplot**



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

Pada gambar diatas dapat kita lihat bahwa titik-titik menyebar diatas angka 0 sampai mencapai angka 2 pada sumbu Y, juga menyebar dibawah angka 0 hingga mendekati angka -3 pada sumbu Y, dengan demikian pada model regresi ini terlepas dan bebas masalah heteros.

#### **d. Uji Autokorelasi**

Autokorelasi adalah keadaan dimana pada model regresi ada korelasi antara residual pada periode  $t$  dengan residual pada periode sebelumnya ( $t-1$ ). Model regresi yang baik adalah yang tidak terdapat masalah autokorelasi. Metode pengujian menggunakan uji Durbin- Wotson (DW test). Pengambilan keputusan pada uji Durbin Wotson adalah sebagai berikut:

- 1)  $DU < DW < 4 - DU$  maka  $H_0$  diterima, artinya tidak terjadi autokorelasi.



- 2)  $DW < DL$  atau  $DW > 4-DL$  maka  $H_0$  ditolak, artinya terjadi autokorelasi.
- 3)  $DL < DW < DU$  atau  $4-DU < DW < 4-DL$ , artinya tidak ada kepastian atau kesimpulan yang pasti.

Nilai DU dan DL yang diperoleh dari tabel statistic Durbin Wotson. Dengan  $n = 10$ , dan  $k = 3$  di dapat nilai  $DU = 1,74$  dan  $DL = 1,61$ . Jadi nilai  $4-DU = 2,26$  dan nilai  $4-DL = 2,39$ .

**Tabel 4.10 Uji Autokorelasi (Metode Durbin Wotson)**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.686 <sup>a</sup>	.470	.454	2.28142	1.613

a. Predictors: (Constant), Bonus, Pelayanan, Promosi

b. Dependent Variable: minat nasabah

Dari hasil di atas dapat diketahui bahwa nilai Durbin Wotson sebesar 1.613. Karena nilai DW terletak antara  $DL < DW < DU$  ( $1,61 < 1,613 < 1,74$ ) maka hasilnya tidak ada kepastian atau kesimpulan yang pasti. Maka hasilnya tidak terjadi autokorelasi.

### 3. Uji Statistik Deskriptif

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas yaitu Promosi ( $X_1$ ), Pelayanan ( $X_2$ ), dan Bonus ( $X_3$ ) terhadap minat nasabah ( $Y$ ) tabungan *wadi'ah* PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan. Adapun bentuk persamaan regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

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

Keterangan:

- Y :Minat nasabah  
a :Konstanta  
 $b_1, b_2, b_3$  :Koefisien regresi linear berganda  
 $X_1$  :Promosi  
 $X_2$  :Pelayanan  
 $X_3$  :Bonus

**Tabel 4.11 Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1.(Constant)	1.630	2.222		.734	.465
Promosi	.299	.073	.354	4.125	.000
Pelayanan	.500	.099	.388	5.032	.000
Bonus	.198	.091	.185	2.185	.031

a. Dependent Variable: minat nasabah

Persamaan Analisis Regresi Linear Berganda

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

$$\text{Minat nasabah} = 1.630 + 4.125 (\text{Promosi}) + 5.032 (\text{Pelayanan}) + 2.185$$

(Bonus). Penjelasan dari persamaan diatas adalah sebagai berikut:

- Nilai konstanta (a) adalah 1.630. Artinya jika promosi, pelayanan, dan bonus nilainya 0 maka minat nasabah nilainya 1.630.
- Nilai koefisien regresi variabel promosi ( $b_1$ ) bernilai positif yaitu 4.125. artinya bahwa setiap bertambah Promosi tabungan *wadi'ah* sebesar 1.00

maka minat nasabah juga akan bertambah sebesar 4.125 dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap.

- c. Nilai koefisien regresi variabel pelayanan ( $b_2$ ) bernilai positif yaitu 5.032. artinya bahwa setiap bertambah pelayanan sebesar 1.00 maka minat nasabah juga akan bertambah sebesar 5.032 dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap.
- d. Nilai koefisien regresi variabel bonus ( $b_3$ ) bernilai negatif yaitu 2.185. Artinya bahwa setiap adanya bonus sebesar 1.00 maka minat nasabah juga menjadi 2.185 dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap.

**Tabel 4.12 Regresi Linear Berganda**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.686 <sup>a</sup>	.470	.454	2.28142

a. Predictors: (Constant), Bonus, Pelayanan, Promosi

- a. R dalam regresi linear berganda menunjukkan nilai korelasi berganda yaitu korelasi antara dua 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 0,686, artinya korelasi antara variabel promosi, pelayanan, dan bonus terhadap minat nasabah sebesar 0,686. Hal ini berarti terjadi hubungan yang erat karena nilai mendekati 1.

- b. R Square ( $R^2$ ) atau kuadrat dari R, yaitu menunjukkan koefisien determinasi. Angka ini akan diubah kebentuk persen, yaitu persentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai  $R^2$  sebesar 0.47,0% artinya persentase sumbangan pengaruh variabel sebesar 47,0%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini.
- c. Adjusted R Square, adalah R Square yang telah disesuaikan, nilai sebesar 0,454 ini juga menunjukkan sumbangan variabel independen terhadap variabel dependen, Adjusted Square biasanya untuk mengukur sumbangan pengaruh jika dalam regresi menggunakan lebih dari dua variabel independen.
- d. Standard Error of the Estimate, adalah ukuran kesalahan prediksi, nilai sebesar 2.28142.

#### 4. Uji Hipotesis

##### a. Uji Simultan (Uji F)

**Tabel 4.13 Uji F**

ANOVA <sup>b</sup>					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	443.641	3	147.880	28.412	.000 <sup>a</sup>
Residual	499.669	96	5.205		
Total	943.310	99			

a. Predictors: (Constant), Bonus, Pelayanan, Promosi

b. Dependent Variable: minat nasabah

Dari tabel diatas dapat kita lihat bahwa  $F_{hitung}$  sebesar 28,412, sedangkan diketahui nilai  $F_{tabel}$  untuk signifikan 5% dengan  $df_1$  (jumlah variabel-1) = 3, dan

$df_2(n-k-1)$  atau  $100-3-1=96$   $n$  adalah jumlah data dan  $k$  adalah jumlah variabel independen, maka hasil diperoleh untuk  $F_{tabel}$  adalah sebesar 28,412.

Karena  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $28,412 > 2,699$ ) maka  $H_0$  ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa promosi, pelayanan, dan bonus secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat nasabah pada tabungan *wadi'ah* di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.

#### b. Uji Parsial (Ujit)

**Tabel 4.14 Uji t**

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

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1(Constant)	1.630	2.222		.734	.465
Promosi	.299	.073	.354	4.125	.000
Pelayanan	.500	.099	.388	5.032	.000
Bonus	.198	.091	.185	2.185	.031

a. Dependent Variable: minat nasabah

Dari tabel diatas bahwa  $t_{hitung}$  untuk promosi sebesar 4,125 sedangkan  $t_{tabel}$  pada signifikansi  $0,05/2 = 0,025$  (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan atau  $df(n-k-1)$  atau  $100-3-1=96$ . Hasil diperoleh  $t_{tabel}$  pada lampiran adalah -1,985. Karena  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $4,125 > -1,985$ ) maka  $H_0$  ditolak. Jadi dapat diambil kesimpulan bahwa promosi secara parsial berpengaruh terhadap minat nasabah untuk membuka tabungan *wadi'ah* di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.

Sedangkan  $t_{hitung}$  pada variabel pelayanan perhitungan diatas sebesar 5,035. Dan untuk  $t_{tabel}$ nya tetap yaitu -1,985, ini berarti  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $5,035 > -1,985$ )

maka dapat diambil kesimpulan bahwa pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap minat nasabah pada tabungan *wadi'ah* di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.

Selanjutnya  $t_{hitung}$  pada variabel bonus perhitungan diatas sebesar 2,185. Dan untuk t tabelnya tetap yaitu -1,985, ini berarti  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,185 > -1,985$ ) maka dapat diambil kesimpulan bahwa bonus secara Parsial berpengaruh terhadap minat nasabah pada tabungan *wadi'ah* di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dan temuan penelitian maka diperoleh beberapa kesimpulan:

1. Secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel promosi, pelayanan dan bonus terhadap minat nasabah pada tabungan *wadi'ah* di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan. Hal ini dibuktikan dengan hasil  $F_{hitung}$  sebesar 28.412 sedangkan  $F_{tabel}$  2.699 pada  $df_1$  (variabel-1) = 3 dan  $df_2$  (n-k-1) atau  $100-3-1 = 96$ . Sedangkan secara parsial ada pengaruh promosi, pelayanan, bonus terhadap minat nasabah pada tabungan *wadi'ah* di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan. Hal ini dibuktikan bahwa terdapat pengaruh promosi terhadap minat nasabah dimana  $t_{hitung} > t_{tabel} = 4.125 > -1.985$ , maka promosi berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah. terdapat pengaruh pelayanan terhadap minat nasabah dimana  $t_{hitung} > t_{tabel} = 5.035 > -1.985$ , maka pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah. Terdapat pengaruh bonus terhadap minat nasabah dimana  $t_{hitung} > t_{tabel} = 2.185 > -1.985$ , maka bonus berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah.
2. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0.47,0% menunjukkan bahwa 47% variabel promosi, pelayanan, dan bonus berpengaruh terhadap minat nasabah pada tabungan *wadi'ah* di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah

Padangsidempuan dan sisanya 53% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti di skripsi ini.

## **B. Saran-saran**

Sehubungan dengan hasil temuan peneliti di atas, maka yang menjadi saran penulis dalam hal ini adalah sebagai berikut:

### **1. Bagi Perusahaan**

Sebagaimana yang telah diketahui bahwa promosi, pelayanan, dan bonus menjadi faktor yang berpengaruh terhadap minat nasabah terhadap tabungan *wadi'ah* di Perbankan Syariah (studi kasus pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan). Seyogyanya perusahaan memperhatikan hal di atas untuk meningkatkan minat nasabah terhadap tabungan *wadi'ah* pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.

### **2. Bagi Peneliti**

Untuk peneliti selanjutnya hendaknya menambahkan variabel lain selain promosi, pelayanan, dan bonus yang mempengaruhi minat nasabah terhadap tabungan *wadi'ah* di Perbankan Syariah (studi kasus pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan).

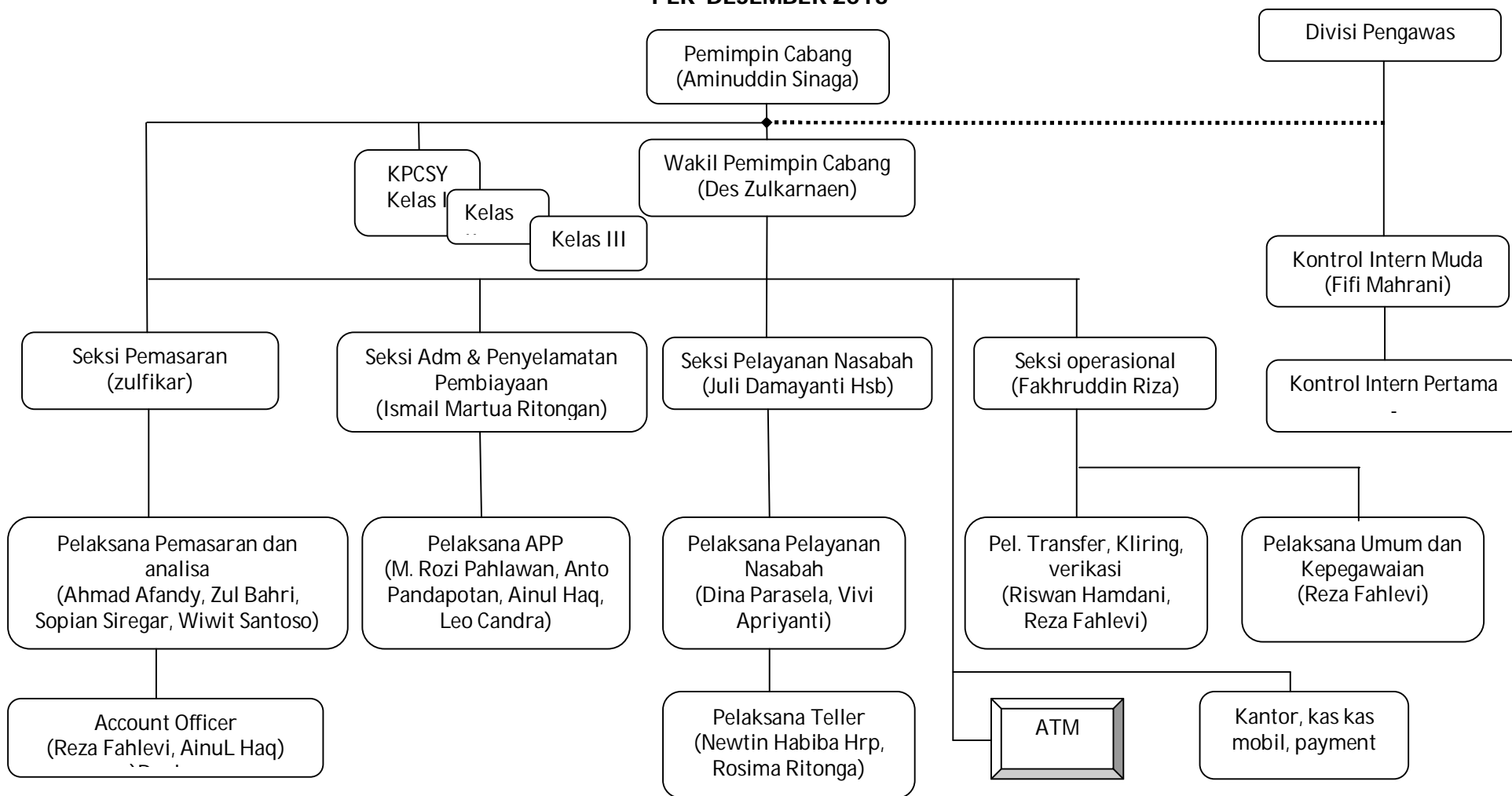


## DAFTAR PUSTAKA

- Adiwarman A.Karim. *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan, ed. 4, cet. 7*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2010.
- . *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan, ed. 2, cet. 1*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2004.
- Anwar, Dessy. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Surabaya: Karya Abditama, 2001.
- Askarya, *Akad & Produk Bank Syariah* , Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2001.
- Basu, Swasta. *Azas-Azas Marketing,ed. 2*. Yogyakarta : Erlangga, 1998.
- Cristopher H. Lovelock dan Lauren K. Wright. *Manajemen Pemasaran*,Terj. Agus Widyanoro, Jakarta : Indeks, 2005.
- Daesyah, Moch. *Manajemen Dana Bank*. Jakarta : Rineka Cipta, 1990.
- Danang Sunyoto. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran, Konsep, Strategi, dan Kasus*, Yogyakarta: Caps, 2012.
- Djaali. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara, 2012.
- Duwi Priyatno. *Cara Kilat Belajar Analisis Data Dengan Spss 20*, Yogyakarta: Andi Offset, 2012.
- . *Mandiri Belajar SPSS*, Yogyakarta: Mediakom, 2008.
- Fandy Tjiptono. *Service Marketing: Esensi & Aplikasi*, Yogyakarta: Marknesis, 2009.
- Hendi, Suhendi. *Fiqh muamalah*, Jakarta: PT Raja Grafindo persada, 2002.
- Ibnu Rusyd. *Bidayatul Mujtahid*, Penterjemah Imam Ghazali Zaid, A. Zainuddin, Jilid IV, Jakarta: Pustaka Amani, 1995.
- Ismail. *Perbankan Syariah*. Jakarta : Kencana, 2013.
- Khaerul, Umam. *Manajemen Perbankan Syariah*, Bandung: Pustaka Setia, 2013.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia/Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, ed. 2-cet. 4. Jakarta : Balai Pustaka, 1990.
- Kasmir. *Dasar-Dasar Perbankan Syari'ah*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2008.
- . *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana, 2010.
- . *Manajemen Perbankan*, Jakarta : RajaGrafindo Persada, 2013.
- Malayu S.P Hasibuan. *Dasar-Dasar Perbankan*,Jakarta :PT. Bumi Aksara, 2009.
- Mardani . *Ayat-Ayat dan Hadis Ekonomi Syariah,ed. 1, cet, 1*. Jakarta : Rajawali Pers, 2011.
- M. N. Nasution. *Manajemen Mutu Terpadu*, Bogor : Ghalia Indonesi, 2010.
- Morissan . *Metode Penelitian Survei*, Jakarta : Kencana, 2012.
- M. Ali Hasan. *Berbagai Macam Transaksi Dalam Islam (Fiqh Muamala)*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003.
- M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Kencana, 2005.

- Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi: Teori & Aplikasi*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2005).
- M.Syafii Antonio. *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*. Jakarta : Gema Insani, 2001.
- \_\_\_\_\_. *Bank Syari'ah Suatu Pengenalan Umum*, Yogyakarta : Dana Bakti Wakaf, 1999.
- Rizal Yaya, Aji Erlangga Martawireja dan Ahim Abdurrahim. *Akuntansi Perbankan Syari'ah Teori dan Praktek Kontemporer*, Jakarta: Salemba Empat, 2009.
- Roehaety, Eti dan Ratih Tresnati. *Kamus Istilah Ekonomi*. (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2005).
- Rosady Ruslan. *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi*, Jakarta : RajaGrafindo Persada, 2004.
- Sayyid Sabiq. *Fiqh Sunnah*, Juz 13, Ali Bahasa Kamaluddin A. Marzuki, Bandung: PT. Al-Ma'arif, 1997.
- Sedyana. *Perilaku Konsumen*. Bandung : Presko, 1995.
- Suharsimi Arikunto. *Manajemen Penelitian*, Jakarta:Rineka Cipta, 2000.
- \_\_\_\_\_. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, 1998.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*, Jakarta: Alfabeta, 2005.
- \_\_\_\_\_. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, Jakarta: Alfabeta, 2012.
- Sujanto, Agus. *Psikologi Umum*. Jakarta : Bumi Aksara, 1993.
- Sunarto Zulkifli. *Panduan Praktis Perbankan Syari'ah*, Jakarta: Zikrul Hakim, 2003.
- Suryana. *Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses*, Jakarta: Salemba Empat, 2010.
- Syukri, Iska. *Sistem Perbankan Syariah di Indonesia*, Yogyakarta: Fajar Media Press, 2012.
- Triwibowo Soedjas dan Bayu Aji Aritejo. *Merebut dan Mempertahankan Pelanggan*, Yogyakarta : Andi, 2006.
- Warkum Sumitro. *Asas-Asas Perbankan Islam dan Lembaga Terkait*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1996.
- W.J.S.Poerwadarminta, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta : Balai Pustaka, 2007.
- Wiroso, *Pengimpunan Dana dan Distribusi Hasil Bank Syari'ah*, Jakarta: PT. Grafindo, 2005.
- Zainuddin, Ali. *Hukum Perbankan Syari'ah*, Jakarta : Sinar Grafika, 2008.
- Zainul Arifin, *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syari'ah*, Jakarta: Alvabet, 2003.

**GAMBAR STRUKTUR ORGANISASI  
PT. BANK SUMUT CABANG SYARIAH PADANGSIDIMPUAN  
PER DESEMBER 2013**



## **RIWAYAT HIDUP**

I. Nama : Jeliana Lubis  
Nim : 10 220 0102  
Tempat/Tanggal Lahir : Tolang Jae, 05 Januari 1990  
Alamat : Tolang Jae

### II. Nama Orang Tua

Ayah : Muhammad Syukur Lubis  
Ibu : Rosma  
Alamat : Tolang Jae  
Pekerjaan : Wiraswasta

### III. Pendidikan

- a. SD Negeri 142524 Tolang Jae alumni 2003
- b. Madrasah Tsanawiyah Negeri Batang Angkola alumni 2007
- c. Madrasah Aliyah Negeri 1 Padangsidempuan alumni 2010
- d. S1 di IAIN Padangsidempuan alumni 2015

## Lampiran 1

### DAFTAR ANGKET

Angket ini dibuat untuk memperoleh data-data yang dibutuhkan dalam penelitian yang berjudul **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Tabungan Wadi’ah DI PT. Bank SUMUT Cabang Syari’ah Padangsidempuan ”**.

#### I. Petunjuk Pengisian Angket

1. Bacalah dengan seksama setiap pertanyaan dan jawaban yang tersedia.
2. Pilihlah jawaban yang paling tepat sesuai dengan kehidupan nasabah dengan membubuhi checklish (√) pada salah satu pilihan jawaban (SS : Sangat Setuju, S : Setuju, RR : Ragu-Ragu, TS : Tidak Setuju, STS : Sangat Tidak Setuju) dari masing-masing pertanyaan.
3. Isilah angket ini sejujurnya, karena hasilnya tidak berpengaruh terhadap diri anda.
4. Tidak perlu mencantumkan identitas dalam angket ini.
5. Atas bantuan saudara-saudari dalam pengisian serta pengembalian angket ini saya ucapkan terima kasih.

#### II. Pertanyaan Variabel Terikat X1 (Promosi)

No	PERTANYAAN	PILIHAN JAWABAN				
		SS	S	RR	TS	STS
1.	Menurut saya iklan Bank SUMUT Cabang Syari’ah Padangsidempuan bagus sehingga dapat menarik perhatian					
2.	Produk-Produk Bank SUMUT Cabang Syari’ah Padangsidempuan telah diinformasikan ke berbagai kalangan masyarakat, baik yang menengah keatas maupun menengah kebawah					
3.	Dengan adanya iklan Bank SUMUT Cabang Syari’ah Padangsidempuan, saya menjadi lebih memahami manfaat dan keunggulan produk Bank SUMUT Cabang Syari’ah Padangsidempuan					
4.	Iklan Bank SUMUT Cabang Syari’ah mampu menciptakan keyakinan bahwa produk Bank SUMUT Cabang Syari’ah Padangsidempuan lah yang terbaik					
5.	Bank SUMUT Cabang Syari’ah Padangsidempuan sering mengadakan Pameran					

	bakti sosial.					
6.	Sebelum menyaksikan iklan Bank SUMUT Cabang Syari'ah Padangsidimpuan, saya tidak tahu dengan produk Bank SUMUT Cabang Syari'ah Padangsidimpuan					
7.	Nasabah mereferensikan kepada orang lain					
8	Dengan adanya iklan Bank SUMUT Cabang Syari'ah Padangsidimpuan, saya lebih tertarik untuk membuka rekening di PT. Bank SUMUT Cabang Syari'ah Padangsidimpuan					
9	Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan sangat mudah dan dapat ditemui suatu kenyamanan bersosialisasi dengan pegawai-pegawainya.					
10	Penggunaan produk-produk di Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan tidak pernah dipersulit dengan segala hal yang berkenaan dengan produk yang ada di Bank tersebut.					

**Variabel X2 (Pelayanan)**

No	PERTANYAAN	PILIHAN JAWABAN				
		SS	S	RR	TS	STS
1	Karyawan Bank SUMUT Cabang Syari'ah Padangsidimpuan berusaha melayani nasabah sebaik mungkin					
2	Saya selalu mendapatkan penjelasan karyawan dengan baik jika saya menanyakan sesuatu					
3	Kayawan Bank SUMUT Cabang Syari'ah Padangsidimpuan melayani nasabah tanpa pandang bulu					
4	Saya merasa pelayanan yang diberikan karyawan Bank SUMUT Cabang Syari'ah Padangsidimpuan lumayan cepat					
5	Karyawan Bank SUMUT Cabang Syari'ah Padangsidimpuan sering memperlakukan saya					

	layaknya seorang yang dihormati					
6	Karyawan bank SUMUT Cabang Syari'ah Padangsidimpuan memberikan saya informasi produk yang jelas dan mudah dipahami					
7.	Karyawan Bank SUMUT Cabang Syari'ah Padangsidimpuan memahami apa yang dibutuhkan nasabah					
8	Karyawan bank SUMUT Cabang Syari'ah Padangsidimpuan memahami cara bekerja yang efisien					
9	Karyawan bank SUMUT Cabang Syari'ah Padangsidimpuan bersedia membantu nasabah walaupun bukan bidangnya					
10	Karyawan bank SUMUT Cabang Syari'ah Padangsidimpuan selalu memberikan solusi secepatnya terhadap permasalahan yang dihadapi nasabah					

**Variabel X3 (Bonus)**

No	PERTANYAAN	PILIHAN JAWABAN				
		SS	S	RR	TS	STS
1	Saya tertarik menggunakan bank Syariah karena adanya bonus					
2	Pemberian bonus bagi nasabah cukup memuaskan					
3	Bonus di bank SUMUT Cabang Syari'ah Padangsidimpuan membuat saya tetap bertahan ditabung wadi'ah					
4	Dengan ada bonus nasabah lebih tertarik pada tabungan wadi'ah dari pada tabungan lain					
5	Dengan adanya bonus tabungan wadi'ah saya mengajak keluarga untuk menggunakan tabungan wadi'ah.					
6.	Bonus tabungan wadi'ah di Bank SUMUT merupakan imbalan yang diberikan pihak					

	Bank kepada nasabah					
7.	Saya memilih produk tabungan wadi'ah karena adanya bonus					
8	Pihak bank selalu memberikan bonus kepada nasabah yang memilih tabungan wadi'ah					
9	Saya memilih tabunga wadi'ah karena ingin mendapat bonus					
10	Bonus tabungan wadi'ah tidak dijanjikan					

### III. Pertanyaan Variabel Y (Minat Nasabah Tabungan Wadi'ah)

No	PERTANYAAN	PILIHAN JAWABAN				
		SS	S	RR	TS	STS
1	Nasabah mendapat informasi ataupun penjelasan mengenai tabungan wadi'ah dari karyawan Bank SUMUT Cabang Syari'ah Padangsidempuan					
2	Menjadi nasabah Bank SUMUT Cabang Syari'ah Padangsidempuan karena promosi					
3	Saya memilih menabung di Bank SUMUT Cabang Syari'ah Padangsidempuan karena biaya administrasinya murah					
4	Rendahnya setoran awal membuat saya berminat menabung di Bank SUMUT Cabang Syari'ah Padangsidempuan					
5	Menabung di Bank SUMUT Cabang Syari'ah Padangsidempuan lebih menguntungkan dari pada di Bank Konvensional					
6	Saya memilih bank syari'ah dari pada bank Konvensional untuk menghindari riba					
7	Karyawan bank SUMUT Cabang Syari'ah Padangsidempuan bersikap ramah					
8	Menjadi nasabah bank SUMUT Cabang Syari'ah Padangsidempuan karena pelayanannya bagus.					



9	Saya memilih menjadi nasabah bank SUMUT Cabang Syari'ah Padangsidempuan karena penawaran produk-produk yang menarik, beragam, inovatif dan juga pelayanan yang nyaman					
10	Saya memilih menjadi nasabah bank SUMUT Cabang Syari'ah Padangsidempuan karena mudah dalam melakukan transaksi tabungan wadi'ah					

## Lampiran 2

### Daftar Jawaban Responden Untuk Variabel X1 (Promosi)

RESPONDE N	1	2	3	4	5	6	JLH
1	2	5	3	4	5	5	24
2	3	3	4	4	5	5	24
3	4	3	5	5	4	4	25
4	3	4	5	3	5	5	25
5	2	4	5	2	4	4	21
6	3	2	4	3	1	1	14
7	4	4	1	3	4	4	20
8	3	2	2	3	2	2	14
9	2	1	2	2	1	1	9
10	3	2	2	2	3	3	15
11	2	1	2	2	3	3	13
12	3	2	3	1	4	4	17
13	2	2	3	3	3	3	16
14	3	4	2	2	1	1	13
15	2	3	3	2	2	2	14
16	3	3	3	2	2	2	15
17	3	4	1	3	1	1	13
18	4	1	3	3	4	4	19
19	2	3	4	2	1	1	13
20	3	2	3	3	4	4	19
21	2	1	2	3	1	1	10
22	3	3	4	3	2	2	17
23	3	3	4	2	3	3	18
24	4	2	4	4	4	4	22
25	3	2	1	5	2	2	15
26	2	1	3	2	5	5	18
27	3	1	3	2	3	4	16
28	2	3	2	3	2	4	16
29	3	3	3	4	3	3	19
30	4	3	2	3	4	2	18
31	3	2	3	3	3	4	18
32	2	2	1	2	2	4	13
33	3	3	3	3	3	3	18
34	2	4	1	4	4	3	18
35	2	1	5	3	4	3	18
36	2	3	4	3	3	4	19

37	2	3	3	2	2	4	16
38	2	4	2	3	4	4	19
39	3	2	3	3	3	4	18
40	2	3	3	4	4	4	20
41	3	4	4	2	2	4	19
42	2	2	5	3	1	4	17
43	3	4	3	4	2	4	20
44	2	3	2	2	3	4	16
45	3	1	4	3	3	2	16
46	2	3	3	3	4	3	18
47	3	3	4	2	4	2	18
48	4	2	4	3	3	4	20
49	2	2	4	2	4	4	18
50	3	4	3	3	4	4	21
51	2	3	3	1	1	2	12
52	3	4	3	4	4	3	21
53	2	4	3	2	4	3	18
54	3	2	3	2	5	3	18
55	3	1	4	4	3	4	19
56	4	2	2	5	4	4	21
57	2	3	4	2	5	2	18
58	3	2	2	3	3	4	17
59	2	2	3	3	3	4	17
60	3	4	4	2	4	3	20
61	2	3	2	3	4	2	16
62	3	2	3	4	3	3	18
63	4	4	4	5	2	3	22
64	3	3	2	2	3	3	16
65	2	2	1	4	4	3	16
66	3	1	4	2	3	2	15
67	2	3	3	4	2	2	16
68	3	4	4	3	3	4	21
69	4	1	3	5	4	4	21
70	3	4	4	2	3	5	21
71	2	4	4	4	4	4	22
72	3	5	5	5	5	4	27
73	2	4	3	3	3	4	19
74	2	4	4	4	3	2	19
75	3	3	3	3	4	3	19
76	3	5	5	3	5	3	24
77	3	3	3	4	3	4	20

78	5	3	5	3	5	3	24
79	4	5	3	4	4	1	21
80	4	4	5	5	3	5	26
81	3	3	3	3	3	3	18
82	5	4	3	4	4	2	22
83	4	3	4	3	3	3	20
84	4	5	3	5	5	3	25
85	4	3	5	4	3	4	23
86	5	5	3	3	4	5	25
87	4	3	5	4	5	3	24
88	4	5	3	3	3	3	21
89	3	3	5	3	4	3	21
90	4	5	3	4	5	3	24
91	3	3	3	4	3	2	18
92	4	5	4	5	3	3	24
93	5	3	4	3	4	3	22
94	4	5	4	3	3	2	21
95	3	4	5	4	4	3	23
96	3	3	4	5	5	4	24
97	4	4	3	3	3	4	21
98	5	5	4	3	3	3	23
99	4	4	5	4	5	3	25
100	4	4	3	3	4	3	21

### Lampiran 3

#### Daftar Jawaban Respdn Untuk Variabel X2 (Pelayanan)

<b>RESPONDEN</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>JLH</b>
1	3	3	4	4	4	3	3	24
2	4	2	4	3	4	3	3	23
3	3	2	3	3	3	3	2	19
4	1	2	3	3	2	3	2	16
5	3	2	3	3	4	4	2	21
6	3	3	2	2	3	3	2	18
7	3	3	3	3	3	3	2	20
8	3	2	3	2	2	3	2	17
9	3	2	3	2	2	2	2	16
10	3	2	3	3	3	3	2	19
11	3	2	4	4	4	3	2	22
12	4	2	3	3	3	4	2	21
13	3	2	4	3	3	3	2	20
14	3	2	3	3	4	3	3	21
15	3	2	3	3	2	3	3	19
16	3	2	4	4	3	3	2	21
17	3	2	3	4	3	3	2	20
18	3	2	4	3	3	3	2	20
19	3	2	3	2	3	3	2	18
20	3	2	2	3	4	4	2	20
21	3	2	3	4	3	3	2	20
22	3	2	3	3	3	3	2	19
23	3	3	3	3	3	3	3	21
24	3	3	3	3	3	3	3	21
25	3	4	3	4	4	3	3	24
26	3	3	3	4	3	3	3	22
27	3	2	3	3	3	3	3	20
28	3	3	3	3	3	3	3	21
29	3	4	3	3	3	3	3	22
30	3	3	3	2	3	3	3	20
31	3	2	3	3	3	3	3	20
32	3	3	3	2	2	2	3	18
33	3	2	3	3	2	2	2	17
34	3	2	3	3	2	2	2	17
35	3	3	2	3	3	3	3	20
36	2	3	3	3	3	3	2	19
37	3	2	3	3	3	3	2	19

38	3	3	3	3	4	3	3	22
39	3	2	3	3	3	3	3	20
40	3	3	3	2	3	3	2	19
41	4	3	3	3	4	4	4	25
42	3	3	3	4	3	3	3	22
43	3	3	4	2	2	3	3	20
44	3	3	3	3	3	3	3	21
45	3	3	3	3	3	3	4	22
46	2	3	3	2	3	3	3	19
47	3	3	3	4	3	3	3	22
48	2	2	3	1	1	1	1	11
49	3	2	3	3	3	3	3	20
50	3	3	3	3	3	3	3	21
51	3	3	3	4	3	3	2	21
52	3	3	3	3	2	3	2	19
53	3	3	3	3	3	4	3	22
54	3	3	3	3	3	3	3	21
55	3	3	4	4	3	3	3	23
56	3	2	3	3	2	2	3	18
57	3	3	3	3	3	3	3	21
58	3	3	3	2	3	2	3	19
59	3	3	3	2	3	3	2	19
60	3	3	3	3	3	3	3	21
61	3	4	4	4	3	4	3	25
62	1	1	2	1	3	2	1	11
63	3	3	3	3	3	3	3	21
64	3	3	3	3	3	3	2	20
65	3	3	3	2	3	3	2	19
66	3	3	3	2	3	3	2	19
67	3	3	3	3	3	3	2	20
68	3	3	2	2	2	3	3	18
69	3	3	4	3	2	2	3	20
70	3	3	3	4	3	3	3	22
71	3	3	4	3	2	3	3	21
72	3	3	3	3	3	3	3	21
73	3	3	3	3	3	3	3	21
74	3	3	3	3	3	3	3	21
75	4	4	3	3	3	3	3	23
76	4	4	4	3	4	4	4	27
77	3	3	3	3	3	3	3	21
78	3	3	3	3	3	3	3	21

79	4	4	2	4	3	2	3	22
80	3	4	3	3	4	4	4	25
81	3	3	3	3	3	3	2	20
82	3	3	2	2	2	3	3	18
83	3	3	4	3	2	2	3	20
84	3	3	3	4	3	3	3	22
85	3	3	4	3	2	3	3	21
86	3	3	3	3	3	3	3	21
87	3	3	3	3	3	3	3	21
88	3	3	3	3	3	3	3	21
89	4	4	3	3	3	3	3	23
90	4	4	4	3	4	4	4	27
91	3	3	3	3	3	3	3	21
92	2	3	4	3	3	4	4	23
93	4	2	2	3	2	3	3	19
94	3	2	3	3	4	3	3	21
95	2	3	3	3	2	2	4	19
96	3	3	3	3	2	3	4	21
97	2	3	3	3	2	3	4	20
98	3	3	3	3	3	3	4	22
99	2	3	3	3	3	3	3	20
100	3	3	3	3	3	3	3	21

#### Lampiran 4

#### Daftar Jawaban Responden Untuk Variabel $X_3$ (Bonus)

RESPONDEN	1	2	3	4	5	JLH
1	2	4	4	3	4	17
2	4	4	4	5	4	21
3	3	3	3	4	5	18
4	3	3	3	2	3	14
5	4	4	4	3	2	17
6	3	3	3	3	3	15
7	4	4	4	1	3	16
8	4	4	4	3	3	18
9	4	4	4	3	2	17
10	3	3	3	1	2	12
11	4	4	4	2	2	16
12	5	5	5	5	1	21
13	2	2	2	2	3	11
14	3	3	3	4	2	15
15	3	3	3	2	2	13
16	3	3	3	5	2	16
17	5	5	5	3	3	21
18	4	4	4	2	3	17
19	3	3	3	2	2	13
20	4	4	4	2	3	17
21	4	4	4	4	3	19
22	3	3	3	2	3	14
23	2	2	2	1	2	9
24	3	3	3	2	4	15
25	4	4	4	4	5	21
26	4	4	4	1	2	15
27	3	3	3	3	2	14
28	3	3	3	2	3	14
29	3	3	3	3	4	16
30	4	4	4	4	3	19
31	3	3	3	3	3	15
32	3	3	3	2	2	13
33	4	4	4	3	3	18
34	3	3	3	4	4	17
35	3	3	3	4	3	16
36	4	4	4	4	3	19
37	3	3	3	3	2	14



38	4	4	3	3	3	17
39	3	3	3	4	3	16
40	4	4	4	3	4	19
41	3	3	2	4	2	14
42	4	4	3	4	3	18
43	3	3	4	4	4	18
44	2	2	2	3	2	11
45	4	4	3	4	3	18
46	3	3	3	5	3	17
47	4	4	2	2	2	14
48	3	3	3	3	3	15
49	3	3	2	3	2	13
50	4	4	3	3	3	17
51	3	3	1	5	1	13
52	3	3	4	4	4	18
53	4	4	2	3	2	15
54	3	3	2	4	2	14
55	2	2	4	4	4	16
56	3	3	5	3	5	19
57	4	4	2	2	2	14
58	2	2	3	3	3	13
59	3	3	3	4	3	16
60	3	3	2	4	2	14
61	3	3	3	3	3	15
62	3	3	4	3	4	17
63	3	3	5	3	5	19
64	4	4	2	3	2	15
65	4	4	4	4	4	20
66	3	3	2	3	2	13
67	2	2	4	2	4	14
68	3	3	3	3	3	15
69	3	3	5	4	5	20
70	4	4	2	3	2	15
71	4	4	4	4	4	20
72	4	4	5	5	5	23
73	5	5	3	3	3	19
74	4	4	4	3	4	19
75	3	3	3	4	3	16
76	4	4	3	5	5	21
77	5	5	4	3	4	21
78	4	4	3	5	3	19

79	3	3	4	4	4	18
80	4	4	5	3	5	21
81	3	3	3	3	3	15
82	5	5	4	4	4	22
83	4	4	3	3	3	17
84	3	3	5	5	5	21
85	4	4	4	3	4	19
86	3	3	3	4	3	16
87	4	4	4	5	4	21
88	3	3	3	3	3	15
89	4	4	3	4	3	18
90	3	3	4	5	4	19
91	4	4	4	3	4	19
92	5	5	5	3	5	23
93	3	3	3	4	3	16
94	4	4	3	3	3	17
95	3	3	4	4	4	18
96	4	4	5	5	5	23
97	3	3	3	3	4	16
98	4	4	3	3	3	17
99	4	4	4	5	4	21
100	5	5	3	4	3	20

**Lampiran5****Daftar Jawaban Responden Untuk Variabel Y (Minat Nasabah)**

<b>RESPONDEN</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>JLH</b>
1	3	3	3	3	3	3	3	21
2	1	2	3	3	2	3	2	16
3	2	1	3	2	3	3	2	16
4	3	2	3	2	1	4	2	17
5	3	3	4	2	3	4	2	21
6	1	2	3	2	2	4	3	17
7	3	3	3	2	3	3	3	20
8	3	3	3	2	4	4	2	21
9	2	1	2	2	2	3	2	14
10	3	2	3	2	4	4	2	20
11	2	3	3	2	3	3	2	18
12	3	2	4	2	3	4	2	20
13	2	1	3	2	4	3	2	17
14	1	2	3	3	3	3	2	17
15	2	3	3	3	4	4	2	21
16	3	1	3	2	3	3	2	17
17	2	2	3	2	5	3	2	19
18	3	1	3	2	3	4	2	18
19	3	2	3	2	3	3	2	18
20	3	1	4	2	4	4	2	20
21	1	2	3	2	3	3	2	16
22	3	2	3	2	3	3	2	18
23	2	3	3	3	2	3	3	19
24	3	1	3	3	4	4	3	21
25	2	2	3	3	3	4	4	21
26	1	3	3	3	4	3	3	20
27	2	3	3	3	3	4	2	20
28	3	2	3	3	3	3	3	20
29	1	2	3	3	3	2	4	18
30	2	3	3	3	4	3	3	21
31	3	2	3	3	3	4	2	20
32	2	1	2	3	3	3	3	17
33	3	2	2	2	4	3	2	18
34	2	3	2	2	3	4	2	18
35	4	1	3	3	3	2	3	19

36	2	2	3	2	4	3	3	19
37	4	3	3	2	3	3	2	20
38	3	1	3	3	4	4	3	21
39	4	2	3	3	3	4	2	21
40	2	2	3	2	4	3	3	19
41	4	3	4	4	3	3	3	24
42	3	2	3	3	4	4	3	22
43	1	1	3	3	3	2	3	16
44	4	3	3	3	2	3	3	21
45	2	2	3	4	4	3	3	21
46	4	2	3	3	3	4	3	22
47	3	3	3	3	4	2	3	21
48	4	1	1	1	3	4	2	16
49	2	2	3	3	3	3	2	18
50	3	2	3	3	4	4	3	22
51	3	3	3	2	3	3	3	20
52	3	2	3	2	3	3	3	19
53	4	1	4	3	4	4	3	23
54	3	3	3	3	3	4	3	22
55	2	1	3	3	2	4	3	18
56	3	2	2	3	3	3	2	18
57	4	2	3	3	4	3	3	22
58	2	3	2	3	2	4	3	19
59	3	2	3	2	3	3	3	19
60	3	1	3	3	3	3	3	19
61	4	2	4	3	3	3	4	23
62	4	2	2	1	3	4	1	17
63	2	1	3	3	3	3	3	18
64	4	2	3	2	4	3	3	21
65	3	3	3	2	4	3	3	21
66	2	2	3	2	3	4	3	19
67	3	1	3	2	2	3	3	17
68	5	3	3	3	3	4	3	24
69	3	2	2	3	3	3	3	19
70	3	3	3	3	4	3	3	22
71	4	4	3	3	4	3	3	24
72	5	5	3	3	4	3	3	26
73	4	4	3	3	5	4	3	26
74	4	4	3	3	4	3	3	24
75	3	4	3	3	3	3	4	23
76	3	3	4	4	4	4	4	26

77	4	4	3	3	5	3	3	25
78	5	3	3	3	4	3	3	24
79	4	4	2	3	3	4	4	24
80	4	5	4	4	4	5	4	30
81	3	3	3	2	3	3	3	20
82	4	4	3	3	5	4	3	26
83	3	3	2	3	4	3	3	21
84	4	4	3	3	3	4	3	24
85	5	3	3	3	4	5	3	26
86	4	4	3	3	3	4	3	24
87	4	3	3	3	4	4	3	24
88	3	3	3	3	3	3	3	21
89	3	4	3	3	4	3	4	24
90	4	3	4	4	3	4	4	26
91	4	3	3	3	4	3	3	23
92	4	3	4	4	5	4	3	27
93	3	4	3	3	3	3	2	21
94	3	3	3	3	4	5	2	23
95	4	4	2	4	3	3	3	23
96	5	3	3	4	4	3	3	25
97	4	3	3	4	3	5	3	25
98	4	4	3	4	4	4	3	26
99	3	3	3	3	4	4	3	23
100	4	4	3	3	5	4	3	26

**TABEL**  
**TABEL NILAI-NILAI r tabel<sup>2</sup>**

N	Taraf Signifikan		N	Taraf Signifikan		N	Taraf Signifikan	
	5 %	1 %		5 %	1 %		5 %	1 %
3	0,997	0,999	27	0,381	0,487	55	0,266	0,345
4	0,950	0,990	28	0,374	0,478	60	0,254	0,330
5	0,878	0,959	29	0,367	0,470	65	0,244	0,317
6	0,811	0,917	30	0,361	0,463	70	0,235	0,306
7	0,754	0,874	31	0,355	0,456	75	0,227	0,296
8	0,707	0,834	32	0,349	0,449	80	0,220	0,286
9	0,666	0,798	33	0,344	0,442	85	0,213	0,278
10	0,612	0,765	34	0,339	0,436	90	0,207	0,270
11	0,602	0,735	35	0,334	0,430	95	0,202	0,261
12	0,576	0,708	36	0,329	0,424	100	<b>0,195</b>	0,256
13	0,553	0,684	37	0,325	0,418	125	0,176	0,230
14	0,532	0,661	38	0,320	0,413	150	0,159	0,210
15	0,514	0,641	39	0,316	0,408	175	0,148	0,194
16	0,497	0,623	40	0,312	0,403	200	0,138	0,181
17	0,482	0,606	41	0,308	0,398	300	0,113	0,148
18	0,468	0,590	42	0,304	0,393	400	0,098	0,128
19	0,456	0,575	43	0,301	0,389	500	0,088	0,115
20	0,444	0,561	44	0,297	0,384	600	0,080	0,105
21	0,433	0,549	45	0,294	0,380	700	0,074	0,097
22	0,423	0,517	46	0,291	0,376	800	0,070	0,091
23	0,413	0,526	47	0,288	0,372	900	0,065	0,086
24	0,404	0,515	48	0,284	0,368	1000	0,062	0,081
25	0,396	0,505	49	0,281	0,364			
26	0,388	0,496	50	0,279	0,361			

**Lampiran 12**

<sup>2</sup> Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 373.

**TABEL**  
**NILAI-NILAI DALAM DISTRIBUSI  $t^3$**

$\alpha$ untuk uji dua pihak ( <i>two tail test</i> )						
	0,50	0,20	0,10	0,05	0,02	0,01
$\alpha$ untuk uji satu pihak ( <i>one tail test</i> )						
Dk	0,25	0,10	0,05	0,025	0,01	0,005
1	1,000	3,078	6,314	12,706	31,821	63,657
2	0,816	1,886	2,920	4,303	6,965	9,925
3	0,765	1,638	2,353	3,182	4,541	5,841
4	0,741	1,533	2,132	2,776	3,747	4,604
5	0,727	1,476	2,015	2,571	3,365	4,032
6	0,718	1,440	1,943	2,447	3,143	3,707
7	0,711	1,415	1,895	2,365	2,998	3,499
8	0,706	1,397	1,860	2,306	2,896	3,355
9	0,703	1,383	1,833	2,262	2,821	3,250
10	0,700	1,372	1,812	2,228	2,764	3,169
11	0,697	1,363	1,796	2,201	2,718	3,106
12	0,695	1,356	1,782	2,179	2,681	3,055
13	0,692	1,350	1,771	2,160	2,650	3,012
14	0,691	1,345	1,761	2,145	2,624	2,977
15	0,690	1,341	1,753	2,131	2,602	2,947
16	0,689	1,337	1,746	2,120	2,583	2,921
17	0,688	1,333	1,740	2,110	2,567	2,898
18	0,688	1,330	1,734	2,101	2,552	2,878
19	0,687	1,328	1,729	2,093	2,539	2,861
20	0,687	1,325	1,725	2,086	2,528	2,845
21	0,686	1,323	1,721	2,080	2,518	2,831
22	0,686	1,321	1,717	2,074	2,508	2,819
23	0,685	1,319	1,714	2,069	2,500	2,807
24	0,685	1,318	1,711	2,064	2,492	2,797
25	0,684	1,316	1,708	2,060	2,485	2,787
26	0,684	1,315	1,706	2,056	2,479	2,779
27	0,684	1,314	1,703	2,052	2,473	2,771
28	0,683	1,313	1,701	2,048	2,467	2,763
29	0,683	1,311	1,699	2,045	2,462	2,756
30	0,683	1,310	<b>1,697</b>	2,042	2,457	2,750
40	0,681	1,303	1,684	2,021	2,423	2,704
60	0,679	1,296	1,671	2,000	2,390	2,660
120	0,677	1,289	1,658	1,980	2,358	2,617
$\infty$	0,674	1,282	1,645	1,960	2,326	2,576

<sup>3</sup> *ibid.*, hlm. 372.

## Lampiran

### F Tabel Statistics (Level Of Significance 0.05)

df2	df1					DF2	Df1				
	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
1	161.448	199.500	215.707	224.583	230.162	61	3.998	3.148	2.755	2.523	2.366
2	18.513	19.000	19.164	19.247	19.296	62	3.996	3.145	2.753	2.520	2.353
3	10.128	9.552	9.227	9.117	9.013	63	3.993	3.143	2.751	2.518	2.361
4	7.709	6.944	6.591	6.388	6.256	64	3.991	3.140	2.748	2.515	2.358
5	6.608	5.786	5.409	5.192	5.050	65	3.989	3.138	2.746	2.513	2.356
6	5.987	5.143	4.757	4.534	4.387	66	3.986	3.136	2.744	2.511	2.354
7	5.591	4.737	4.347	4.120	3.972	67	3.984	3.134	2.742	2.509	2.352
8	5.318	4.459	4.066	3.838	3.687	68	3.982	3.132	2.740	2.507	2.350
9	5.117	4.256	3.863	3.633	3.483	69	3.980	3.130	2.737	2.505	2.348
10	4.986	4.103	3.708	3.478	3.326	70	3.978	3.128	2.736	2.503	2.346
11	4.844	3.982	3.587	3.357	3.204	71	3.976	3.126	2.734	2.501	2.344
12	4.747	3.885	3.490	3.259	3.106	72	3.974	3.124	2.732	2.499	2.342
13	4.667	3.806	3.411	3.179	3.025	73	3.972	3.122	2.730	2.497	2.340
14	4.600	3.739	3.344	3.112	2.958	74	3.970	3.120	2.728	2.495	2.338
15	4.543	3.682	3.287	3.056	2.901	75	3.968	3.119	2.727	2.494	2.337
16	4.494	3.634	3.239	3.007	2.852	76	3.967	3.117	2.725	2.492	2.335
17	4.451	3.592	3.197	2.965	2.810	77	3.965	3.115	2.723	2.490	2.333
18	4.414	3.555	3.160	2.928	2.773	78	3.963	3.114	2.722	2.489	2.332
19	4.381	3.522	3.127	2.895	2.740	79	33.962	3.112	2.720	2.487	2.330
20	4.351	3.493	3.098	2.866	2.711	80	3.960	3.111	2.719	2.486	2.329
21	4.325	3.467	3.072	2.840	2.685	81	3.959	3.109	2.717	2.484	2.327
22	4.301	3.443	3.049	2.817	2.661	82	3.957	3.108	2.716	2.483	2.326
23	4.279	3.422	3.028	2.796	2.640	83	3.956	3.107	2.715	2.482	2.324
24	4.260	3.403	3.009	2.776	2.621	84	3.955	3.105	2.713	2.480	2.323
25	4.242	3.385	2.991	2.759	2.603	85	3.953	3.104	2.712	2.479	2.322
26	4.225	3.369	2.975	2.743	2.587	86	3.952	3.133	2.711	2.478	2.322
27	4.210	3.354	2.960	2.728	2.572	87	3.951	3.101	2.709	2.476	2.319
28	4.196	3.340	2.947	2.714	2.558	88	3.949	3.100	2.708	2.475	2.318
29	4.183	3.328	2.934	2.701	2.545	89	3.946	3.099	2.707	2.474	2.317
30	4.171	3.316	2.922	2.690	2.534	90	3.946	3.097	2.705	2.472	2.315
31	4.160	3.305	2.911	2.679	2.523	91	3.946	3.098	2.706	2.473	2.316
32	4.149	3.295	2.901	2.668	2.512	92	3.945	3.095	2.704	2.471	2.313
33	4.139	3.285	2.892	2.659	2.503	93	3.943	3.094	2.703	2.470	2.312
34	4.130	3.276	2.883	2.650	2.494	94	3.942	3.093	2.701	2.469	2.311
35	4.121	3.267	2.874	2.641	2.485	95	3.941	3.092	2.700	2.467	2.310
36	4.113	3.259	2.866	2.634	2.477	96	3.940	3.091	<b>2.699</b>	2.466	2.309



37	4.105	3.252	2.859	2.626	2.470	97	3.939	3.099	2.698	2.465	2.308
38	4.098	3.245	2.852	2.619	2.463	98	3.933	3.089	2.697	2.465	2.307
39	4.091	3.238	2.845	2.612	2.456	99	3.937	3.088	2.696	2.464	2.306
40	4.085	3.232	2.839	2.606	2.449	100	3.936	3.087	2.696	2.463	2.305
41	4.079	3.226	2.833	2.600	2.443	101	3.935	3.086	2.695	2.462	2.304
42	4.073	3.220	2.827	2.594	2.438	102	3.934	3.085	2.694	2.461	2.303
43	4.067	3.214	2.822	2.589	2.432	103	3.933	3.085	2.693	2.460	2.303
44	4.062	3.209	2.816	2.584	2.427	104	3.932	3.084	2.692	2.459	2.302
45	4.057	3.204	2.812	2.579	2.422	105	3.932	3.083	2.691	2.458	2.301
46	4.052	3.200	2.807	2.574	2.417	106	3.931	3.082	2.690	2.457	2.300
47	4.047	3.195	2.802	2.570	2.413	107	3.930	3.081	2.689	2.457	2.299
48	4.043	3.191	2.798	2.565	2.409	108	3.929	3.080	2.689	2.456	2.298
49	4.038	3.187	2.794	2.561	2.404	109	3.928	3.080	2.688	2.455	2.298
50	4.034	3.183	2.790	2.557	2.400	110	3.927	3.079	2.687	2.454	2.297
51	4.030	3.179	2.786	2.553	2.397	111	3.927	3.078	2.686	2.453	2.296
52	4.027	3.175	2.783	2.550	2.393	112	3.926	3.077	2.686	2.453	2.295
53	4.023	3.172	2.779	2.546	2.389	113	3.925	3.077	2.685	2.542	2.295
54	4.020	3.168	2.776	2.543	2.386	114	3.924	3.076	2.684	2.451	2.294
55	4.016	3.165	2.773	2.540	2.383	115	3.924	3.075	2.683	2.451	2.293
56	4.013	3.162	2.769	2.537	2.380	116	3.923	3.074	2.683	2.450	2.293
57	4.010	3.159	2.766	2.534	2.377	117	3.922	3.074	2.682	2.449	2.292
58	4.007	3.156	2.764	2.531	2.374	118	3.921	3.073	2.681	2.449	2.291
59	4.004	3.153	2.761	2.528	2.371	119	3.921	3.072	2.681	2.448	2.290
60	4.001	3.150	2.758	2.525	2.368	120	3.920	3.072	2.680	2.447	2.290

*Sumber : Microsoft Excel*

Cara Kilat Belajar Analisis Data Dengan SPSS 20

**Lampiran**

**T Tabel Statistics**

DF	Level Of Significance				DF	Level Of Significance			
	0.005	0.01	0.025	0.05		0.005	0.01	0.025	0.05
1	-63.657	-25.452	-12.706	-6.314	61	-2.659	-2.298	-2.000	-1.670
2	-9.925	-6.205	-4.303	-2.920	62	-2.657	-2.297	-1.999	-1.670
3	-5.841	-4.177	-3.162	-2.353	63	-2.656	-2.296	-1.998	-1.669
4	-4.604	-3.495	-2.776	-2.132	64	-2.655	-2.295	-1.998	-1.669
5	-4.032	-3.133	-2.571	-2.015	65	-2.654	-2.295	-1.997	-1.669
6	-3.707	-2.969	-2.447	-1.943	66	-2.652	-2.294	-1.997	-1.668
7	-3.499	-2.841	-2.365	-1.895	67	-2.651	-2.293	-1.996	-1.668
8	-3.355	-2.752	-2.306	-1.860	68	-2.650	-2.292	-1.995	-1.668
9	-3.250	-2.685	-2.262	-1.833	69	-2.649	-2.291	-1.995	-1.667
10	-3.169	-2.634	-2.228	-1.812	70	-2.648	-2.291	-1.994	-1.667
11	-3.106	-2.593	-2.201	-1.796	71	-2.647	-2.290	-1.994	-1.667
12	-3.055	-2.560	-2.179	-1.782	72	-2.648	-2.289	-1.993	-1.666
13	-3.012	-2.533	-2.160	-1.771	73	-2.645	-2.289	-1.993	-1.666
14	-2.977	-2.510	-2.145	-1.761	74	-2.644	-2.288	-1.993	-1.666
15	-2.947	-2.490	-2.131	-1.753	75	-2.643	-2.287	-1.992	-1.665
16	-2.921	-2.473	-2.120	-1.746	76	-2.642	-2.287	-1.992	-1.665
17	-2.898	-2.458	-2.110	-1.740	77	-2.641	-2.286	-1.991	-1.665
18	-2.878	-2.445	-2.101	-1.734	78	-2.640	-2.285	-1.991	-1.665
19	-2.861	-2.443	-2.093	-1.729	79	-2.640	-2.285	-1.990	-1.664
20	-2.845	-2.423	-2.086	-1.725	80	-2.639	-2.284	-1.990	-1.664
21	-2.831	-2.414	-2.080	-1.721	81	-2.638	-2.284	-1.990	-1.664
22	-2.819	-2.405	-2.074	-1.717	82	-2.637	-2.283	-1.989	-1.664
23	-2.807	-2.398	-2.069	-1.714	83	-2.636	-2.283	-1.989	-1.663
24	-2.797	-2.391	-2.064	-1.711	84	-2.636	-2.282	-1.989	-1.663
25	-2.787	-2.385	-2.060	-1.708	85	-2.635	-2.282	-1.988	-1.663
26	-2.779	-2.379	-2.056	-1.706	86	-2.634	-2.281	-1.988	-1.663
27	-2.771	-2.373	-2.052	-1.703	87	-2.634	-2.281	-1.988	-1.663
28	-2.763	-2.368	-2.048	-1.701	88	-2.633	-2.280	-1.987	-1.662
29	-2.756	-2.364	-2.045	-1.699	89	-2.632	-2.280	-1.987	-1.662
30	-2.750	-2.360	-2.042	-1.697	90	-2.632	-2.280	-1.987	-1.662
31	-2.744	-2.356	-2.040	-1.696	91	-2.631	-2.279	-1.986	-1.662
32	-2.738	-2.352	-2.037	-1.694	92	-2.630	-2.279	-1.986	-1.662
33	-2.733	-2.348	-2.035	-1.692	93	-2.630	-2.278	-1.986	-1.661
34	-2.728	-2.345	-2.032	-1.691	94	-2.629	-2.278	-1.986	-1.661
35	-2.724	-2.342	-2.030	-1.690	95	-2.629	-2.277	-1.985	-1.661
36	-2.719	-2.339	-2.028	-1.688	96	-2.628	-2.277	<b>-1.985</b>	-1.661

<b>37</b>	-2.715	-2.336	-2.026	-1.687	<b>97</b>	-2.627	-2.277	-1.985	-1.661
<b>38</b>	-2.712	-2.334	-2.024	-1.686	<b>98</b>	-2.627	-2.276	-1.984	-1.661
<b>39</b>	-2.708	-2.331	-2.023	-1.685	<b>99</b>	-2.626	-2.276	-1.984	-1.660
<b>40</b>	-2.704	-2.329	-2.021	-1.684	<b>100</b>	-2.626	-2.276	-1.984	-1.660
<b>41</b>	-2.701	-2.327	-2.020	-1.683	<b>101</b>	-2.625	-2.275	-1.984	-1.660
<b>42</b>	-2.698	-2.325	-2.018	-1.682	<b>102</b>	-2.625	-2.275	-1.983	-1.660
<b>43</b>	-2.695	-2.323	-2.017	-1.681	<b>103</b>	-2.624	-2.275	-1.983	-1.660
<b>44</b>	-2.692	-2.321	-2.015	-1.680	<b>104</b>	-2.624	-2.274	-1.983	-1.660
<b>45</b>	-2.690	-2.319	-2.014	-1.679	<b>105</b>	-2.623	-2.274	-1.983	-1.659
<b>46</b>	-2.687	-2.317	-2.013	-1.679	<b>106</b>	-2.623	-2.274	-1.983	-1.659
<b>47</b>	-2.685	-2.315	-2.012	-1.678	<b>107</b>	-2.623	-2.273	-1.982	-1.659
<b>48</b>	-2.682	-2.314	-2.011	-1.677	<b>108</b>	-2.622	-2.273	-1.982	-1.659
<b>49</b>	-2.680	-2.312	-2.010	-1.677	<b>109</b>	-2.622	-2.273	-1.982	-1.659
<b>50</b>	-2.678	-2.311	-2.009	-1.676	<b>110</b>	-2.621	-2.272	-1.982	-1.659
<b>51</b>	-2.676	-2.310	-2.008	-1.675	<b>111</b>	-2.621	-2.272	-1.982	-1.659
<b>52</b>	-2.674	-2.308	-2.007	-1.675	<b>112</b>	-2.620	-2.272	-1.981	-1.659
<b>53</b>	-2.672	-2.307	-2.006	-1.674	<b>113</b>	-2.620	-2.272	-1.981	-1.658
<b>54</b>	-2.670	-2.306	-2.005	-1.674	<b>114</b>	-2.620	-2.271	-1.981	-1.658
<b>55</b>	-2.668	-2.304	-2.004	-1.673	<b>115</b>	-2.619	-2.271	-1.981	-1.658
<b>56</b>	-2.667	-2.303	-2.003	-1.673	<b>116</b>	-2.619	-2.271	-1.981	-1.658
<b>57</b>	-2.665	-2.302	-2.002	-1.672	<b>117</b>	-2.619	-2.271	-1.980	-1.658
<b>58</b>	-2.663	-2.301	-2.002	-1.672	<b>118</b>	-2.618	-2.270	-1.980	-1.658
<b>59</b>	-2.662	-2.300	-2.001	-1.671	<b>119</b>	-2.618	-2.270	-1.980	-1.658
<b>60</b>	-2.660	-2.299	-2.000	-1.671	<b>120</b>	-2.617	-2.270	-1.980	-1.658