



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
NASABAH DALAM MENGGUNAKAN JASA BANK SYARIAH
DI PT. BANK MUAMALAT INDONESIA, Tbk.
CABANG PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

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

Oleh:

**PURNAMA UTAMI RANGKUTI
NIM. 11 220 0073**

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH

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

2015



**FAKTOR–FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
NASABAH DALAM MENGGUNAKAN JASA BANK SYARIAH
DI PT. BANK MUAMALAT INDONESIA, Tbk.
CABANG PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

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

Oleh:

**PURNAMA UTAMI RANGKUTI
NIM. 11 220 0073**



JURUSAN PERBANKAN SYARIAH

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

2015



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
NASABAH DALAM MENGGUNAKAN JASA BANK SYARIAH
DI PT. BANK MUAMALAT INDONESIA, Tbk.
CABANG PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

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

Oleh:

**PURNAMA UTAMI RANGKUTI
NIM. 11 220 0073**

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH

Pembimbing I

Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag
NIP. 19720313 200312 1 002

Pembimbing II

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

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

2015



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

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

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. PURNAMA UTAMI RANGKUTI
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidimpuan, 6 Mei 2015

Kepada Yth:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Di-

Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. PURNAMA UTAMI RANGKUTI yang berjudul **"FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH DALAM MENGGUNAKAN JASA BANK SYARIAH DI PT. BANK MUAMALAT INDONESIA, Tbk. CABANG PADANGSIDIMPUAN"**, Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar sarjana Ekonomi Islam (SEI) dalam bidang Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.

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

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I

Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag
NIP. 19720313 200312 1 002

PEMBIMBING II

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

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan Menyebut Nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : PURNAMA UTAMI RANGKUTI
Nim : 11 220 0073
Fakultas/jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/PS-2
Judul skripsi : **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH DALAM MENGGUNAKAN JASA BANK SYARIAH DI PT. BANK MUAMALAT INDONESIA, Tbk. CABANG 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 11.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran 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, 6 Mei 2015
Saya yang menyatakan,


Purnama Utami Rangkuti
NIM. 11 220 0073

**DEWAN PENGUJI
UJIAN MUNAQASYAH SARJANA**

NAMA : PURNAMA UTAMI RANGKUTI
NIM : 11 220 0073
JUDUL SKRIPSI : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
NASABAH DALAM MENGGUNAKAN JASA BANK
SYARIAH DI PT. BANK MUAMALAT INDONESIA,
Tbk. CABANG PADANGSIDIMPUAN

Ketua



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

Sekretaris



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

Anggota



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



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



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



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

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidimpuan
Tanggal : 06 Mei 2015
Pukul : 14.00 s/d 16.00 WIB
Hasil/Nilai : 77,25 (B)
Predikat : CUM LAUDE
IPK : 3,65



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

PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH DALAM MENGGUNAKAN JASA BANK SYARIAH DI PT. BANK MUAMALAT INDONESIA, Tbk. CABANG PADANGSIDIMPUAN

NAMA : PURNAMA UTAMI RANGKUTI
NIM : 11 220 0073

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

Padangsidempuan, 09 Mei 2015

Dekan,



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

ABSTRAK

Nama : PURNAMA UTAMI RANGKUTI
NIM : 11 220 0073
Judul : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH DALAM MENGGUNAKAN JASA BANK SYARIAH DI PT. BANK MUAMALAT INDONESIA, Tbk. CABANG PADANGSIDIMPUAN

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan apakah faktor pelayanan dan produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan jasa bank syariah di PT. Bank Muamalat cabang Padangsidimpuan. Obyek dari penelitian ini adalah para nasabah PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Padangsidimpuan. Data yang digunakan adalah data primer melalui kuesioner. Analisis data dilakukan secara kuantitatif dengan metode regresi linear berganda menggunakan alat bantu *SPSS 17,0 for windows*.

Berdasarkan Hasil penelitian, dapat diketahui bahwa faktor pelayanan dan produk, dari hasil uji F diperoleh F hitung sebesar 19,686 sedangkan F tabel 3,092 dengan tingkat probabilitas signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Faktor pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi dapat digunakan dan ada pengaruh secara bersama-sama dari pelayanan dan produk terhadap minat nasabah. Terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan terhadap minat nasabah diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel} = 2.126 > -1.985$ maka pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah. Terdapat pengaruh yang signifikan antara produk dengan minat nasabah diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel} = 4.335 > -1.985$ maka produk berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillahirobbil alamin, penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga dengan limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH DALAM MENGGUNAKAN JASA BANK SYARIAH DI PT. BANK MUAMALAT INDONESIA, Tbk. CABANG PADANGSIDIMPUAN”**. Sebagai tugas akhir yang merupakan syarat untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi Islam (SE.I) dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah di Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan.

Shalawat dan salam penulis mohonkan kepada Allah SWT, semoga tetap dilimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa umatnya dari zaman kebodohan ke zaman yang berilmu pengetahuan seperti yang ada pada saat sekarang, dan memberikan penulis kesehatan dan kesempatan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis menghadapi berbagai hambatan, baik dari segi teknis, waktu, tenaga serta biaya. Penulis menyadari betul bahwa penulisan skripsi ini tidak akan berhasil tanpa adanya usaha, bantuan, dorongan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Namun dengan petunjuk Allah SWT dan bantuan serta bimbingan dari berbagai pihak, maka penulis dapat menyelesaikan

skripsi ini sesuai dengan apa yang diharapkan. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih 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,SE., M.Si, selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah di IAIN Padangsidimpuan.
4. Bapak Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag, selaku pembimbing skripsi I, yang telah memberikan saran dan kritik demi kesempurnaan skripsi ini.
5. Bapak Darwis Harahap, S.HI.,M.Si, selaku pembimbing II, yang telah memberikan bimbingan, tuntunan, motivasi, pengarahan yang luar biasa kepada penulis, serta menyempatkan waktunya untuk membaca dan mengoreksi skripsi ini, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Bapak Helmi selaku kepala cabang Padangsidimpuan yang telah memberikan izin penulis untuk melakukan penelitian di Bank Muamalat cabang Padangsidimpuan, Bapak Sakti selaku Bagian Kepala Funding yang banyak membantu penulis dalam proses penelitian, beserta seluruh karyawan dan nasabah Bank Muamalat cabang Padangsidimpuan yang ikut mendukung dan terlibat dalam penelitian penulis.

7. Teristimewa kepada Ayahanda dan Ibunda tercinta yang tanpa pamrih memberikan kasih sayang dan dorongan untuk kesuksesan dan semangat kepada penulis serta do'a-do'a mulia yang selalu dipanjatkan yang tiada hentinya diberikan kepada penulis.
8. Buat buah hatiku Khaira Devinamira yang memberikan penulis semangat dalam menggapai keberhasilan dan kesuksesan.
9. Buat teman-teman di PS2 dan Sahabat- sahabat ku (Handa, Nikmah, Khadijah, Desy, dan Yeni, terima kasih atas dukungan dan semangat kepada penulis, baik berupa masukan, kritik, waktunya, Mudah-mudahan Allah mempermudah segala urusan kita.

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

Padangsidempuan, 6 Mei 2015
Penulis



PURNAMAUTAMI RANGKUTI
NIM. 11 220 0073

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

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

Berikut ini daftar huruf arab dan translitasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba	b	be
ت	ta	t	te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	jim	j	je
ح	ħa	ħ	ha(dengan titik di bawah)
خ	kha	kh	ka dan ha
د	dal	d	de
ذ	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	ra	r	er
ز	zai	z	zet
س	sin	s	es
ش	syin	sy	es
ص	šad	š	es dan ye
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ž	ž	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik di atas
غ	gain	g	ge
ف	fa	f	ef
ق	qaf	q	ki
ك	kaf	k	ka
ل	lam	l	el
م	mim	m	em
ن	nun	n	en
و	wau	w	we
ه	ha	h	ha
ء	hamzah	..’..	apostrof
ي	ya	y	ye

2. Vokal

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

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	fathah	a	a
	kasrah	i	i
	ḍommah	u	u

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
	fathah dan ya	ai	a dan i
	fathah dan wau	au	a dan u

c. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
	kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah
	ḍommah dan wau	ū	u dan garis di atas

3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

a. Ta marbutah hidup

Ta marbutah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan ḍommah, transliterasinya adalah /t/.

b. Ta marbutah mati

Ta marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

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

4. Syaddah (Tsaydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid. Dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

5. Kata Sandang

Kata sandang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

ال. Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

a. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

b. **Kata sandang yang diikuti huruf qamariah**

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

6. Hamzah

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

7. Penulisan Kata

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

8. Huruf Capital

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

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

9. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

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

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
BERITA ACARA UJIAN MUNAQASYAH	
HALAMAN PENGESAHAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
TRANSLITERASI LATIN	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Batasan Masalah	7
D. Rumusan Masalah.....	7
E. Defenisi Operasional Variabel.....	9
F. Tujuan Penelitian	11
G. Manfaat Penelitian	11
H. Sistematika Penulisan	12

BAB II LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori	13
1. Perbankan Syariah	13
a. Pengertian Perbankan Syariah	13

b. Kegiatan Usaha dan Produk Perbankan Syariah.....	16
c. Kebijakan pengembangan Perbankan Syariah di Indonesia	17
d. Penerapan Akad Pada Bank Syariah.....	18
e. Produk dan Jasa Bank Syariah.....	19
1) Produk Penghimpunan Dana (funding)	19
2) Produk Penyaluran Dana (landing).....	21
3) Produk Jasa Bank syariah	23
2. Produk-produk Bank Muamalat Indonesia, Tbk.....	25
a. Produk Pendanaan.....	25
b. Produk Pembiayaan	26
c. Jasa-jasa lainnya.....	26
3. Pengertian Minat.....	26
4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat	27
5. Pengertian Nasabah.....	29
6. Faktor-faktor yang mempengaruhi Minat nasabah dalam menggunakan jasa bank syariah	29
a. Faktor pelayanan	29
a) Dasar-dasar pelayanan	30
b) Ciri-ciri pelayanan yang baik.....	31
c) Bentuk-bentuk layanan	31
b. Faktor produk.....	33
B. Penelitian Terdahulu	35
C. Kerangka berfikir	38
D. Hipotesis	40

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian	41
B. Jenis Penelitian.....	41
C. Sumber Data.....	42
D. Populasi dan Sampel	42
a. Populasi	42
b. Sampel.....	43
E. Instrumen Pengumpulan Data.....	44
F. Analisis Data.....	45

a. Analisis Deskriptif.....	46
b. Uji Validitas	46
c. Uji reliabilitas	46
d. Asumsi Klasik	47
1. Uji Normalitas	47
2. Heteroskedastisitas	47
3. Multikolinearitas	48
e. Analisis Regresi Berganda	48
1) Analisis Korelasi Ganda (R).....	49
2) Analisis Determinasi (R^2).....	50
3) Uji Koefisien Regresi secara Parsial (Uji t).....	50
4) Uji Koefisien Regresi Secara Bersama-sama (Uji-F).....	51

BAB IV PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Padangsidempuan.....	52
1. Sejarah berdirinya Bank Muamalat Indonesia	52
2. Visi dan Misi PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk.....	54
3. Profil PT. Bank Muamalat cabang Padangsidempuan.....	54
4. Struktur Organisasi.....	57
B. Analisis Data.....	59
1. Analisis Deskriptif	59
2. Uji Validitas	60
a. Uji validitas variabel pelayanan.....	61
b. Uji Validitas Variabel Produk.....	62
c. Uji Validitas Variabel Minat Nasabah	63
3. Uji Reliabilitas	63
4. Uji Asumsi Klasik.....	65
a. Uji Normalitas.....	65
1) Metode Grafik.....	65
2) Metode Uji One Sample Kolmogorov Smornov	66
b. Uji Heteroskedastisitas.....	67
c. Uji Multikolinearitas	68
5. Pengujian Hipotesis	69

6. Analisis Regresi Linear Berganda	70
a. Analisis Korelasi Ganda (R)	72
b. Analisis Determinasi (R^2)	73
c. Uji Koefisien Regresi secara parsial (Uji t)	74
d. Uji koefisien Regresi secara Bersama-sama (Uji F)	76
C. Pembahasan Penelitian.....	77

V PENUTUP

A. Kesimpulan	82
B. Saran-saran.....	83

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah nasabah dalam menggunakan jasa bank syariah	3
Tabel 1.2 Operasional Variabel	9
Tabel 3.1 Jumlah Populasi	43
Tabel 3.2 Skala Likert.....	45
Tabel 4.1 Komposisi Pemegang Saham.....	53
Tabel 4.2 Analisis Deskriptif	60
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Pelayanan	61
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Produk	62
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Nasabah	63
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas	64
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas Variabel Pelayanan	64
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas Variabel Produk.....	64
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas Variabel Minat Nasabah	65
Tabel 4.10 Uji One Sample Kolmogorov Smornov.....	67
Tabel 4.11 Uji Multikolinearitas.....	69
Tabel 4.12 Uji Analisis Regresi Linear Berganda	71
Tabel 4.13 Uji Korelasi Ganda (R)	72
Tabel 4.14 Uji Analisis Determinasi (R^2)	73
Tabel 4.15 Uji t	75
Tabel 4.16 Uji F	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Produk Pendanaan.....	25
Gambar 2.2 Kerangka Berfikir	38
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Padangsidempuan	58
Gambar 4.2 Metode Grafik	65
Gambar 4.3 Uji Penyimpangan Heteroskedastisitas	68

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada zaman globalisasi sekarang ini, perkembangan dan praktik ekonomi Islam secara internasional maupun nasional semakin membumi. Perkembangan ekonomi Islam di Indonesia ditandai dengan pesatnya kajian dan publikasi mengenai prinsip-prinsip dan praktik-praktik ekonomi syariah. Hal ini terlihat dari semakin pesatnya pertumbuhan lembaga-lembaga keuangan berbasis syariah seperti perbankan syariah, asuransi syariah, pegadaian syariah, koperasi syariah dan lembaga-lembaga keuangan lainnya yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah.¹

Dalam membantu perkembangan industri perbankan syariah, Bank Indonesia telah memberikan kemudahan dari regulasi yang telah diberikan agar semakin banyak tersedia layanan perbankan syariah di Indonesia. Keadaan yang mendukung ini semestinya dapat mendorong para pelaku bisnis perbankan di Indonesia untuk mengembangkan industri yang menjanjikan ini.

Perkembangan peran perbankan syariah di Indonesia tentunya tidak terlepas dari sistem perbankan di Indonesia secara umum. Pada tahun 1998, dikeluarkan UU No. 10 tahun 1998 yang telah memberikan landasan hukum lebih kuat untuk perbankan syariah. Dalam Undang-Undang tersebut, diatur dengan rinci landasan hukum serta jenis-jenis usaha yang dapat dioperasikan dan diimplementasikan oleh bank syariah. Undang-Undang tersebut juga memberikan arahan bagi bank-

¹Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana, 2011), h. 33.

bank konvensional untuk membuka cabang syariah atau bahkan mengkonversi diri secara total menjadi bank syariah.²

Perbankan syariah merupakan lembaga keuangan yang beroperasi sesuai dengan prinsip syariah. Lahirnya perbankan syariah telah membawa dampak positif dalam khazanah perbankan di Indonesia. Dengan keberadaan perbankan syariah ini dapat memenuhi kebutuhan masyarakat Muslim yang menggunakan jasa perbankan syariah dan memberikan pelayanan jasa perbankan atau lembaga keuangan yang bersih dari ribâ serta menjadi institusi yang lebih baik. Bukan hanya itu saja tetapi perbankan syariah juga merupakan suatu badan usaha yang fungsinya sebagai penghimpun dana dari masyarakat dan penyalur dana kepada masyarakat, yang sistem dan mekanisme kegiatan usahanya berdasarkan hukum Islam sebagaimana yang diatur dalam Alquran dan Al-Hadis.³

Awal pendirian sistem perbankan syariah di Indonesia pada tahun 1992 ditandai dengan didirikannya Bank Muamalat Indonesia (BMI) yang lahir sebagai hasil kerja Tim Perbankan MUI. Krisis ekonomi yang melanda Indonesia pada tahun 1998 ternyata mampu memporak-porandakan sendi-sendi perekonomian Indonesia. Krisis ekonomi tersebut menyebabkan tingkat suku bunga dan inflasi tinggi. Kondisi tingkat suku bunga dan inflasi yang seperti itu menyebabkan dunia perbankan mengalami keguncangan, akibatnya banyak bank mengalami kesulitan

²Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktek* (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), h. 26.

³Rachmadi Usman, *Aspek-Aspek Hukum Perbankan Islam di Indonesia* (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2002), h. 93.

likuiditas. Pada akhirnya beberapa bank tidak bisa memenuhi kewajiban likuiditasnya sehingga menyebabkan bank tersebut dilikuidasi.

Pada saat beberapa bank konvensional dilikuidasi, ada fakta yang tidak terbantahkan yaitu Bank Muamalat Indonesia yang pada saat itu merupakan satu-satunya bank yang menggunakan sistem bagi hasil dapat tetap eksis dan mampu bertahan ditengah badai krisis ekonomi. Hal ini mengindikasikan bahwa sistem perbankan syariah terbukti mampu bertahan ditengah-tengah kondisi sosial yang tidak pasti. Likuidasi yang dialami oleh bank-bank konvensional membuktikan bahwa perbankan dengan sistem bunga (ribâ) tidak dapat mengatasi krisis ekonomi yang melanda Indonesia yang selanjutnya malah menyebabkan krisis kepercayaan dari para nasabahnya.

Kota Padangsidempuan merupakan salah satu daerah yang sebagian besar penduduknya Muslim namun hal ini belum cukup membuat bank-bank syariah terutama Bank Muamalat Indonesia menjadi bank yang besar di kawasan daerah kota Padangsidempuan. Hal ini disebabkan kurangnya minat nasabah terhadap perbankan syariah. Hal tersebut dapat dilihat pada perkembangan jumlah nasabah penghimpun dana, penyaluran dana dan jasa lainnya di Bank Muamalat Indonesia dari tahun 2012 sampai tahun 2014 seperti tabel di bawah ini:

Tabel 1.1
Jumlah Nasabah Dalam Menggunakan Jasa Bank Syariah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Padangsidempuan

Keterangan	Tahun 2012	Tahun 2013	Tahun 2014
Jumlah nasabah	2995	1739	1208

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

Berdasarkan tabel di atas terlihat adanya penurunan jumlah nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia yang sangat signifikan. Dimana pada tahun 2012 jumlah nasabah yang menggunakan jasa PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Padangsidimpuan sebesar 2995, setahun kemudian jumlah nasabah turun sebesar 125,6%, sementara itu, ditahun 2014 juga mengalami penurunan sebesar 53,1%.

Fenomena di atas terlihat begitu pentingnya suatu bank harus dapat mempertahankan nasabahnya dan membuat nasabah untuk lebih tertarik dalam menggunakan jasa pada suatu bank tersebut. Kondisi ini diduga produk-produk yang ditawarkan tidak mampu bersaing dengan bank syariah lain maupun bank konvensional.

Ketika produk yang ditawarkan oleh sebuah bank tidak beragam, tidak inovatif dan tidak berkualitas maka kemungkinan masyarakat tidak tertarik dalam mengambil jasa bank syariah atau bahkan nasabah akan berpindah ke tempat lain. Untuk itu, setiap bank baik bank syariah maupun bank konvensional harus menawarkan produk yang dapat membuat nasabah tertarik dan menggunakan jasa pada suatu bank tersebut.

Begitu juga dengan pelayanan yang optimal pada akhirnya juga akan mampu meningkatkan *image* suatu lembaga keuangan bank di mata pelanggannya. Ketika nasabah dilayani dengan sikap yang baik oleh karyawan, maka nasabahnya merasa senang dengan pelayanan yang diberikan oleh suatu bank tersebut. Sehingga nasabah akan betah dan lebih tertarik dalam menggunakan jasa pada suatu bank dan tidak berpindah ke bank lain. Sebaliknya apabila suatu bank memberikan pelayanan yang kurang baik maka nasabah akan kecewa dan kemungkinan bisa berpindah ke bank lain. Hal tersebut karena pada dasarnya

perkembangan sektor perbankan tidak terlepas dari perilaku nasabah dalam menentukan pilihannya dalam menggunakan jasa perbankan, apakah akan menggunakan jasa perbankan syariah atau jasa perbankan konvensional yang telah dulu memainkan perannya di industri perbankan Indonesia dan perilaku nasabah tersebut akan dipengaruhi oleh minat dan pemahamannya atas perbankan itu sendiri.

Sementara itu, penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Adnan Halim, dengan delapan faktor yang diduga kuat mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan jasa pelayanan Bank Muamalat cabang Bogor, diantaranya adalah faktor agama, faktor fasilitas, faktor lokasi/tempat, faktor produk, faktor sumber daya manusia (SDM), faktor promosi, faktor merek, faktor keluarga. Pada penelitian ini diperoleh faktor dominan yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan jasa pelayanan bank adalah faktor lokasi. Faktor tempat merupakan faktor yang memegang peranan penting dalam menarik minat nasabah untuk menggunakan jasa pelayanan bank. Hal ini dapat diterima secara logis karena bank merupakan tempat untuk menabung dan berinvestasi, oleh karena itu tempat yang aman dan mudah ditemukan serta letaknya yang strategis merupakan daya tarik tersendiri bagi nasabah.⁴

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Faktor–Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menggunakan Jasa Bank Syariah diPT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Padangsidempuan”**.

⁴Adnan Halim, *Analisis faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Untuk Menggunakan Jasa Pelayanan Perbankan (Studi Kasus Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk cabang Bogor)*, (Jakarta: Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2009), h. 120

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka dapat dilihat identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Kurang banyaknya persepsi nasabah dalam memahami perbankan syariah.
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah untuk berminat dalam menggunakan jasa Bank syariah di Bank Muamalat perlu diperhatikan oleh pihak bank tersebut. Diminati atau tidaknya suatu lembaga keuangan sangat dipengaruhi oleh faktor pelayanan, dan faktor produk.
3. Faktor-faktor yang sangat kuat mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan jasa bank syariah diantaranya sesuai dengan prinsip syariah, mengetahui ribâ adalah haram, investasi di bank tersebut baik dan halal, terdapat produk yang beragam dan menarik, kualitas produk yang tinggi dan inovatif, transaksi di bank tersebut lebih mudah, tingkat suku bunga di bank-bank konvensional tinggi (naik), daripada bank syariah sehingga menggunakan jasa Bank Muamalat.
4. Faktor merek sangat berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan jasa bank syariah. Nama Bank Muamalat Indonesia sudah terkenal dan terpercaya, Bank Muamalat Indonesia merupakan bank syariah terbesar dan merupakan bank yang pertama kali murni syariah dalam menjalankan prinsip syariah.
5. Faktor keluarga juga dapat mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan jasa bank syariah karena adanya dorongan dari pihak keluarga untuk menggunakan jasa pada suatu bank, adanya informasi dari pihak keluarga

tentang Bank Muamalat Indonesia, dan tingkat pengembalian keuntungan di Bank Muamalat Indonesia tinggi.

C. Batasan Masalah

Penelitian ini tidak membahas semua faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan jasa bank syariah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Padangsidempuan yang dijelaskan pada identifikasi masalah diatas, akan tetapi batasan masalah penelitian ini hanya terfokus padadua faktor yaitu:

1. Pelayanan

Apabila pelayanan yang diberikan oleh suatu bank itu baik dan memuaskan bagi nasabah dan tidak mengecewakan nasabah maka minat nasabah dalam menggunakan jasa pada suatu bank tersebut akan meningkat.

2. Produk

Apabila jenis produk yang ditawarkan oleh suatu bank tersebut beragam, inovatif dan berkualitas serta dapat memenuhi kebutuhan nasabah dan mudah dalam melakukan transaksi serta fitur-fitur yang terdapat dalam produk, maka minat nasabah dalam menggunakan jasa pada suatu bank tersebut juga akan meningkat.

D. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang dikaji dalam skripsi ini yaitu:

1. Apakah pelayanan (X_1) memiliki pengaruh terhadapminat nasabah dalam menggunakan jasa bank syariah (Y) di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Padangsidempuan?

2. Apakah produk (X_2) memiliki pengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan jasa bank syariah (Y) di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Padangsidempuan?

E. Definisi Operasional Variabel

Penelitian ini terdiri dari 2 variabel yaitu:

1. Variabel bebas (Independen), yaitu variabel yang nilainya tidak tergantung pada variabel lain. Adapun menjadi variabel bebas dari penelitian ini adalah:
 - a. Variabel Pelayanan (X_1)

Merupakan faktor-faktor yang berkaitan dengan pelayanan yang dimiliki oleh pihak bank dan kemudian diberikan bank kepada nasabah.
 - b. Variabel Produk (X_2)

Merupakan faktor-faktor yang berkaitan dengan jenis produk, kemudahan-kemudahan dalam melakukan transaksi serta fitur-fitur yang terdapat dalam produk.
 - c. Variabel terikat (dependen) yaitu variabel yang nilainya tergantung pada variabel lain. Adapun yang menjadi variabel terikat adalah minat nasabah dalam menggunakan jasa bank syariah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Padangsidempuan seperti tabungan, deposito dan giro, pembiayaan dan jasa lainnya.

Tabel 1.2.
Operasional Variabel

Variabel Independen	Konsep Variabel	Indikator	Item
a. Pelayanan (X_1)	Pemenuhan kebutuhan dan keinginan anggota serta ketepatan dalam penyampaian yang mengimbangi harapan anggota	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Tangible</i> atau wujud penampilan 2. <i>Responsiveness</i> atau daya tanggap 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Teknologi peralatan yang mutakhir 2. Sikap ramah karyawan dalam melayani nasabah 3. Mempunyai kemampuan yang baik dalam menyampaikan informasi 4. Karyawan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat 5. Kesigapan dan tanggap dalam melayani nasabah 6. Penyampaian informasi yang jelas 7. Pemberian solusi terhadap masalah/keluhan nasabah

<p>b. Produk (X₂)</p> <p style="text-align: center;">Variabel Dependen</p>	<p>Pemenuhan dan kebutuhan untuk mendorong seseorang untuk melakukan suatu tindakan ekonomi</p> <p style="text-align: center;">Konsep Variabel</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas produk 2. Fitur-fitur pendukung/keuntungan yang terdapat dalam produk 3. Perolehan bagi hasil yang sesuai dengan harapan <p style="text-align: center;">Indikator</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk yang sesuai dengan keinginan 2. Kemudahan dalam melakukan transaksi. 3. Presentasi nisbah bagi hasil <p style="text-align: center;">Item</p>
<p>c. Minat nasabah dalam menggunakan jasa bank syariah di Bank Muamalat (Y)</p>	<p>kesukaan (kecenderungan hati) kepada sesuatu</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dari dalam individu sendiri 2. Informasi yang disampaikan teman/ saudara 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dengan memperhatikan variabel-variabel yang ada nasabah berminat menjadi nasabah di Bank Muamalat 2. Saran kepada orang lain agar menjadi nasabah di Bank Muamalat

F. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan (X_1) terhadap minat nasabah dalam menggunakan jasa bank syariah (Y) di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Padangsidempuan.
2. Untuk mengetahui pengaruh produk (X_2) terhadap minat nasabah dalam menggunakan jasa bank syariah (Y) di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Padangsidempuan.

G. Manfaat Penelitian

Manfaat skripsi ini adalah :

1. PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Padangsidempuan
Penulis ingin memberikan sumbangan pikiran dari hasil penelitian mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan jasa bank syariah, sehingga dapat membantu menginformasikan keinginan dan kebutuhan nasabah, agar dapat dilakukan peningkatan dan kinerja khususnya dalam bidang pelayanan dan pemasaran.
2. Penulis
Sebagai media untuk menerapkan dan mengaplikasikan ilmu manajemen perbankan yang diperoleh selama kuliah serta dapat menambah pengalaman dibidang penelitian dan juga sebagai referensi dalam melakukan penelitian yang berhubungan dengan perbankan syariah di masa yang akan datang.

3. Masyarakat

Sebagai informasi tambahan dalam mempertimbangkan penggunaan jasa perbankan baik dalam menabung maupun dalam mengajukan pembiayaan di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Padangsidimpuan.

4. Perguruan Tinggi

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan bacaan yang berisikan studi perbandingan yang bersifat karya ilmiah untuk menambah wawasan dan pengetahuan, khususnya tentang perbankan syariah.

H. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika pembahasan dalam skripsi ini yaitu:

1. Bab Pertama berisi uraian tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, definisi operasional variabel, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan.
2. Bab Kedua berisi mengenai kerangka teori, penelitian terdahulu, kerangka berfikir dan hipotesis.
3. Bab Ketiga berisi mengenai lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, sumber penelitian, dan instrumen pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, dan tehnik analisis data.
4. Bab Keempat berisi mengenai hasil penelitian yang didalamnya berisi gambaran umum lokasi penelitian, dan penyajian hasil analisis data.
5. Bab Kelima berisi penutup yang memuat kesimpulan dan saran.

BAB II LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Perbankan Syariah

a. Pengertian Perbankan Syariah

Bank syariah adalah suatu lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara bagi pihak yang berkelebihan dana dengan pihak yang kekurangan dana untuk kegiatan usaha dan kegiatan lainnya sesuai dengan hukum Islam. Selain itu, bank syariah biasa disebut *Islamic banking*, yaitu sistem perbankan dalam pelaksanaan operasional tidak sistem bunga (*ribâ*), *spekulasi (maisir)*, dan ketidakpastian atau ketidakjelasan (*gharar*).⁵ Sesuai dengan Undang-Undang Perbankan No. 10 tahun 1998, pengganti Undang-Undang No. 7 tahun 1992 tentang perbankan yang menetapkan bahwa salah satu bentuk bank adalah menyediakan pembiayaan dan atau melakukan kegiatan lain berdasarkan prinsip syariah, sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh Bank Indonesia.⁶

Bank bagi masyarakat yang hidup di negara-negara maju, seperti negara-negara di Eropa, Amerika dan Jepang, sudah merupakan suatu kebutuhan dasar yang harus dipenuhi. Bank merupakan mitra dalam rangka memenuhi semua kebutuhan mereka sehari-hari. Bank dijadikan sebagai tempat untuk melakukan berbagai transaksi yang berhubungan dengan keuangan seperti tempat mengamankan uang,

⁵ Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Syariah* (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), h. 1

⁶ Sigit Triandaru dan Totok Budisantoso, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lain*, Edisi 2, (Yogyakarta: Salemba Empat, 2006), h. 152.

melakukan transaksi, pengiriman uang, melakukan pembayaran atau melakukan penagihan.

Bagi suatu negara bank dapat dikatakan sebagai darahnya perekonomian suatu negara. Karena itu peranan perbankan sangat mempengaruhi kegiatan ekonomi suatu negara. Dengan kata lain, kemajuan suatu bank disuatu negara dapat pula dijadikan ukuran kemajuan negara yang bersangkutan. Semakin maju suatu negara, maka semakin besar peranan perbankan dalam mengendalikan negara tersebut. Artinya keberadaan dunia perbankan semakin dibutuhkan pemerintah dan masyarakat.⁷

Berbeda dengan negara–negara berkembang yang lain, pemahaman tentang bank belum utuh, sebagian masyarakat hanya memahami bank sebatas tempat penyimpanan dan meminjam uang belaka. Bahkan terkadang sebagian masyarakat sama sekali belum memahami fungsi bank seutuhnya, sehingga tidak heran apabila pandangan masyarakat yang tidak paham sama sekali tentang dunia perbankan. Jika ditelusuri lewat sejarah sejak dahulu sampai sekarang ini, peranan perbankan dalam memajukan perekonomian suatu negara sangatlah besar. Hampir semua sektor yang berhubungan dengan berbagai kegiatan keuangan selalu membutuhkan jasa bank. Oleh karena itu saat ini dan dimasa yang akan datang setiap negara dan individu kita akan dapat jelas dari dunia perbankan. Jika hendak menjalankan aktivitas keuangan baik perorangan maupun lembaga, baik sosial maupun perusahaan.

Bank syariah adalah bank yang dalam aktivitasnya, baik penghimpunan dana maupun dalam rangka penyaluran dananya memberikan dan mengenakan imbalan

⁷ Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana, 2010), h. 7–8.

atas dasar prinsip syariah yaitu jual beli dan bagi hasil.⁸ Berbeda dengan bank konvensional yang dalam aktivitasnya memberikan imbalan atas dasar bunga maupun persentase. Oleh karena itu, bank syariah merupakan bank yang kegiatannya mengacu pada hukum Islam, yang tidak membebankan bunga kepada nasabahnya. Imbalan yang diterima oleh bank syariah maupun yang dibayarkan kepada nasabah tergantung dari akad dan perjanjian antara nasabah dan bank. Perjanjian (akad) yang terdapat di perbankan syariah harus tunduk pada syarat dan rukun akad sebagaimana diatur dalam syariah Islam.⁹

Undang-Undang Perbankan Syariah No. 21 tahun 2008 menyatakan bahwa perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS), dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).¹⁰

Bank syariah memiliki sistem operasional yang berbeda dengan bank konvensional. Bank syariah memberikan layanan bebas bunga kepada para nasabahnya. Dalam sistem operasional bank syariah, pembayaran dan penarikan bunga dilarang dalam semua bentuk transaksi. Bank syariah tidak mengenal sistem bunga, baik bunga yang diperoleh dari nasabah yang meminjam uang atau bunga

⁸Sigit Triandaru dan Totok Budisantoso, *Op.Cit.*, h. 153.

⁹ Ismail, *Op.Cit.*, h. 32.

¹⁰Undang-Undang Perbankan Syariah No. 21 tahun 2008

yang dibayar kepada penyimpan dana di bank syariah. Dalam Alquran disebut surah Al-baqarah ayat 275 yang berbunyi:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya: “Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang mengulangi (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.”¹¹

b. Kegiatan Usaha dan Produk Perbankan Syariah

Pengaturan mengenai kegiatan usaha Bank Umum dan BPR yang berlaku baik bagi bank konvensional maupun bank syariah ditetapkan dalam Pasal 6, Pasal 7, dan Pasal 13 Undang–Undang Nomor 7 Tahun 1992 sebagaimana telah diubah dengan Undang–Undang No. 10 Tahun 1998. Pasal–pasal tersebut memberikan acuan

¹¹Departemen Agama, *Al-quran dan Terjemahan* (Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2008), h. 87.

legitimasi kegiatan usaha yang boleh dilakukan oleh bank secara umum. Namun secara khusus untuk bank syariah kegiatan usaha yang dapat dilaksanakan adalah yang sesuai dengan prinsip syariah. Pengertian prinsip syariah secara tegas ditentukan dalam Pasal 1 ayat 13 Undang–Undang No. 10 Tahun 1998 yaitu:

prinsip syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dengan pihak lain untuk penyimpanan dana dan/atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah, antara lain pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (*mudhârabah*), pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal (*musyârahah*), prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan (*murâbahah*), atau pembiayaan barang modal berdasarkan prinsip sewa murni tanpa pilihan (*ijârah*), atau dengan adanya pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain (*ijârah wa iqtina*);¹²

c. Kebijakan Pengembangan Perbankan Syariah di Indonesia

Sektor perbankan memiliki posisi strategis bagi lembaga intermediasi yang menunjang perekonomian nasional. Oleh karena itu peranan perbankan nasional termasuk perbankan syariah perlu ditingkatkan lagi fungsi dalam menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat, serta menyediakan pelayanan jasa perbankan lainnya. Sejalan dengan upaya restrukturisasi perbankan yang sedang dilaksanakan dewasa ini membangun kembali sistem perbankan yang sehat dalam rangka mendukung program pemulihan dan kebangkitan ekonomi nasional, maka salah satu upaya yang dilakukan untuk mengoptimalkan fungsi sistem perbankan adalah pengembangan sistem

¹²Undang-Undang No.10 Tahun 1998 Tentang Perbankan.

perbankan syariah, tujuan pengembangan sistem perbankan syariah adalah untuk memenuhi antara lain:¹³

- 1) Kebutuhan jasa perbankan bagi masyarakat yang tidak dapat menerima konsep bunga. Dengan diterapkan sistem perbankan syariah yang berdampak sistem perbankan konvensional.
- 2) Peluang pembiayaan bagi pengembangan usaha berdasarkan prinsip kemitraan. Dalam prinsip ini konsep yang diterapkan adalah hubungan kerjasama investasi yang harmonis (*mutual investor relationship*). Sementara di bank konvensional, konsep yang diterapkan adalah hubungan debitur dan kreditur yang antagonis.
- 3) Kebutuhan akan produk dan jasa perbankan yang memiliki beberapa keunggulan komperatif berupa peniadaan pembebanan bunga yang berkesinambungan, membatasi kegiatan spekulasi yang tidak produktif pembiayaan yang ditujukan kepada usaha-usaha yang lebih memperhatikan unsur moral.

d. Penerapan Akad Pada Bank Syariah

Setelah pelaksanaan kegiatan usaha pada bank syariah tunduk pada ketentuan peraturan Undang-Undang mengenai perbankan di Indonesia, seperti Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 dan Undang-Undang No. 10 Tahun 1998. Namun kegiatan usaha pada bank syariah ini pun harus sesuai dengan ketentuan syariah. Ketentuan-

¹³Ashari Akmal Tarigan, *Ekonomi & Bank Syariah* (Medan: IAIN Press, 2001), h. 81-82.

ketentuan akad dalam hukum Islam yang telah disesuaikan diatas menjadi landasan dalam pelaksanaan kegiatan usaha pada bank syariah.

Adapun perbedaan mendasar antara kedua jenis bank tersebut terletak pada prinsip-prinsip yang dijadikan dasar dalam menjalankan kegiatan usahanya sebagai lembaga perantara keuangan bagi bank syariah. Prinsip-prinsip yang menjadi dasar dalam menjalankan kegiatan usahanya, baik dalam hal penghimpun maupun menyalurkan dana dari masyarakat, tidak lain adalah prinsip-prinsip yang sesuai dengan ketentuan syariah Islam. Dalam hal ini prinsip-prinsip yang diterapkan tidak mengandung unsur-unsur seperti *maisir* (perjudian), *gharar* (*spekulasi*), dan *ribâ* (bunga), prinsip-prinsip tersebut menurut ketentuan UU perbankan dan peraturan Bank Indonesia, terdiri dari *Wadîah*, *Mudhârabah*, *Musyârahah*, *Murâbahah*, *Ijârah*, *Ijârah Muntahiya Bittamlik*, *Salam*, *Istishna*, *Qardh*, *Wakâlah*, *Hiwâlah*, *Kafâlah*, *Rahn* dan *Sharf*.¹⁴

Prinsip-prinsip operasional tersebut menjadi dasar bank syariah dalam melaksanakan kegiatan usahanya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

e. Produk dan Jasa Bank Syariah

1) Produk penghimpunan dana (*Funding*)

a) Giro (*wadî'ah*)

¹⁴Wirnyaningsih dkk, *Bank Dan Asuransi Di Indonesia* (Jakarta: Kencana Prenada Group, 2005), h. 101-102.

Giro (*wadî'ah*) merupakan titipan murni dari satu pihak kepada pihak lain, baik individu maupun badan hukum, yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja si penitip menghendaki.¹⁵ Secara umum terdapat dua jenis *al-wadî'ah*, yaitu:

(1) *Wadî'ah Yad Al-âmanah (trustee depository)*, jenis ini mempunyai karakteristik sebagai berikut:

- (a) Harta atau benda yang dititipkan tidak boleh dimanfaatkan dan digunakan oleh penerima titipan.
- (b) Penerima titipan (bank) hanya berfungsi sebagai penerima amanah yang bertugas dan berkewajiban untuk menjaga barang yang dititipkan tanpa mengambil manfaatnya.
- (c) Sebagai kompensasi, penerima titipan diperkenankan untuk membebaskan biaya (*fee*) kepada yang menitipkan.

(2) *Wadî'ah Yad adh-dhâmanah (guarantee depository)* wadî'ah jenis ini memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- (a) Harta atau benda yang dititipkan diperbolehkan untuk dimanfaatkan oleh penyimpan (bank).
- (b) Apabila ada hasil dari pemanfaatan benda titipan, maka hasil tersebut menjadi hak dari penyimpan. Tidak ada kewajiban dari penyimpan untuk memberikan hasil tersebut kepada penitip sebagai pemilik benda

¹⁵Muhammad Syafi'i Antonio, *Op.Cit*, h. 85.

(3) Tabungan (*mudhârabah*)

Pada praktiknya, bank syariah menerapkan dua akad dalam tabungan yaitu *wadi'ah* dan *mudhârabah*.

Tabungan yang menerapkan akad *wadi'ah* digunakan untuk tabungan yang dapat ditarik sewaktu-waktu. Pada prinsipnya tabungan ini menyerupai giro, hanya saja penarikannya tidak menggunakan cek. Dalam hal ini tanggung jawab dan pembagian keuntungan atas penggunaan dana tabungan sama seperti giro, sedangkan tabungan yang menerapkan akad *mudhârabah* mengikuti prinsip-prinsip sebagai berikut:

- Keuntungan dari dana yang diinvestasikan harus dibagi antara *shahibul mâl* (penabung) dan *mudhârib* (pihak bank).
- Adanya tenggang waktu antara dana yang diberikan dan pembagian keuntungan. Karena untuk melakukan investasi dengan memutar dana itu diperlukan waktu yang cukup.

2) Produk Penyaluran Dana (*Landing*)

a) Pembiayaan dengan prinsip jual beli, antara lain:

1) *Murâbahah*

Murâbahah adalah akad jual beli barang dengan, menyatakan harga perolehan dan keuntungan (*margin*) yang disepakati oleh penjual dan pembeli.¹⁶

¹⁶Adiwarman A. Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih Dan Keuangan* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2003), h. 113.

2) *Salam*

Salam adalah akad jual beli barang pesanan antara pembeli dan penjual dengan pembayaran dilakukan di muka pada saat akad dan pengiriman barang dilakukan pada saat akhir kontrak. Dan barang pesanan tersebut harus jelas spesifikasinya.¹⁷

3) *Istishna*

Istishna adalah akad kontrak jual beli barang antara dua pihak berdasarkan pesanan dari pihak lain, dan barang pesanan akan diproduksi sesuai dengan spesifikasi yang telah disepakati dan menjualnya dengan harga dan cara pembayaran yang disetujui terlebih dahulu.

b) Pembiayaan dengan prinsip sewa, antara lain:

1) *Ijârah*

Ijârah adalah suatu jenis akad untuk mengambil manfaat dengan jalan penggantian. Jadi, hakikatnya *ijârah* adalah penjualan manfaat.¹⁸

Jadi pada dasarnya prinsip *ijârah* sama saja dengan prinsip jual beli, namun perbedaannya terletak pada objek transaksinya. *Al-ijârah* terbagi kepada dua jenis: 1) *Ijârah*, sewa murni. 2) *Ijârah al muntahiya bit tamlik* merupakan penggabungan sewa

¹⁷Ismail, *Op.Cit.*,h. 153.

¹⁸Ascarya, *Akad & Produk Bank Syariah* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2007), h. 99.

dan beli, dimana si penyewa mempunyai hak untuk memiliki barang pada akhir masa sewa.¹⁹

c) Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil, antara lain:

- 1) Pembiayaan *Musyârahah* adalah akad kerja sama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana (amal) dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan resiko akan di tanggung bersama sesuai dengan kesepakatan.²⁰
- 2) Pembiayaan *mudhârabah* adalah akad perjanjian antara dua pihak atau lebih untuk melakukan kerja sama usaha, dimana satu pihak (bank) akan menempatkan modal sebesar 100% yang disebut dengan *shahibul mâl*.

3) Produk Jasa Bank Syariah

a) *Hiwalah* (alih utang-piutang)

Hiwalah adalah pengalihan utang/piutang dari orang yang berhutang/berpiutang kepada orang lain yang wajib menanggungnya/menerimanya

b) *Rahn* (Gadai)

¹⁹Adiwarman A. Karim, *Op.Cit.*,h. 117.

²⁰Muhammad Syafi'i Antonio, *Op.Cit.*,h. 90-91.

Rahn (Gadai) adalah untuk memberi jaminan pembayaran kembali kepada bank dalam memberikan pembiayaan. Tanggungan utang.²¹

Barang yang digadaikan wajib memenuhi kriteria:

- Milik nasabah sendiri.
- Jelas ukuran, sifat, dan nilainya ditentukan berdasarkan nilai riil pasar dapat dikuasai namun tidak boleh dimanfaatkan oleh bank. Atas izin bank, nasabah dapat menggunakan barang tertentu yang digadaikan dengan tidak mengurangi nilai dan merusak barang yang digadaikan. Apabila barang yang digadaikan rusak atau cacat, maka nasabah harus bertanggungjawab.

c) *Qardh*

Qardh adalah pemberian harta kepada orang lain yang dapat ditagih atau diminta kembali atau dengan kata lain meminjamkan tanpa mengharapkan imbalan.²² Produk ini digunakan untuk membantu usaha kecil dan keperluan sosial. Dana ini diperoleh dari dana zakat, infaq dan shadaqah. Aplikasi *qardh* dalam perbankan biasanya dalam empat hal, yaitu:

- Sebagai pinjaman talangan haji.
- Sebagai pinjaman tunai (*cash advanced*) dari produk kartu kreditsyariah.
- Sebagai pinjaman kepada pengusaha kecil.

²¹Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010), h. 106.

²²Muhammad Syafi'i Antonio, *Op.Cit.*,h. 131.

- Sebagai pinjaman kepada pengurus bank.

d) *Wakâlah*

Wakâlah adalah pelimpahan kekuasaan oleh satu pihak (*muwakil*) kepada pihak lain (*wakil*) dalam hal yang boleh diwakilkan. *Wakâlah* dalam aplikasi perbankan terjadi apabila nasabah memberikan kuasa kepada bank untuk mewakili dirinya melakukan pekerjaan jasa tertentu, seperti pembukuan L/C, inkaso dan transfer uang.

e) *Kafâlah*

Kafâlah mengalihkan tanggung jawab seseorang yang dijamin dengan berpegang pada tanggung jawab orang lain sebagai penjamin.

f) *Sharf*

Sharf adalah jual beli mata uang asing yang berbeda, seperti Rupiah dengan Dollar, Dollar dengan Yen, dan sebagainya. Aplikasi dalam lembaga keuangan dilakukan dalam dua macam, *Pertama* dalam bentuk bank notes (uang kertas fisik) yang *Kedua* melalui transfer.²³

2. Produk-Produk Bank Muamalat Indonesia, Tbk.²⁴

a. Produk Pendanaan

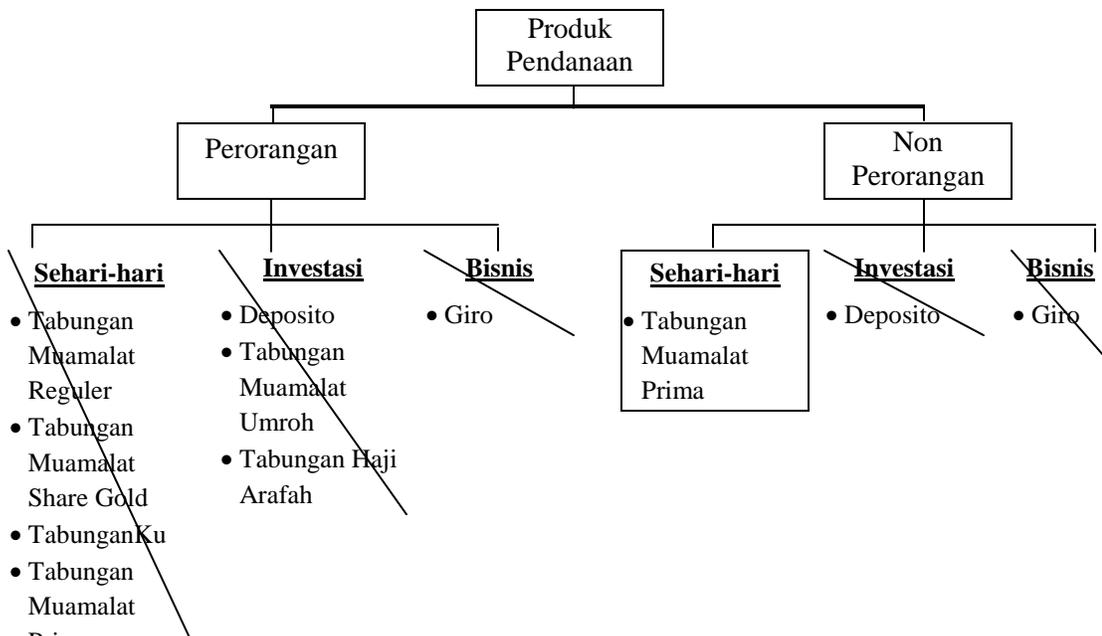
Produk pendanaan merupakan produk yang diberikan oleh bank Muamalat Indonesia kepada masyarakat yang bertujuan untuk mengumpulkan dana dari

²³Zainul Arifin, *Memahami Bank Syariah: Lingkup, Peluang, Tantangan Dan Prosfek* (Jakarta: Alvabet, 2000), h. 200.

²⁴*Annual Report Laporan Tahunan Tahun 2009*. PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk, h. 203.

masyarakat. Untuk produk pendanaan yang diberikan oleh PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. dapat dilihat dari gambar berikut:

Bagan 2.1 Produk Pendanaan



b. Produk Pembiayaan

Produk pendanaan merupakan produk yang diberikan oleh PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Padangsidimpuan kepada masyarakat yang bertujuan untuk menyalurkan dana kepada masyarakat. Yang termasuk kedalam produk pembiayaan antara lain:

- 1) Pembiayaan konsumen antara lain: KPR Muamalat iB, Auto Muamalat, Dana Talangan Haji, Pembiayaan Muamalat Umroh, Pembiayaan Anggota Koperasi.
- 2) Pembiayaan Modal Kerja, antara lain: pembiayaan modal kerja, Pembiayaan LKM Syariah, Pembiayaan rekening Koran Syariah.

- 3) Pembiayaan Investasi, antara lain: Pembiayaan Investasi dan Pembiayaan Hunian syariah Bisnis.

c. Jasa- jasa lainnya

Jasa-jasa yang diberikan oleh Bank Muamalat Indonesia seperti RTGS serta kliring, layanan ATM, layanan phone banking dan call center SalaMuamalat, Bank Muamalat Indonesia juga menyediakan jasa-jasa perbankan lainnya kepada masyarakat luas, seperti transfer sebagainya.²⁵

3. Pengertian Minat

Minat sebagai aspek kejiwaan bukan hanya mewarnai perilaku seseorang untuk melakukan aktivitas yang menyebabkan seseorang merasa tertarik kepada sesuatu. Minat merupakan perhatian, kesukaan dan kecendrungan hati.²⁶ Pengertian lain minat adalah sebuah proses lanjutan dari adanya suatu kebutuhan-kebutuhan untuk memuaskan suatu keinginan yang muncul pada diri seseorang.²⁷ Jika kebutuhan seseorang telah terpenuhi, maka timbullah keinginan untuk mulai memilih sesuatu pilihan yang sesuai dengan apa yang dibutuhkan.

4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat

Tiga faktor yang menjadi timbulnya minat, yaitu :

- a. Faktor dorongan dari dalam, yaitu rasa ingin tahu atau dorongan untuk menghasilkan sesuatu yang baru dan berbeda. Dorongan ini merupakan dorongan dari individu itu sendiri, sehingga timbul minat untuk

²⁵ *Ibid.*, h. 205

²⁶ Dessy Anwar, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia* (Surabaya: Karya Abditama, 2001), h. 281.

²⁷ Faisal Afif, *Psikologi Penjualan* (Bandung: Angkasa, 1990), h. 32.

melakukan aktivitas atau tindakan tertentu untuk memenuhinya. Misalnya dorongan untuk makan menimbulkan minat untuk mencari makan. Yang termasuk dalam kategori faktor dorongan dari dalam, yaitu:

1. Nasabah memilih jasa bank syariah mungkin dikarenakan suatu bank tersebut dekat dengan rumah dan tempat usaha nasabah, sesuai syari'at Islam, sederhana (prosesnya mudah), amankarena nasabah percaya pada suatu bank tersebut.
 2. Pengetahuan nasabah tentang bagi hasil, maksudnya banyak nasabah yang mengetahui istilah bagi hasil dan penerapannya pada pada suatu bank tersebut.
- b. Faktor motif sosial, yakni minat dalam upaya mengembangkan diri dari dan dalam ilmu pengetahuan, yang mungkin diilhami oleh hasrat untuk mendapatkan kemampuan dalam bekerja, atau adanya hasrat untuk memperoleh penghargaan dari keluarga atau teman. Minat ini merupakan semacam kompromi pihak individu dengan lingkungan sosialnya. Misalnya minat pada studi karena ingin mendapatkan penghargaan dari ortunya. Yang termasuk dalam kategori faktor motif sosial, yaitu:
1. Banyak nasabah yang mengetahui jasa bank syariah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Padangsidempuan dari teman atau kerabat.
 2. Keterbukaan nasabah untuk saling mengetahui besarnya nominal sehingga menimbulkan kecemburuan sosial.

3. Karena nasabah merasa puas dengan jasa bank syariah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Padangsidempuan. Sehingga nasabah secara otomatis mempromosikan jasa PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. cabang Padangsidempuan kepada teman dan kerabatnya

- c. Faktor emosional, yakni minat yang berkaitan dengan perasaan dan emosi. Misalnya, keberhasilan akan menimbulkan perasaan puas dan dapat meningkatkan minat, sedangkan kegagalan dapat menghilangkan minat seseorang. Minat erat hubungannya dengan emosi karena faktor ini selalu menyertai seseorang dalam berhubungan dengan obyek minatnya.

Kesuksesan seseorang pada suatu aktivitas tersebut menimbulkan perasaan suka atau puas, sedangkan kegagalan akan menimbulkan perasaan tidak senang dan mengurangi minat seseorang terhadap kegiatan yang bersangkutan. Dalam kategori faktor emosional minat nasabah akan menimbulkan perasaan puas dan suka apabila:

- a. Nasabah merasa akan puas apabila pada suatu bank tersebut membantu masyarakat khususnya masyarakat golongan menengah ke bawah.
- b. Petugas pada suatu bank tersebut ramah-ramah
- c. Sistem operasional yang diterapkan pada suatu bank terutama PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Padangsidempuan sesuai dengan syari'at Islam
- d. Sederhana (prosesnya mudah), aman karena nasabah percaya pada lembaga keuangan bank terutama PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Padangsidempuan.

5. Pengertian Nasabah

Nasabah adalah semua orang yang menuntut suatu bank untuk memenuhi suatu standar kualitas tertentu dan karena itu akan memberikan pengaruh pada kinerja atau performansi (*performance*) perbankan. Nasabah adalah orang yang biasa berhubungan atau menjadi pelanggan bank (dalam hal keuangan).²⁸

6. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menggunakan Jasa Bank Syariah

a. Faktor pelayanan

Menurut kamus besar bahasa Indonesia, pelayanan berasal dari kata “layan” yang artinya membantu menyiapkan (mengurus) apa-apa yang diperlukan seseorang. Jadi, kata pelayanan adalah:

- 1). Perihal atau cara melayani.
- 2). Usaha melayani kebutuhan orang lain dengan memperoleh imbalan
- 3). Kemudahan yang diberikan sehubungan dengan jual beli barang atau jasa.²⁹

Dalam definisi lain, menyebutkan pelayanan adalah sebagai suatu tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah. Tindakan tersebut dapat dilakukan melalui cara langsung melayani pelanggan.³⁰ pendapat lain, layanan pelanggan adalah sebagai sebuah fungsi

²⁸W. J. S Poerwadarminta, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2007), h. 795.

²⁹Dapartemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2007), h. 647.

³⁰Kasmir, *Etika Customer Service* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2011), h. 15.

tentang sebaik apa sebuah organisasi bisa konstan dan konsisten memenuhi dan melampaui kebutuhan pelanggan.³¹

a) Dasar-dasar Pelayanan

Berikut ini dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami dan dimengerti seorang *customer service*, yaitu:

- (1) Berpakaian dan berpenampilan rapi dan bersih.
- (2) Percaya diri, bersikap akrab dan penuh dengan senyum.
- (3) Menyapa dengan lembut.
- (4) Tenang, sopan dan hormat serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan.
- (5) Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar.
- (6) Bergairah dalam melayani nasabah dan tunjukkan kemampuannya.
- (7) Jangan menyela dan memotong pembicaraan.
- (8) Mampu meyakinkan nasabah serta memberikan kepuasan.
- (9) Jika tidak sanggup menangani permasalahan yang ada, minta bantuan.
- (10) Bila belum dapat melayani, beritahu kapan akan dilayani.³²

b) Ciri Pelayanan Yang Baik

Berikut ini beberapa ciri pelayanan yang baik yang harus diikuti oleh karyawan yang bertugas melayani pelanggan/nasabah:

- (1) Tersedianya sarana dan prasarana yang baik.
- (2) Tersedia karyawan yang terampil, ramah, cepat, dan tepat.
- (3) Bertanggung jawab kepada setiap pelanggan dari awal hingga selesai.
- (4) Adanya berkomunikasi secara jelas.

³¹Ivonne Wood, *Layanan Pelanggan* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), h. 5.

³²*Ibid.*, h. 18.

(5) Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi.

(6) Berusaha memahami kebutuhan.

(7) Mampu memberikan kepercayaan kepada pelanggan.³³

c) **Bentuk-bentuk Layanan**

Dalam hal ini, bentuk layanan terbagi menjadi dua bagian yaitu: pertama layanan baik kedua layanan tidak baik.

(1) **Layanan yang baik**

Banyak cara untuk memberikan pelayanan yang baik terhadap nasabah. Pelayanan yang baik merupakan tonggak kesuksesan sebuah perusahaan. Berikut beberapa kriteria pelayanan yang baik:

- (a) Selalu perlakukan pelanggan dengan hormat, hormati waktu nasabah, *privacy* nasabah, intelegensia nasabah, hormati keputusan nasabah untuk melakukan pembelian dari bisnis anda bukan dari pesaing mereka.
- (b) Jika membuat janji, tepati tanpa ada tapi dan pengecualian. Belajarlah membuat janji yang realistis.
- (c) Mengenai keakraban, biarkan pelanggan yang menetapkan batasannya. Selalu hargai dan hormati batasan tersebut.
- (d) Menjadi pendengar yang baik
- (e) Masalah internal perusahaan harus di jauhkan dari percakapan dengan pelanggan.

³³Muhammad Isa, *Op.Cit.*,h. 101.

- (f) Jaga pergantian karyawan untuk meminimalisasi gangguan terhadap pelanggan
- (g) Berikan pelayanan yang konsisten dari hari ke hari.
- (h) Belajarlah cara menjual, penjual yang baik adalah juga layanan pelanggan yang baik.
- (i) Selalu ucapkan terima kasih diakhir transaksi.
- (j) Selalu perlakukan pelanggan seperti pelanggan baru.

(2) Layanan yang tidak baik

Setiap hal tentu tidak terlepas dari dua sisi, ada baik juga ada buruk. Pelayanan yang buruk tentu akan dapat berakibat fatal bagi sebuah perusahaan, pada akhirnya perusahaan tidak akan mendapatkan kepercayaan dari para pelanggannya, perlahan-lahan pelanggan akan meninggalkan perusahaan tersebut manakala pelayanan yang diberikan tidak baik, berikut beberapa kriteria pelayanan yang tidak baik;

- (a) Membiarkan pelanggan menunggu lama, selalu terlambat, gagal menghargai waktu pelanggan.
- (b) Membuat janji tapi tidak di tepati
- (c) Terlalu sok akrab hingga melewati batasan
- (d) Kurangnya keterampilan berkomunikasi
- (e) Service yang tidak konsisten, kadang bagus kadang buruk
- (f) Terlalu sering mengganti karyawan
- (g) Kurangnya keterampilan menangani complain
- (h) Tidak mengucapkan terima kasih diakhir transaksi

- (i) kurangnya keterampilan menjual
- (j) Tidak ada follow up setelah penjualan.³⁴

b. Faktor Produk

Produk yaitu istilah umum untuk barang/jasa yang dihasilkan.³⁵ Produk menurut Kotler adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen.

Dari pengertian ini dapat dijabarkan bahwa produk merupakan sesuatu, baik berupa barang maupun jasa, yang ditawarkan ke konsumen agar diperhatikan, dan dibeli oleh konsumen. Tujuan menawarkan produk ke pasar adalah untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.³⁶

Sedangkan menurut Kotler konsep produk adalah gagasan bahwa konsumen akan menyukai produk yang menawarkan mutu terbaik, kinerja terbaik, dan sifat terbaik dan bahwa organisasi harus mencurahkan tenaganya untuk melakukan perbaikan produk terus-menerus.³⁷ Sesuai dengan definisi diatas, produk dapat dikelompokkan menjadi dua jenis sebagai berikut:

1. Produk yang berupa benda fisik atau benda berwujud, seperti buku, meja, kursi, rumah, mobil, dan lain-lain.

³⁴Ivonne Wood, *Op.Cit.*, h. 9

³⁵Sigit Winarno dan Sujana Ismaya, *Kamus Besar Ekonomi* (Bandung: Pustaka Grafika, 2003 h. 357.

³⁶Kasmir, *Kewirausahaan* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006), h. 174

³⁷Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Op. Cit.*, h. 22.

Produk yang tidak berwujud, biasanya disebut jasa. Jasa dapat disediakan dalam berbagai wahana, seperti pribadi, tempat, kegiatan, organisasi, dan ide-ide. Bagian dari kualitas produk adalah perihal kualitas produk. Kualitas suatu produk baik berupa barang maupun jasa perlu ditentukan melalui dimensi-dimensinya. Dimensi kualitas produk dapat dipaparkan berikut ini. Kualitas sebuah produk menurut David Garvin yang dikutip Vincent Gasperz yang memiliki 8 dimensi yang akan mempengaruhi minat konsumen (nasabah), yaitu:

- a. *Performance*, hal ini berkaitan dengan aspek fungsional suatu barang dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan pelanggan dalam membeli barang tersebut.
- b. *Features*, yaitu aspek performansi yang berguna untuk menambah fungsi dasar, berkaitan dengan pilihan-pilihan produk dan pengembangannya.
- c. *Realibility*, hal yang berkaitan dengan probabilitas atau kemungkinan suatu barang berhasil menjalankan fungsinya setiap kali digunakan dalam periode waktu tertentu dan dalam kondisi tertentu pula.
- d. *Conformance*, hal ini berkaitan dengan tingkat kesesuaian terhadap spesifikasi yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan pelanggan. Konfirmasi merefleksikan derajat ketepatan antara karakteristik desain produk dengan karakteristik kualitas standar yang telah ditetapkan.
- e. *Durability*, yaitu suatu refleksi umur ekonomis berupa ukuran daya tahan atau masa pakai barang.

- f. *Serviceability*, yaitu karakteristik yang berkaitan dengan kecepatan, kompetensi, kemudahan, dan akurasi dalam memberikan layanan untuk perbaikan barang.
- g. *Aesthetics*, merupakan karakteristik yang bersifat subyektif mengenai nilai-nilai estetika yang berkaitan dengan pertimbangan pribadi dan refleksi dari preferensi individual.
2. *Fit and finish*, sifat subyektif, berkaitan dengan perasaan pelanggan mengenai keberadaan produk tersebut sebagai produk yang berkualitas.

B. Penelitian Terdahulu

Sebagai pertimbangan dan acuan perbandingan untuk landasan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, Maka penelitian skripsi ini menggunakan acuan penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya oleh:

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Adnan Halim (2009)	Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Untuk Menggunakan Jasa Pelayanan Perbankan	faktor yang kuat mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan jasa pelayanan Bank Muamalat cabang Bogor, diantaranya adalah faktor agama, faktor fasilitas, faktor lokasi/tempat, faktor sumber daya manusia (SDM), faktor

			promosi, faktor merek, faktor keluarga. Pada penelitian ini diperoleh faktor dominan yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan jasa pelayanan bank adalah faktor lokasi.
2	Samsuddin (2005)	Mengapa Nasabah Memilih menggunakan Jasa Bank Syariah?" (Studi Kasus pada BSM Thamrin	penelitian ini mengetahui faktor dominan apa yang mempengaruhi nasabah menggunakan jasa Bank Syariah Mandiri, dari 150 nasabah yang diteliti, diperoleh hasil dengan analisis faktor yakni, faktor-faktor dominan atau yang paling mempengaruhi nasabah untuk menabung di BSM adalah "faktor fasilitas dan pelayanan".

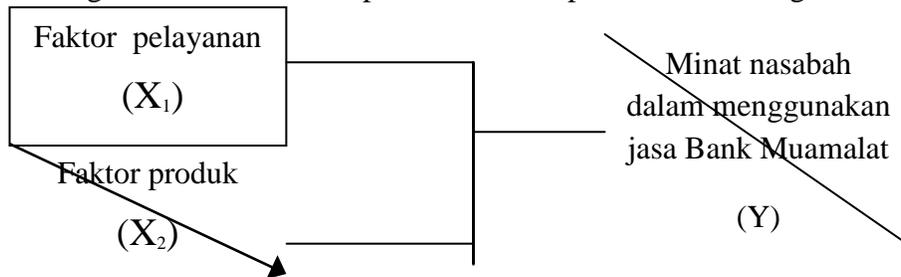
3	IndraPratama (2007)	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Untuk Menggunakan Jasa Bank Syariah (Studi kasus Pada bank Muamalat Indonesia cabang Medan	Faktor syariah (agama), fasilitas dan pelayanan, citra, produk, lokasi, dan promosi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa bank Muamalat Indonesia cabang Medan. Adapun variabel yang paling dominan mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan jasa Bank Muamalat Indonesia cabang Medan adalah variabel lokasi
4	Nuraini (2006)	Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Bank Syariah pada. BPRS PUDUARTA INSANI	faktor yang paling mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan jasa bank syariah pada PT. BPRS PUDUARTA INSANI adalah “faktor agama, fasilitas pelayanan, promosi dan

			produk
--	--	--	--------

Sedangkan peneliti melakukan penelitian dengan judul “*Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menggunakan Jasa Bank Syariah di PT. Bank Muamalat cabang Padangsidimpuan*”. Menyimpulkan bahwa penelitian ini berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya. Penelitian ini hanya terfokus dua variabel yaitu faktor pelayanan dan faktor produk, rentang waktu, tempat/lokasi penelitian juga berbeda, dan menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode kausal komparatif eksperimen dengan menggunakan *software* SPSS versi 17.0.

C. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir di dalam penelitian ini dapat dilihat dalam gambar berikut:



Sumber: Model yang diolah

Gambar 2.2 Kerangka Berfikir

Berdasarkan gambar diatas, maka aspek-aspek yang diukur dari faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan jasa bank syariah ini meliputi: pelayanan, dan produk.

- a. Apabila semakin bagus pelayanan yang diberikan oleh karyawan/karyawati maka minat nasabah juga akan semakin meningkat dalam menggunakan jasa bank syariah di Bank Muamalat Indonesia, sebaliknya apabila pelayanan yang diberikan kepada nasabah tidak memuaskan dengan memberikan pelayanan yang lambat dan tidak ramah dalam melakukan transaksi maka nasabah kemungkinan tidak akan berminat dalam menggunakan jasa bank syariah terutama di Bank Muamalat Indonesia, Tbk. cabang Padangsidimpuan.
- b. Produk dalam penelitian ini adalah berupa tabungan, pembiayaan serta jasa-jasa lainnya yang disediakan oleh PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk. cabang Padangsidimpuan. Apabila produk-produk yang ditawarkan oleh PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. beragam, inovatif, dan berkualitas dan kemudahan dalam melakukan transaksi, serta presentasi nisbah bagi hasil yang sesuai dengan prinsip syariah yang sesungguhnya, maka nasabah akan lebih tertarik dan berminat dalam menggunakan jasa bank syariah khususnya di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. cabang Padangsidimpuan. Sebaliknya apabila produk-produk yang ditawarkan tidak beragam dan tidak menarik, susah dalam melakukan transaksi serta presentasi nisbah bagi hasil yang tidak sesuai dengan prinsip syariah, kemungkinan nasabah tidak akan tertarik ataupun berminat dalam menggunakan jasa bank syariah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. cabang Padangsidimpuan.
- c. Minat dalam penelitian ini adalah bagaimana membuat nasabah agar tertarik untuk menyimpan dananya dengan jasa yang diberikan pada suatu bank tersebut baik dari tabungan, giro, deposito, pembiayaan serta jasa-jasa lainnya.

D. Hipotesis

Atas dasar kerangka berfikir yang diuraikan di atas maka hipotesis dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh antara pelayanan dan produk terhadap minat nasabah dalam menggunakan jasa bank syariah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Padangsidempuan, maka hipotesis penelitiannya adalah:

a. H_01 = Pelayanan tidak memiliki pengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan jasa bank syariah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. cabang Padangsidempuan.

H_a1 = Pelayanan memiliki pengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan jasa bank syariah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Padangsidempuan.

b. H_02 = Produk tidak memiliki pengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan jasa bank syariah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Padangsidempuan.

H_a2 = Produk memiliki pengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan jasa bank syariah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Padangsidempuan.

c. H_0 = Pelayanan dan produk tidak memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap minat nasabah dalam menggunakan jasa bank syariah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Padangsidempuan.

H_a = Pelayanan dan produk memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap minat nasabah dalam menggunakan jasa bank syariah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. cabang Padangsidempuan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. cabang Padangsidimpuan yang berada di Jalan Gatot Subroto/Jl. Baginda Oloan no. 8 Padangsidimpuan 22718, dengan no. Telp. (0634) 22999 dan Fax (0634) 27837, Lokasi tersebut peneliti pilih karena PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Padangsidimpuan merupakan tempat magang untuk mendapatkan pengajaran langsung di lapangan tentang kinerja bank. Penelitian ini dilakukan mulai dari bulan Maret sampai bulan April 2015.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif yaitu jenis penelitian menggunakan angka-angka dan dianalisis dengan menggunakan statistik yang disertai dengan tabel, grafik, bagan, gambar, atau tampilan lain.³⁸ Tujuannya penggunaan angka tersebut adalah untuk memberikan deskripsi statistik, hubungan atau penjelasan. Teknik kuantitatif digunakan sebagai suatu cara untuk meringkas jumlah pengamatan yang besar serta untuk menunjukkan tingkat kesalahan dalam mengumpulkan dan melaporkan data secara numerikal.³⁹

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif (*descriptive research*). Penelitian jenis ini dilakukan pada taraf atau kadar kajian dan analisis semata-mata ingin mengungkapkan suatu gejala/pertanda dan keadaan sebagaimana adanya yang

³⁸Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), h. 12.

³⁹Hajar Ibnu, *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian Kuantitatif Dalam Pendidikan* (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 1999), h. 169.

terjadi pada saat ini.⁴⁰ Gejala yang terjadi dalam penelitian ini adalah tidak banyaknya minat nasabah dalam menggunakan jasa bank syariah, hal ini terjadi karena pengetahuan masyarakat terhadap perbankan syariah masih kurang, sehingga berdampak pada minat nasabah dalam menggunakan jasa bank syariah pun berkurang.

C. Sumber Data

Jenis data yang digunakan adalah data primer, yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti dari sumber pertamanya. Adapun cara untuk mendapatkan data primer, yaitu dengan cara meninjau langsung yang menjadi objek penelitiannya dengan cara membuat angket (kuesioner).⁴¹

Dalam penelitian ini data primer yang digunakan berupa teknik pengumpulan data melalui angket (kuesioner) kepada nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Padangsidempuan sebagai responden yang akan menjawab semua item pernyataan.

D. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁴² Jumlah populasi yang menabung di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Padangsidempuan dari tahun 2003

⁴⁰ *Ibid.*, h. 274.

⁴¹ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), h. 34.

⁴² Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2006), h. 55.

sampai 2014 adalah 40.000 nasabah termasuk dalam simpanan yang berbentuk tabungan, deposito, giro dan pembiayaan serta jasa-jasa lainnya.

b. Sampel

Sampel berarti contoh, yaitu sebagian individu yang menjadi objek penelitian. Tujuan penting sampel ini ialah untuk memperoleh keterangan mengenai objek penelitian dengan cara hanya mengamati sebagian dari populasi.⁴³ Dalam penelitian ini peneliti hanya mengambil jumlah populasi dari tahun 2012 sampai tahun 2014 jumlah nasabah yang akan dijadikan sampel.

Tabel 3.1
Jumlah populasi

Tahun	Jumlah
2012	2995
2013	1739
2014	1208
Total	5.942

Sumber: PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Padangsidimpuan,

Teknik mengambil sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *random sampling* yaitu pengambilan sampel dilakukan melalui sistem acak sederhana kepada nasabah yang menggunakan jasa bank syariah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Maka peneliti memberi hak yang sama kepada setiap subjek untuk memperoleh kesempatan dipilih menjadi sampel. Penentuan besarnya ditentukan dengan menggunakan rumus slovin sebagai berikut:⁴⁴

$$n = \frac{N}{\dots}$$

⁴³ Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal* (Jakarta: Bumi Aksara, 2007), h. 55.

⁴⁴ Rosadi Ruslan, *Metode Penelitian* (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2003), h. 150.

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

Dimana

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = persen kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan sampel yang masih ditolelir, misalnya 10%

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{5.942}{1 + 5942 (0,1)^2} = 98 \text{ nasabah}$$

Dengan populasi 5.942 orang, maka jumlah sampel yang diharapkan adalah 98 orang nasabah.

E. Instrumen Pengumpulan Data

Adapun instrumen penelitian ini adalah angket. Angket adalah daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis yang diberikan/dikirim kepada orang lain (responden) dengan maksud agar orang yang diberi tersebut bersedia memberikan respon sesuai permintaan pengguna.⁴⁵ Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian adalah dengan metode kuisisioner. Kuisisioner merupakan tehnik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.⁴⁶

Skala yang digunakan adalah skala likert. Skala likert adalah skala yang berisi lima tingkat jawaban yang merupakan skala jenis ordinal. Dimana skala likert

⁴⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 203.

⁴⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: CV Alfabeta, 2005), h. 135.

ini merupakan cara yang paling sering digunakan dalam menentukan skor. Cara pengukurannya adalah dengan memberikan jawaban, skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Angket ini menggunakan skala likert yaitu skala yang menggunakan skala sebagai berikut:

Tabel 3.2 skala Likert

Kategori	Bobot
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Dengan menggunakan skala likert 5 poin, caranya dengan menghadapkan responden pada sejumlah pernyataan dan kemudian diminta untuk memberikan jawaban atas tingkat pelaksanaan yang terdiri dari sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju.

F. Analisis Data

Peneliti melakukan penelitian dengan menggunakan SPSS 17 (*Statistical Product and Service Solutions*) dengan menggunakan metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan cara merumuskan dan menafsirkan data berupa tabel, maupun grafik yang ada sehingga memberikan gambaran yang jelas mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah sehingga nasabah berminat untuk menggunakan jasa bank syariah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Padangsidempuan.

b. Uji validitas

Uji validitas adalah suatu skala pengukuran disebut valid bila melakukan apa yang sebenarnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur. Bila skala pengukuran tidak valid, maka tidak bermanfaat bagi peneliti karena tidak mengukur atau melakukan apa yang seharusnya dilakukan.⁴⁷

Valid artinya data yang diperoleh melalui kuesioner dapat menjawab tujuan penelitian. Pengujian validitas instrumen dilakukan pada 98 orang responden dengan menggunakan bantuan *software* SPSS untuk memperoleh hasil yang terarah dengan kriteria sebagai berikut:

- a) Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$, maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.
- b) Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$, maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.

c. Uji Reliabilitas

⁴⁷ Mudjarad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2009), h. 172.

Uji reliabilitas adalah menunjukkan konsistensi dan stabilitas dari suatu skor (skala pengukuran). Reliabilitas berbeda dengan validitas karena yang pertama memusatkan perhatian pada masalah konsistensi, sedang yang kedua lebih memperhatikan masalah ketepatan.⁴⁸

Reliabel artinya data yang diperoleh melalui kuesioner hasilnya konsisten bila digunakan peneliti lain, Pengujian dilakukan dengan bantuan *software* SPSS untuk memperoleh pernyataan yang sudah dinyatakan valid dalam uji validitas akan ditentukan reliabilitasnya dengan kriteria sebagai berikut:

- a) Jika r *alpha* positif atau $> r$ tabel maka pernyataan reliabel.
- b) Jika r *alpha* negatif atau $< r$ tabel maka pernyataan tidak reliabel.

d. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak.⁴⁹ Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak.⁵⁰

1. Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan kepengamatan lainnya tetap, maka terjadi homoskedastisitas. Jika berbeda, maka disebut

⁴⁸Mudjarad Kuncoro, *Loc.cit.*

⁴⁹Dwi Priyatno, *op.cit.*, h. 28.

⁵⁰Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2005), h. 76.

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

$Sig > 0.05$ artinya data tidak terkena heteroskedastisitas.

$Sig < 0.05$ artinya data terkena heteroskedastisitas.

2. Multikolinearitas

Istilah multikolinearitas mula-mula dikembangkan oleh Gagnar Frisch. Pada mulanya multikolinearitas ini berarti adanya hubungan linier yang “sempurna” atau “pasti”, diantara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan dari model regresi, atau singkatnya dapat diartikan sebagai hubungan linier antara variabel eksplanatoris dari suatu model regresi adalah sempurna. Dengan kriteria pengambilan keputusan yaitu:

$VIF > 5$ artinya mempunyai persoalan multikolinearitas

$VIF < 5$ artinya tidak terdapat multikolinearitas

$Tolerance < 0.1$ (10%) artinya mempunyai persoalan multokolinearitas

$Tolerance > 0.1$ (10%) artinya tidak terdapat multikolinearitas.

e. Analisis Regresi Berganda

Analisis Regresi berganda digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel bebas (independen) yaitu pelayanan (X_1) dan produk (X_2) terhadap variabel terikat (dependen) yaitu minat nasabah dalam menggunakan Jasa bank syariah (Y) di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Padangsidempuan. Peneliti membuat bentuk rumus fungsi sebagai berikut:

$$MNJS = f (PLY+PRD)$$

Dari rumus fungsi di atas, maka peneliti membuat bentuk rumus fungsi tersebut ke dalam bentuk model rumus persamaan regresi linear berganda yang digunakan sebagai berikut:

$$MNJS = \alpha + b_1PLY + b_2PRD + e$$

Keterangan :

MNJS = Minat nasabah dalam menggunakan jasa bank syariah

α = Konstanta

b_1, b_2 = Koefisien regresi

PLY = Pelayanan

PRD = Produk

e = Batas kesalahan acak

1) Analisis Korelasi Ganda (R)

Analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) terhadap variabel dependen (Y) secara serentak. Koefisien ini menunjukkan seberapa besar hubungan yang terjadi antara variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) secara serentak terhadap variabel dependen (Y). Nilai R berkisar antara 0 sampai 1, nilai semakin mendekati 1 berarti hubungan yang terjadi semakin kuat, sebaliknya nilai semakin mendekati 0 maka hubungan yang terjadi semakin lemah. Kriteria Pengambilan Keputusan (KPK) yaitu:

H_0 diterima, apabila $F\text{-hitung} < F\text{-tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

H_a diterima, apabila $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

2) Analisis Determinasi (R^2)

Analisis determinasi (R^2) berfungsi untuk mengetahui signifikansi variabel maka harus dicari koefisien determinasi (R^2). Koefisien determinan menunjukkan besarnya kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin besar nilai koefisien determinasi, maka semakin baik kemampuan variabel independen menerangkan variabel dependen. Jika determinasi (R^2) semakin besar (mendekati satu), maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel independen adalah besar terhadap variabel dependen.

Hal ini berarti, model yang digunakan sekuat untuk menerangkan pengaruh variabel independen yang diteliti terhadap variabel dependen. Sebaliknya jika determinasi (R^2) semakin kecil (mendekati nol), maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen semakin kecil. Hal ini berarti, model yang digunakan tidak kuat untuk menerangkan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.⁵¹

3) Uji Koefisien Regresi secara Parsial (Uji t)

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

H_0 : secara parsial tidak ada pengaruh signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.

H_a : secara parsial ada pengaruh signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.

⁵¹*Ibid.*, h.79.

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

- a. Nilai sig. $< \alpha \rightarrow$ tolak H_0 , artinya masing-masing variabel independen berhubungan signifikan dengan perubahan nilai variabel dependen.
- b. Nilai sig. $\geq \alpha \rightarrow H_0$ tidak ditolak, artinya masing-masing variabel independen tidak berhubungan signifikan dengan perubahan nilai variabel dependen.⁵²

4) Uji Koefisien Regresi Secara Bersama-sama (Uji-F)

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

Apabila sig F $\leq 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima pada ($\alpha = 0,05$).

Apabila sig F $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak pada ($\alpha = 0,05$).

⁵²Himmatul Aliah, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penerapan Prinsip-Prinsip Syari’ah terhadap Kepuasan KPR Nasabah di BNI Syari’ah Cabang Semarang” (Skripsi, IAIN Walisongo Semarang, 2011), h. 34.

BAB IV HASIL PENELITIAN

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

1. Sejarah Berdirinya Bank Muamalat Indonesia

Bank Muamalat Indonesia merupakan bank syariah pertama di Indonesia, pendirian bank muamalat Indonesia, Tbk. merupakan prakarsa majelis ulama Indonesia (MUI) dan pemerintah, yang muncul dalam lokarya pada tanggal 19-22 Agustus 1990 di Cisarua, Bogor.

PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk didirikan pada tanggal 24 Rabiul Sani tahun 1412 H bertepatan pada tanggal 01 November tahun 1991, Dan melalui kegiatan operasinya pada tanggal 27 Syawal 1412 H bertepatan pada tanggal 1 Mei 1992, dengan dukungan nyata dari eksponen Ikatan Cendekiawan Muslim Se-Indonesia (ICMI) dan beberapa pengusaha Muslim. Pendirian Bank Muamalat Indonesia, Tbk juga menerima dukungan dari masyarakat, terbukti dari komitmen pembeli saham perseroan senilai Rp. 84 Miliar, pada saat penandatanganan akta pendirian perseroan. Selanjutnya pada acara silaterrami di Istana Bogor diperoleh tambahan komitmen dari masyarakat Jawa Barat yang turut menanam modal senilai Rp. 106 Miliar.⁵³

Hingga saat ini saham PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk yang telah beredar sebanyak 1.478.356.890 dengan persentase kepemilikannya dapat dilihat pada tabel berikut:

⁵³*Annual Report Laporan Tahunan Tahun 2009*. PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk, h. 4.

Tabel 4.1
Komposisi Pemegang Saham

No	Pemegang Saham	Percentase
1	Islamic Development Bank	32.74 %
2	Boubyan Bank Kuwait	19.03 %
3	Atwill Holdings Limited	17.91 %
4	National Bank of Kuwait	6,00 %
5	H. Abdul Rohim	3.72 %
6	IDF Foundation	3.48 %
7	BMF Holdings Limited	3.48 %
8	Ir. M. Rizal Ismael	3.23 %
9	KOPKAPINDO	1.92 %
10	Masyarakat Lain	6.84 %
Total		100 %

Bank Muamalat Indonesia mulai beroperasi pada tanggal 1 Mei 1992 bertepatan dengan tanggal 27 syawal 1412 H, berdasarkan SK Menteri Keuangan RI No. 1223/MK.013/1991 tanggal 5 November 1991. Ijin usaha Bank diperoleh berdasarkan keputusan Menteri Keuangan RI No. 430/KMK.013/1992 tanggal 24 April 1992, Sejak 27 Oktober 1994 telah berpredikat sebagai Bank Devisa.

Pada saat banyak bank-bank yang runtuh perlu direkapitulasi oleh pemerintah atau bahkan dilikuidasi, BMI tetap kokoh. Namun meskipun demikian manajemen menyadari perlunya peningkatan modal perseroan. Kemudian BMI melakukan penawaran umum terbatas (*right issue*) pada bulan Juli 1998 namun sayangnya, kemudian makro tidak mendukung pada saat itu serta adanya

perusahaan dalam kebijakan investasi luar negeri sebagai pelopor bank Syariah di Indonesia, BMI telah menetapkan misinya untuk mengambil sebagian katalisator dalam pengembangan institusi perbankan syariah di Indonesia. BMI sebagai bank yang aktif harus memberikan masukan terhadap rumusan UU no 10/1998 yang menetapkan prinsip-prinsip syariah sebagai salah satu sistem perbankan di Indonesia

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

Visi dari PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk adalah menjadi bank syariah utama di Indonesia, dominan di pasar spiritual, dikagumi di pasar rasional.

Misi dari PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. adalah Menjadi *Role Model* Lembaga Keuangan Syariah dunia dengan penekanan pada semangat kewirausahaan, keunggulan manajemen dan orientasi investasi yang inovatif untuk memaksimalkan nilai bagi *stakeholder*.⁵⁴

3. Profil PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. cabang Padangsidempuan⁵⁵

Sejarah berdirinya PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Padangsidempuan beroperasi pada tanggal 03 Juli 2003, untuk peresmian dibuka pada saat itu juga yang dibuka secara resmi oleh Dewan Komisaris dari kantor pusat Jakarta beserta rombongan bersama bapak Andi Bukhari kepala cabang Medan dan disaksikan oleh Muspida, MUI, Kementerian Agama, Pejabat setempat serta seluruh karyawan, yang pada saat itu berjumlah 16 orang.

⁵⁴Annual Report Laporan Tahunan Tahun 2012. PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk, h. 24.

⁵⁵Zakia Khoiriyah, *Personalia*, PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan. Wawancara Tanggal 16 Januari 2015.

Pimpinan I di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan pada periode tahun 2003-2004 yaitu bapak Hasmal Sunadi. Setelah itu pada periode tahun 2004-2008 pimpinan II oleh bapak Dedi Muliya. Pada periode tahun 2008-2009 pimpinan III oleh bapak Armansyah Mirja, kemudian pada periode ke-IV, tahun 2010 sampai sekarang dipimpin oleh bapak Fauzi.

Jumlah karyawan pada Cabang Padangsidempuan sebanyak 31 orang karyawan, sedangkan jumlah karyawan Kantor Cabang dan Kantor Cabang Pembantu (KCP) seluruhnya sebanyak 72 orang karyawan. Sedangkan jumlah ATM sebanyak 15 buah, diantaranya: 3 buah di Cabang, 3 buah di Kantor cabang Pembantu (Rantau Prapat), 2 buah di Panyabungan, 2 buah di Sibuhuan, 1 buah di pesantren *Nurul Ilmi*, 1 buah di Goti, 1 buah di pesantren *Al-Azhar Bi 'Ibadillah* 1 buah di SPBU Padangmatinggi dan 1 buah di Sibolga.

PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan yang terletak di Jl. Gatot Subroto No. 8 Kota Padangsidempuan. Awalnya gedung ini digunakan untuk tempat bioskop, tetapi kemudian dikontrakkan untuk kantor Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan. Lokasi ini sangat mudah untuk dijangkau, karena tempat kantornya berada pada pusat kota Padangsidempuan, yang terletak pada Jl. Protokol disamping Horas Bakery dan dekat dengan lokasi perkantoran Polres, Pengadilan Negeri Kota Padangsidempuan, serta perkantoran lainnya.

Menurut kepala bagian Marketing Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan, sejarah berdirinya Bank Muamalat Indonesia, Tbk

yang dimulai pada tahun 1991, berdasarkan buku panduan Bank Muamalat Indonesia, Tbk:

Bank Muamalat Indonesia merupakan perbankan syariah yang pertama kali muncul pada tanggal 24 Rabiul Tsani 1412 H/01 November 1991, pendirian inididasari oleh MUI dan ICMI dengan dukungan pemerintah RI. Modal awal yang diperoleh dari sejumlah pribadi, pengusaha serta pejabat muslim dengan nominal Rp. 84 Miliar, kemudian tambahan modal awal diperoleh dari sejumlah masyarakat sehingga melengkapi modal awal Rp. 106 Miliar. Acara pengumpulan modal awal di Istana Presiden Bogor, Jabar. Presiden RI saat itu terlibat langsung dalam pendirian bank syari'ah pertama ini.Selanjutnya pada tahun 1992 mulailah beroperasi pada tanggal 27 Syawal 1412 H/01 Mei 1992.⁵⁶

Sejak mulai beroperasi, Bank Muamalat Indonesia secara ikut mempromosikan pendirian dan pengembangan industri perbankan dan bisnis keuangan syariah lainnya, diantaranya:

- a. Asuransi pertama syariah.
- b. BPRS termasuk suntikan modal dan eknis.
- c. Dana pensiun lembaga keuangan Muamalat.

Selanjutnya Bank Muamalat Indonesia juga terdaftar sebagai perusahaan publik walaupun tidak listing di bursa saham. Menerima izin sebagai bank devisa, hanya 2 tahun setelah beroperasi pada tahun 1994. Kemudian pada tahun 1998 Bank Muamalat tetap terimbas krisis dengan NPF mencapai lebih dari 60%. Besarnya pencadangan penghapusan untuk mencover NPF yang tinggi, membuat bank merugi dan modal berkurang menjadi tinggal 1/3 modal awalnya. Namun, dengan tiadanya *negative spread*, modal bank muamalat masih positif dan memperoleh predikat terbaik kategori A.

⁵⁶Annual Report Laporan Tahunan Tahun 2009. PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk.,Loc. Cit.

Kemunculan bank dengan prinsip syariah ini sangat membuahkan hasil yang baik, sehingga menjadikan lembaga keuangan syariah muncul di Indonesia. Semakin banyaknya produk yang ditawarkan oleh Bank Muamalat Indonesia, semakin banyak pula nasabah yang menggunakan layanan jasanya. Bank Muamalat Indonesia membuka peluang untuk masyarakat diseluruh Indonesia untuk menikmati layanan jasanya dan membuka Kantor Cabang Pembantu (KCP) diseluruh Negara Indonesia, salah satunya adalah di Kota Padangsidimpuan. Lokasi kantor Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan dipilih ini diharapkan akan membuahkan hasil dengan minat masyarakat menggunakan layanan jasa Bank Muamalat Indonesia ini, dan merasa nyaman dengan adanya layanan bank secara murni *Shar'e*, sesuai dengan yang diharapkan tenaga kerja yang ada di Bank Muamalat Indonesia, dan juga merupakan sebuah ungkapan salah satu karyawannya.

Saat ini Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Padangsidimpuan terdiri dari:

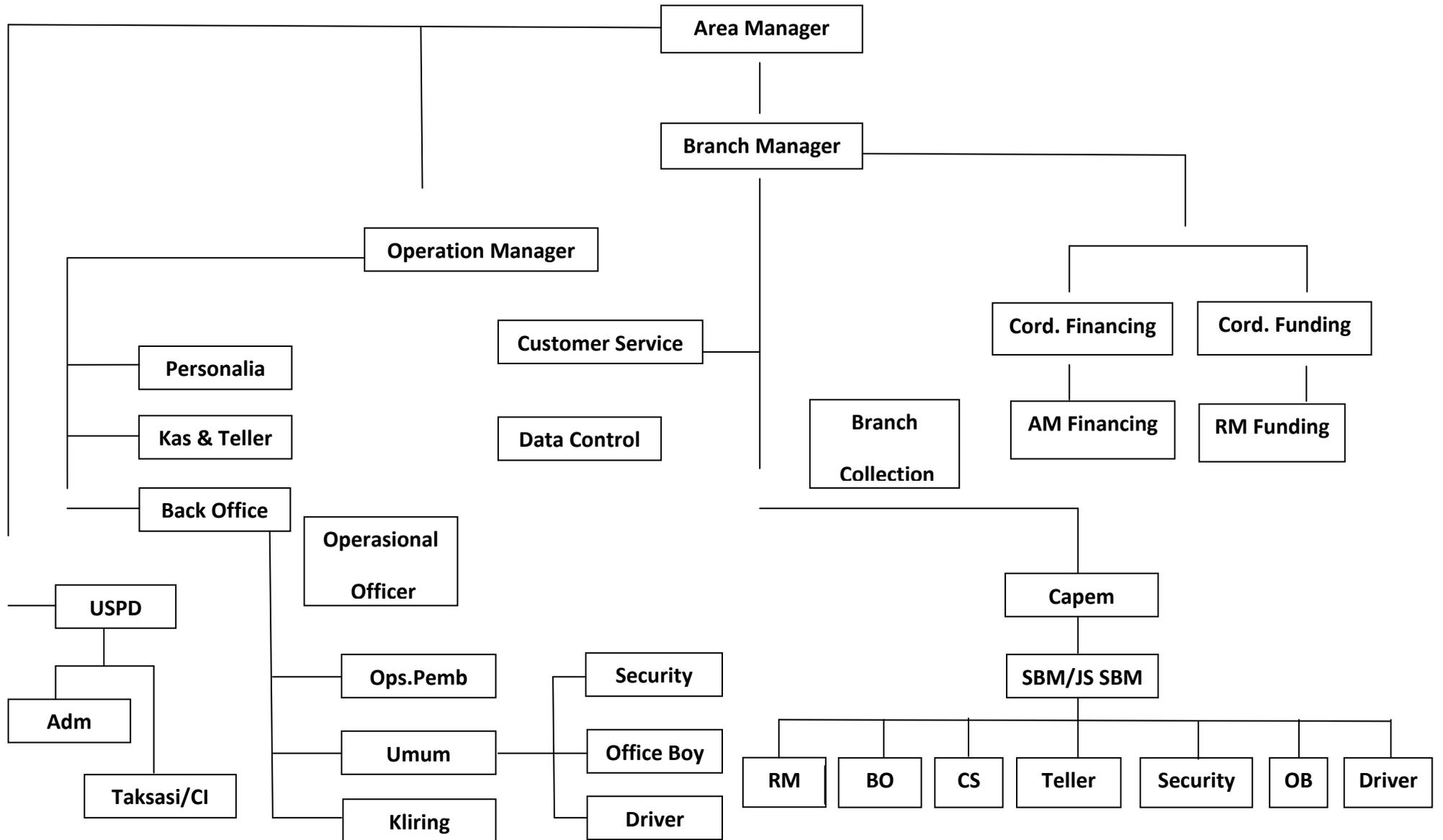
- a. 1 Kantor cabang yang berada di Kota Padangsidimpuan,
- b. 4 Kantor cabang pembantu yang terletak di Panyabungan, Sibuhuan, Ranto Prapat dan Sibolga

4. Struktur Organisasi

PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Padangsidimpuan dalam menjalankan kegiatannya berbentuk organisasi lini dan staf dengan ciri satu bagan terkait atau memiliki hubungan pekerjaan yang saling membantu bagian lainnya, misalnya bagian *landing* tidak akan bisa menyalurkan dana apabila tidak dibantu

oleh bagian pengumpul dana. Secara lengkap struktur organisasi PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Kantor Cabang Padangsidempuan adalah sebagai berikut:

Gambar 4.1: Struktur Organisasi Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan



Adapun ruang lingkup PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Padangsidempuan berdasarkan kegiatan yang dilakukan meliputi:

1. Masyarakat umum sebagai nasabah.
2. Lembaga pendidikan (universalitas melalui koperasi).
3. Pihak internal perusahaan (karyawan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Padangsidempuan).

Pihak *developer*, karena salah satu kegiatannya adalah pembiayaan dengan pembiayaan pemilikan rumah yang menganut sistem jual beli *murâbahah*, yaitu menjual dengan harga asal ditambah dengan margin keuntungan yang telah disepakati. Diantara rukun-rukun *murâbahah* antara lain: Penjual (*Ba'i*), Pembeli (*Musyitari*), Objek barang (*Mabi'*), Harga (*Tsaman*), serta Ijab Qabul (*Sighat*).⁵⁷

B. Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Untuk menggambarkan hasil dari penelitian ini maka akan diuraikan dari masing-masing variabel yang akan diteliti dengan output sebagai berikut:

⁵⁷Bambang Irawan, *Relationship Manager Financing*, PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Padangsidempuan. Wawancara Tanggal.18 Januari 2015.

Tabel 4.2
Analisis Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
minat nasabah	98	10	25	18.58	3.401
pelayanan	98	8	25	18.73	3.138
produk	98	6	25	18.44	3.714
Valid N (listwise)	98				

Sumber: Data primer yang diolah, 2015

Dari tabel 4.2 di atas dapat dilihat bahwa variabel minat nasabah (variabel Y) dengan jumlah data (n) sebanyak 98 mempunyai nilai mean dengan persentase sebesar 18,58%, dengan nilai minimum dengan persentase sebesar 10% dan nilai maximum dengan persentase sebesar 25% sedangkan standar deviasinya sebesar 34,01%.

2. Uji Validitas

Untuk menguji validitas masing-masing item pertanyaan dari variabel penelitian. Suatu variabel dikorelasikan dengan nilai total masing-masing butir pernyataan dengan menggunakan teknik *product moment*. Kemudian nilai korelasi (r_{hitung}) yang telah diperoleh dibandingkan dengan nilai korelasi pada tabel (r_{tabel}). Jika nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} artinya ada nilai korelasi yang menunjukkan bahwa alat ukur tersebut valid, begitu juga sebaliknya. Dari hasil analisis didapat nilai korelasi antara skor item dengan skor total. Nilai ini kemudian dibandingkan dengan dengan nilai r_{tabel} . Nilai r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = n-k-1.

Dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah konstruk. Pada kasus ini, besarnya df dapat dihitung $98-2-1 = 95$ dengan $alpha$ 0.05 % ($\alpha = 5$ %), maka didapat nilai r_{tabel} sebesar 0,202 dengan jumlah total keseluruhan sampel sebanyak 98 responden dengan menggunakan uji 2 sisi.⁵⁸ Untuk mempermudah perhitungan darivaliditas koefisien yang akan digunakan, maka nilai-nilai dari hasil angket dikelompokkan menurut masing-masing variabelnya.

Berdasarkan perhitungan menggunakan *SPSS for Windows* versi 17.0 diperoleh hasil uji validitas terhadap masing-masing pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel pelayanan, produk dan minat nasabah.

a. Uji Validitas Variabel Pelayanan

Untuk variabel pelayanan, nilai korelasi item semuanya di atas 0,30. Jadi dapat disimpulkan bahwa semua item pada variabel pelayanan adalah valid. Hasil uji validitas terhadap masing-masing butir pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel pelayanan dapat dilihat pada tabel 4.3:

Tabel 4.3

No	Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	Item 1	0,711	0,30	Valid
2.	Item 2	0,636	0,30	Valid
3.	Item 3	0,642	0,30	Valid
4.	Item 4	0,400	0,30	Valid

⁵⁸Dwi Priyanto, *Op.Cit.*,h. 121.

5.	Item 5	0,735	0,30	Valid
----	--------	-------	------	-------

Hasil Uji Validitas Variabel Pelayanan

Sumber: Data Primer yang diolah, 2015

Berdasarkan tabel di atas, dari hasil pengolahan data uji validitas variabel pelayanan diperoleh hasil $r_{hitung} > r_{tabel}$, dan nilai signifikansi (0,000) yang bernilai jauh di bawah 0,05. Dengan demikian masing-masing butir pernyataan dalam angket untuk variabel pelayanan (X_1) dinyatakan valid.

b. Uji Validitas Variabel Produk

Untuk variabel produk, nilai korelasi item semuanya di atas 0,30. Jadi dapat disimpulkan bahwa semua item pada variabel produk adalah valid. Hasil uji validitas terhadap masing-masing butir pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel produk dapat dilihat pada tabel 4.4:

Tabel 4.4

Hasil Uji Validitas Variabel Produk

No	Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	Item 1	0,854	0,30	Valid
2.	Item 2	0,550	0,30	Valid
3.	Item 3	0,665	0,30	Valid
4.	Item 4	0,822	0,30	Valid
5.	Item 5	0,877	0,30	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah, 2015

Berdasarkan tabel di atas, dari hasil pengolahan data uji validitas variabel produk diperoleh hasil $r_{hitung} > r_{tabel}$, dan nilai signifikansi (0,000) yang bernilai jauh

di bawah 0,05. Dengan demikian masing-masing butir pernyataan dalam angket untuk variabel produk (X_2) dinyatakan valid.

c. Hasil Uji Validitas Variabel Minat Nasabah

Untuk variabel minat nasabah, nilai korelasi item semuanya di atas 0,30. Jadi dapat disimpulkan bahwa semua item pada variabel minat nasabah adalah valid. Hasil uji validitas terhadap masing-masing butir pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel minat nasabah dapat dilihat pada tabel 4.5:

Tabel 4.5

Hasil Uji Validitas Variabel Minat nasabah

No	Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	Item 1	0,781	0,30	Valid
2.	Item 2	0,685	0,30	Valid
3.	Item 3	0,718	0,30	Valid
4.	Item 4	0,680	0,30	Valid
<i>Sumber: Data Primer yang diolah, 2015</i>				
5.	Item 5	0,728	0,30	Valid

Berdasarkan tabel di atas, dari hasil pengolahan data uji validitas variabel minat nasabah diperoleh hasil $r_{hitung} > r_{tabel}$, dan nilai signifikansi (0,000) yang bernilai jauh

di bawah 0,05. Dengan demikian masing-masing butir pernyataan dalam angket untuk variabel minat (Y) dinyatakan valid.

3. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah butir-butir pernyataan dalam angket penelitian konsisten atau tidak. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila memiliki *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60.⁵⁹ Uji reliabilitas terhadap masing-masing butir pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel pelayanan, produk, dan minat nasabah menggunakan bantuan program computer *SPSS for Windows* versi 17.0, adapun hasil perhitungannya sebagai mana tergambar dalam tabel 4.6 di bawah ini:

Tabel 4.6

Uji Reliabilitas

No	Variabel	Alfa Cronbach's	Keterangan
1.	Pelayanan	0,627	Reliabel
2.	Produk	0,806	Reliabel
3.	Minat nasabah	0,763	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2015

Tabel 4.7

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pelayanan

Reliability Statistics

⁵⁹Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (Badan Penerbit UNDIP, Semarang, 2005), h. 41 – 45.

Cronbach's Alpha	N of Items
.627	5

Tabel 4.8
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Produk

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.806	5

Tabel 4.9
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat nasabah

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.763	5

Sumber: SPSS Versi 17.0

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa nilai *cronbach alpha* seluruh variabel berkisar antara 0 sampai 1 dan lebih cenderung mendekati angka 1, dengan demikian keseluruhan item dalam instrumen pengukuran dapat kategorikan sangat reliabel.

4. 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 atau mendekati normal. Beberapa metode uji normalitas yaitu dengan

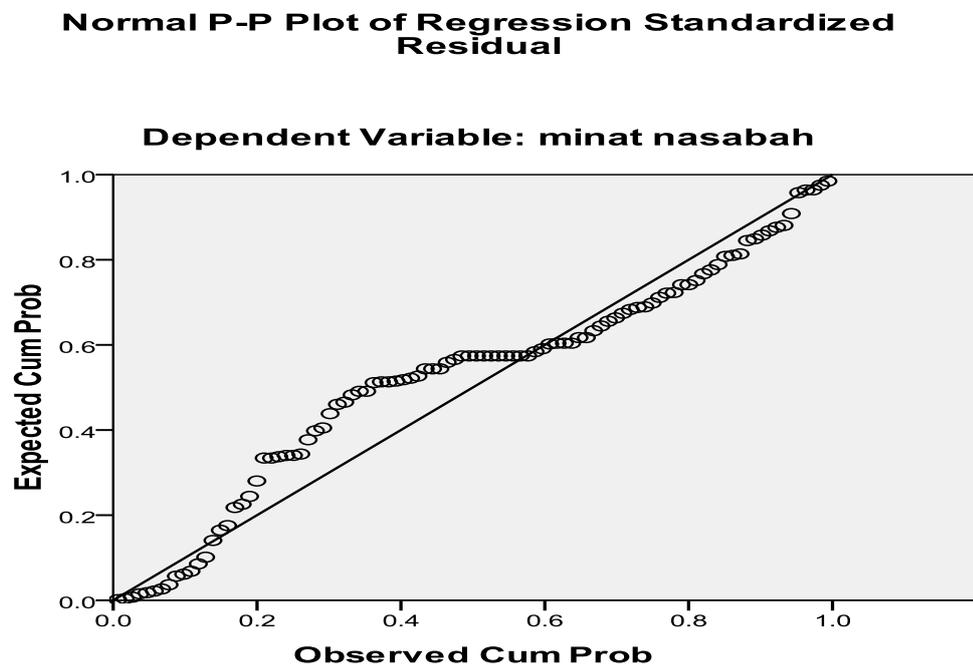
melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik normal *P.P Plot of regression standardized residual* atau dengan uji *One Sample Kolmogorov Smirnov*.

1) Metode Grafik

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

Gambar 4.2

Metode Grafik



Dari gambar di atas dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar sekitar garis diagonal maka nilai residual tersebut normal atau mendekati normal.

2) Metode Uji *One Sample Kolmogorov Smirnov*

Uji *One Sample Kolmogorov Smirnov* digunakan untuk mengetahui distribusi data, apakah mengikuti distribusi normal. Dalam hal ini untuk mengetahui apakah distribusi residual terdistribusi normal atau tidak. Residual berdistribusi normal jika nilai signifikansi lebih dari 0,05.

Tabel 4.10
Uji One Sample Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test					
	y	x1	x2	Unstandardized Residual	
N	98	98	98	98	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	18.58	18.73	18.44	.0000000
	Std. Deviation	3.401	3.138	3.714	2.85947945
Most Extreme Differences	Absolute	.192	.157	.245	.156
	Positive	.144	.082	.123	.063
	Negative	-.192	-.157	-.245	-.156
Kolmogorov-Smirnov Z	1.904	1.550	2.421	1.543	
Asymp. Sig. (2-tailed)	.001	.016	.000	.117	

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Dari output di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi lebih dari 0,05 ($0,117 > 0,05$), maka nilai residual tersebut normal.

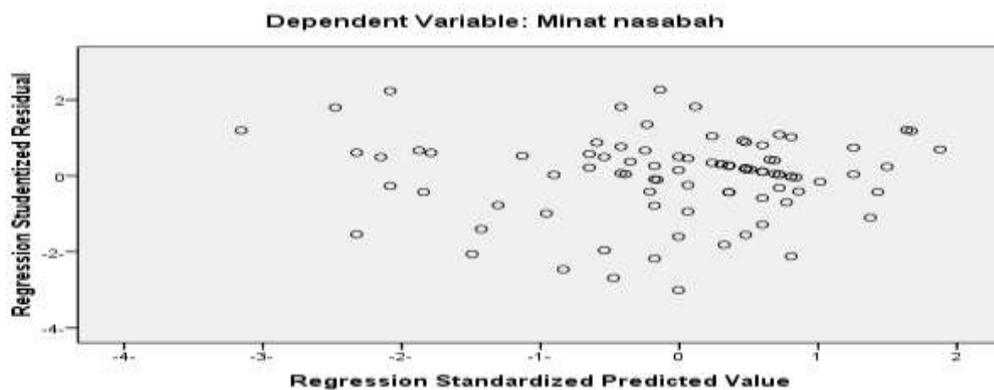
b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas, yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Aturan yang digunakan dalam pengambilan keputusan adalah:

1. Jika penyebaran data *scatter plot* teratur dan membentuk pola tertentu (naik turun, mengelompok menjadi satu) maka terjadi problem heteroskedastisitas.
2. Jika penyebaran data pada *scatter plot* tidak teratur dan tidak membentuk pola tertentu (naik turun, mengelompok menjadi satu) maka tidak terjadi problem heteroskedastisitas.

Gambar 4.3

**Uji Penyimpangan Heteroskedastisitas
Scatterplot**



Dari gambar 4.3 terlihat titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinieritas, yaitu adanya hubungan linier antar

variabel independen dalam model regresi. Jika ada korelasi, maka dinamakan multikolinieritas. Untuk mendeteksi terdapat tidaknya multikolinieritas didasarkan pada nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *tolerance*.

VIF > 5 artinya mempunyai persoalan multikolinieritas

VIF < 5 artinya tidak terdapat multikolinieritas

Tolerance < 0.1 (10%) artinya mempunyai persoalan multikolinieritas

Tolerance > 0.1 artinya tidak terdapat multikolinieritas

Tabel 4.11

Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-7.366	1.929		3.818	.000		
Pelayanan	.222	.104	.205	2.126	.036	.801	1.249
Produk	.383	.088	.418	4.335	.000	.801	1.249

a Dependent Variable: Minat Nasabah

Berdasarkan tabel 4.8 di atas, nilai *tolerance* menunjukkan bahwa kedua variabel bebas yaitu pelayanan dan produk yang memiliki nilai *tolerance* < 0,1, tetapi nilai *tolerance* > 0.1 yaitu 0,801 > 0,1 Hasil perhitungan nilai VIF juga menunjukkan hal yang sama tidak ada variabel bebas yang memiliki nilai VIF > 5, yaitu 1,249 < 5 Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada persoalan multikolinieritas antar variabel dependen dengan independen.

5. Pengujian Hipotesis

Pembuktian koefisien regresi dimaksudkan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel independen (X) yaitu pelayanan, dan produk, baik secara bersama-sama (uji F) maupun secara individual (uji t) terhadap variabel dependen (Y), yaitu minat nasabah dalam menggunakan jasa bank syariah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Padangsidempuan. Dengan demikian, maka akan dapat diketahui bersama apakah variabel-variabel independen tersebut benar-benar berpengaruh terhadap variabel dependen pada penelitian ini.

6. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel bebas (independen) yaitu pelayanan (X_1) dan produk (X_2) terhadap variabel terikat (dependen) yaitu minat nasabah dalam menggunakan jasa bank syariah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. cabang Padangsidempuan(Y). Peneliti membuat bentuk rumus fungsi sebagai berikut:

$$MNJS = f(PLY+PRD)$$

Dari rumus fungsi di atas, maka peneliti membuat bentuk rumus fungsi tersebut ke dalam bentuk rumus persamaan regresi linear berganda yang digunakan sebagai berikut:

$$MNJS = \alpha + b_1PLY + b_2PRD + e$$

Keterangan :

MNJS = Minat nasabah dalam menggunakan jasa bank syariah

α = Konstanta

b_1 = Koefisien regresi

PLY = Pelayanan

PRD = Produk

e = Batas kesalahan acak

Dengan regresi berganda dapat diketahui terdapat atau tidaknya pengaruh antara pelayanan, produk terhadap minat nasabah dalam menggunakan jasa bank syariah, hasil outputnya dapat dilihat pada tabel 4.9 sebagai berikut:

Tabel 4.12
Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-7.366	1.929		3.818	.000
	Pelayanan	.222	.104	.205	2.126	.036
	Produk	.383	.088	.418	4.335	.000

a. Dependent Variable: Minat Nasabah

Persamaan regresi yang didapatkan dari hasil perhitungan adalah sebagai berikut: $MNJS = \alpha + b_1PLY + b_2PRD + e$

$$MNJS = -7.366 + 0.222PLY + 0.383PRD$$

Dari persamaan regresi dapat diartikan dan diambil kesimpulan sebagai berikut :

- a. Nilai konstanta sebesar -7.366 menyatakan bahwa jika pelayanan dan produk nilainya adalah 0, maka minat nasabah dalam menggunakan jasa

bank syariah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. cabang Padangsidempuan nilainya adalah sebesar -7.366.

- b. Nilai koefisien regresi b_1 (variabel pelayanan) sebesar 0.222. Artinya bahwa setiap bertambah pelayanan sebesar 1,00 maka minat nasabah juga akan bertambah sebesar 0.222 dengan asumsi variabel independen lainnya nilainya tetap.
- c. Nilai koefisien regresi b_2 (variabel produk) bernilai positif sebesar 0.383. Artinya bahwa setiap bertambah produk sebesar 1,00 maka minat nasabah juga akan bertambah sebesar 0.383 dengan asumsi variabel independen lainnya nilainya tetap

a. Analisis Korelasi Ganda (R)

Analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan antaradua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) terhadap variabel dependen (Y) secara serentak. Koefisien ini menunjukkan seberapa besar hubungan yang terjadi antara variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) secara serentak terhadap variabel dependen (Y). Nilai R berkisar antara 0 sampai 1, nilai semakin mendekati 1 berarti hubungan yang terjadi semakin kuat, sebaliknya nilai semakin mendekati 0 maka hubungan yang terjadi semakin lemah. Kriteria Pengambilan Keputusan (KPK) yaitu:

- 1) H_0 diterima, apabila $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ pada $\alpha = 5\%$
- 2) H_a diterima, apabila $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ pada $\alpha = 5\%$

Tabel 4.13
Korelasi Ganda (R)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.541 ^a	.293	.278	2.889

a. Predictors: (Constant), Produk, Pelayanan

b. Dependent Variable: Minat nasabah

Sumber: Data primer yang diolah, 2015

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 sebesar 0.541, artinya korelasi antara variabel pelayanan dan produk terhadap minat nasabah adalah sebesar 0,541, Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang sedang antara pelayanan dan produk terhadap minat nasabah dalam menggunakan jasa bank syariah karena nilai mendekati 1.

b. Analisis Determinasi (R^2)

Analisis determinasi (R^2) berfungsi untuk mengetahui signifikansi variabel maka harus dicari koefisien determinasi (R^2). Koefisien determinan menunjukkan besarnya kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin besar nilai koefisien determinasi, maka semakin baik kemampuan variabel independen menerangkan variabel dependen. Jika determinasi (R^2) semakin besar (mendekati satu), maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel independen adalah besar terhadap variabel dependen. Hasil uji determinasi dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.14
Hasil Analisis Deteminasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.541 ^a	.293	.278	2.889

a. Predictors: (Constant), Produk, Pelayanan

b. Dependent Variable: Minat nasabah

Berdasarkan tabel di atas diperoleh angka R^2 (*R Square*) sebesar 0,293 atau (29,3%) dan *Adjusted R Square* sebesar 0,278 atau (27,8%). Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel independen (pelayanan dan produk) terhadap variabel dependen (minat nasabah) sebesar 29,3% dan 27,8%. Sedangkan sisanya sebesar 70,7% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

c. Uji Koefisien Regresi secara Parsial (Uji t)

Uji t adalah suatu sarana pengujian untuk mengetahui apakah variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen. Untuk melakukan uji t, hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H_0 : secara parsial tidak ada pengaruh signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.

H_a : secara parsial ada pengaruh signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.

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

a. Nilai sig. $< \alpha \rightarrow$ tolak H_0 , artinya masing-masing variabel independen berhubungan signifikan dengan perubahan nilai variabel dependen.

b. Nilai $\text{sig.} \geq \alpha \rightarrow H_0$ tidak ditolak, artinya masing-masing variabel independen tidak berhubungan signifikan dengan perubahan nilai variabel dependen.⁶⁰ Jadi dari penelitian ini dapat diperoleh dari hasil uji t dapat dilihat bahwa:

- 1) H_{a1} = Pelayanan memiliki pengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan jasa bank syariah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Padangsidempuan.
- 2) H_{a2} = Produk memiliki pengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan jasa bank syariah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Padangsidempuan.

Apabila t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti ada pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen. Berikut hasil olahan data yang dapat diperoleh di lapangan.

Tabel 4.15

Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-7.366	1.929		3.818	.000
	pelayanan	.222	.104	.205	2.126	.036
	produk	.383	.088	.418	4.335	.000

⁶⁰Himmatul Aliah, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penerapan Prinsip-Prinsip Syari’ah terhadap Kepuasan KPR Nasabah di BNI Syari’ah Cabang Semarang” (Skripsi, IAIN Walisongo Semarang, 2011), h. 34.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
				Beta		
1	(Constant)	-7.366	1.929		3.818	.000
	pelayanan	.222	.104	.205	2.126	.036
	produk	.383	.088	.418	4.335	.000

a. Dependent Variable: minat nasabah

Sumber: SPSS Versi 17.0

a) Variabel pelayanan

Dari hasil perhitungan didapatkan nilai t_{hitung} sebesar 2.126 dengan nilai signifikansi $0,036 < 0,05$ sedangkan nilai t_{tabel} sebesar -1,985. Hal ini berarti nilai $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ yaitu $2.126 > -1,985$. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya terdapat pengaruh antara variabel pelayanan dengan minat nasabah dalam menggunakan jasa bank syariah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Padangsidempuan.

b) Variabel produk

Dari hasil perhitungan didapatkan nilai t_{hitung} sebesar 4.335 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ sedangkan nilai t_{tabel} sebesar -1,985. Hal ini berarti nilai $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ yaitu $4.335 > -1,985$. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya terdapat pengaruh antara variabel produk dengan minat nasabah dalam menggunakan jasa bank syariah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. cabang Padangsidempuan.

d. Uji Koefisien Regresi secara Bersama-sama (Uji F)

Uji F adalah suatu sarana pengujian untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap variabel dependen. Hipotesisnya adalah sebagai berikut: .

H_a = Pelayanan dan produk memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap minat nasabah dalam menggunakan jasa bank syariah di PT. Bank Muamalat cabang Padangsidempuan.

Apabila F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti secara bersama-sama variabel bebas (independen) berpengaruh terhadap variabel terikat (dependen).

Tabel 4.16
Uji F
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	328.715	2	164.357	19.686	.000 ^a
	Residual	793.132	95	8.349		
	Total	1121.847	97			

a. Predictors: (Constant), produk, pelayanan

b. Dependent Variable: minat nasabah

Hasil perhitungan didapat nilai F_{hitung} 19,686 dengan tingkat signifikansi 0,000. sedangkan nilai F_{tabel} sebesar 3,092 hal ini berarti nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, selain itu nilai *alfa* atau signifikan juga menunjukkan angka dibawah 0.05 (0.000), sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 , diterima artinya terdapat pengaruh secara bersama-sama variabel pelayanan, dan produk terhadap minat nasabah dalam menggunakan jasa bank syariah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Padangsidempuan.

C. Pembahasan Penelitian

Dari hasil uji deskriptif dapat dilihat dari tabel 4.2 di atas, bahwa variabel minat nasabah (variabel Y) dengan jumlah data (n) sebanyak 98 mempunyai nilai mean dengan persentase sebesar 18,58%, dengan nilai minimum dengan persentase sebesar 10% dan nilai maximum dengan persentase sebesar 25% sedangkan standar deviasinya sebesar 34,01%.

Untuk variabel pelayanan, produk, dan minat nasabah nilai korelasi item 1,2,3,4, dan 5 pernyataan semuanya di atas 0,30. Jadi dapat disimpulkan bahwa semua item pada variabel pelayanan, produk dan minat nasabah semuanya adalah valid. Hasil uji validitas terhadap masing-masing butir pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel pelayanan, produk dan minat nasabah dapat dilihat pada tabel 4.3, 4.4 dan 4.5.

Dari hasil pengolahan data uji validitas variabel pelayanan, produk dan minat nasabah diperoleh hasil $r_{hitung} > r_{tabel}$, dan nilai signifikansi (0,000) yang bernilai jauh di bawah 0,05. Dengan demikian masing-masing butir pernyataan dalam angket untuk variabel pelayanan (X_1), produk (X_2) dan variabel minat nasabah dalam menggunakan jasa bank syariah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Padangsidempuan dinyatakan valid. Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa nilai *cronbach alpha* seluruh variabel pelayanan (X_1), produk (X_2), dan variabel minat nasabah (Y) berkisar antara 0 sampai 1 dan lebih cenderung mendekati angka 1, dengan demikian keseluruhan item dalam instrumen pengukuran dapat kategorikan sangat reliabel.

Dari hasil uji normalitas dapat dilihat pada gambar grafik 4.2 di atas dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar sekitar garis diagonal maka nilai residual tersebut normal atau mendekati normal.

Dari output di atas dapat diketahui dari uji *One Sample Kolmogorov Smirnov* bahwa nilai signifikansi lebih dari 0,05 ($0,117 > 0,05$), maka nilai residual tersebut normal.

Dari hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat gambar 4.3 terlihat titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

Hasil uji Multikolinearitas nilai *tolerance* menunjukkan bahwa kedua variabel bebas yaitu pelayanan dan produk yang memiliki nilai *tolerance* $< 0,1$, tetapi nilai *tolerance* $> 0,1$ yaitu $0,801 > 0,1$ Hasil perhitungan nilai VIF juga menunjukkan hal yang sama tidak ada variabel bebas yang memiliki nilai VIF > 5 , yaitu $1,249 < 5$ Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada persoalan multikolinieritas antar variabel dependen dengan independen.

Dengan regresi linier berganda dapat diketahui terdapat atau tidaknya pengaruh antara pelayanan, produk terhadap minat nasabah dalam menggunakan jasa bank syariah, hasil outputnya dapat dilihat pada tabel 4.9 bahwa:

Persamaan regresi yang didapatkan dari hasil perhitungan adalah sebagai berikut: $MNJS = \alpha + b_1PLY + b_2PRD + e$

$$MNJS = -7.366 + 0.222PLY + 0.383PRD$$

Dari persamaan regresi dapat diartikan dan diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta sebesar -7.366 menyatakan bahwa jika pelayanan dan produk nilainya adalah 0, maka minat nasabah dalam menggunakan jasa

bank syariah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. cabang Padangsidempuan nilainya adalah sebesar -7.366.

2. Nilai koefisien regresi b_1 (variabel pelayanan) sebesar 0.222. Artinya bahwa setiap bertambah pelayanan sebesar 1,00 maka minat nasabah juga akan bertambah sebesar 0.222 dengan asumsi variabel independen lainnya nilainya tetap.
3. Nilai koefisien regresi b_2 (variabel produk) bernilai positif sebesar 0.383. Artinya bahwa setiap bertambah produk sebesar 1,00 maka minat nasabah juga akan bertambah sebesar 0.383 dengan asumsi variabel independen lainnya nilainya tetap.

Berdasarkan tabel di atas diperoleh angka R^2 (*R Square*) sebesar 0,293 atau (29,3%) dan *Adjusted R Square* sebesar 0,278 atau (27,8%). Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel independen (pelayanan dan produk) terhadap variabel dependen (minat nasabah) sebesar 29,3% dan 27,8%. Sedangkan sisanya sebesar 70,7% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Dari hasil uji t diperoleh t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti ada pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen. Berikut hasil olahan data yang dapat diperoleh di lapangan.

a) Variabel pelayanan

Dari hasil perhitungan didapatkan nilai t_{hitung} sebesar 2.126 dengan nilai signifikansi $0,036 < 0,05$ sedangkan nilai t_{tabel} sebesar -1,985. Hal ini berarti nilai $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ yaitu $2.126 > -1,985$. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan

bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya terdapat pengaruh antara variabel pelayanan dengan minat nasabah dalam menggunakan jasa bank syariah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Padangsidempuan.

b) Variabel produk

Dari hasil perhitungan didapatkan nilai t_{hitung} sebesar 4.335 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ sedangkan nilai t_{tabel} sebesar -1,985. Hal ini berarti nilai $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ yaitu $4.335 > -1,985$. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya terdapat pengaruh antara variabel produk dengan minat nasabah dalam menggunakan jasa bank syariah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. cabang Padangsidempuan.

Dari hasil uji F (koefisien regresi secara bersama-sama) Hipotesisnya adalah sebagai berikut: .

H_a = Pelayanan dan produk memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap minat nasabah dalam menggunakan jasa bank syariah di PT. Bank Muamalat cabang Padangsidempuan.

Apabila F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti secara bersama-sama variabel bebas (independen) berpengaruh terhadap variabel terikat (dependen). Hasil perhitungan di dapat nilai F_{hitung} 19,686 dengan tingkat signifikansi 0,000. sedangkan nilai F_{tabel} sebesar 3,092 hal ini berarti nilai $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$, selain itu nilai *alfa* atau signifikan juga menunjukkan angka dibawah 0.05 (0.000), sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 , diterima artinya terdapat pengaruh secara bersama-sama variabel pelayanan, dan produk terhadap minat nasabah dalam menggunakan jasa bank syariah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. cabang Padangsidempuan.

Dengan demikian model regresi ini menunjukkan lulus dari uji asumsi klasik. Dan nilai *tolerancedan* VIF diketahui bahwa antar variabel independen tidak terdapat multikolinieritas. Untuk uji heterokedastisitas, grafik *scatter plot* menunjukkan bahwa titik-titik menyebar diatas dan dibawah sumbu Y. sehingga dapat dikatakan bahwa model regresi ini tidak terjadi heterokedastisitas. Sedangkan dari grafik *normal plot* dan uji *One Sample Kolomogorov Smirnov* sebaran data mengikuti garis diagonal dan data menunjukkan pola distribusi normal. Berdasarkan uji asumsi klasik ini, model regresi ini cukup baik.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dan temuan penelitian maka diperoleh beberapa kesimpulan:

1. Berdasarkan pengujian secara simultan dari variabel pelayanan dan produk diperoleh hasil bahwa variabel tersebut mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan jasa bank syariah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Padangsidempuan dibuktikan dengan hasil F_{hitung} sebesar 19.686 dan F_{tabel} pada df $(n-k-1)$ atau $98-2-1=95$ diperoleh pada taraf signifikansi sebesar $0,05= F_{hitung} > F_{tabel} = 19.686 > 3,092$.
2. Terdapat pengaruh antara pelayanan terhadap minat nasabah dalam menggunakan jasa bank syariah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Padangsidempuan diperoleh t_{tabel} dengan pengujian 2 sisi pada taraf signifikansi 0,025 hasil diperoleh untuk t_{tabel} adalah -1.985 , maka diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel} = 2.126 > -1.985$.
3. Terdapat pengaruh antara produk terhadap minat nasabah dalam menggunakan jasa bank syariah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Padangsidempuan diperoleh t_{tabel} dengan pengujian 2 sisi pada taraf signifikansi 0,025 hasil diperoleh untuk t_{tabel} adalah -1.985 , maka diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel} = 4.335 > -1.985$.

B. Saran- saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan diatas, maka diajukan beberapa saran yang bertujuan untuk kebaikan dan kemajuan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Padangsidempuan, sebagai berikut:

1. Pelayanan kepada nasabah harus diperhatikan dan ditingkatkan lagi, sebab apabila nasabah mulai kecewa dengan pelayanan yang ada bisa jadi nasabah akan beralih ke bank lain. Ini bisa dilakukan dengan penambahan petugas *counter* pada jam-jam sibuk, fasilitas tempat parkir yang lebih luas dan berada ditempat yang teduh, dan juga meningkatkan penampilan serta sikap karyawan. Ini sangat penting karena pelayanan merupakan variabel yang mempunyai pengaruh yang tidak terlalu tinggi jika dibandingkan dengan variabel produk.
2. Hal yang terpenting dan yang tidak boleh dilupakan dalam dunia perbankan syariah adalah idealisme produk atau kinerja berdasarkan syari'at islam yang harus terus dipertahankan. Karena hal ini yang membedakan antara bank konvensional dan bank syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwarman A. Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003.
- Adnan Halim, *Analisis faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Untuk Menggunakan Jasa Pelayanan Perbankan (Studi Kasus Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk cabang Bogor)*, Jakarta: Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2009.
- Ahmad Rodoni, *Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Zikrul Hakim, 2006
- Annual Report Laporan Tahunan Tahun 2012*. PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk,
- Ascarya, *Akad & Produk Bank Syariah*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2007.
- Ashari Akmal Tarigan, *Ekonomi & Bank Syariah*, Medan: IAIN Press, 2001.
- Departemen Agama, *Alquran dan Terjemahan*, Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2008.
- Dapartemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2007
- Dessy Anwar, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, Surabaya: KaryaAbditama, 2001.
- Duwi Priyanto, *Mandiri Belajar SPSS*, Jakarta: PT. Buku Kita, 2008.
- Faisal Afif, *Psikologi Penjualan*, Bandung:Angkasa, 1990.
- Gemala Dewi, *Aspek–Aspek Hukum Dalam Perbankan & Peransuransian Syariah Di Indonesia*, Jakarta: Kencana Media Group, 2007.
- Hajar Ibnu, *Dasar–Dasar Metodologi Penelitian Kuantitatif Dalam Pendidikan*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1999.
- Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010.

- Himmatul Aliah, “*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penerapan Prinsip-Prinsip Syari’ah terhadap Kepuasan KPR Nasabah di BNI Syari’ah Cabang Semarang*”, Skripsi, IAIN Walisongo Semarang, 2011
- Iqbal Hasan, *Analisa Data Penelitian Dengan Statistik*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2004.
- Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2005
- Ivonne Wood, *Layanan Pelanggan*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009
- Karnaen Perwataatmadja, *Apa dan Bagaimana Bank Islam*, Yogyakarta: PT. Dana Bhakti Prima Yasa, 1992.
- Kasmir, *Kewirausahaan*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006
- Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana, 2010.
- Etika Customer Service*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2011
- Kotler dan Armstrong, *Prinsip-prinsip pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2006.
- Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*, Jakarta: Bumi Aksara, 2007.
- Mudjarad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi*, Jakarta: Erlangga, 2009.
- Muhammad Isa, *Manajemen Pemasaran Bank*, Padangsidempuan: Diktat Mata Kuliah STAIN Padangsidempuan, 2012.
- Muhammad Syafi’i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktek*, Jakarta: Gema Insani Press, 2001.
- Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Kencana, 2003.
- Philip Kotler dan Gary Amastrong, *Manajemen Pemasaran Di Indonesia*, Jakarta: Salemba Empat, 1999.
- Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004.

- Sigit Triandaru dan Totok Budisantoso, *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, Edisi 2
Yogyakarta: Salemba Empat, 2006.
- Sigit Winarno dan Sujana Ismaya, *Kamus Besar Ekonomi*, Bandung: Pustaka Grafika,
2003.
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka
Cipta, 2006.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: CV Alfabeta, 2005.
- Statistika Untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta, 2006.
- Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan
R&D*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- Rachmadi Usman, *Aspek-Aspek Hukum Perbankan Islam di Indonesia*, Bandung: PT.
Citra Aditya Bakti, 2002
- Rosadi Ruslan, *Metode Penelitian*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2003.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan
- Wirnyaningsih dkk, *Bank Dan Asuransi Di Indonesia*, Jakarta: Kencana Prenada
Group, 2005.
- W. J. S Poerwadarminta, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka,
2007.
- Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Syariah*, Jakarta; Sinar Grafika, 2008.
- Zainul Arifin, *Memahami Bank Syariah: Lingkup, Peluang, Tantangan Dan Prospek*,
Jakarta: Alvabet, 2000.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

- I.**
- | | |
|---------------------|------------------------------------|
| Nama | : PurnamaUtamiRangkuti |
| Nim | : 11 220 0073 |
| Tempat/tanggallahir | : SimpangSordang, 21 November 1992 |
| JenisKelamin | : Perempuan |
| Alamat | : Jln. TapianNauli |
| Agama | : Islam |
| No. Telp | : 081260082078 |
- II.**
- | | |
|--------------|--------------------|
| NamaOrangtua | |
| Nama Ayah | : AmriRangkuti |
| Pekerjaan | : Wiraswasta |
| NamaIbu | : Wagiem |
| Pekerjaan | : IbuRumahTangga |
| Alamat | : Jln. TapianNauli |

RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tahun 1999-2005 : SD Negeri 21/200208 Padangsidempuan
2. Tahun 2005-2008 : SMP Negeri 2 Padangsidempuan
3. Tahun 2008-2011 : SMK Negeri 1 Padangsidempuan
4. Tahun 2011-2015 : IAIN Padangsidempuan

LAMPIRAN 1
KATA PENGANTAR UNTUK ANGKET (KUESIONER)

Perihal : Permohonan Pengisian Angket
Lampiran : Satu berkas

Kepada Yth.
Bapak / Ibu / Sdr/i Nasabah
PT. Bank Muamalat
di Tempat

Bapak/Ibu/Saudara/I dalam rangka menyelesaikan karya ilmiah (skripsi) pada program studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan maka saya,

Nama : Purnama Utami Rangkuti
Nim : 11 220 0073

Untuk membantu kelancaran penelitian ini, Dengan segala kerendahan hati dan harapan, peneliti mohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/I untuk mengisi daftar pertanyaan ini dengan sejujurnya sesuai dengan kenyataan yang ada.

Informasi yang Bapak/Ibu/Sdr/I berikan sangatlah berarti dalam penyelesaian skripsi peneliti dengan judul: **”FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH DALAM MENGGUNAKAN JASA BANK SYARIAH DI PT. BANK MUAMALAT CABANG PADANGSIDIMPUAN”**. Untuk mencapai maksud tersebut, peneliti mohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/I untuk mengisi kuisisioner ini dengan memilih jawaban yang telah disediakan.

Atas kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/I meluangkan waktu membantu peneliti mengisi kuisisioner ini, peneliti mengucapkan terimakasih.

Hormat saya,
Peneliti

Purnama Utami Rangkuti

Isilah jawaban berikut sesuai pendapat anda dengan memberikan tanda check list (√) pada kolom yang tersedia. Adapun makna tanda dalam kolom adalah sebagai berikut :

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

DAFTAR PERNYATAAN

A. Variabel Pelayanan

NO	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Karyawan bank memberikan informasi yang cukup jelas					
2.	Sikap ramah yang diberikan karyawan nasabah bank dalam melayani nasabah sudah baik					
3.	Bank selalu sigap dan tanggap dalam melayani nasabah.					
4.	Karyawan bank memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada nasabah					
5.	Bank antusias dalam menanggapi dan memahami keluhan-keluhan nasabah.					

B. Faktor Produk

NO	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya menabung di Bank Muamalat, karena produk tabunganya lebih unggul dari bank lain.					
2.	Produk yang beragam dan inovatif yang ditawarkan pihak bank kepada nasabah mudah dimengerti					
3.	Produk bank memberikan kemudahan bagi nasabah dalam melakukan transaksi perbankan secara syariah					
4.	Presentase nisbah bagi hasil yang diberikan lebih tinggi dibandingkan dengan bank syariah lainnya					
5.	Saya menabung di Bank Muamalat, karena produk tabungannya sesuai dengan kebutuhan masyarakat					

C. Variabel Minat Nasabah dalam Menggunakan Jasa Bank Syariah di Bank Muamalat cabang Padangsidimpuan

NO	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Bank memiliki citra yang baik					
2.	Kinerja bank sudah sesuai dengan prinsip syariah yang ada					
3.	Bank populer dikalangan masyarakat					
4.	Saya tetap berkeinginan untuk menggunakan jasa bank syariah					
5.	Saya akan menyarankan pada orang lain untuk menjadi nasabah di bank syariah.					

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

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

T Table Statistics

No	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	-1.67
2	-9.925	-6.205	-4.303	-2.92	62	-2.657	-2.297	-1.999	-1.67
3	-5.841	-4.177	-3.182	-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	-3.163	-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	-1.86	68	-2.65	-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	-2.29	-1.994	-1.667
12	-3.055	-2.56	-2.179	-1.782	72	-2.646	-2.289	-1.993	-1.666
13	-3.012	-2.533	-2.16	-1.771	73	-2.645	-2.289	-1.993	-1.666
14	-2.977	-2.51	-2.145	-1.761	74	-2.644	-2.288	-1.993	-1.666
15	-2.947	-2.49	-2.131	-1.753	75	-2.643	-2.287	-1.992	-1.665
16	-2.921	-2.473	-2.12	-1.746	76	-2.642	-2.287	-1.992	-1.665
17	-2.898	-2.458	-2.11	-1.74	77	-2.641	-2.286	-1.991	-1.665
18	-2.878	-2.445	-2.101	-1.734	78	-2.64	-2.285	-1.991	-1.665
19	-2.861	-2.443	-2.093	-1.729	79	-2.639	-2.285	-1.99	-1.664
20	-2.845	-2.423	-2.086	-1.725	80	-2.638	-2.284	-1.99	-1.664
21	-2.831	-2.414	-2.08	-1.721	81	-2.637	-2.284	-1.989	-1.664
22	-2.819	-2.405	-2.074	-1.717	82	-2.636	-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	-2.635	-2.282	-1.989	-1.663
25	-2.787	-2.385	-2.06	-1.708	85	-2.634	-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	-2.633	-2.281	-1.988	-1.663
28	-2.763	-2.368	-2.048	-1.701	88	-2.632	-2.28	-1.987	-1.662
29	-2.756	-2.364	-2.045	-1.699	89	-2.632	-2.28	-1.987	-1.662
30	-2.75	-2.36	-2.042	-1.697	90	-2.631	-2.28	-1.987	-1.662
31	-2.744	-2.356	-2.04	-1.696	91	-2.63	-2.279	-1.986	-1.662
32	-2.738	-2.352	-2.037	-1.694	92	-2.63	-2.279	-1.986	-1.662
33	-2.733	-2.348	-2.035	-1.692	93	-2.629	-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	-2.03	-1.69	95	-2.628	-2.277	-1.985	-1.661
36	-2.719	-2.339	-2.028	-1.688	96	-2.627	-2.277	-1.985	-1.661
37	-2.715	-2.336	-2.026	-1.687	97	-2.627	-2.277	-1.985	-1.661
38	-2.712	-2.334	-2.024	-1.686	98	-2.626	-2.276	-1.984	-1.661
39	-2.708	-2.331	-2.023	-1.685	99	-2.626	-2.276	-1.984	-1.66
40	-2.704	-2.329	-2.021	-1.684	100	-2.625	-2.276	-1.984	-1.66
41	-2.701	-2.327	-2.02	-1.683	101	-2.625	-2.275	-1.984	-1.66

LAMPIRAN 3

Hasil Uji Validitas Variabel Pelayanan

		Correlations					
		item1	item2	item3	item4	item5	skortotal
item1	Pearson Correlation	1	.415**	.259*	.113	.334**	.711**
	Sig. (2-tailed)		.000	.010	.266	.001	.000
	N	98	98	98	98	98	98
item2	Pearson Correlation	.415**	1	.187	.088	.351**	.636**
	Sig. (2-tailed)	.000		.065	.387	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98
item3	Pearson Correlation	.259*	.187	1	.316**	.333**	.642**
	Sig. (2-tailed)	.010	.065		.002	.001	.000
	N	98	98	98	98	98	98
item4	Pearson Correlation	.113	.088	.316**	1	.083	.400**
	Sig. (2-tailed)	.266	.387	.002		.419	.000
	N	98	98	98	98	98	98
item5	Pearson Correlation	.334**	.351**	.333**	.083	1	.735**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.001	.419		.000
	N	98	98	98	98	98	98
skortotal	Pearson Correlation	.711**	.636**	.642**	.400**	.735**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	98	98	98	98	98	98

Sumber: SPSS Versi 17,0

Hasil Uji Validitas Variabel Produk

Correlations

		item1	item2	item3	item4	item5	skortotal
item1	Pearson Correlation	1	.185	.347**	.767**	.936**	.854**
	Sig. (2-tailed)		.068	.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98
item2	Pearson Correlation	.185	1	.427**	.209*	.196	.550**
	Sig. (2-tailed)	.068		.000	.039	.053	.000
	N	98	98	98	98	98	98
item3	Pearson Correlation	.347**	.427**	1	.349**	.403**	.665**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98
item4	Pearson Correlation	.767**	.209*	.349**	1	.786**	.822**
	Sig. (2-tailed)	.000	.039	.000		.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98
item5	Pearson Correlation	.936**	.196	.403**	.786**	1	.877**
	Sig. (2-tailed)	.000	.053	.000	.000		.000
	N	98	98	98	98	98	98
skortotal	Pearson Correlation	.854**	.550**	.665**	.822**	.877**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	98	98	98	98	98	98

Sumber: SPSS Versi 17,0

Hasil Uji Validitas Variabel Minat nasabah

Correlations

		item1	item2	item3	item4	item5	skortotal
item1	Pearson Correlation	1	.522**	.347**	.338**	.637**	.781**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.001	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98
item2	Pearson Correlation	.522**	1	.326**	.301**	.301**	.685**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.003	.003	.000
	N	98	98	98	98	98	98
item3	Pearson Correlation	.347**	.326**	1	.508**	.377**	.718**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98
item4	Pearson Correlation	.338**	.301**	.508**	1	.297**	.680**
	Sig. (2-tailed)	.001	.003	.000		.003	.000
	N	98	98	98	98	98	98
item5	Pearson Correlation	.637**	.301**	.377**	.297**	1	.728**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.000	.003		.000
	N	98	98	98	98	98	98
skortotal	Pearson Correlation	.781**	.685**	.718**	.680**	.728**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	98	98	98	98	98	98

Analisis Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
minat nasabah	98	10	25	18.58	3.401
pelayanan	98	8	25	18.73	3.138
produk	98	6	25	18.44	3.714
Valid N (listwise)	98				

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pelayanan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.627	5

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Produk

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.806	5

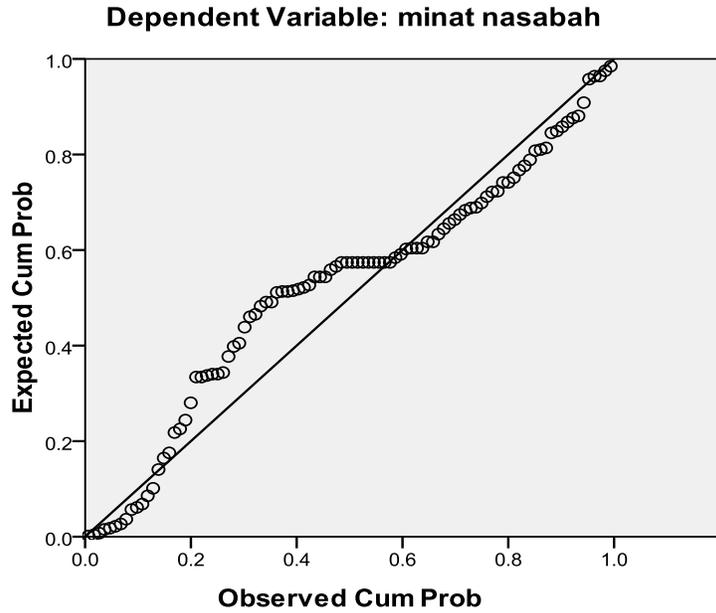
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat nasabah

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.763	5

Sumber: SPSS Versi 17.0

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Uji One Sample Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

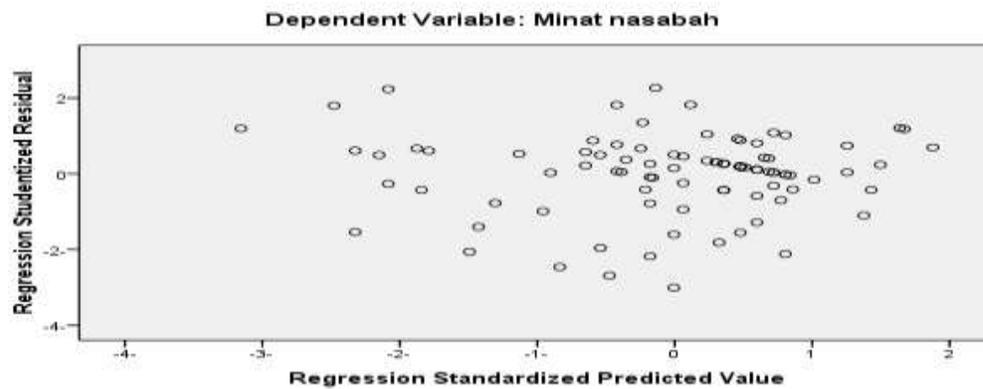
		y	x1	x2	Unstandardized Residual
N		98	98	98	98
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	18.58	18.73	18.44	.0000000
	Std. Deviation	3.401	3.138	3.714	2.85947945
Most Extreme Differences	Absolute	.192	.157	.245	.156
	Positive	.144	.082	.123	.063
	Negative	-.192-	-.157-	-.245-	-.156-
Kolmogorov-Smirnov Z		1.904	1.550	2.421	1.543
Asymp. Sig. (2-tailed)		.001	.016	.000	.117

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Uji Penyimpangan Heteroskedastisitas

Scatterplot



Uji Multikolinieritas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardize	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	d Coefficients			Beta	Toleranc
1	(Constant)	-7.366	1.929		3.818	.000		
	Pelayanan	.222	.104	.205	2.126	.036	.801	1.249
	Produk	.383	.088	.418	4.335	.000	.801	1.249

a. Dependent Variable: Minat Nasabah

Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-7.366	1.929		3.818	.000
	Pelayanan	.222	.104	.205	2.126	.036
	Produk	.383	.088	.418	4.335	.000

a. Dependent Variable: Minat Nasabah

Sumber: Data primer yang diolah, 2015

Korelasi Ganda (R)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.541 ^a	.293	.278	2.889

a. Predictors: (Constant), Produk, Pelayanan

b. Dependent Variable: Minat nasabah

Hasil Analisis Deteminasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.541 ^a	.293	.278	2.889

a. Predictors: (Constant), Produk, Pelayanan

b. Dependent Variable: Minat nasabah

Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.366	1.929		3.818	.000
	pelayanan	.222	.104	.205	2.126	.036
	produk	.383	.088	.418	4.335	.000

a. Dependent Variable: minat nasabah

Sumber: SPSS Versi 17.0

Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	328.715	2	164.357	19.686	.000 ^a
	Residual	793.132	95	8.349		
	Total	1121.847	97			

a. Predictors: (Constant), produk, pelayanan

b. Dependent Variable: minat nasabah

Sumber: SPSS Versi 17.0