



**PENGARUH LABEL SYARIAH TERHAADAP MINAT
MENJADI NASABAH PADA PT. BANK SYARIAH
MANDIRI Tbk KANTOR CABANG
PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat Mencapai
GelorSarjana Ekonomi (S.E) Dalam
Bidang Perbankan Syariah*

Oleh:

**DENI WINSAN RITONGA
NIM: 15 401 00273**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN
2020**



**PENGARUH LABEL SYARIAH TERHADAP MINAT
MENJADI NASABAH PADA PT. BANK SYARIAH
MANDIRI Tbk KANTOR CABANG
PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

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

Oleh

**DENI WINSAN RITONGA
NIM : 15 401 00273**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN
2020**



**PENGARUH LABEL SYARIAH TERHADAP MINAT
MENJADI NASABAH PADA PT. BANK SYARIAH
MANDIRI Tbk KANTOR CABANG
PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

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

Oleh

**DENI WINSAN RITONGA
NIM : 15 401 00273**

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

PEMBIMBING I

**Drs. Kamaluddin, M.Ag
NIP. 19651102 199103 1 001**

PEMBIMBING II

**Rodame Monitorir Napitupulu, M.M.
NIP.19841130 201801 2 001**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN
2020**



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

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

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **Deni Winsan Ritonga**
Lampiran : 6 (enam) Eksemplar

Padangsidimpuan, 20 Februari 2020
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam IAIN Padangsidimpuan
Di-
Padangsidimpuan

Assalamu'alaikumWr. Wb

Setelah membaca, meneliti dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **Deni Winsan Ritonga** yang berjudul "**Pengaruh Label Syariah Terhadap Minat Menjadi Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Tbk Kantor Cabang Padangsidimpuan**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Program Studi Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan.

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

Demikian kami sampaikan, semoga bapak dapat memakluminya dan atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikumWr. Wb.

PEMBIMBING I

Drs. Kamaluddin, M.Ag
NIP. 19651102 199103 1 001

PEMBIMBING II

Rodame Monitorir Napitupulu, M.M.
NIP. 19841130 201801 2 001

PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

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

Nama : Deni Winsan Ritonga
NIM : 15 401 00273
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : **Pengaruh Label Syariah Terhadap Minat Menjadi Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Tbk Kantor Cabang Padangsidempuan.**

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

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

Padangsidempuan, 20 Februari 2020

Saya yang menyatakan,



Deni Winsan Ritonga
NIM: 15 401 00273

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

Sebagai civitas akademik Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan.
Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Deni winsan Ritonga
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-Exclusif Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **Pengaruh Label Syariah Terhadap Minat Menjadi Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri, Tbk Kantor Cabang Padangsidempuan.** Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, megalith media/formatkan, mengelola dalam bentuk pengkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir Saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan
Pada tanggal : 20 Februari 2020
Yang menyatakan,



Deni Winsan Ritonga
NIM: 15 401 00273



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

DEWAN PENGUJI

SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Nama : DENI WINSAN RITONGA
NIM : 15 401 00273
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Label Syariah Terhadap Minat Menjadi Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Tbk Kantor Cabang Padangsidimpuan

Ketua

Delima Sari Lubis, MA
NIP. 19840512 201403 2 002

Sekretaris

Hamni Fadlilah Nasution, M. Pd
NIP.19830317 201801 2 001

Anggota

Delima Sari Lubis, MA
NIP. 19840512 201403 2 002

Hamni Fadlilah Nasution, M. Pd
NIP.19830317 201801 2 001

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

Azwar Hamid, MA
NIP. 19860311 201503 1 005

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah
Di : Padangsidimpuan
Hari/Tanggal : Kamis/ 11 Juni 2020
Pukul : 08.30 WIB s/d 11.30 WIB
Hasil/Nilai : LULUS / 72 (B-)
IPK : 3,23
Predikat : Sangat Memuaskan



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

Jalan H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4.5 Sihitang Padangsidempuan 22733
Telepon. (0634) 22080 Faximile. (0634) 24022

PENGESAHAN

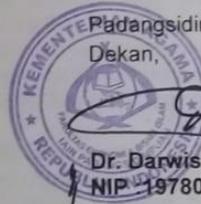
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Label Syariah Terhadap Minat Menjadi Nasabah
Pada PT. Bank Syariah Mandiri Tbk Kantor Cabang
Padangsidempuan.

NAMA : Deni Winsan Ritonga
NIM : 15 401 00273

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

Padangsidempuan, 30 Juli 2020

Dekan,



[Signature]
Dr. Darwis Harahap, S.HI, M.Si
NIP. 19780818 200901 1 015

ABSTRAK

Nama : Deni winsan Ritonga
Nim : 15 401 0023
Fakultas/ Prodi : Ekonomi Dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Label Syariah Terhadap Minat Menjadi Nasabah Pada PT Bank Syariah Mandiri Tbk Kantor Cabang Padangsidempuan

Masih minim pengetahuan masyarakat tentang label syariah, sehingga PT Bank Syariah Mandiri Tbk Kantor Cabang Padangsidempuan harus berperan maksimal dalam memperkenalkan label syariah kepada nasabah dan calon nasabah. Rumusan masalah dalam penelitian ini apakah label syariah berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah pada PT Bank Syariah Mandiri Tbk Kantor Cabang Padangsidempuan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh label syariah untuk menjadi nasabah pada PT Bank Syariah Mandiri Tbk Kantor Cabang Padangsidempuan. Kegunaan penelitian ini untuk peneliti, peneliti selanjutnya, dan PT Bank Syariah Mandiri Tbk Kantor Cabang Padangsidempuan.

Pembahasan penelitian ini berkaitan dengan metode bidang pemasaran. Sehubungan dengan itu teori yang digunakan yaitu label syariah dan minat menjadi nasabah. Label adalah suatu nama, symbol, tanda, desain atau kombinasi atas semua yang mampu mengidentifikasi dan mendefinisikan barang atau jasa yang ditawarkan oleh penjual produk dan jasa pesaingnya. Minat menjadi nasabah adalah merupakan suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang.

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi berjumlah sebanyak 3.526 orang. Penentuan sampel yang digunakan peneliti teknik *sampling incidental* dan berdasarkan perhitungan rumus slovin ditentukan jumlah sampel sebanyak 98 orang. Sumber data yang digunakan yaitu data sekunder dan primer. Teknik analisis data yang digunakan validitas, reliabilitas, normalitas, linearitas dan regresi linear sederhana.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil koefisien determinansi (R^2) sebesar 0,760 atau (76,0%) artinya variabel label syariah memengaruhi variabel minat menjadi nasabah sebesar 76,0% sedangkan sisanya 0,24 atau (24%) dipengaruhi oleh variabel lain. Hasil uji t menunjukkan bahwa secara signifikan terdapat pengaruh label syariah terhadap minat menjadi nasabah pada PT Bank Syariah Mandiri Tbk Kantor Cabang Padangsidempuan.

Kata Kunci : Label, Syariah, Minat.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

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

Skripsi ini berjudul “**Pengaruh Label Syariah Terhadap Minat Menjadi Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri, Tbk Kantor Cabang Padangsidimpuan**”, ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam Ilmu Perbankan Syariah di Institut Agama Islam Negeri.

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

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL. Rektor IAIN Padangsidimpuan, serta Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag, Wakil Rektor Bidang Akademik, Bapak Dr. Anhar, MA., Wakil Rektor Bidang Administrasi Perencanaan, Umum dan Keuangan dan Bapak Dr. H. Sumper

Mulia Harahap, M.Ag, Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Hubungan Institut.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si, Wakil Dekan Bidang Akademik Fakultas dan Pengembangan Lembaga, Bapak Drs. Kamaluddin, M.Ag, Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. H. Arbanur Rasyid, M.A, Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Ibu Nofinawati, MA sebagai Ketua Program Studi Perbankan Syariah, Ibu Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd sebagai sekretaris Program Studi Perbankan Syariah. Serta civitas akademik IAIN Padangsidimpuan yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan selama proses perkuliahan.
4. Bapak Drs. Kamaluddin, M,Ag selaku Pembimbing I dan Ibu Rodame Monitorir Napitupulu, M.M. selaku Pembimbing II saya, yang telah menyediakan waktunya dan memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat bermanfaat dan berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Khalid Syaifullah, selaku Pimpinan PT. Bank Syariah Mandiri, Tbk Kantor Cabang Padangsidimpuan, serta staf dan pegawai bank lainnya yang telah membantu meluangka waktu dan memberikan informasi tentang penelitian ini.
6. Bapak Yusri Fahmi, M.Hum., Kepala Perpustakaan serta pegawai

perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.

7. Bapak serta Ibu Dosen IAIN Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.
8. Penghargaan istimewa dan terimakasih yang tidak ternilai kepada kedua orang tua tercinta (Ayahanda Asrul Ritonga dan Ibunda Almh. Tima Sani Nasution) yang telah memberikan kasih sayang dan doa-doa mereka kepada peneliti, yang paling berjasa dalam hidup peneliti yang telah banyak berkorban serta memberi dukungan moral maupun material, semoga Allah SWT. Nantinya dapat membalas perjuangan mereka dengan selalu memberikan kesehatan kepada Ayah tercinta, dan surga Firdaus-Nya untuk Almh Ibu tercinta. Dan kepada Abang tercinta yang menjelma menjadi sosok seorang ibu bagi peneliti, dan begitu juga untuk adik perempuan peneliti yang selalu memberikan support kepada peneliti, dan juga untuk kakak peneliti (Pahmi Ritonga, Yana Safitri Ritonga dan Anggea Elza) yang senantiasa memberikan bantuan doa dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini serta keluarga lainnya.
9. Serta kepada sahabat-sahabat seperjuangan di Perbankan Syariah khususnya ruangan Perbankan Syariah 6 (PS-6) dan mahasiswa/I angkatan 2015 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Terutama untuk sahabat-sahabat peneliti yaitu Sahabat Timur Tengah (Muhammad Hanafi Hamonangan, Mukhlis Ibrahim, Abdul Rahim, Adelia Agustina, Waliul Nuroin, Wardana Caniago,

Nata Auliya, Yennita Sari, Nurilasari, Windi Rahmayanti). Dan Sahabat peneliti (Miko Mahendra, Ilham, Hariman, Taher). Dan teman-teman yang sangat luar biasa Assyuja (Ananda Putra Ia, Rendi Ahmad Sanjaya, Rasyid Husen, Rahmad Faisal, Marwan saputra, Jupadli Harahap ,Fajri Matondang, Asmar Fandi). Dan kepada semua (Kader HMI Komisariat Ekonomi Islam). Terimakasih atas dukungan, motivasi dan saran yang kalian berikan kepada peneliti agar tidak putus asa dalam menyelesaikan skripsi ini sehingga skripsi ini terselesaikan dengan baik. Mudah-mudahan Allah SWT mempermudah segala urusan kita Aamiin.

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

Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tidak terhingga kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu, peneliti dengan segala kerendahan hati menerima kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan penulisan skripsi ini. Semoga Allah SWT melindungi kita semua, dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak, Aamiin.

Padangsidempuan, 20 Februari 2020
Peneliti

Deni Winsan Ritonga
NIM. 15 401 00250

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

A. Konsonan

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

| Huruf Arab | Nama Huruf Latin | Huruf Latin | Nama |
|------------|------------------|---------------------|-----------------------------|
| ا | Alif | Tidak di lambangkan | Tidak di lambangkan |
| ب | Ba | B | be |
| ت | Ta | T | te |
| ث | ša | š | es (dengan titik di atas) |
| ج | Jim | J | je |
| ح | ħa | ħ | ha(dengan titik di bawah) |
| خ | Kha | Kh | kadan ha |
| د | Dal | D | de |
| ذ | žal | ž | zet (dengan titik di atas) |
| ر | Ra | R | er |
| ز | Zai | Z | zet |
| س | Sin | S | es |
| ش | Syin | Sy | es dan ye |
| ص | šad | š | s (dengan titik dibawah) |
| ض | đad | đ | de (dengan titik di bawah) |
| ط | ṭa | ṭ | te (dengan titik di bawah) |
| ظ | za | z | 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 |

B. Vokal

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

1. Vokal Tunggal adalah vocal 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 |

2. Vokal Rangkap adalah vocal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, translit erasinya gabungan huruf.

| Tanda dan Huruf | Nama | Gabungan | Nama |
|---|----------------|----------|---------|
|  | fathah danya | Ai | a dan i |
|  | fathah dan wau | Au | a dan u |

3. Maddah adalah vocal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, translit erasinya 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 |

C. Ta Marbutah

Transliterasi untuk Ta Marbutah ada dua.

1. *Ta Marbutah* hidup yaitu *Ta Marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan ḍommah, translit erasinya adalah /t/.

2. *Ta Marbutah* mati yaitu *Ta Marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, translit erasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhirkatanya *Ta Marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *Ta Marbutah* itu ditranslit erasikan dengan ha (h).

D. Syaddah (Tasydid)

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

E. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu : ﻻ . Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

1. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.
2. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

F. Hamzah

Dinyatakan didepan 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.

G. Penulisan Kata

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

H. Huruf Kapital

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

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

I. 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 Lektor Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektor Pendidikan Agama.

DAFTAR ISI

| | |
|--|-----------|
| HALAMAN JUDUL | |
| HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING | |
| LEMBAR PERNYATAAN PEMBIMBING | |
| SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI | |
| SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI SKRIPSI | |
| HALAMAN PENGESAHAN DEKAN | |
| ABSTRAK | |
| KATA PENGANTAR | ii |
| PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN..... | vi |
| DAFTAR ISI | xi |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| DAFTAR GAMBAR | xiv |
| | |
| BAB IPENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Identifikasi Masalah | 9 |
| C. Batasan Masalah | 9 |
| D. Definisi Operasional | 10 |
| E. Rumusan Masalah | 11 |
| F. Tujuan Penelitian | 12 |
| G. Manfaat Penelitian | 12 |
| H. Sistematika Pembahasan | 13 |
| | |
| BAB II LANDASAN TEORI | 15 |
| A. Landasan Teori..... | 15 |
| 1. Label | 15 |
| 2. Pengertian <i>Brand</i> | 17 |
| 3. Manfaat dan Tujuan Label | 27 |
| 4. Minat Menjadi Nasabah | 29 |
| 5. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat..... | 30 |
| 6. Macam-Macam Minat..... | 34 |
| 7. Minat Dalam Islam | 35 |
| B. Penelitian Terdahulu | 38 |
| C. Kerangka Pikir | 43 |
| D. Hipotesis | 44 |
| | |
| BAB III METODE PENELITIAN | 45 |
| A. Lokasi dan Waktu Penelitian | 45 |
| B. Jenis Penelitian..... | 45 |
| C. Populasi dan Sampul | 46 |
| 1. Populasi..... | 46 |
| 2. Sampel..... | 46 |
| D. Sumber Data | 48 |
| E. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data | 48 |

| | |
|--|-----------|
| 1. Angket..... | 49 |
| 2. Wawancara..... | 49 |
| 3. Observasi | 50 |
| 4. Dokumentasi..... | 50 |
| F. Teknik Analisis Data | 50 |
| 1. Uji validitas..... | 50 |
| 2. Uji reliabilitas | 51 |
| a. Uji Normalitas | 52 |
| b. Uji Linearitas | 53 |
| G. Analisis Regresi Linear Sederhana | 53 |
| H. Uji Hipotesis | 54 |
| 1. Uji signifikansi Individual (Uji t) | 55 |
| 2. Koefisien Determinasi (R^2) | 55 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN | 57 |
| A. Gambaran Umum Perusahaan | 57 |
| 1. Sejarah Bank Syariah Mandiri..... | 57 |
| 2. Visi dan Misi Bank Syariah Mandiri..... | 60 |
| 3. Jenis-jenis Pembiayaan | 61 |
| 4. Struktur Organisasi..... | 62 |
| 5. Pembagian Tugas | 64 |
| B. Uji Validitas dan Reliabilitas | 73 |
| 1. Uji Validitas..... | 73 |
| 2. Uji Reliabilitas | 75 |
| C. Uji Normalitas..... | 77 |
| D. Uji Linearitas | 78 |
| E. Uji Regresi Linear Sederhana | 79 |
| F. Uji Hipotesis | 80 |
| 1. Uji signifikansi Individual (Uji t) | 80 |
| 2. Uji Koefisien Determinansi | 81 |
| G. Hasil Pembahasan | 82 |
| H. Keterbatasan Peneliti | 84 |
| BAB V PENUTUP | 85 |
| A. Kesimpulan..... | 85 |
| B. Saran | 85 |
| DAFTAR PUSTAKA | |
| DATAR RIWAYAT HIDUP | |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN | |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1.1 :Jumlah Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan | 5 |
| Tabel 1.2 : Defenisi Operasional..... | 10 |
| Tabel II.1: Penelitian Terdahulu..... | 38 |
| Tabel IV.1: Hasil Uji Validitas Label Syariah (X)..... | 74 |
| Tabel IV.2 : Hasil Uji Validitas Minat Menjadi Nasabah (Y)..... | 75 |
| Tabel IV.3 : Hasil Uji Reliabilitas Variabel Label Syariah (X) | 76 |
| Tabel IV.4 : Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Menjadi Nasabah (Y) | 76 |
| Tabel IV.5 : Hasil Uji Normalitas | 77 |
| Tabel IV.6 : Hasil Uji Linearitas Dengan Nilai F | 78 |
| Tabel IV.7 : Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana | 79 |
| Tabel IV.8 : Hasil Uji t | 81 |
| Tabel IV.9 : Hasil Uji R Square R^2 | 81 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|-----------|
| Gambar II.1: Kerangka Berpikir..... | 44 |
| Gambar IV.1 : Struktur Organisasi..... | 63 |

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bank Syariah di Indonesia lahir sejak tahun 1992. Bank Syariah pertama di Indonesia adalah Bank Muamalat Indonesia, dan di tahun 1999 juga berdiri Bank Syariah Mandiri, pendirian Bank Syariah Mandiri (BSM) menjadi pertarungan bagi bankir syariah. Bila Bank Syariah Mandiri berhasil, maka Bank Syariah di Indonesia berkembang. Bila BSM gagal, maka kemungkinan besar Bank Syariah di Indonesia gagal. Hal ini disebabkan karena BSM merupakan Bank Syariah yang didirikan oleh Bank BUMN milik pemerintah.

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 yang dibayar kepada penyimpan dana di Bank Syariah.

Bank Syariah merupakan bank kegiatannya mengacu pada hukum Islam, dalam kegiatannya tidak membebankan bunga maupun tidak membayar bunga kepada nasabah. 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 di atur dalam Syariah Islam.¹

Seiring perkembangan zaman akhirnya, di Indonesia hal hal yang menggunakan nama atau label “syariah” cukup banyak bermunculan, dan sejak diterbitkannya UU No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah, sejumlah bank nasional maupun swasta dan lembaga keuangan lainnya mulai menerapkan konsep-konsep syariah dalam bisnisnya, seperti PT. Bank Mega Syariah, PT. BCA Syariah, PT. BNI Syariah, PT. BSS dan Unit Usaha Syariah lainnya, dan menjadi *trend* di masyarakat Indonesia di berbagai bidang, khususnya di bidang perbankan, dan juga banyak produk-produk yang menggunakan nama atau label “syariah” tersebut. Bank syariah yang menjadi *trend* dalam perekonomian saat ini. Terlebih *trend* sistem syariah menguat sebagai solusi pasca krisis global, bank syariah terbukti tak terkena imbas karena bergerak di sektor *riil* dan tidak memakai sistem.

Tingginya jumlah penduduk yang beragama Islam di Indonesia merupakan peluang yang sangat besar bagi Bank Syariah dalam meraih nasabah, peluang tersebut telah diperkuat dengan Fatwa dari MUI pada bulan Januari 2004 tentang haramnya bunga Bank, namun banyak masyarakat di Indonesia ini yang mengetahui bahwa bunga bank itu haram, namun tetap saja dilakukan masyarakat, hal ini disebabkan kurangnya pengetahuan masyarakat tentang “Syariah” sebagian orang beranggapan bahwa “Syariah” itu hanyalah sebuah nama saja yang menempel di nama sebuah bank itu, dan masyarakat beranggapan bahwa semua

¹Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenada Group, 2011), hlm. 31-33.

bank itu sama, dan nama “Syariah” itu tidak jadi pembeda antara satu bank dengan bank yang lainnya, dan ada nya bank yang menggunakan sistem bagi hasil, didasarkan pada dua alasan utama yaitu (1) Adanya pandangan bahwa bunga (*interest*) pada Bank Konvensional hukumnya haram karena termasuk dalam kategori riba yang dilarang dalam agama, bukan saja pada agama islam tetapi juga oleh agama sunawi lainnya, (2) Dari aspek ekonomi, penyerahan resiko usaha terhadap salah satu pihak dinilai melanggar norma keadilan. Dalam jangka panjang sistem Perbankan Konvensional akan menyebabkan penumpukan kekayaan pada segelintir orang yang memiliki *capital* besar. Hal inilah yang menjadikan suatu bisnis berbasiskan “Syariah” khususnya perbankan menjadi sangat penting, yaitu untuk menciptakan keadilan, menjauhkan masyarakat dari praktek-praktek riba dan menciptakan kemaslahatan umat manusia baik didunia maupun di akhirat.²

Ada beberapa faktor-faktor yang harus diperhatikan oleh Bank Syariah agar nasabah tertarik untuk memilih Bank Syariah. Adapun faktor faktor yang harus diperhatikan Bank Syariah untuk menarik minat masyarakat agar memilih bank syariah yaitu menyangkut pada aspek pelayanan yang diberikan kepada masyarakat. Selain sisi pelayanan yang baik, setiap perusahaan baik barang maupun jasa, jika ingin banyak dikenal oleh masyarakat harus memberikan pelayanan yang memuaskan. Selain sisi pelayanan, setiap perusahaan baik barang

²Muhammad Syakir Sula dan Hermawan, *Syariah Marketing*, (Jakarta: Mizan, 2005), hlm. 45.

maupun jasa, jika ingin banyak dikenal oleh masyarakat. Sangatlah perlu mempertimbangkan sebuah nama atau *brandcompany*. Dalam dunia bisnis *brandcompany* menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi atas keberhasilan suatu perusahaan.³

Sejalan dengan itu, dengan lahirnya Bank Syariah di Indonesia, banyak lembaga keuangan yang menggunakan label atau *brand* “Syariah” pada nama perusahaannya. Tidak dapat dipungkiri bahwa *brand* yang terkenal pasti mutunya terjamin juga.⁴ Melihat situasi demikian maka Bank Syariah harus dapat mempopulerkan *brand* mereka supaya dapat bersaing dengan Konvensional dalam hal menarik minat masyarakat untuk menjadi nasabahnya. Hal tersebut juga dapat jadi pembeda antara Bank Konvensional dengan Bank yang menjalankan prinsip Syariah.

Pelayanan yang diberikan oleh Bank Syariah terhadap masyarakat harus terus ditingkatkan karena hakikat dari bisnis perbankan adalah bisnis jasa yang berdasarkan pada asas kepercayaan sehingga masalah kualitas layanan menjadi faktor yang sangat menentukan dalam keberhasilan usaha. Kualitas layanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang di terima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang di harapkan (*expected service*).⁵

³Lamb, Hair, Mc Daniel, *Manajemen Pemasaran*,(Jakarta: Salemba Empat, 2001), hlm. 03.

⁴Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Jakarta Salemba Empat, 2001), hlm.59.

⁵Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Prenhallindo, 2002), hlm. 20.

Berikut adalah data jumlah nasabah PT. Bank Syariah Mandiri Tbk Kantor Cabang Padangsidempuan dari tahun 2014–2018.⁶

Tabel 1.I
Jumlah Nasabah PT. Bank Syariah Mandiri Tbk Kantor
Cabang Padangsidempuan Tahun 2014 - 2018

| No. | Tahun | Jumlah nasabah |
|-----|-------|----------------|
| 1. | 2014 | 4.499 |
| 2. | 2015 | 3.576 |
| 3. | 2016 | 3.990 |
| 4. | 2017 | 3.195 |
| 5. | 2018 | 3.526 |

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa jumlah nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri, Tbk Kantor Cabang Padangsidempuan di 5 tahun cenderung menurun. Pada tahun 2014 jumlah nasabah PT. Bank Syariah Mandiri, Tbk Kantor Cabang Padangsidempuan tertinggi yaitu sebanyak 4.499 nasabah, dan kemudian di tahun 2015 jumlah nasabah PT. Bank Syariah Mandiri, Tbk Kantor Cabang Padangsidempuan menurun menjadi 3.576 nasabah, dan kemudian ditahun 2016 jumlah nasabah PT. Bank Syariah Mandiri, Tbk Kantor Cabang Padangsidempuan mengalami peningkatan dari tahun 2015, dari 3.576 nasabah meningkat menjadi 3.990 nasabah, dan ditahun berikutnya pada tahun 2017 PT. Bank Syariah

⁶Della Silvia, *costumer service*, wawancara di PT. Bank Syariah Mandiri, Tbk Kantor Cabang Padangsidempuan pada tanggal 18 Juli 2019.

Mandiri, Tbk Kantor Cabang Padangsidempuan kembali mengalami penurunan jumlah nasabah dari 3.990 jumlah nasabah menurun menjadi 3.195 nasabah, dan pada tahun 2018 jumlah nasabah PT. Bank Syariah Mandiri, Tbk Kantor Cabang Padangsidempuan meningkat dari tahun 2017, dari 3.195 jumlah nasabah meningkat menjadi 3.526 nasabah. Tapi tidak sebanyak tahun 2014, 2015, 2016.

Untuk mengatasi permasalahan di atas PT. Bank Syariah Mandiri, Tbk Kantor Cabang Padangsidempuan harus berperan maksimal dalam memperkenalkan label syariah kepada masyarakat. Dan harus memperbanyak sosialisasi tentang label syariah yang ada pada PT. Bank Syariah Mandiri, Tbk Kantor Cabang Padangsidempuan agar masyarakat berminat menjadi nasabah bank tersebut, karena sebagian masyarakat masih minim yang mengetahui apa itu yang dikatakan syariah dan bagaimana sistemnya pada suatu lembaga perusahaan tersebut.

Dalam wawancara yang peneliti lakukan pada tanggal 01 Januari 2019 pada pukul 20:15 sampai selesai dengan ibu Tito Imelda di Desa Manunggang Julu tentang bank syariah dan Bank Konvensional, dalam wawancara yang saya lakukan ibu Tito mengatakan bahwa bank syariah dan Bank Konvensional itu sama, sama - sama memiliki potongan dalam dalam setiap penarikan ATM dan Bank Syariah dan Bank Konvensional sama-sama memiliki bunga, hanya saja bank syariah memiliki bunga lebih murah, dan juga Bank Syariah itu lebih bisa limid dibawah Rp. 50.000 sedangkan Bank Konvensional harus diatas Rp.50.000, dan ibu Tito juga mengatakan dia tidak mengetahui apa saja ke untungan dalam menggunakan Bank Syariah dan sistem yang ada pada Bank Syariah sangat rumit

lebih mudah sistem yang ada pada Bank Konvensional, dan peneliti juga menanyakan tentang label syariah yang ada pada suatu bank, Ibu Tito mengatakan label syariah itu hanya tambahan nama pada suatu bank tapi tidak mengetahui tentang label syariah dan apa kegunaan label syariah tersebut. Dan ibu Tito memberikan alasan kenapa Ibu Tito tidak menggunakan bank syariah karena bank syariah itu memiliki sistem yang sangat rumit dan lebih mudah sistem yang ada pada Bank Konvensional.⁷

Dan beberapa persepsi masyarakat terhadap perbankan syariah menurut beberapa peneliti yang telah terlebih dahulu melakukan penelitian tentang persepsi masyarakat terhadap perbankan syariah. Menurut sebagian pedagang yang membutuhkan pinjaman, menyatakan kredit di bank syariah prosesnya rumit dan berbelit-belit, bank syariah juga masih dipandang sebagai lembaga sosial seperti menyalurkan zakat dan memberikan uang tanpa perlu mengembalikan, ada pula sebagian masyarakat yang berpendapat suku bunga di Bank Konvensional bukan riba selama tidak melebihi tingkat inflasi sekitar 10% , sehingga suku bunga bank 10% atau kurang dari 10% berarti bukan riba. Bunga itu hanya penggantian terhadap nilai uang yang turun dari akibat inflasi tersebut, ini menjadi alasan mengapa masyarakat lebih memilih Bank Konvensional.

Menurut pendapat Elly Nurrohman dalam penelitiannya tentang

⁷Hasil wawancara dengan salah satu tokoh masyarakat tentang bank syariah dan bank konvensional pada tanggal 01 oktober 2019, di Manunggang Julu.

Persepsi masyarakat tentang perbankan syariah, dan dalam penelitiannya Elly Nurrohman menyatakan masyarakat masih banyak yang ragu-ragu mengenai sistem bagi hasilnya, hal ini disebabkan kurangnya pemahaman masyarakat tentang perbankan syariah, sehingga minat masyarakat sangat kecil untuk menggunakan jasa perbankan syariah.

Menurut Rudi widodo dalam penelitian menjelaskan bahwa:

Masyarakat muslim pada lembaga keuangan syariah dapat di kategorikan baik, akan tetapi masih banyak masyarakat yang ragu-ragu mengenai sistem bagi hasil yang disebabkan kurangnya pemahaman masyarakat tentang lembaga keuangan syariah, baik itu mengenai nama nama produk, jenis dan lainya.⁸

Berdasarkan dari ketiga pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa pengetahuan masyarakat tentang perbankan syariah dan lembaga keuangan syariah masih sangat minim, karena masyarakat beranggapan bahwa Bank Konvensional adalah bank yang dapat memberikan kemudahan dan Bank Konvensional juga memberikan keuntungan (laba) kepada masyarakat.

Dan pentingnya sebuah label, nama, atau *brand* dalam sebuah bisnis. Tentu tujuan utamanya adalah agar masyarakat berminat menggunakan jasa bank syariah tersebut. Oleh karena itu juga, penulis tertarik mengetahui, seberapa besar pengaruh label, nama, *brand* suatu perusahaan perbankan dalam minat keputusan

⁸Rudi Widodo Hamid, Presepsi Mahasiswa IAIN Walisongo Terhadap Perbankan Syariah, (Jakarta: 2013), hlm. 17.

masyarakat atau nasabah dalam memilih bank syariah, yang berjudul:
**“PENGARUH LABEL SYARIAH TERHADAP MINAT MENJADI
NASABAH PADA PT. BANK SYARIAH MANDIRI Tbk KANTOR
CABANG PADANGSIDIMPUAN”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat di identifikasikan masalah yaitu, ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat nasabah, antara lain:

1. Terjadi fluktuasi pada jumlah nasabah Bank Syariah
2. Kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap label syariah
3. Kurangnya minat masyarakat dalam menggunakan jasa Bank Syariah
4. Kurang nya promosi kepada masyarakat yang menyebabkan kurang minat masyarakat untuk menggunakan Bank Syariah

C. Batasan Masalah

Berdasarkan penjelasan identifikasi masalah di atas maka penelitian membuat batasan masalah agar dapat mengungkapkan masalah dengan teliti, tuntas, mendalam dan sesuai kemampuan peneliti. Dimana penelitian ini di batasi pada masalah pengaruh label syariah terhadap minat menjadi nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri, Tbk Kantor Cabang Padangsidimpuan.

D. Definisi Operasional

Untuk menjelaskan variabel-variabel yang ada pada batasan masalah, maka perlu definisi operasional variabel, sebagai upaya untuk memahami penelitian ini.

Definisi dari variabel-variabel yang diteliti adalah:

Tabel I.2

Definisi Operasional Variabel

| No. | Variabel | Definisi | Indikator | Skala Variabel |
|-----|-------------------|---|---|----------------|
| 1. | Label Syariah (X) | Label syariah adalah suatu nama, simbol, tanda, desain atau kombinasi atas semuanya yang mampu mengidentifikasi dan <i>mendiferensiasikan</i> barang atau jasa yang ditawarkan oleh penjual produk dan jasa pesaingnya. | -Persepsi -Positif -Kepercayaan -Manfaat -Keyakinan -Janji | Ordinal |
| 2. | Minat Menjadi | Minat merupakan kesukaan terhadap | -Keinginan diri sendiri | Ordinal |

| | | | | |
|--|----------------|---|--|--|
| | Nasabah (Y) | sesuatu. Dan juga merupakan sumber motivasi nasabah yang biasa yang berkaitan dengan bank/keuangan atau juga konsumen yang menggunakan produk yang di tawarkan oleh sesuatu perusahaan yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan. | -Faktor emosional -Motif sosial | |
|--|----------------|---|--|--|

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah tersebut maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah. Apakah label syariah berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk menjadi nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri, Tbk Kantor Cabang Padangsidimpuan.

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh label “syariah” terhadap minat masyarakat untuk menjadi nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri, Tbk Kantor Cabang Padangsidempuan.

G. Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti, peneliti langsung berinteraksi dengan nasabah PT. Bank Syariah Mandiri, Tbk Kantor Cabang Padangsidempuan dan masyarakat umum untuk mengetahui seberapa besar pengaruh label “syariah” terhadap minat masyarakat menjadi nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri, Tbk Kantor Cabang Padangsidempuan, dan seberapa kuat pengaruh suatu label syariah itu terhadap kemajuan suatu bank, dan juga untuk menambah pengalaman, pengetahuan dan wawasan dan menyalurkan teori-teori yang diperoleh peneliti dan sebagai persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana (S.E) pada jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
2. Bagi peneliti selanjutnya, dengan adanya penelitian ini diharapkan bisa menjadi sumber tambahan informasi dan pengetahuan untuk lebih memahami apa itu syariah, dan produk produk syariah dalam perbankan.
3. Bagi PT. Bank Syariah Mandiri, Tbk Kantor Cabang Padangsidempuan. Penelitian ini diharapkan berguna sebagai bahan masukan untuk lebih meningkatkan promosi dan sosialisasi kepada masyarakat juga pelayanan terhadap nasabah dalam memilih menggunakan bank syariah dan produk-produk perbankan syariah, dengan menggunakan label syariah perusahaan

tersebut merencanakan masa depan keluarga yang sejahtera penuh dengan keberkahan dunia maupun akhirat.

H. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan skripsi terdiri dari bagian-bagian agar lebih mudah memahami isinya.

Bab I berisikan latar belakang skripsi tersebut dibuat dan alasan-alasan yang menjadi pedoman. Dilanjutkan dengan identifikasi masalah yaitu lanjutan yang dibuat dalam penelitian dan mendeteksi permasalahan apa saja yang ada dari latar belakang masalah. Batasan penelitian dibuat untuk mendapatkan hasil yang lebih spesifik dan mendalam. Selanjutnya perumusan dan masalah tujuan penelitian serta variabel penelitian yang di jelaskan satu persatu dan mengambil poin ini agar dapat mudah dapat dipahami pada pembahasan selanjutnya.

Bab II menjelaskan mengenai landasan teori mengenai variable-variabel yang di cantumkan dalam penelitian seperti definisi label syarih, dan minat menjadi nasabah. Teori dan pembahasan yang berkaitan demi mendukung hasil penelitian tersebut. Penelitian ini juga mencantumkan penelitian terdahulu sebagai acuan memperkuat penelitian. Hipotesis atau hasil sementara yang disimpulkan juga ada, untuk menjelaskan hasil yang diperoleh peneliti sebelum melakukan riset kelapangan.

Bab III menjelaskan mengenai dimanakah lokasi dan waktu penelitian yang dilakukan peneliti. Serta bagaimana peneliti mengambil data, apakah melalui angket, wawancara, atau dokumen dalam penelitiannya. Pada bagian ini juga

dijelaskan teknik analisis data apa sajakah yang digunakan oleh peneliti seperti uji validas, uji reabilitas. selain itu ada juga uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normlitas, uji asumsi klasik, ditambah dengan uji hipotesis yang terdiri dari uji R square, uji T, uji F. serta analisis regresi sederhana dalam melakukan penelitian, serta alasan mengapa analisis data tersebut di gunakan pada penelitian ini.

Bab IV berisikan analisa pembahasan dan hasil penelitian yang mencakup tentang pengaruh label syariah terhadap minat menjadi nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri, Tbk Kantor Cabang Padangsidempuan.

Bab V menjelaskan mengenai kesimpulan dan merangkum hal-hal penting dengan singkat jelas dan padat yang mencakup seluruh poin-poin intinya. Kemudian dilanjutkan dengan pengisian saran-saran yang diharapkan dapat menjadi pemacu lebih baik lagi bagi pihak-pihak yang terlibat dalam saran yang dicantumkan tersebut.

BAB II

LANDASAN TEORI

I. Landasan Teori

1. Kerangka Teori

a. Label

Menurut KBBI label adalah sepotongan kertas (kain, logam, kayu, dan sebagainya) yang ditempelkan pada barang dan menjelaskan tentang nama barang, nama pemilik, tujuan, alamat, dan sebagainya. Label adalah suatu nama, simbol, tanda, desain atau kombinasi atas semuanya yang mampu mengidentifikasi dan mendiferensiasikan barang atau jasa yang ditawarkan oleh penjual produk dan jasa pesaingnya. Label yang kuat ditandai dengan dikenalnya suatu label dalam masyarakat, persepsi positif dari pasar dan kesetiaan konsumen terhadap label yang tinggi.⁹

Menurut pakar, label adalah sesuatu yang pada gilirannya memberi tanda pada konsumen mengenai sumber produk tersebut di samping itu, merek melindungi, baik konsumen maupun produsen dari pada kompetitor yang berusaha memberikan produk produk yang tampak identik.

Dengan adanya label, konsumen dapat membedakan produk yang satu dengan yang lain diharapkan akan memudahkan konsumen dalam

⁹M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 155.

menentukan produk atau jasa yang akan dipilih berdasarkan berbagai pertimbangan serta menimbulkan kesetiaan terhadap suatu label.

Label berkaitan dengan kepercayaan konsumen terhadap suatu produk atau layanan, yang diyakini tidak saja dapat memenuhi kebutuhan mereka, tetapi dengan memberikan kepuasan yang lebih baik dan terjamin. Istilah label muncul ketika persaingan produk semakin tajam dan menyebabkan perlunya penguatan peran label untuk mengelompokkan produk dan layanan yang dimiliki dalam satu kesatuan guna membedakan produk itu dengan produk pesaing lain. Pada hakikatnya, label merupakan jaminan kualitas, asal usul dan performa, yang demikian meningkatkan nilai yang dirasakan pelanggan dan mengurangi risiko dan kompleksitas dan keputusan memilih.¹⁰

Label dapat dipahami lebih dalam pada tiga hal berikut ini:

- a) Nama label: Bank Syariah Mandiri, BRI Syariah, Aqua, Bata, Rinso, Acer, *Windows*, Toyota, KFC, dan lain sebagainya.
- b) Simbol: simbol huruf iB menjadi *brand* dari perbankan syariah di Indonesia, gambar atau simbol sayap pada motor Honda, gambar jendela pada *Windows*, simbol orang tua berjenggot pada *brand* orang tua (OT) dan *Kentucky Friend Chicken* (KFC), dan masih banyak contoh-contoh lainnya yang dapat kita temui di kehidupan sehari-hari.

¹⁰*Ibid*, hlm. 156.

- c) *Trade character* (Karakter Dagang): Ronald McDonald pada restoran McDonalds, si Domar pada Indomaret, burung dan kucing pada produk makanan Gery, dan lain sebagainya.

Selain memiliki arti sebagai yang dijelaskan sebelumnya, label juga memiliki arti:¹¹

- a) Label adalah janji
- b) Label sepenuhnya adalah persepsi masyarakat mengenai suatu produk, jasa atau bisnis
- c) Label adalah jalan pintas atribut, manfaat, keyakinan, dan nilai yang membedakan, mengurangi kompleksitas, dan menyederhanakan proses pengambilan keputusan.

b. Pengertian *Brand*

Menurut Philip Kotler *Brand* adalah *a name, term, sign, symbol or design or a services of one seller or group of seller and to differentiate them from those of competitor*, *Brand* juga berarti cap dagang atau memberi tanda, merek yang sudah dikenal memberikan informasi. Pengenalan dan rasa percaya kepada konsumen, merek adalah janji penjualan untuk menyampaikan kumpulan sifat, merek terbaik menjadi jaminan mutu.

¹¹Philip Kotler dan Waldemar, *B2B Brand Management*, ahli bahasa Sihandri, (Jakarta: BIP, 2006), hlm.1-5.

Menurut Aaker *Brand* adalah nama atau simbol yang bersifat membedakan dengan maksud mengidentifikasi barang atau jasa dari seorang atau kelompok penjual tertentu sehingga membedakannya dari produk lain yang dihasilkan oleh para kompetitor. Membedakan disini bisa berarti dari segi logo, cap, nama, kemasan dll.

Brand atau merek dapat menyampaikan tiga tingkat arti yaitu.

1. Manfaat

Pelanggan tidak membeli citra merek, mereka membeli manfaat. Oleh karena itu harus diterjemahkan menjadi manfaat fungsional dan emosional. Misalnya “awet” diterjemahkan menjadi manfaat fungsional dan “mahal” mungkin di terjemahkan menjadi manfaat emosional.

2. Nilai

Nilai bagi pelanggan merupakan perbedaan antara nilai yang dinikmati pelanggan karena memiliki serta menggunakan suatu produk dan biaya untuk memiliki produk tersebut, merek mencerminkan sesuatu mengenai nilai pembeli.

3. Kepribadian

Merek juga menggambarkan kepribadian tertentu, pada *marketing* syariah *brand* atau merek adalah suatu identitas terhadap suatu produk atau jasa perusahaan, *Brand* mencerminkan nilai (value) yang diberikan perusahaan terhadap konsumen. *Brand* yang baik adalah *Brand* yang mempunyai karakter yang kuat, yang menerapkan *marketing* syariah, suatu

Brand juga mencerminkan karakter karakter yang tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah atau nilai-nilai spritual.

Melalui arti diatas, label syariah yang tercantum pada nama perusahaan atau pada nama produk bank syariah harus memiliki seluruh komponen komponen di atas, janji yaitu mengandung janji penyediaan jasa yang sesuai dengan petunjuk Al-quran dan Sunnah. Label syariah juga mampu menyakinkan persepsi masyarakat bahwa produk jasanya telah sesuai syariah baik melalui implementasinya dan akadnya. Label syariah juga harus mampu mendapatkan tempat istimewa dibenak para nasabahnya dan sebagai alat untuk mendiferensikan dengan bank konvensional guna memudahkan pengambilan keputusan konsumen dalam memilih bank syariah.

Label sebenarnya merupakan janji penjual secara konsisten memberikan tampilan, manfaat, dan jasa tertentu kepada pembeli. Label label terbaik memberikan jaminan mutu. Tetapi label lebih dari sekedar simbol. Label dapat memiliki enam tingkatan pengertian:¹²

- a) Atribut: label mengingatkan pada atribut-atribut tertentu. Bank Mandiri Syariah menyatakan transaksi yang syariah, produk yang dibuat dengan baik, bebas dari riba, mitra bisnis yang terpercaya dan lain lain. Perusahaan dapat menggunakan satu atau lebih atribut atribut ini mengiklankan,

¹²*Ibid*, hlm.11.

“pertama murni syariah” seperti slogan Bank Muamalat Indonesia, hal ini berfungsi sebagai dasar untuk meletakkan posisi bagi memproyeksikan atribut lainnya. Agar masyarakat *terinfluence* melalui slogan tersebut dan akhirnya menggunakan jasanya.

- b) Manfaat: label tidak saja serangkaian atribut. Pelanggan tidak membeli atribut, mereka memberi manfaat. Atribut diperlukan untuk dikembangkan menjadi manfaat fungsional dan atau emosional. Atribut “ tahan lama” dapat dikembangkan menjadi manfaat fungsional.
- c) Nilai: label juga menyatakan nilai produsen. Suatu bank syariah menyatakan kinerja tinggi, bebas riba, jaminan keamanan, dan lain lain. Pemasar label harus dapat mengetahui kelompok konsumen yang mencari nilai nilai ini.
- d) Budaya: label juga memiliki budaya tertentu. Bank syariah mewakili budaya ajaran islam yang berprinsip keadilan yang bukan hanya berorientasi kemaslahatan di dunia, tetapi juga akhirat.
- e) Kepribadian: label juga mencerminkan kepribadian tertentu. Label juga merupakan cerminan dari orang, binatang, atau suatu obyek.
- f) Pemakai: label juga menunjukkan jenis konsumen yang membeli atau menggunakan produk tertentu. Seperti bank syariah, banyak masyarakat yang menganggap bahwa bank tersebut konsumennya hanya yang beragama islam saja. Tetapi tidak demikian, dengan nilai keislaman yang *universal*, sehingga nasabah bank syariah bukan yang beragama Islam saja.

Hal tersebut adalah contoh bahwa label mampu menunjukkan pemakai atas suatu produk atau jasa.

Dengan enam tingkat pengertian dari label, pemasar harus menentukan pada tingkat mana akan ditetapkan identitas label. Merupakan suatu kesalahan untuk mempromosikan hanya atribut label saja, yang akan menyebabkan:

- a) Pembeli tidak begitu tertarik dengan atribut label dibanding dengan manfaat label.
- b) Pesaing dapat dengan mudah meniru atribut tersebut.
- c) Atribut yang sekarang kelamaan akan menurun artinya, sehingga merugikan label yang terkait pada atribut tersebut.

Menurut Aaker, *Brand* memiliki lima kategori:¹³

- a) Loyalitas merek
- b) Kesadaran akan merek
- c) Kualitas yang dirasakan
- d) Asosiasi merek sebagai tambahan terhadap kesan kualitas
- e) *Brand* aset seperti paten, merek dagang, *channel*, *relationship*, dan lain lain.

¹³Husein Umar, *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*, (Jakarta: TP. Gramedia Pustaka Utama, 2000), hlm.424-425.

Kelima kategori inilah yang harus dijalankan dan didapatkan dari para konsumennya oleh setiap perusahaan secara beruntutan dari urutan pertama sampai kelima, jika ingin mencapai hasil yang maksimal. Penggunaan sebuah label atau merek atau label akan membuat usahanya mampu bersaing di pasar.

Menurut penjelasan diatas maka PT. Bank Syariah Mandiri, Tbk Kantor Cabang Padangsidimpuan harus lebih memperkenalkan kepada masyarakat apa itu syariah dengan cara melakukan sosialisai dan promosi kepada masyarakat, agar masyarakat lebih paham dan mengetahui apa itu label syariah dan bagaimana sistem yang ada di bank syariah sehingga masyarakat berminat menggunakan bank syariah.

Adapun promosi merupakan kegiatan *marketing mix* yang terakhir setelah produk, harga dan tempat, serta inilah yang paling sering di identikkan sebagai aktivitas pemasaran dalam arti sempit, baik dia mempromosikan produk produk bank, dan juga mempromosikan suatu *brand* atau nama bank yang menggunakan label syariah agar lebih banyak di kenal calon nasabahnya, dalam mempromosikan suatu Bank Syariah seorang *marketing* harus bisa mempromosikan Bank Syariah itu kepada calon nasabahnya sebaik mungkin agar calon nasabahnya tertarik untuk berhubungan dan menjadi nasabah mereka, selain itu promosi juga berfungsi mengingatkan nasabah akan produk suatu bank syariah itu.

Promosi juga ikut memengaruhi nasabah untuk membeli produk suatu Bank Syariah, dan akhirnya promosi juga akan meningkatkan citra suatu bank syariah di mata para nasabahnya, karna *brand* atau nama syariah itu juga sangat penting di promosikan kepada nasabah agar nasabah lebih tau mana bank yang baik dan membantu dan tidak membebankan nasabahnya dengan denda-denda yang sangat besar apabila nasabahnya membutuhkan dana ataupun keperluan lainnya.

Tanpa promosi nasabah tidak akan dapat mengenal suatu bank syariah, oleh karena itu promosi adalah sarana paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya, salah satu tujuan promosi sebuah *brand* atau nama suatu bank syariah untuk menginformasikan segala sistem yang di lakukan pada suatu bank syariah itu dan juga menginformasikan segala jenis produk yang di tawarkan dan menarik calon nasabah yang baru, ada empat sarana promosi yang digunakan oleh setiap bank dalam mempromosikan bank baik produk maupun jasanya, keempat macam sarana promosi yang dapat di lakukan adalah: Periklanan (*advertising*) Promosi penjualan (*sales promotion*) Publisitas (*publicity*) Penjualan pribadi (*personal selling*).

a. Periklanan (*advertising*)

Iklan adalah sarana promosi yang digunakan oleh bank guna menginformasikan, menarik, dan memengaruhi calon nasaabah, penggunaan promosi dengan iklan dapat dilakukan dengan media seperti:

1. Pemasangan *billboard* di jalan-jalan strategis
2. Percetakan brosur baik disebarakan di setiap cabang atau pusat-pusat perjalanan
3. Pemasangan spanduk di lokasi tertentu yang strategis
4. Pemasangan melalui koran
5. Pemasangan melalui majalah
6. Pemasangan melalui televisi
7. Pemasangan melalui radio
8. Menggunakan media lainnya.

Tujuan penggunaan dan pemilihan media iklan ini tergantung dari tujuan bank, masing masing media memiliki tujuan yang berbeda, terdapat paling tidak empat macam tujuan penggunaan iklan sebagai media promosi yaitu:

1. Untuk pemberitahuan tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan jasa bank yang dimiliki oleh suatu bank, seperti peluncuran produk baru, keuntungan dan kelebihan suatu produk atau informasi lainnya.
2. Untuk mengingatkan kembali kepada nasabah tentang keberadaan atau keunggulan jasa bank tersebut.
3. Untuk menarik perhatian dan minat para nasabah baru dengan harapan memperoleh daya tarik dari para calon nasabah.
4. Memengaruhi nasabah saingan agar berpindah ke bank tersebut.

b. Promosi penjualan (*sales promotion*)

Di samping promosi lewat iklan, promosi lainnya dapat dilakukan melalui promosi penjualan atau *sales promotion* tujuan promosi penjualan adalah meningkatkan jumlah nasabah.

c. Publisitas (*publicity*)

Promosi publisitas merupakan kegiatan promosi untuk memancing nasabah melalui kegiatan seperti pameran, bakti sosial, perlombaan cerdas cermat, kuis serta kegiatan lainnya melalui berbagai media`

d. Penjualan pribadi (*personel selling*)

Kegiatan promosi ini penjualan pribadi dalam dunia perbankan penjualan pribadi ini secara umum dilakukan oleh seluruh pegawai bank, mulai dari *cleaning service*, satpam sampai pejabat bank, secara khusus *personal selling* ini dilakukan oleh petugas *customer service* atau *service assistensi*.

Keempat sarana promosi tersebut bisa dilakukan PT. Bank Syariah Mandiri, Tbk Kantor Cabang Padangsidempuan agar nasabahnya terus meningkat dan tidak sering mengalami fluktuasi pada nasabahnya, dengan dilakukan promosi maka semakin banyak nasabah yang menggunakan jasa PT. Bank Syariah Mandiri, Tbk Kantor Cabang Padangsidempuan maka bank akan semakin maju.¹⁴

¹⁴Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Rajawali Pres, 2014), hlm.169

Nasabah juga memiliki aspek pertimbangan dalam memilih menggunakan jasa perbankan, yaitu aspek emosional dan aspek rasional. Aspek emosional adalah aspek yang berdasarkan pada keyakinan, emosi seseorang yang bersifat subjektif dalam memilih sesuatu. Contohnya seseorang memilih jasa bank syariah berdasarkan keyakinan agamanya, karena seseorang itu beragama Islam, maka ia merasa harus memilih bank syariah ketimbang bank konvensional dalam memilih sesuatu, aspek selanjutnya yang adalah aspek rasional yaitu aspek yang didasarkan pada hal hal yang nyata dan dapat diterima secara objektif. Contohnya seseorang memilih jasa bank syariah karena pertimbangan dasar bisnisnya, bahwa bank syariah lebih menguntungkan dibanding Bank Konvensional, atau seseorang memilih Bank Syariah karena pertimbangan segi kepercayaan, dan segi lainnya dan segi objektif,

Aspek ini telah dibuktikan Fandy Tjipotono dalam penelitiannya bahwa sebuah merek bisa dikatakan sukses apabila pembeli atau pemakainya mempersiapkan adanya nilai tambah *relevan* dan berkeeseimbangan yang memenuhi kebutuhannya secara paling memuaskan, Fandy Tjipotono melakukan penelitian tentang pengaruh label syariah terhadap minat masyarakat muslim di Kecamatan Jaya, dengan melakukan penelitian dengan pengumpulan data, penyebaran kuesioner secara *accidental sampling* kepada masyarakat di wilayah Kecamatan Cipocok Jaya yang memiliki rekening bank syariah sebagai responden yang penyampaianya berupa angket oleh penulis,

responden berjumlah 50 nasabah yang merupakan pengambilan sampel secara kuota atau jumlah terhadap konsumen, hal ini menyatakan bahwa label itu berpengaruh terhadap sebuah kemajuan perusahaan.

Bank Syariah juga memiliki potensi pengembangan yang cukup besar. Namun seberapa besar potensi tersebut, pada segmentasi pasar mana yang memiliki potensi yang baik, faktor-faktor apa yang mempengaruhi pengambilan keputusan untuk memilih lembaga keuangan, perlu dikaji lebih lanjut. Hal ini penting dilakukan untuk memutuskan strategi pengembangan dan skala pengembangannya dimasa yang akan datang.

c. Manfaat dan Tujuan Label

- 1) Memberikan nilai kepada konsumen label pada umumnya bertujuan untuk menambah nilai bagi para konsumen. Yaitu berupa:
 - a) Membantu konsumen menafsirkan, berproses dan menyimpan informasi dalam jumlah yang besar mengenai produk dan label.
 - b) Label juga bisa juga mempengaruhi rasa percaya diri konsumen dalam mengambil keputusan pembelian
 - c) Yang lebih penting nantinya adalah kenyataan bahwa kesan kualitas pada suatu label dapat menguatkan kepuasan konsumen dengan pengalaman menggunakannya.
- 2) Memberikan nilai kepuasan kepada perusahaan sebagai bagian dari perannya dalam menambah nilai untuk konsumen, label memiliki potensi untuk menambah nilai dari perusahaan yaitu:

- 3) Menguatkan program memikat para konsumen baru atau merangkul kembali konsumen lama.
- 4) Menguatkan loyalitas merek. Kesan kualitas, asosiasi, dan nama yang terkenal bisa memberikan alasan untuk membeli dan bisa mempengaruhi kepuasan penggunaan.
- 5) Memungkinkan *margin* yang lebih tinggi dengan memungkinkan harga optimum (*premium pricing*) dan mengurangi ketergantungan pada promosi. Jelasnya sebuah label yang memiliki kelemahan pasar dalam menginvestasikan lebih banyak lebih banyak untuk aktivitas promosi. Sedangkan label yang terkenal, sudah tentu tidak perlu mengeluarkan biaya promosi yang besar.
- 6) Label bisa memberikan landasan untuk pertumbuhan perusahaan.
- 7) Label bisa memberikan dorongan dalam saluran distribusi baik perubahan dibidang produk maupun jasa. Label yang kuat akan mendapatkan keuntungan dalam urusan penempatan barang di tokoh tokoh, swalayan dan kerja sama yang menerapkan program program pemasaran.

d. Minat Menjadi Nasabah

Minat dalam kamus lengkap bahasa Indonesia diartikan sebagai keinginan dan kehendak dan kesuksesan¹⁵. Minat dapat timbul karena daya tarik yang juga datang dari hati sanubari. Minat yang besar terhadap sesuatu merupakan modal yang besar artinya untuk mencapai dan memperoleh benda atau tujuan yang diminati¹⁶. Secara sederhana minat dapat diartikan sebagai kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang.

Menurut Abdul Rahman Saleh “minat merupakan suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang.”¹⁷

Dalam uraian di atas dapat disimpulkan bahwa minat adalah kemauan hati seseorang untuk memiliki atau menggunakan suatu objek yang meyangkut dirinya dengan disertai perasaan senang tanpa ada paksaan dari orang lain.

¹⁵ Sofiah Rahmadani, *Kamus Lenkap Bahasa Indonesia* (Surabaya: Karya Agung 2011), hlm. 400.

¹⁶ M. Dalyono, *Psikologi Pendidikan* (Jakarta: Rineka Cipta, 2012), hlm. 56.

¹⁷ Abdul Rahman Saleh dan Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar (Dalam Perspektif Islam)*, (Jakarta: Kencana, 2004), hlm.263.

Adapun faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah

Menurut Crow and Crow menyebutkan bahwa ada tiga faktor yang mendasari timbulnya minat seseorang yaitu:

- 1) Faktor dorongan yang berasal dari dalam. Kebutuhan ini dapat berupa kebutuhan yang berhubungan dengan jasmani dan kejiwaan.
- 2) Faktor motif sosial. Timbulnya minat dari seseorang dapat didorong dari motif sosial yaitu kebutuhan untuk mendapatkan penghargaan dan lingkungan dimana mereka berada.
- 3) Faktor emosional. Faktor ini merupakan ukuran intensitas seseorang dalam menaruh perhatian terhadap sesuatu kegiatan atau obyek tertentu.¹⁸

e. **Faktor- Faktor Timbulnya Minat**

Faktor adalah kegiatan ataupun peristiwa yang ikut menyebabkan atau mempengaruhi terjadinya sesuatu. Ada banyak faktor yang mempengaruhi timbulnya minat terhadap sesuatu, dimana secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu yang berasal dari dalam individu yang bersangkutan dan yang berasal dari luar yakni lingkungan, keluarga, sekolah, serta dari masyarakat.

¹⁸ Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar*, hlm. 264.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi minat secara umum adalah:

1) Faktor Budaya

Faktor budaya adalah kebiasaan suatu masyarakat dalam menanggapi sesuatu yang dianggap memiliki nilai dan kebiasaan, yang bisa dimulai dari mereka menerima informasi, posisi social mereka, dan pengetahuan mereka apa yang mereka rasakan. Faktor budaya terdiri dari kelompok kebudayaan, dan kelas social.¹⁹

Seseorang yang dipengaruhi oleh lingkungan terdekat dalam menentukan pilihan. Kemudian diekspresikan dalam suatu tindakan. Faktor ini terdiri dalam kelompok usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, kepribadian dan gaya hidup.²⁰

- a) Usia dan tahap siklus hidup, orang membeli barang dan jasa berbeda-beda sepanjang hidupnya, orang mengalami perjalanan dan perubahan tertentu sepanjang hidupnya.
- b) Pekerjaan, pekerjaan seseorang juga mempengaruhi pola konsumsinya, para pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok pekerjaan yang memiliki minat di atas rata-rata terhadap produk dan jasa mereka.
- c) Keadaan ekonomi, pilihan produk sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi seseorang, keadaan ekonomi meliputi pendapatan yang dapat

¹⁹ Abdul Ghorri Tri Bodroastuti, "Pengaruh Faktor Budaya Sosial dan Psikologi Terhadap Perilaku Konsumen," Dalam Jurnal, No. 32& 36 Semarang 50242. hlm. 6.

²⁰ Abdul Ghorri Tri Bodroastuti, *Op.Cit.*, hlm. 7.

dibelanjakan, hutang kemampuan untuk menjamin sikap terhadap kegiatan berbelanja dan menabung.

- d) Kepribadian dan konsep diri, masing-masing orang memiliki karakteristik yang berbeda. Kepribadian dijelaskan dengan ciri-ciri seperti kepercayaan diri, perbedaan, kondisi social, pertahanan diri, kemampuan beradaptasi.
- e) Gaya hidup, orang-orang yang berasal dari kebudayaan dan pekerjaan yang sama mungkin saja mempunyai gaya hidup yang berbeda.²¹

2) Faktor Psikologi

Faktor psikologi merupakan cara yang digunakan untuk mengenal perasaan mereka, mengumpulkan dan menganalisis informasi, merumuskan pikiran dan pendapat serta mengambil tindakan. Faktor psikologi adalah dorongan dari dalam diri seseorang yang mempengaruhi pemilihan sesuatu berdasarkan atas kemauan terhadap produk yang digunakan, keinginan yang lebih besar dan kemudahan penggunaan produk tersebut dibandingkan dengan yang lain. Faktor psikologi terdiri dari kelompok motivasi, persepsi, pengetahuan, kepercayaan dan sikap pendirian.²²

²¹ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Op.Cit.*, hlm. 221-224.

²² Supriyono, *Op.Cit.*, hlm.5.

- a) Motivasi : seseorang mempunyai kebutuhan pada setiap hari, sebagian kebutuhan bersifat biogenic, kebutuhan ini timbul dari suatu keadaan psikologis sah tidak nyaman.
- b) Presepsi : presepsi merupakan proses yang digunakan oleh seseorang memilih, mengorganisasikan dan mengartikan masukkan informasi untuk menciptakan gambaran yang berarti dari dunia lain.
- c) Pengetahuan : teori pengetahuan mengajarkan para pemasar bahwa mereka dapat menciptakan permintaan akan suatu produk dengan menghubungkannya dengan dorongan yang kuat.
- d) Kepercayaan dan sikap pendirian, suatu kepercayaan : pikiran deskriptif yang dianut seseorang mengenai suatu hal. Suatu pendirian adalah evaluasi kognitif yang mengantungkan atau tidak menguntungkan, perasaan emosional, kecenderungan tindakan yang mapan dari seseorang terhadap suatu objek. Namun Ujang Surmarwan ada beberapa faktor-faktor timbulnya minat diantaranya presepsi, keyakinan, dan sikap.²³

²³ Ujang Surmawan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2015).hlm. 187.

f. Macam-macam Minat

Menurut Abdul Rahman Saleh dan Muhib Abdul Wahab ada beberapa macam minat yaitu:

1) Berdasarkan Timbulnya Minat

Minat dibedakan menjadi minat primitif dan minat cultural. Minat primitif adalah minat yang timbul karena kebutuhan biologis atau jaringan-jaringan tubuh. Seperti kebutuhan pangan dan papan, persaan enak atau nyaman serta kebebasan dalam melakukan apapun. Minat cultural atau minat sosial adalah , minat ini tidak secara langsung berhubungan dengan diri kita. Seperti hasrat ingin membeli pakaian, sepeda motor dan mobil mewah.

2) Berdasarkan Arahnya

Minat ini juga dibedakan menjadi dua, minat insristik dan ekstrinsik, minat intrinsik adalah minat yang langsung berhubungan dengan aktivitas itu sendiri, iin merupakan minat ysg mendasar atau minat asli. Minat ekstristik adalah minat yang bertujuan dengan hasil akhir dari kegiatan tersebut, apabila tujuanya sudah tercapai ada kemungkinan minat tersebut hilang.

3) Berdasarkan cara mengungkapkannya, minat terdiri dari:

- a) Expressed Internet : adalah minat yang diungkapkan dengan cara meminta kepala subjek untuk menyatakan atau menuliskan kegiatan-

kegiatan baik yang berupa tugas maupun bukan tugas yang disenangi.²⁴

- b) Manifest Interest adalah minat yang diungkapkan dengan cara mengobservas atau melakukan pengamatan secara langsung terhadap aktivitas-aktivitas yang dilakukan subjek atau dengan mengetahui hobinya.
- c) Tested Interest adalah minat yang diungkapkan dengan cara menyimpulkan dari hasil jawaban test objek yang diberikan, nilai-nilai yang tinggi pada sutau objek atau masalah biasanya menunjukkan minat yang tinggi pula terhadap hal tersebut.
- d) Invertoried Interest adalah minat yang diungkapkan dengan menggunakan alat-alat yang sudah distandarkan.²⁵

g. Minat Dalam Islam

Sebagaimana dengan bakat, minat juga merupakan sesuatu yang harus diteruskan pada hal-hal konkret. Karena sebenarnya minat masih merupakan hal yang abstrak. Upaya kita dalam membedakan minat inilah yang dituntut dalam Islam. Jika kita memiliki minat yang besar terhadap sesuatu namun tidak melakukan upaya untuk meraih, mendapatkan atau memilikinya maka minat itu tidak adagunanya.

²⁴Abdul Rahman Saleh dan Muhibb Abdul Wahab, *Op.Cit*, hlm. 266.

²⁵*Ibid*, hlm. 268.

Sesuatu hal yang naif jika seseorang memiliki minat pada sesuatu namun tidak meresponnya dengan tindakan nyata. Karena pada dasarnya jika kita menaruh minat pada sesuatu, maka berarti kita menyambut baik dan bersikap positif dalam berhubungan dengan obyek atau lingkungan tersebut. Misalnya, seseorang yang berminat menguasai bahasa Inggris, maka dia akan melakukan upaya untuk dapat mengetahui, memahami bahkan untuk berkomunikasi dengan bahasa Inggris.

Setidaknya, dalam Al-Qur'an pembicaraan tentang hal ini terdapat pada surat pertama turun. Pada ayat pertama dari surat pertama dari surat pertama turun perintahnya adalah agar kita membaca. Membaca yang dimaksud bukan hanya membaca buku atau dalam atian tekstual, akan tetapi juga semua aspek. Apakah itu tuntunan untuk membaca cakrawala jagad yang merupakan tanda kebesaran-Nya, serta membaca potensi diri, sehingga dengannya kita dapat memahami apa yang sebenarnya hal yang menarik minat kita dalam kehidupan ini.

﴿يَعَلِّمَ لِمَا آوَى إِلَيْنَا نَسْنَ عَلَّمَ﴾ ﴿بِالْقَلَمِ عَلَّمَ الَّذِي﴾ ﴿الْأَكْرَمُ وَرَبُّكَ أَفْرَأ﴾

Artinya: “*Bacalah, dan Tuhanmulah yang Maha pemurah, Yang mengajar (manusia) dengan perantaraan kalam. Dia mengajar kepada manusia apa yang tidak diketahuinya*”.
(QS. al-Alaq ayat 3-5)

Jadi, betapapun minat merupakan karunia terbesar yang dianugerahkan Allah Swt. Kepada kita. Namun, bukan berarti kita hanya berpangku tangan dan minat tersebut berkembang dengan sendirinya. Tetapi, upaya kita adalah

mengembangkan sayap anugerah Allah itu kepada kemampuan maksimal kita sehingga karunia-Nya dapat berguna dengan baik pada diri kita dan kepada orang lain serta lingkungan di mana kita berada.

Hurlock berpendapat bahwa minat merupakan sumber motivasi yang mendorong orang untuk melakukan sesuatu yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih. Bila mereka melihat bahwa sesuatu menguntungkan, mereka merasa berminat. Ini kemudian mendatangkan kepuasan. Bila kepuasan berkurang, minat pun berkurang. Setiap minat memuaskan suatu kebutuhan dalam kehidupan anak, walaupun kebutuhan ini tidak segera tampak bagi orang dewasa. Semakin kuat kebutuhan ini, semakin kuat dan bertahan pada minat tersebut. Selanjutnya, semakin sering minat di ekspresikan dalam kegiatan semakin kuatlah ia. Sebaliknya, minat akan padam bila tidak disalurkan. Hal ini dapat disimpulkan dengan kata lain minat merupakan proses intrinsik yang mengikat pada pilihan dan perubahan pada individu, pada surat Ar-Ra'ad ayat 11 dijelaskan:

وَمَا لَهُمْ مَرَدٌّ فَلَا سُوءَ اِبْقَوْمٍ اَللّٰهُ اَرَادَ وَاِذَا بِاَنْفُسِهِمْ مَّا يَغَيِّرُوْا حَتّٰى يَقُوْمَ مَّا يَغَيِّرُ لَا اَللّٰهُ اِنّ
 ﴿١١﴾ وَالْمِنْ دُوْنِهٖ مِّنْ لَّهُمْ

Artinya: Bagi manusia ada malaikat-malaikat yang selalu mengikutinya bergiliran, di muka dan di belakangnya, mereka menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka mengubah keadaan yang ada

pada diri mereka sendiri. Dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap suatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya, dan sekali-kali tak ada pelindung bagi mereka selain Dia. (Q.S.Ar-Ra'd:11).

B. Penelitian Terdahulu

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

Tabel II.1
Penelitian Terdahulu

| No | Penulis, Judul, dan Tahun | Isi Skripsi | Perbedaan dengan Skripsi Penulis |
|----|--|---|--|
| 1. | Toni Prasetyo Utomo, Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih jasa perbankan syariah (studi pada bank syariah mandiri kantor cabang malang) Fakultas Ekonomi dan Bisnis, <i>University Brawijaya</i> Tahun 2015. | Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis factor faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah Mandiri (BSM) cabang malang. 100 nasabah disurvei untuk menilai factor factor apa saja yang mempengaruhi mereka untuk melakukan transaksi dengan bank. Berdasarkan estimasi Regresi Logistik, ditemukan bahwa factor pelayanan bank syariah, dan factor harga/biaya berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah. Sedangkan factor karakteristik bank | Perbedaan skripsi Toni Prasetyo Utomo dengan yang penulis buat adalah pada tulisan tersebut bahwa factor harga/biaya berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah, dan factor karakteristik lokasi/akseibilitas dan promosi tidak berpengaruh secara signifikan, Sedangkan penulis akan membahas melalui pandangan sejarah islam, mengenai seberapa kuat <i>brand</i> atau label yang berlandaskan agama, mampu menarik minat masyarakat untuk |

| | | | |
|---|---|--|--|
| | | <p>syariah, faktor lokasi/akseibilitas dan faktor promosi tidak berpengaruh secara signifikan. Selain itu, berdasarkan pada koefisiensi regresi logistik, faktor pengetahuan tentang konsep bank syariah mempunyai nilai beta yang paling benar. Hal ini menunjukkan bahwa faktor pengetahuan tentang bank syariah adalah faktor yang dominan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.</p> | <p>menggunakan jasa Bank Syariah Mandiri, serta mengetahui alasan masyarakat memilih Bank Syariah.</p> |
| 2 | <p>Jurnal Muhammad Narullah, <i>Islam Branding, Religiusitas</i>, dan keputusan konsumen terhadap produk, Jurnal hukum islam (JHI), volume 13, nomor 2, Desember 2015 (79-87) Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam, IAIN Pekalongan.</p> | <p>Hasil uji regresi sederhana menunjukkan nilai adjusted sebesar 0,094, hal ini berarti bahwa <i>Islamic Branding</i> memiliki pengaruh kontribusi terhadap keputusan konsumen pada sebuah produk sebesar 9,4%. Sebesar 90,6% keputusan konsumen di pengaruhi oleh faktor faktor lain. Nilai signifikansi 0,01 di bawah 0,05, hal ini berarti bahwa <i>Islamic Branding</i> berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen untuk membeli sebuah produk. Hasil regresi linier berganda dengan religiusitas sebagai variabel moderating menunjukkan bahwa adjusted R square sebesar 0,094, sedangkan nilai adjusted R square pada regresi sederhana</p> | <p>Perbedaan dengan skripsi yang akan penulis buat adalah pada tulisan tersebut adalah selain <i>Islamic Branding</i> memiliki pengaruh yang kuat mempengaruhi nasabah banyak juga factor-faktor lain yang mempengaruhi nasabah, Sedangkan penulis akan membahas melalui pandangan ajaran islam, mengenai seberapa kuat <i>Brand</i> yang berlandaskan agama, mampu menarik minat masyarakat untuk menggunakan jasa atau produk tertentu, serta mengetahui alasan masyarakat memilih Bank syariah.</p> |

| | | | |
|---|--|---|--|
| | | menunjukkan nilai 0,082. Hal ini mengidentifikasi bahwa regulisitas sebagai variabel moderating memperlemah antara variabel <i>Islamic Branding</i> dengan keputusan konsumen. | |
| 3 | Fatihatul Mufarruhah, Universitas Islam Negri” Sultan Maulana Hasanuddin” Banten 2018. Pengaruh label syariah terhadap minat masyarakat muslim di kecamatan Cipocok Jaya, Kota Serang. | Hubungan signifikan dapat di artikan semakin meningkatkan minat masyarakat muslim. Hasil penelitian ini mendukung teori label syariah ya yaitu sebuah merk dikatakan sukses (<i>successful brand</i>) apabila pembeli atau pemakainya mempersepsikan adanya nilai tambah relevan dan berkesinambungan yang memenuhi kebutuhannya secara paling memuaskan dn juga bahwa labl syariah memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat muslim sebesar 32%. | Perbedaanya adalah didalam skripsi yang penulis bahas melalui pandangan seberapa kuat label syariah pada bank syariah mandiri mempengaruhi suatu minat dan keputusan nasabah dalam memilih dan berhubungan dengan Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan. Serta kurangnya pengetahuan masyarakat tentang label syariah pada suatu bank sebagian masyarakat beranggapan semua bank itu sama hanya saja syariah itu hanya nama saja, tidak dengan penngunaannya saja. |
| 4 | Ikhsan Budiyanto., “ faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan produk pembiayaan murabahah di BPRS BDS Yogyakarta” program studi ke uangan Islam fakultas syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yohyakarta, 2015. | Berdasarkan hasil pengujian penelitian menunjukkan bahwa secara bersama-sama (simultan) produk, promosi, tempat, pelayanan, syariah, berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan murabahah. Untuk uji koefisien determinasi diperoleh <i>R Square</i> | Perbedaan penelitian terdahulu yang penulis buat adalah seberapa kuat label syariah mempengaruhi jumlah nasabah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan, sedangkan pada penelitian terdahulu adalah bahwa tidak hanya label yang |

| | | | |
|--|--|--|--|
| | | <p>sebesar (0,585) hal ini menunjukkan bahwa faktor produk, promosi, tempat, pelayanan, dan faktor syariah, 58,5% terhadap pembiayaan gadai emas syariah dan sisanya 41,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Sedangkan dari hasil penelitian secara persial menunjukkan bahwa faktor produk, promosi pelayanan, tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan murabahah. Sedangkan untuk faktor tempat dan syariah secara persial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk pembiayaan murabahah.</p> | <p>mempengaruhi nasabah, akan tetapi produk, tempat, pelayanan, juga dapat berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih menggunakan pembiayaan murabahah di Unit Layanan Modal Mikro (ULaMM) Syariah PT. Permodalan Nasional Madani (persero) Demak.</p> |
|--|--|--|--|

Persamaan dan perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah sebagai berikut:

1. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Toni Prasetyo Utomo bahwa faktor harga/biaya berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah, dan faktor karakteristik lokasi/akseibilitas dan promosi tidak berpengaruh secara signifikan, dan sedangkan penelitian ini meneliti seberapa besar pengaruh label syariah itu terhadap minat masyarakat untuk menjadi nasabah pada Bank Syariah Mandiri dan apakah label syariah itu berpengaruh pada suatu bank syariah.
2. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Muhammad Narullah bahwa label syariah itu berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam berhubungan dengan bank syariah dan penelitian ini terfokus pada seberapa kuat label syariah mempengaruhi minat masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri dan seberapa besar pengetahuan nasabah terhadap label syariah.
3. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Fatihatul Mufarrohah, yang dimana peneliti diatas terfokus pada label yang mempengaruhi suatu minat nasabah pada tingkat tingginya peminat suatu perusahaan yang menggunakan label syariah dan penelitian ini terfokus pada pengaruh label syariah terhadap minat menjadi nasabah pada Bank Syariah Mandiri, Tbk kantor Cabang Padangsidimpuan.
4. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Ikhsan Budiyanto yang dimana peneliti diatas juga meneliti pengaruh label syariah, lokasi dan kebutuhan

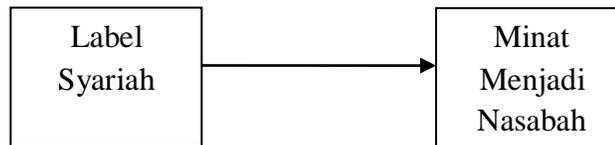
terhadap pengambilan keputusan nasabah menggunakan pembiayaan murabahah di Unit Layanan Modal Mikro (ULaMM) Syariah PT. Permodalan Nasional Madani (persero) Demak dan penelitian ini hanya terfokus pada pengaruh label syariah terhadap minat menjadi nasabah pada Bank Syariah Mandiri, Tbk kantor Cabang Padangsidempuan.

C. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir adalah gambaran tentang hubungan variabel dalam suatu penelitian, kerangka berpikir diuraikan oleh jalan berpikir menurut kerangka yang logis.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dari pengaruh label syariah terhadap minat menjadi nasabah pada Bank Syariah Mandiri, Tbk kantor Cabang Padangsidempuan.

Gambar II:1
Kerangka Pikir



D. Hipotesis

Hipotesis adalah suatu penjelasan sementara tentang perilaku fenomena atau keadaan tertentu yang telah terjadi atau akan terjadi. Hipotesis merupakan pernyataan peneliti tentang hubungan antara variable-variabel dalam penelitian, serta merupakan pernyataan yang paling spesifik. Peneliti bukan hanya bertahan pada hipotesis yang disusun melainkan mengumpulkan data untuk mendukung atau justru menolak hipotesis tersebut.

Hipotesis merupakan jawaban sementara yang disusun oleh peneliti yang kemudian akan diuji kebenarannya.

H_a : Terdapat pengaruh antara label Syariah terhadap minat menjadi nasabah pada PT Bank Syariah Mandiri Tbk Kantor Cabang Padangsidempuan.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada PT. Bank Syariah Mandiri, Tbk Kantor Cabang Padangsidempuan. Adapun alasan peneliti memilih PT. Bank Syariah Mandiri, Tbk Kantor Cabang Padangsidempuan sebagai tempat penelitian karena jangkauan tempat yang dekat dan kesesuaian judul peneliti dengan bank. Sedangkan waktu penelitian ini dimulai dari 08 Agustus 2019 sampai Februari 2020.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menggunakan analisis data yang berbentuk numerik/angka. Tujuan penelitian kuantitatif yaitu untuk mengembangkan dan menggunakan model matematis, teori atau hipotesis yang berkaitan dengan fenomena yang diselidiki oleh peneliti.²⁶

Peneliti menggunakan penelitian kuantitatif untuk menguji suatu teori yang sudah ada, yang dimana teori yang peneliti temukan menunjukkan label syariah berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah, maka dari itu peneliti ingin membuktikan apakah variabel label syariah dengan minat menjadi nasabah benar memiliki pengaruh atau tidak dengan cara menyebarkan angket

²⁶Suryani, *Metode Riset Kuantitatif Teori Dan Aplikasi Pada penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam* (Jakarta: Kencana, 2015), hal.109

(daftar pernyataan) kepada nasabah. Setelah angket disebar dan sudah terkumpul, barulah peneliti mengolah data dengan menggunakan perhitungan angka atau analisis statistik dengan SPSS 23.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.²⁷ Besarnya populasi yang akan digunakan dalam suatu penelitian tergantung pada jangkauan kesimpulan yang akan dibuat atau dihasilkan. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh jumlah nasabah PT. Bank Syariah Mandiri, Tbk Kantor Cabang Padangsidempuan pada tahun 2018 yaitu sebanyak 3.526 nasabah.²⁸

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang memiliki sifat dan karakter yang sama, sehingga mewakili populasinya.²⁹ Dalam penelitian ini pengambilan sampel menggunakan teknik *slovin* yaitu menghitung

²⁷Sugiono, *Metode Penelitian Pendidik: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&B* (Bandung: Alfabeta, 2016), hal. 117.

²⁸Hasil wawancara dengan kak Della, CS di Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan, 18 Juli 2019, Pukul 17:30 WIB

²⁹Boedi Abdullah Ahmad dan Beni Saebani, *Metode Penelitian Ekonomi Islam (muamalah)* (Bandung; CV Pustaka Setia, 2014), hlm.35.

jumlah sampel apabila perilaku dari sebuah populasi tidak diketahui secara pasti adapun rumus teknik slovin adalah:

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

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi (3.526)

e = kesalahan yang diterima 10% (0,1)

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1+Ne^2} \\ &= \frac{3.526}{1+3.526(0,1)^2} \\ &= \frac{3.526}{1+35,26} \\ &= \frac{3.526}{36,26} \\ &= 97,242140099 \end{aligned}$$

Maka sampel dalam penelitian ini adalah nasabah PT, Bank Syariah Mandiri, Tbk kantor Cabang Padangsidempuan sebanyak 97 nasabah.

D. SUMBER DATA

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data skunder.

1. Data primer adalah data yang dapat dikumpulkan melalui observasi, eksperimen, maupun kuesioner (daftar pernyataan). Berdasarkan hal tersebut yang dimana penelitian ini bertujuan untuk memperoleh informasi dari nasabah seperti hasil pengisian kuesioner yang bisa dilakukan oleh peneliti.
2. Data skunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh lembaga pengumpulan data dan dipublikasikan kepada masyarakat pengguna data.³⁰

E. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang dilakukan oleh peneliti untuk memperoleh data dan informasi yang di perlukan dalam penelitian ini dari lapangan atau lokasi penelitian. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah riset lapangan. Riset lapangan adalah melakukan penelitian di lapangan untuk memperoleh data atau informasi secara langsung dengan mendatangi responden yang berada di Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan. Teknik Pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu:

³⁰Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2009), hal.148.

1. Angket

Angket adalah daftar pernyataan yang diberikan kepada orang lain dengan maksud agar orang yang diberi tersebut bersedia memberikan respon sesuai dengan permintaan pengguna. Angket juga ditujukan untuk mengumpulkan data melalui formulir-formulir yang berisi pernyataan-pernyataan yang diajukan secara tertulis kepada nasabah mengenai pengaruh label syariah terhadap minat menjadi nasabah pada PT Bank Syariah Mandiri Tbk Kantor Cabang Padangsidempuan.

2. Wawancara

Wawancara merupakan teknik untuk mengumpulkan data akurat untuk keperluan proses pemecahan masalah tertentu, yang sesuai dengan data. Pencarian data dengan teknik ini dilakukan dengan cara tanya jawab secara lisan dan bertatap muka langsung antara seseorang atau beberapa orang yang diwawancarai. Wawancara disini, yang dimana berisi pertanyaan-pertanyaan yang diajukan langsung kepada nasabah dan karyawan mengenai pengaruh label syariah terhadap minat menjadi nasabah pada PT Bank Syariah Mandiri Tbk Kantor Cabang Padangsidempuan.

3. Observasi

Teknik ini menuntun adanya pengamatan dari si peneliti baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap objek penelitiannya. Instrumen yang dipakai dapat berupa lembar pengamatan, panduan pengamatan, dan

lainnya. Observasi disini, peneliti langsung meneliti kepada nasabah di PT Bank Syariah Mandiri Tbk Kantor Cabang Padangsidimpuan.

4. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu kegiatan atau proses sistematis dalam melakukan pengumpulan, pencarian, penyelidikan, pemakaian, serta penyediaan dokumen untuk mendapatkan keterangan, penerangan pengetahuan serta bukti lalu menyebarkannya pada pengguna.

F. Teknik Analisis Data

Adapun metode analisis data yang digunakan adalah dengan bantuan *SPSS (Statistical Package Social Science)* sebagai alat hitung. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini:

a. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji Validitas atau keahlian adalah suatu indeks yang menunjukkan alat ukur tersebut benar-benar mengukur apa yang diukur.³¹ Jika skala pengukuran tidak valid, maka tidak bermanfaat bagi peneliti karena tidak mengukur atau melakukan apa yang seharusnya dilakukan. Kualitas data yang diperoleh oleh peneliti adalah bergantung pada kualitas instrumen pengumpulan data yang digunakan pada penelitian.

³¹ Juliansyah Noor, *Metologi Penelitian* (Jakarta: Kencana Pranamedia Group, 2011), hlm.138.

Kualitas instrumen data harus dinilai dengan uji validitas. Dalam hal ini uji validitas pada instrumen tes. Uji validitas yang dilakukan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan metode *person product* moment dengan aplikasi SPSS. Pengujian menggunakan uji dua sisi dengan taraf yang signifikan (0,1). Uji signifikansi dilakukan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = $n-1$, n adalah ukuran sampel. Adapun kriteria pengujian adalah:

1. Jika $r_{tabel} < r_{hitung}$ (uji 1 sisi dengan signifikan 0,1) maka instrumen atau item – item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total maka dinyatakan valid.
2. Jika $r_{tabel} > r_{hitung}$ (uji 1 sisi dengan signifikan 0,1) maka instrumen atau item–item pernyataan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total maka dinyatakan valid.³²

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas berkaitan dengan keterandalan suatu indikator yang ada pada instrumen ini tidak berubah-ubah, atau disebut konsisten.³³ Artinya bila suatu penelitian dilakukan dengan alat ukur yang sama lebih dari satu kali maka hasil penelitian ini seharusnya sama bila tidak sama maka dikatakan perangkat ukur itu tidak *reliabel*. Uji reliabilitas

³²Wiratna Surajwani, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), hal. 165-166

³³V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian: Bisnis dan Ekonomi* (Yogyakarta:Pustaka Baru Press, tt), hlm. 165.

merupakan kelanjutan dari uji validitas, dimana item yang masuk pengujian adalah pernyataan yang dinyatakan valid.

Uji reliabilitas dilakukan dengan menghitung *Cronbch Alpha* dari masing-masing instrumen dalam suatu variabel. Instrumen yang dipakai dikatakan andal jika memiliki nilai *Cronbch Alpha* $> 0,60$ dan jika nilai *Cronbch Alpha* $< 0,60$ maka instrumen yang dipakai dalam penelitian itu dapat dikatakan tidak reliabel.³⁴

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah nilai residul yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak.³⁵ Model regresi yang baik hendaknya memiliki nilai residul yang berdistribusi secara normal. Dalam penelitian ini uji normalitas menggunakan SPSS versi 23 dengan melihat *One – Sample Klownogrov Smirnov*. Uji normalitas dapat dilakukan dengan melihat taraf signifikan 10% atau 0,1 maka ketentuan uji normalitas dapat diketahui sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi $> 0,1$ maka berasal dari populasi yang berdistribusi normal.

³⁴*Ibid*, Hal. 169.

³⁵Jiliansyah Noor, Op.Cit., hlm. 147

2. Jika nilai signifikansi $< 0,1$ maka sampel berasal dari populasi yang berdistribusi tidak normal.³⁶

b. Uji linearitas

Secara umum uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier secara signifikan atau tidak.³⁷ Data yang baik seharusnya memiliki hubungan yang linier antara independen variabel dan dependen variabel.

Pengujian data digunakan dengan SPSS menggunakan *linearity* pada taraf signifikan 0,1.

1. Jika nilai signifikan $< 0,1$ maka dapat dikatakan mempunyai hubungan yang linier.
2. Jika nilai signifikan $> 0,1$ maka dapat dikatakan mempunyai hubungan yang linier.³⁸

G. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linier sederhana adalah hubungan secara linier antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari

³⁶ *Ibid*, Hal, 169.

³⁷ Duwi Priyatno, *Pengelola Data Terpraktis* (Yogyakarta: Andi Offset, 2014), hlm.79.

³⁸ *Ibid*, hal. 169.

variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio.³⁹

Adapun analisa regresi linier sederhana yang dilakukan dalam penelitian untuk mengetahui pengaruh label syariah (X) terhadap minat menjadi nasabah (Y). bentuk persamaan analisis regresi linier sederhana yang di gunakan dalam penelitian ini yaitu:

$$Mn = a + b LS + e$$

Keterangan

Mn = Minat menjadi Nasabah

a = Konstanta

lbs = Label Syariah

e = Error

H. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis adalah suatu prosedur yang akan menghasilkan suatu keputusan, yaitu keputusan dalam menerima atau menolak hipotesis.⁴⁰

Untuk menguji hipotesis, pengujian dilakukan dengan menggunakan uji signifikan individual (uji t) dan koefisien determinasi (R^2) sebagai berikut:

³⁹Ibid, hlm.108.

⁴⁰Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik* (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), hlm.

1. Uji Signifikansi Individual (Uji t)

Uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen atau variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Apabila nilai probabilitas signifikansinya lebih kecil dari 0,1 (10%) maka suatu variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen Hipotesis di terima jika taraf signifikan (α) < 0,01 dan Hipotesis ditolak jika taraf signifikan (α) > 0,01.

Kriteria:

- a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka terdapat pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat
- b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terkait

2. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa mampu model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah di antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam mnejelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu variabel berarti variabel independen memberikan hamper semua informasi tuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Secara ko efisien determinasi untuk data silang tempat relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara

masing-masing pengamatan, sedangkan data runtun waktu biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi.⁴¹

⁴¹Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 240-241.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Sejarah Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan

Bank Syariah Mandiri merupakan suatu sistem perbankan yang dikembangkan berdasarkan syariah (hukum) Islam. Dengan nilai-nilai perusahaan yang menjunjung tinggi keadilan dan kemanusiaan serta integritas yang telah tertanam pada segenap insan Bank Syariah Mandiri sejak awal pendiriannya.

Kehadiran PT. Bank Syariah Mandiri sejak tahun 1999, sesungguhnya merupakan hikmah sekaligus berkah pasca krisis ekonomi dan moneter sejak Juli 1997, yang disusul dengan krisis multi-dimensi termasuk panggung politik nasional, telah menimbulkan beragam dampak negatif yang sangat hebat terhadap seluruh sendi kehidupan masyarakat, tidak terkecuali dalam dunia usaha. Dalam kondisi tersebut, industri Perbankan Nasional yang didominasi oleh bank konvensional mengalami krisis luar biasa. Pemerintah akhirnya mengambil tindakan dengan merestruktur dan merekapitalisasi sebagian bank di Indonesia.⁴²

Salah satu Bank Konvensional PT. Bank Susila Bakti (BSB) yang dimiliki oleh Yayasan Kesejahteraan Pegawai (YPK), PT. Bank Dagang

⁴²www.mandirisyariah.co.id, diakses tanggal 23 Oktober 2019 pukul 20.30 WIB.

Negara dan PT. Mahkota Prestasi juga terkena dampak krisis. Bank Susila Bakti (BSB) berusaha keluar dari situasi tersebut dengan melakukan upaya penggabungan (*merger*) dengan beberapa bank lain serta mengundang investor asing.

Pada saat bersamaan pemerintah melakukan penggabungan (*merger*) empat bank (Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Exim dan Bapindo) menjadi satu bank baru bernama PT. Bank Mandiri pada tanggal 31 Juli 1999. Kebijakan penggabungan tersebut juga menempatkan dan menetapkan PT. Bank Mandiri sebagai pemilik mayoritas baru Bank Susila Bakti. Sebagai tindak lanjut dari keputusan *merger*, Bank Mandiri melakukan konsolidasi serta membentuk tim penggabungan Perbankan Syariah. Pembentukan tim ini bertujuan untuk mengembangkan layanan Perbankan Syariah di kelompok perusahaan Bank Mandiri, sebagai respon atas diberlakukannya Undang-Undang No. 10 tahun 1998, yang memberi peluang Bank Umum untuk melayani transaksi syariah. Dengan terjadinya *merger* rencana perubahan PT. Bank Susila Bakti menjadi bank syariah (dengan nama Bank Syariah Sakina) di ambil alih oleh PT. Bank Mandiri (persero). Bank Mandiri (persero) selaku pemilik baru mendukung sepenuhnya rencana perubahan PT. Bank Susila Bakti menjadi Bank Mandiri Syariah, sejalan dengan kegiatan PT. Bank Mandiri untuk membentuk unit syariah.

Perubahan kegiatan usaha Bank Susila Bakti menjadi Bank Umum Syariah dilakukan oleh Gubernur Bank Indonesia selaku SK Gubernur No.

1/24/KEP.BI/1999, 23 Oktober 1999. Selanjutnya melalui Surat Keputusan Deputi Gubernur Senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP.DGS/1999, BI menyetujui perubahan nama menjadi PT. Bank Syariah Mandiri. Menyusul pengukuhan dan pangakuan legal tersebut, PT. Bank Syariah Mandiri secara resmi mulai beroperasi sejak Senin tanggal 25 Rajab 1420 H. atau tanggal 1 Novembar 1999. PT. Bank Syariah Mandiri hadir, tampil dan tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani yang melandasi kegiatan operasionalnya.

PT. Bank Syariah Mandiri semakin berkembang dengan membangun beberapa kantor cabang dan kantor cabang pembantu di beberapa daerah Padangsidempuan. PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan berdiri dan beroperasi pada bulan April tahun 2004 dan diresmikan oleh wakil presiden pada masa itu oleh Bapak Hamzah Haz. Sebagai kantor cabang, PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan berada di Jl. Jend. Sudirman (eks. Jl Merdeka) No. 130A, Padangsidempuan, Sumatra Utara 22715. Telepon (0634) 28300. PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan pertama kali dipimpin oleh Bapak Ahmad Zailani, dan saat ini PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan dipimpin oleh Bapak Muhammad Husni Arif.

2. Visi dan Misi PT. Bank Syariah Mandiri, Tbk Kantor Cabang Padangsidimpuan

Adapun visi dan misi PT. Bank Syariah Mandiri yaitu:

a. Visi

Bank Syariah terdepan dan modern (*The Leading & Modern Sharia Bank*).

1) Untuk Nasabah

BSM merupakan Bank pilihan yang memberikan, mafaat, menentramkan dan memakmurkan.

2) Untuk pegawai

BSM merupakan Bank yang menyediakan kesempatan untuk beramanah sekaligus berkarir professional.

3) Untuk investor

Institusi keuangan syariah Indonesia yang terpercaya yang terus memberikan *value* berkesinambungan.

b. Misi

Adapun misi PT. Bank Syariah Mandiri yaitu:

1) Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan di atas rata-rata industri yang berkesinambungan.

2) Meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah.

3) Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran

pembiayaan pada segmen ritel.

- 4) Mengembangkan bisnis dasar nilai-nilai syariah universal.
- 5) Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja sehat.
- 6) Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.

3. Jenis-jenis Pembiayaan Pada PT. Bank Syariah Mandiri, Tbk Kantor Cabang Padangsidempuan

Pembiayaan pada PT. Bank Syariah Mandiri, Tbk Kantor Cabang Padangsidempuan dimaksudkan sebagai pemberian dana kepada pihak nasabah untuk dipergunakan sesuai dengan kebutuhan masing-masing.

Terdapat beberapa pembiayaan yang ada pada PT. Bank Syariah Mandiri, Tbk Kantor Cabang Padangsidempuan, yaitu sebagai berikut:⁴³

a. Pembiayaan Mikro

Pembiayaan jenis ini digunakan oleh pengusaha mikro guna menambah modal, membeli peralatan dan perlengkapan dianggap perlu oleh nasabah.

b. Pembiayaan Komersial (BSM Implan)

BSM Implan adalah pembiayaan consumer dalam valuta rupiah yang diberikan oleh bank kepada karyawan tetap perusahaan yang pengajuannya dilakukan secara kelompok. BSM Implan dapat

⁴³Wawancara dengan Ibu Eka sebagai CBRM (*Customer Banking Realitionship Manager*) di PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan pada tanggal 19 September 2019, pukul 17.00 WIB.

mengakomodir kebutuhan pembiayaan bagi para karyawan perusahaan, misalnya dalam hal perusahaan tersebut tidak memiliki koperasi karyawan, koperasi karyawan belum berpengalaman dalam kegiatan simpan pinjam atau perusahaan dengan jumlah karyawan.

c. **Pembiayaan Gadai dan Cicil Emas**

Pembiayaan gadai dan cicil emas adalah terobosan baru PT. Bank Syariah Mandiri, Tbk Kantor Cabang Padangsidempuan yang berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Pembiayaan gadai adalah pembiayaan kepada nasabah yang diberikan dengan menahan sementara emas yang dijadikan barang gadai sampai adanya pelunasan dari pihak nasabah. Sedangkan cicil emas adalah pembiayaan yang akan diperoleh nasabah berupa emas yang akan diserahkan setelah adanya pelunasan dengan cicilan.

d. **Pembiayaan Umrah**

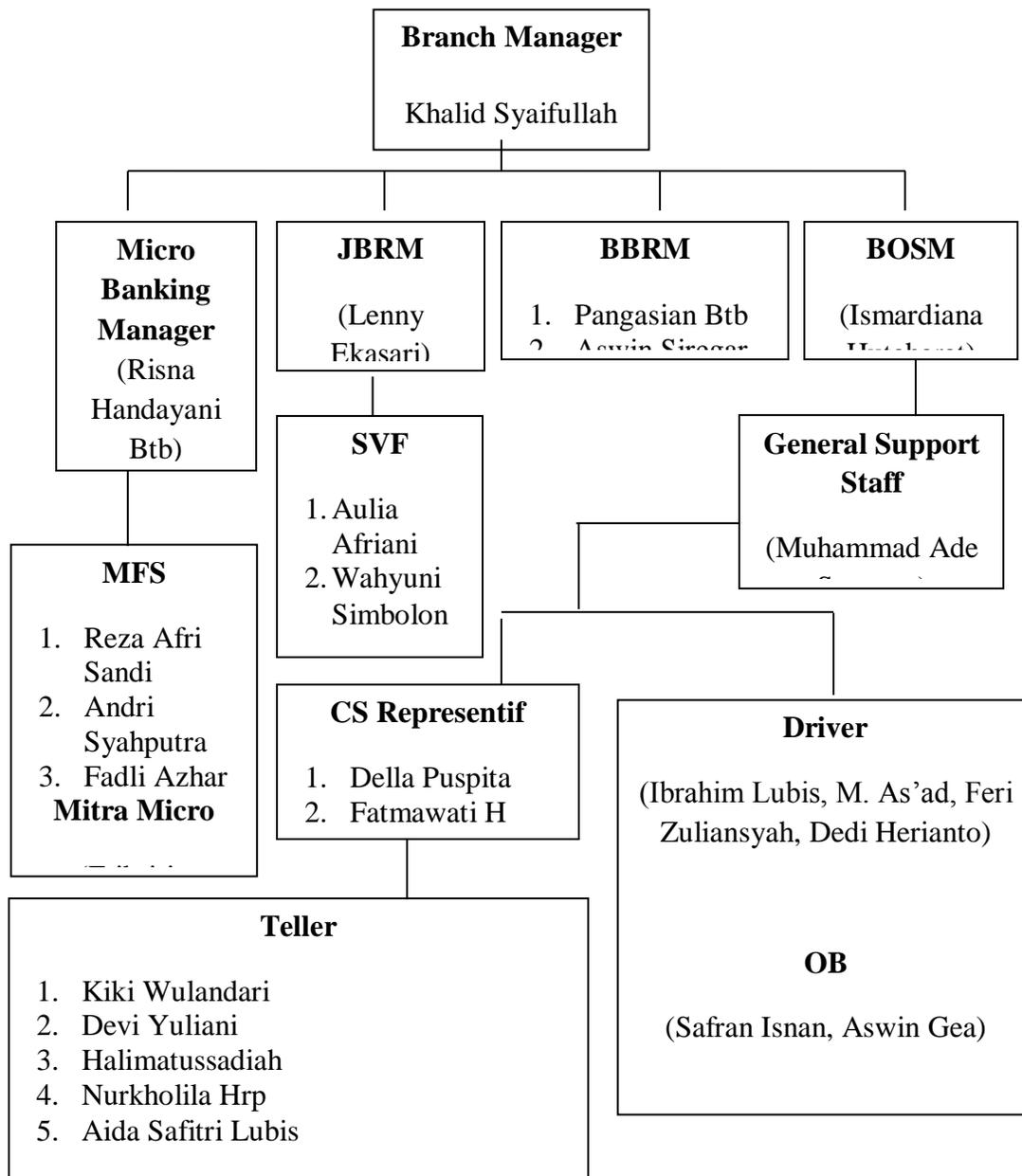
Pembiayaan umrah adalah pembiayaan terbaru PT. Bank Syariah Mandiri, Tbk Kantor Cabang Padangsidempuan. Pembiayaan ini diberikan untuk nasabah yang secara umum telah memenuhi setiap prosedur yang ada.

4. Struktur Organisasi PT. Bank Syariah Mandiri, Tbk Kantor Cabang Padangsidempuan

Struktur organisasi merupakan gambaran satu perusahaan secara sederhana memperlihatkan gambaran tentang satuan-satuan kerja dalam suatu

organisasi, dan menjelaskan hubungan-hubungan yang ada untuk membantu pimpinan atau ketua umum dalam mengidentifikasi, mengkoordinir tingkatan-tingkatan dan seluruh fungsi yang ada dalam suatu organisasi. Adapun struktur organisasi pada PT. Bank Syariah Mandiri, Tbk Kantor Cabang Padangsidempuan terdiri dari:

Gambar 4.1
Struktur Organisasi PT. Bank Syariah Mandiri, Tbk
Kantor Cabang Padangsidempuan



5. Pembagian Tugas dan Tanggung Jawab

a. *Branch Manager*

Tugas *Branch Manager* adalah memimpin, mengawasi atau mengendalikan, mengembangkan kegiatan dan mendayagunakan sarana organisasi cabang Padangsidimpuan untuk mencapai tingkat serta volume aktivitas pemasaran, operasional dan layanan cabang Padangsidimpuan yang efektif dan efisien sesuai dengan target yang telah ditetapkan.

Secara garis besar tugas utama *Branch Manager*.

- 1) Memastikan tercapainya target bisnis cabang pembantu yang telah ditetapkan meliputi pendanaan, pembiayaan, *fee based*, dan laba bersih baik secara kuantitatif maupun kualitatif.
- 2) Memastikan kepatuhan, tingkat kesehatan dan seluruh aktivitas cabang pembantu.
- 3) Memasarkan produk *bancassurance* (produk asuransi yang dipasarkan oleh bank), produk investasi dan jasa non-bank lainnya.
- 4) Memastikan terlaksananya standar layanan nasabah di cabang pembantu.
- 5) Memberikan pelayanan khusus dalam setiap interaksi dengan nasabah prioritas.
- 6) Memastikan pelaporan (*intern* dan *ekstern*) dilakukan secara akurat dan tepat waktu.
- 7) Memastikan kelengkapan, kerapian, dan keamanan dari dokumentasi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

b. *Branch Operation & Service Manager*

Bertugas memastikan keputusan aktivitas operasional cabang terkelola sesuai dengan ketentuan yang berlaku dan pencapaian target bidang operasional cabang sesuai ketetapan cabang induk/kantor pusat.

Adapun tugas utama *Branch Operation & Service Manager*.

- 1) Memastikan terkendalinya biaya operasioanal cabang pembantu dengan efisien dan efektif.
- 2) Memastikan dan mengelola transaksi harian operasional telah sesuai dengan ketentuan dan SOP yang telah ditetapkan.
- 3) Memastikan terlaksananya standar layanan nasabah yang optimal di kantor cabang pembantu.
- 4) Memastikan da mengelola semua kegiatan administrasi, dokumentasi dan kewajiban pelaporan dilaksanakan sesuai dengan peraturan yang berlaku.
- 5) Memastikan ketersediaan dan keamanan dokumentasi berharga bank, PIN kartu ATM maupun *key access* layanan e-banking lainnya.
- 6) Memastikan dan mengelola fungsi-fungsi administrasi kepegawaian sarana dan prasarana kantor cabang pembantu,

c. *Back Office*

Memenuhi pelayanan operasional, administrasi pembiayaan dan kepegawaian dengan cepat dan benar, serta menyediakan sarana dan prasarana kantor cabang secara memadai.

Adapun tugas dan tanggung jawab *Back Office*.

- 1) Melaksanakan transaksi transfer keluar dan masuk sesuai dengan ketentuan dan SOP yang berlaku.
- 2) Melaksanakan transaksi *kliring* keluar dan masuk sesuai dengan ketentuan dan SOP yang berlaku.
- 3) Melaksanakan transaksi *inkaso* keluar dan masuk sesuai dengan ketentuan dan SOP yang berlaku.
- 4) Memelihara administrasi dan dokumentasi seluruh transaksi
- 5) Menjaga kerahasiaan *password* yang menjadi wewenangnya.
- 6) Menggunakan wewenang limit transaksi operasional sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- 7) Memastikan kelengkapan pemenuhan dokumen pembiayaan sebelum fasilitas dicairkan berdasarkan syarat-syarat yang telah disepakati.
- 8) Memelihara dokumen pencairan dan dokumen legal dan pembiayaan dengan tertib dan aman.
- 9) Memutakhirkan data-data nasabah dan persyaratan pembiayaan pasca pencairan.
- 10) Menyediakan data dan informasi nasabah.
- 11) Memenuhi data dan informasi jaminan.
- 12) Membebaskan biaya administrasi pembiayaan dan biaya lainnya yang terkait.
- 13) Menindak lanjuti proses pencairan pembiayaan kepada nasabah.

- 14) Melakukan pelaporan kepada BI.
- 15) Melakukan penginputan data untuk pelaporan cabang ke kantor pusat.
- 16) Menyusun laporan rincian akun-akun tertentu dalam laporan keuangan (*proof sheet*).
- 17) Melakukan administrasi dan prngarsipan terhadap seluruh dokumen terkait pelaporan.

d. *Teller*

Melayani kegiatan penyetoran dan penarikan uang tunai, pengambilan atau penyetoran non tunai dan surat-surat berharga dan kegiatan kas lainnya serta terselenggaranya layanan di bagian kas secara benar, cepat dan sesuai dengan standar pelayanan bank.

Adapun tugas dan tanggung jawab *Teller*.

- 1) Melakukan transaksi tunai dan *non* tunai sesuai dengan ketentuan standar operasional prosedur (SOP).
- 2) Mengelola saldo kas teller sesuai limit yang ditentukan.
- 3) Menjaga keamanan dan kerahasiaan kartu *specimen* tanda tangan
- 4) Melakukan *cash count* akhir hari.
- 5) Mengisi uang tunai di mesin ATM BSM
- 6) Menyediakan laporan transaksi harian.

e. *Customer Service*

Melakukan kegiatan operasional dan pelayanan nasabah sesuai ketentuan dan standar pelayanan.

- 1) Memberikan informasi produk dan jasa bank kepada nasabah.
- 2) Memproses permohonan pembukaan dan penutupan rekening tabungan, giro dan deposito.
- 3) Memblokir kartu ATM nasabah sesuai permintaan nasabah.
- 4) Melayani permintaan buku cek atau bilyet giro, surat referensi bank/surat keterangan bank dan sebagainya.
- 5) Mendistribusikan salinan rekening Koran kepada nasabah.
- 6) Menginput data *customer* dan *loan facility* yang lengkap dan akurat.
- 7) Memelihara persediaan kartu ATM sesuai kebutuhan.
- 8) Menyampaikan dokumen berharga bank dan kartu ATM kepada nasabah.
- 9) Membuat laporan pembukuan dan penutupan rekening, keluhan nasabah.
- 10) Memproses transaksi pengiriman dan pembayaran melalui Western Union.
- 11) Memastikan tersedianya media promosi produk dan jasa bank di kantor cabang pembantu.

f. *Pawning Staff*

Penaksir adalah petugas yang ditunjuk untuk melayani nasabah, melakukan penaksiran objek gadai, bertanggung jawab atas penilaian dan keaslian barang jaminan berkaitan dengan jumlah pembiayaan yang akan diberikan, melakukan penghimpunan pada sistem berkaitan dengan pencairan pembiayaan dan melakukan *monitoring* sampai pelunasan pembiayaan.

Penaksiran tidak mempunyai kewenangan untuk memutuskan persetujuan pembiayaan gadai. Penaksir bertanggung jawab terhadap akurasi nilai taksiran, kualitas maupun keaslian barang jaminan dan kewajaran pembiayaan. Penaksiran menginformasikan kepada *pawning staff* tentang nilai dan keaslian barang jaminan serta memberikan rekomendasi limit pembiayaan dengan pegang teguh pada kejujuran, objektivitas, kecermatan dan ketelitian.

g. *Junior Customer Banking Relationship Manager (JCBRM)*

Tercapainya pelaksanaan kegiatan administrasi pendanaan dan pembiayaan. Adapun tugas dan tanggung jawab JCBRM:

- 1) Memastikan kelengkapan pelaksanaan penandatanganan akad dan pencairan pembiayaan nasabah.
- 2) Mendokumentasikan *current file*.
- 3) Menerbitkan surat peringatan pembayaran kewajiban nasabah.
- 4) Membuat pengajuan Bank Indonesia/Bank/*trade cheking*.
- 5) Memantau pemenuhan dokumen.
- 6) Membuat SP3 atau surat penolakan atas permohonan pembiayaan nasabah yang ditolak.
- 7) Melakukan korespondensi berkaitan dengan pendanaan baik *intern* maupun *ekstern*.
- 8) Menyusun laporan portofolio dan *profitability* nasabah, baik pembiayaan maupun pendanaan, sesuai dengan target cabang pembantu.
- 9) Memelihara data profil nasabah pendanaan.

10) Menyusun laporan pencapaian target *Branch Manager* cabang pembantu.

h. *Micro Banking Manager*

Merealisasikan target pembiayaan, dan *fee based income* yang di distribusikan oleh *Branch Manager*:

- 1) Mendapatkan calon dan tanggung jawab *Micro Banking Manager*.
- 2) Memastikan kelengkapan dokumen aplikasi pembiayaan mikro.
- 3) Menindak lanjuti permohonan pembiayaan nasabah dalam bentuk NAP.
- 4) Memastikan persetujuan atau penolakan pembiayaan yang diajukan.
- 5) Menindak lanjuti persetujuan atau penolakan permohonan pembiayaan nasabah mikro.
- 6) Memastikan proses pencairan pembiayaan sesuai dengan keputusan komite pembiayaan mikro.
- 7) Melaksanakan pengawasan terhadap seluruh nasabah yang di kelola agar kolektibilitas mikro lancar.
- 8) Menyelesaikan fasilitas pembiayaan masalah.
- 9) Meningkatkan *business relation* antara bank dengan nasabah sesuai dengan target yang ditetapkan.
- 10) Memutakhirkan dokumen dan data nasabah sesuai kelolaan.

i. Administrasi Pembiayaan Mikro

Pelaksanaan administrasi pembiayaan mikro bertanggung jawab atas terselenggaranya administasi mulai dari permohonan pembiayaan, pencairan pembiayaan, angsuran hingga pelunasan pembiayaan. Disamping itu juga

bertanggung jawab terhadap penyimpanan dokumen, serta pembuatan dan penyampaian pelaporan pembiayaan dengan benar dan tepat waktu.

Secara garis besar tugas utama Administasi Pembiayaan Mikro:

- 1) Proyeksi arus kas masuk dan arus kas keluar untuk mengetahui volume pembiayaan cabang sehingga kita bisa melihat perkembangan target pembiayaan cabang. Arus kas masuk berdasarkan data-data dari nilai pencairan yang diberikan kepada nasabah. Arus kas keluar berdasarkan proyeksi seberapa besar pembiayaan yang diberikan oleh marketing kepada nasabah setiap bulan.
- 2) Input *BI-checking* untuk mengetahui nasabah pernah mendapat fasilitas pinjaman di bank lain serta mengetahui fasilitas pinjaman tersebut bermasalah atau tidak.
- 3) *Report past due* melaporkan data-data angsuran nasabah yang menunggak kepihak marketing setiap hari.
- 4) Input sistem informasi debitur yang merupakan laporan yang berisi informasi lengkap mengenai keadaan debitur.

j. *Security*

Menciptakan kondisi yang aman dan nyaman pada lingkungan kantor, baik selama jam operasional maupun diluar jam operasional

Adapun tugas dan tanggungan jawab *Security*:

- 1) Menjaga dan memastikan lingkungan kantor agar selalu dalam kondisi aman dan terkendali.

- 2) Memastikan inventaris kantor terjaga dengan baik, dan seluruh ruangan kerja dalam kondisi aman.
- 3) Membantu pelayanan kepada nasabah pada saat jam operasional.
- 4) Memastikan pertukaran *shift* juga berjalan dengan lancar.
- 5) Mengadministrasikan penggunaan kendaraan kantor dan surat izin karyawan yang bertugas keluar kantor.
- 6) Mengadministrasikan seluruh mutasi kegiatan selama penjagaan.
- 7) Menjaga, merawat dan mengoperasikan mesin genset, termasuk memastikan ketersediannya BBM.
- 8) Memastikan penggunaan listrik diluar jam operasional secara efektif dan efisien.
- 9) Memastikan kondisi kendaraan dalam keadaan aman, dan di parkir dengan tertib.

k. *Office Boy*

Adapun tugas utama *Office Boy*:

- 1) Menjaga kebersihan dan perawatan gedung beserta fasilitas dan inventaris kantor.
- 2) Mengantar dan menjaga stok kebutuhan logistic kantor.
- 3) Mengatur pengiriman surat atau barang, mencatat surat-surat masuk, serta mendistribusikan dan mengarsipkannya dengan baik.
- 4) Menjaga telepon masuk pada meja operator dengan benar.

- 5) Mengoperasikan mesin *fotocopy* dan membantu mendokumentasikan *file* pembiayaan dengan baik.

1. *Driver*

Menjaga kelancaran operasional kendaraan dinas berjalan dengan baik. Adapun tugas dan tanggung jawab *Driver*:

- 1) Menjaga dan memastikan kendaraan dinas dalam kondisi yang terawat dengan baik, aman dan layak jalan.
- 2) Mengoperasikan kendaraan dengan baik dan benar.
- 3) Memastikan ketersediaan BBM dalam kondisi stabil.
- 4) Memastikan pegawai yang menggunakan kendaraan sampai ke tujuan dengan selamat dan tepat waktu.
- 5) Memastikan setiap kendaraan yang menggunakan kendaraan dinas sudah mendapat izin dari pejabat yang berwenang.
- 6) Memastikan perjalanan ke luar kota sudah mendapatkan persetujuan dari pejabat yang berwenang.

B. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji Validitas atau keahlian adalah suatu indeks yang menunjukkan alat ukur tersebut benar-benar mengukur apa yang diukur.⁴⁴ Jika skala pengukuran tidak valid, maka tidak bermanfaat bagi peneliti karena tidak mengukur atau

⁴⁴ Juliansyah Noor, *Metologi Penelitian* (Jakarta: Kencana Pranamedia Group, 2011), hlm.138.

melakukan apa yang seharusnya dilakukan. Kualitas data yang diperoleh oleh peneliti adalah bergantung pada kualitas instrumen pengumpulan data yang digunakan pada penelitian.

Kualitas instrumen data harus dinilai dengan uji validitas. Dalam hal ini uji validitas pada instrumen tes. Uji validitas yang dilakukan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan metode *person product moment* dengan aplikasi SPSS. Adapun kriteria pengujian adalah:

Tabel IV.1
Uji Validitas
Label Syariah

| Pernyataan | r_{hitung} | r_{tabel} | Keterangan |
|-------------------|---------------------------|---|-------------------|
| 1 | 0.324 | $df = N-2$ $df = 97 - 2 = 95$ $r_{tabel} = 0,168$ | Valid |
| 2 | 0.483 | | Valid |
| 3 | 0.459 | | Valid |
| 4 | 0.296 | | Valid |
| 5 | 0.603 | | Valid |
| 6 | 0.524 | | Valid |
| 7 | 0.574 | | Valid |
| 8 | 0.371 | | Valid |
| 9 | 0.660 | | Valid |
| 10 | 0.714 | | Valid |

Sumber: Hasil output SPSS Versi 23

Hasil uji validitas pada table IV dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1,2,3,4,5,6,7,8,9,10 dari para responden mengenai label syariah dikatakan valid karena memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0.168).

Table IV.2
Uji Validitas
Minat Menjadi Nasaba

| Pernyataan | r_{hitung} | r_{tabel} | Keterangan |
|-------------------|---------------------------|---|-------------------|
| 1 | 0.465 | $df = N-2$ $df = 97 - 2 = 95$ $r_{tabel} = 0,168$ | Valid |
| 2 | 0.321 | | Valid |
| 3 | 0.435 | | Valid |
| 4 | 0.509 | | Valid |
| 5 | 0.671 | | Valid |
| 6 | 0.390 | | Valid |
| 7 | 0.564 | | Valid |
| 8 | 0.546 | | Valid |
| 9 | 0.561 | | Valid |
| 10 | 0.347 | | Valid |

Sumber: Hasil output SPSS Versi 23

Berdasarkan hasil uji validitas di atas dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan 1,2,3,4,5,6,7,8,9,10 dari para responden mengenai minat menjadi nasabah di katakan valid karena memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,168).

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas berkaitan dengan keterandalan suatu indikator yang ada pada instrumen ini tidak berubah-ubah, atau disebut konsisten. Artinya bila suatu penelitian dilakukan dengan alat ukur yang sama lebih dari satu kali maka hasil penelitian ini seharusnya sama bila tidak sama maka dikatakan perangkat ukur itu tidak *reliabel*. Uji reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas, dimana item yang masuk pengujian adalah pernyataan yang

dinyatakan valid.

Uji reliabilitas dilakukan dengan menghitung *Cronbach Alpha* dari masing-masing instrumen dalam suatu variabel. Instrumen yang dipakai dikatakan andal jika memiliki nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$ dan jika nilai *Cronbach Alpha* $< 0,60$ maka instrumen yang dipakai dalam penelitian itu dapat dikatakan tidak reliabel.

Table IV.3
Hasil Uji Realibilitas Variabel
Label Syariah
Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| 0,664 | 10 |

Sumber: Hasil output SPSS Versi 23

Berdasarkan hasil uji realibilitas dapat dilihat nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$ atau ($0,664 > 0,60$). Sehingga variabel label syariah dinyatakan *reliable* dan dapat diterima.

Table IV.4
Hasil Uji Realibilitas Variabel
Minat Menjadi Nasabah
Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| 0,629 | 10 |

Sumber: Hasil output SPSS Versi 23

Berdasarkan hasil uji realibilitas dapat dilihat nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$ atau ($0,629 > 0,60$). Sehingga variabel minat menjadi nasabah dinyatakan *reliable* dan dapat diterima.

C. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah nilai residu yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik hendaknya memiliki nilai residu yang berdistribusi secara normal. Dalam penelitian ini uji normalitas menggunakan SPSS versi 23 dengan melihat *One – Sample Kolmogorov Smirnov*. Uji normalitas dapat dilakukan dengan melihat taraf signifikansi 10% atau 0,1 maka ketentuan uji normalitas dapat diketahui sebagai berikut:

3. Jika nilai signifikansi $> 0,1$ maka berasal dari populasi yang berdistribusi normal.
4. Jika nilai signifikansi $< 0,1$ maka sampel berasal dari populasi yang berdistribusi tidak normal.

Tabel IV.5
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N | | 97 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | 1.12875054 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .081 |
| | Positive | .063 |
| | Negative | -.081 |
| Test Statistic | | .081 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .119 ^c |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Hasil output SPSS Versi 23

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai signifikansi (Asymp. Sig.2-tailed) sebesar $0,119 > 0,1$ sehingga dapat disimpulkan bahwa residual terdistribusi dengan normal.

D. Uji Linearitas

Secara umum uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier secara signifikan atau tidak. Data yang baik seharusnya memiliki hubungan yang linier antara independen variabel dan dependen variabel.

Pengujian data digunakan dengan SPSS menggunakan *linearity* pada taraf signifikan 0,1.

3. Jika nilai signifikan $< 0,1$ maka dapat dikatakan mempunyai hubungan yang linier.
4. Jika nilai signifikan $> 0,1$ maka dapat dikatakan mempunyai hubungan yang linier.

Tabel IV.6
Uji Linearitas Dengan Nilai F
Label Syariah Terhadap Minat Menjadi Nasabah

| | | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
|--------|----------------|--------------------------|----------------|----|-------------|---------|------|
| VAR0 | Between Groups | (Combined) | 395.075 | 10 | 39.508 | 29.469 | .000 |
| 0002 * | | Linearity | 388.060 | 1 | 388.060 | 289.456 | .000 |
| VAR0 | | Deviation from Linearity | 7.015 | 9 | .779 | .581 | .809 |
| 0001 | Within Groups | | 115.296 | 86 | 1.341 | | |
| | Total | | 510.371 | 96 | | | |

Sumber: Hasil output SPSS Versi 23

Berdasarkan table di atas hasil uji linearitas menunjukkan bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel} = 581 > 2,00$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara label syariah dengan minat menjadi nasabah.

E. Analisis Regresi Linear Sederhana

Regresi linear sederhana digunakan hanya untuk satu variabel bebas (*independen*) dan satu variabel tak bebas (*dependen*).

Tabel IV.7
Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana
Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 7.981 | 2.057 | | 3.880 | .000 |
| | Label | .824 | .047 | .872 | 17.361 | .000 |

a. Dependent Variable: Minat Menjadi Nasabah

Berdasarkan analisis data dengan menggunakan SPSS 23, maka diperoleh hasil persamaan regresi sebagai berikut:

$$M_n = a + b LS + e$$

$$M_n = 7,981 + 0,824$$

Persamaan regresi di atas memperlihatkan hubungan antara label syariah terhadap minat menjadi nasabah. Artinya apabila variabel label syariah (X) menurun maka minat menjadi nasabah (Y) akan meningkat. Dari persamaan tersebut dapat di ambil kesimpulan bahwa, jika variabel label

syariah (X) mengalami penurunan 1% akan berakibatkan meningkatnya nilai variabel minat menjadi nasabah (Y) sebesar 1,824% sebaliknya jika variabel label syariah (X) mengalami peningkatan 1% maka variabel (Y) akan berkurang sebesar 0,824%.

- a. Nilai konstanta dalam persamaan sebesar 7,981, artinya bahwa apabila Label Syariah bernilai nol maka minat menjadi nasabah sebesar 7,981
- b. Nilai koefisien pada regresi Label Syariah sebesar 0,824 bernilai positif. Artinya jika Label Syariah Bertambah 1 maka minat menjadi nasabah mengalami peningkatan sebesar 0,824.

F. Uji hipotesis

1. Uji Signifikansi Individual (Uji t)

Uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen atau variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Apabila nilai probabilitas signifikansinya lebih kecil dari 0,1 (10%) maka suatu variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen Hipotesis di terima jika taraf signifikan (α) < 0,01 dan Hipotesis ditolak jika taraf signifikan (α) > 0,01.

Kriteria:

- c. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka terdapat pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat

- d. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terkait

Tabel IV.8
Hasil Uji t
Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 7.981 | 2.057 | | 3.880 | .000 |
| Label | .824 | .047 | .872 | 17.361 | .000 |

a. Dependent Variable: Minat Menjadi Nasabah

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa t_{hitung} untuk variabel label syariah sebesar 17,361 sedangkan $t_{tabel} = (a / 2 : n - 1) = 0,01 : 96$ diperoleh 1,660 ini berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($17,361 > 1,660$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, dan nilai sig $< 0,01$ ($0,000 < 0,01$). Jadi dapat disimpulkan bahwa hasil uji t ternyata terdapat pengaruh secara signifikan antara label syariah terhadap minat menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri Tbk Cabang Padangsidimpuan.

2. Uji Koefisien Determinansi

Koefisien determinansi R^2 pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerapkan variasi variabel terkait.

Tabel IV.9
Hasil Uji R Square (R^2)
Model Summary

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .872 ^a | .760 | .758 | 1.13468 |

a. Predictors: (Constant), Label

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa R square (R^2) atau yang sering disebut koefisien determinansi sebesar 0,760 atau 76,0%. Hal ini menjelaskan bahwa variabel label syariah (X) memberi pengaruh sebesar 76,0% terhadap variabel minat menjadi nasabah (Y), sedangkan sisanya 24 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

G. Pembahasan Hasil Penelitian

Setelah peneliti melakukan penelitian secara langsung dengan melakukan penyebaran angket yang di ajukan kepada nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan dan mengolah hasil jawaban yang telah diberikan para responden dari angket yang telah peneliti sebarakan melalui aplikasi *SPSS 23* adalah sebagai berikut:

Berdasarkan dari hasil pengolahan data yang dilakukan menunjukkan adanya hubungan antara label syariah dengan minat menjadi nasabah. Dari perhitungan Ajusted R square (R^2) atau yang sering disebut koefisien determinansi hanya sebesar 0,760 atau 76,0%. Hal ini menjelaskan bahwa variabel label syariah terhadap variabel minat menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan sangatlah besar yaitu 76,0%. Sedangkan sisanya 24% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Berdasarkan dari hasil penelitian uji t bahwa t_{hitung} untuk variabel label syariah sebesar 17,361 sedangkan t_{tabel} diperoleh 1,660 ini berarti $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($17,361 > 1,660$) sehingga dapat disimpulkan bahwa dari hasil pengujian parsial ternyata terdapat pengaruh signifikan antar label syariah terhadap minat menjadi nasabah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidimpuan.

Sama seperti dalam penelitian Muhammad Narullah dalam penelitiannya menunjukkan nilai adjusted sebesar 0,094 hal ini berarti bahwa *Islami Branding* memiliki pengaruh kontribusi terhadap keputusan konsumen pada sebuah produk sebesar 9,4%. Dan sebesar 90,6% keputusan konsumen dipengaruhi faktor-faktor lain. Dan penelitian Fatihatul Mufarruhah menjelaskan bahwa sebuah *brand* itu dikatakan sukses apabila pemakainya mempersepsikan adanya nilai tambah relevan dan berkesinambungan yang memenuhi kebutuhannya secara paling memuaskan dan juga label syariah berpengaruh terhadap minat masyarakat muslim.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa label syariah merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi minat untuk menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidimpuan. Hal tersebut dikarenakan karna adanya label syariah yang sangat signifikan mempengaruhi minat untuk menjadi nasabah.

H. Keterbatasan Penelitian

Diantara keterbatasan yang dihadapi peneliti selama melaksanakan penelitian dan penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Keterbatasan dalam penggunaan variabel independen. Dimana masih banyak faktor yang mempengaruhi minat menjadi nasabah, tetapi peneliti hanya menggunakan 1 variabel independen saja.
2. Keterbatasan dalam penyebaran angket, peneliti tidak mengetahui kejujuran para responden dalam menjawab setiap pernyataan yang diberikan peneliti, tidak mengontrol nasabah dalam menjawab angket yang di berikan, apakah nasabah memang menjawab sesuai dengan kenyataan atau hanya asal menjawab saja.

Peneliti tetap berusaha agar keterbatasan yang di hadapi tidak mengurangi makna dari penelitian ini. Akhirnya dengan segala kerja keras serta usaha dan bantuan dari semua pihak skripsi ini dapat terselesaikan semoga peneliti selanjutnya lebih sempurnakan lagi.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian di analisis data pada bab sebelumnya mengenai “Pengaruh Label Syariah Terhadap Minat Menjadi Nasabah Pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan” dapat disimpulkan bahwa:

Terdapat pengaruh label syariah (X) terhadap minat menjadi nasabah (Y) di Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan. Dibuktikan dengan hasil penelitian nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($17,361 > 1,660$) H_a diterima, dan nilai sig $< 0,01$ ($0,000 < 0,01$). Jadi dapat disimpulkan bahwa label syariah berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan.

B. Saran

Adapun saran yang dapat peneliti simpulkan berdasarkan hasil penelitian diatas adalah:

1. Bagi peneliti selanjutnya yang akan meneliti diharapkan untuk ke depan supaya tidak hanya fokus pada variabel label syariah saja karena masih banyak variabel lain yang dapat mempengaruhi minat menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan seperti bagi hasil, bagi hasil, keyakinan, kepuasan, lokasi, dan sebagainya.

2. Bagi Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan diharapkan ke depannya supaya meningkatkan jumlah nasabahnya dan banyak melakukan promosi label syariah kepada calon nasabah agar calon nasabah berminat menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abdullah Ahmad Boedi. dan Beni Saebani. *Metode Penelitian Ekonomi Islam (Muamalah)*. Bandung: CV Pustaka Setia. 2014.
- Arif M. Nur Rianto Al. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta. 2010.
- Abdul Ghorri Tri Bodroastuti, *Op. Cit.* 2014
- Dalyono. M, *Psikologi Pendidikan* Jakarta: Rineka Cipta, 2012.
- Hasan Iqbal. *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara. 2006.
- Ismail. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana Prenada Group. 2011.
- Kuncoro Mudrajad. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga. 2009.
- Kasmir. *Manajemen perbankan*, Jakarta: Rajawali Press. 2014
- Lamb, Hair, Mc Daniel. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat. 2001.
- Noor Juliansyah. *Metologi Penelitian*. Jakarta: Kencana Pranamedia Group. 2011.
- Rahmadani Sofiah, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. Surabaya: Karya Agung 2011
- Saleh Abdul Rahman dan Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar (Dalam Prespektif Islam)*, Jakarta: Kencana, 2004
- Saleh Abdul Rahman dan Muhib Abdul Wahab. *Psikologi Suatu Pengantar*, hlm. 264.
- Sula Muhammad Syakir dan Hermawan. *Syariah Marketing*. Jakarta: Mizan. 2005.
- Umar Husein. *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Jakarta: TP. Gramedia Pustaka Utama. 2000.
- Ujang Surmawan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran* Bogor: Ghalia Indonesia. 2015
- Priyatno Duwi. *Pengelola Data Terpraktis*. Yogyakarta: Andi Offset. 2014

Karya Ilmiah

- Asnawi Nur dan Masyuri. *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*. Malang: UIN-Malik Press. 2011.
- Bodroastuti Abdul Ghorri Tri. *Pengaruh Faktor Budaya Sosial dan Psikologi Terhadap Perilaku Konsumen*. Dalam Jurnal, No. 32& 36 Semarang 50242.
- Hamid Rudi Widodo. *Prepsepsi Mahasiswa IAIN Walisongo Terhadap Perbankan Syariah*. Jakarta: tp. 2013.
- Sujarweni V. Wiratna. *Metodologi Penelitian: Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press. tt. 2015

Lain-Lain

Wawancara dengan Ibu Della Silvia sebagai *Costumer Service* di PT. Bank Syariah Mandiri, Tbk Kantor Cabang Padangsidempuan pada tanggal 18 Juli 2019, pukul 17:30 WIB.

Wawancara dengan salah satu tokoh masyarakat tentang bank syariah dan bank konvensional pada tanggal 01 Oktober 2019 pada pukul 20:11B di Manunggang Julu.

Bank Syariah Mandiri, (<https://www.syariahmandiri.co.id>), diakses pada 19 September 2019.

CURICULUM VITAE
(Daftar Riwayat Hidup)

1. Data Pribadi

Nama : Deni Winsan Ritonga
Nim : 15 401 00273
Tempat dan Tanggal Lahir : Manunggang Julu, 19 September 1996
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Alamat : Padangsidempuan Tenggara,
Manunggang Julu
No. Hp : 085275032349
Motto : **“Kita Bisa Jadi Apapun Asal Jangan
Jadi Tuhan”**

2. PENDIDIKAN

- a. SD Negeri 200513 Manunggang Julu (2003-2009)
- b. MTSN 2 Padangsidempuan (2009-2012)
- c. SMA Negeri 3 Padangsidempuan (2012-2015)
- d. Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan (2015-2020)

26 Juni 2019
No. 21/1832-3/RO I

Kepada,
Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Jl. T. Rizal Nurdin Km 4,5
Padangsidempuan

PT Bank Syariah Mandiri
Region I / Sumatera 1
Jl. A. Yani No.100 Lt.IV
Medan-20111
Telp. (061) 4534466 (Hunting)
Fax. (061) 4534456
www.syariahamandiri.co.id

Up. Yth. Bapak Abdul Nasser Hasibuan
Perihal: **PERSETUJUAN PENELITIAN (RISET)**
Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Semoga Bapak beserta seluruh staff selalu dalam keadaan sehat walafiat dan senantiasa dalam lindungan dan rahmat dari Allah SWT.

Menunjuk perihal tersebut di atas, bersama ini disampaikan bahwa pelaksanaan riset dalam rangka penulisan skripsi mahasiswa Bapak dapat dilaksanakan dengan keterangan sbb :

| No | Nama | Universitas/ Jurusan | NIDN/NIM | Judul Penelitian | Tempat Riset |
|----|---------------------|--------------------------|------------|--|--------------------|
| 1 | Deni Winsan Ritonga | Ekonomi dan Bisnis Islam | 1540100273 | Pengaruh Label Syariah Terhadap Jumlah Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri | KC Padangsidempuan |

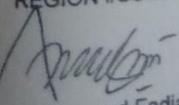
Kami sampaikan bahwa selama pelaksanaan penelitian tersebut agar memperhatikan dan mematuhi ketentuan sebagai berikut:

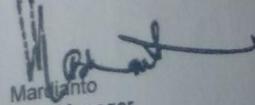
1. Peserta riset harus mematuhi UU Perbankan No 10 tahun 1998 serta ketentuan intern Bank Syariah Mandiri yang menyangkut prinsip-prinsip kerahasiaan bank.
2. Peserta riset harus mematuhi SE No. 5/007/DSI tanggal 5 Agustus 2003 perihal Riset, Survey, Penelitian Ilmiah, Pengisian Kuesioner bagi mahasiswa dalam rangka penyusunan skripsi; program studi S.1-S.2 dan praktek kerja lapangan/magang bagi siswa sekolah menengah kejuruan/diploma.
3. Peserta riset hanya dapat memperoleh data untuk kepentingan ilmiah dan yang bersangkutan tidak diperkenankan menyebarluaskannya kepada pihak lain.
4. Peserta riset tidak diperkenankan menyalin (*fotocopy*) data dan membuat salinan dokumen nasabah untuk kepentingan pribadi.
5. Peserta melaksanakan riset selama \pm 2 (dua) minggu, dan bila diperlukan, dapat diperpanjang dengan jangka waktu maksimal 1 (satu) bulan.
6. Peserta riset di bawah bimbingan dan pengawasan seorang pejabat bank.
7. Peserta riset menyerahkan 1 (satu) buah *copy* hasil riset yang telah diperiksa/disetujui oleh pembimbing dan pejabat Bank Syariah Mandiri.
8. Peserta wajib menandatangani Surat **Pernyataan** bermaterai (terlampir).

Demikian kami sampaikan atas kerjasama Bapak kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PT BANK SYARIAH MANDIRI
REGION I/SUMATERA


Mohammad Fadjar
RRB Manager


Marjanto
RBS Manager



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

Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor : 298 /In.14/G.1/PP.00.9/02/2019
Lampiran : -
Hal : **Penunjukan Pembimbing Skripsi**

28 Februari 2019

Yth. Bapak/Ibu;

1. Kamaluddin : Pembimbing I
2. Rodame Monitorir Napitupulu : Pembimbing II

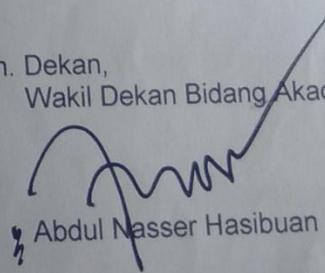
Dengan hormat, bersama ini disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa, berdasarkan hasil sidang tim pengkajian kelayakan judul skripsi, telah ditetapkan judul skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Deni Winsan Ritonga
NIM : 1540100273
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Label Syariah Terhadap Jumlah Nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidimpuan.

Untuk itu, diharapkan kepada Bapak/Ibu bersedia sebagai pembimbing mahasiswa tersebut dalam penyelesaian skripsi dan sekaligus penyempurnaan judul bila diperlukan.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

an. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik


Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.



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

Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor : 2055 /In.14/G.1/TL.00/12/2019
Hal : Mohon Izin Riset

18 Desember 2019

Yth; Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padangsidimpuan.

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

Nama : Deni Winsan Ritonga
NIM : 1540100273
Semester : IX (Sembilan)
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

adalah benar Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul: " Pengaruh Label Syariah Terhadap Minat Menjadi Nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri, Tbk Kantor Cabang Padangsidimpuan ".

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

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



a.n Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik

Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan

LEMBAR VALIDASI ANGKET MINAT

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Berilah tanda *checklist* (√) pada kolom V (valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi, Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

| Indikator | No. Soal | V | VR | TV |
|-----------|----------|---|----|----|
| Prinsip | 1 dan 2 | | | |
| Positif | 3 dan 4 | | | |
| Manfaat | 5 dan 6 | | | |
| Keyakinan | 7 dan 8 | | | |
| Janji | 9 dan 10 | | | |

Catatan:

.....
.....
.....

Padangsidempuan, 2019
Validator

Rodame Monitorir Napitupulu, M.M
NIP. 19841130201801 2 001

**LEMBAR VALIDASI
ANGKET MINAT MENJADI NASABAH**

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Berilah tanda *checklist* (√) pada kolom V (valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi, Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

| Indikator | No. Soal | V | VR | TV |
|------------------------|--------------|---|----|----|
| Keinginan diri sendiri | 1,2 dan 3 | | | |
| Faktor emosional | 4,5 dan 6 | | | |
| Motif social | 7,8 dan 9,10 | | | |

Catatan:

.....
.....
.....

Padangsidempuan, 2019
Validator

Rodame Monitorir Napitupulu, M.M
NIP. 19841130201801 2 001

LAMPIRAN 1

SURAT VALIDASI ANGKET

Menerangkan bahwa yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rodame Monitorir Napitupulu, M.M

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket untuk kelengkapan penelitian yang berjudul:

Pengaruh Label Syariah Terhadap Minat Menjadi Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Tbk Kantor Cabang Padangsidempuan.

Yang disusun oleh:

Nama : Deni Winsan Ritonga

NIM : 15 401 00273

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Perbankan Syariah 6

Adapun masukan saya adalah sebagai berikut:

- 1.
- 2.
- 3.

Dengan harapan masukan dan penilaian yang saya berikan dapat dipergunakan untuk menyempurnakan dan memperoleh kualitas angket yang baik.

Padangsidempuan, 2019

Rodame Monitorir Napitupulu, M.M
NIP. 19841130201801 2 001

Lampiran 2

LEMBAR KUISIONER

Kepada Yth,

Bapak/Ibu/Sdr. Responden

di Tempat

Dengan Hormat

Bersama ini, saya mohon kesediaan bapak/ibu untuk mengisi daftar kuesioner yang diberikan. Informasi yang bapak/ibu berikan merupakan bantuan yang sangat berarti bagi saya dalam menyelesaikan penelitian ini.

Jawaban bapak/ibu tidak akan mempunyai dampak negatif terhadap jabatan atau pekerjaan bapak/ibu saat ini. Karena tujuan pengajuan kuesioner ini hanya untuk pengumpulan data guna keberhasilan dalam penyusunan skripsi saya yang berjudul **“Pengaruh Label Syariah Terhadap Minat Menjadi Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Tbk Kantor Cabang Padangsidempuan”**.

Demikian, kepada bapak/ibu yang telah bersedia menjawab pertanyaan-pertanyaan saya, saya ucapkan terimakasih.

Hormat Saya

Deni Winsan Ritonga

I. Identitas Responden

Nama :

Usia :

Jenis Kelamin :

Alamat :

II. Petunjuk Pengisian

1. Berikan checklist (√) pada setiap jawaban anda.
2. Setiap pertanyaan berikut ini terdiri atas lima pilihan jawaban, sebagai berikut:
 - a. SS = Sangat setuju
 - b. S = Setuju
 - c. KS = Kurang Setuju
 - d. TS = Tidak Setuju
 - e. STS = Sangat Tidak Setuju

III. Daftar Pertanyaan Kuesioner

a. Angket Variabel Label Syariah

| No | Daftar Pernyataan | Tanggapan Responden | | | | |
|----|--|---------------------|---|----|----|---------|
| | | SS | S | KS | TS | ST S |
| 1. | Menurut saya label syariah itu sesuai dengan syariat Islam | | | | | |
| 2. | Sistem dan produk-produk perbankan syariah sudah sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam | | | | | |
| 3. | Menurut saya label syariah itu | | | | | |

| | | | | | | |
|-----|---|--|--|--|--|--|
| | berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk | | | | | |
| 4. | Label syariah sangat berpengaruh positif terhadap bank | | | | | |
| 5. | Anda percaya dengan produk bank karena ber label syariah | | | | | |
| 6. | Banyak manfaat menggunakan bank syariah | | | | | |
| 7. | Saya yakin produk bank syariah sangat berkualitas | | | | | |
| 8. | Saya yakin bekerja sama dengan bank syariah | | | | | |
| 9. | Saya yakin bekerja sama dengan bank syariah | | | | | |
| 10. | Bank syariah menjanjikan kerja sama sesuai dengan kesepakatan bersama | | | | | |

b. Angket Variabel Minat Menjadi Nasabah

| No. | Daftar Pernyataan | Tanggapan Responden | | | | |
|-----|---|---------------------|---|----|----|-----|
| | | SS | S | KS | TS | STS |
| 1. | Saya menggunakan bank syariah karena saya ingin mencari kesejahteraan dunia akhirat | | | | | |
| 2. | Saya menggunakan produk bank syariah karena didasari keinginan sendiri | | | | | |
| 3. | Saya menggunakan bank syariah karena bank syariah lebih baik dari bank konvensional | | | | | |
| 4. | Saya menabung di bank syariah karena adanya larangan atas riba | | | | | |
| 5. | Riba itu dosa besar makanya saya menggunakan bank syariah | | | | | |
| 6. | Setiap transaksi yang di berikan sesuai dengan prinsip bank syariah | | | | | |
| 7. | Prinsip-prinsip syariah dalam setiap praktek transaksi bank | | | | | |
| 8. | Saya meyakini kebenaran Al-Qur'an tentang larangan riba | | | | | |
| 9. | Saya yakin prinsip yang digunakan bank syariah sesuai dengan ajaran Islam | | | | | |
| 10. | Saya yakin dengan pilihan saya | | | | | |

Padangsidimpuan,.....2019
Responden

.....

| | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|---|
| 41 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 42 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 43 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 44 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 45 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| 46 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 47 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 |
| 48 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 49 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 50 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 51 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 52 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 53 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 54 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 55 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 56 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 57 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 58 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 59 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 60 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 61 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 62 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| 63 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 64 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 65 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 67 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 68 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 69 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 70 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 71 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 72 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 73 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 74 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 75 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 76 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 77 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 78 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 79 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 80 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 81 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 82 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| 83 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 84 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| 85 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 |
| 86 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 87 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 88 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 |

| | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|
| 87 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| 88 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 89 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 90 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 91 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 92 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 93 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 94 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 95 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 96 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 97 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 |

| | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|---|
| 41 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 42 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 43 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 44 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 45 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| 46 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 47 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 |
| 48 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 49 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 50 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 51 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 52 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 53 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 54 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 55 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 56 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 57 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 58 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 59 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 60 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 61 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 62 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| 63 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 64 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 65 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 67 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 68 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 69 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 70 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 71 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 72 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 73 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 74 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 75 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 76 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 77 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 78 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 79 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 80 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 81 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 82 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| 83 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 84 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| 85 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 |
| 86 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 87 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 88 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 |

| | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|
| 87 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| 88 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 89 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 90 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 91 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 92 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 93 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 94 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 95 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 96 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 97 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 |

Tabel r untuk df = 51 - 100

| df = (N-2) | Tingkat signifikansi untuk uji satu arah | | | | |
|------------|--|--------|--------|--------|--------|
| | 0.05 | 0.025 | 0.01 | 0.005 | 0.0005 |
| | Tingkat signifikansi untuk uji dua arah | | | | |
| | 0.1 | 0.05 | 0.02 | 0.01 | 0.001 |
| 51 | 0.2284 | 0.2706 | 0.3188 | 0.3509 | 0.4393 |
| 52 | 0.2262 | 0.2681 | 0.3158 | 0.3477 | 0.4354 |
| 53 | 0.2241 | 0.2656 | 0.3129 | 0.3445 | 0.4317 |
| 54 | 0.2221 | 0.2632 | 0.3102 | 0.3415 | 0.4280 |
| 55 | 0.2201 | 0.2609 | 0.3074 | 0.3385 | 0.4244 |
| 56 | 0.2181 | 0.2586 | 0.3048 | 0.3357 | 0.4210 |
| 57 | 0.2162 | 0.2564 | 0.3022 | 0.3328 | 0.4176 |
| 58 | 0.2144 | 0.2542 | 0.2997 | 0.3301 | 0.4143 |
| 59 | 0.2126 | 0.2521 | 0.2972 | 0.3274 | 0.4110 |
| 60 | 0.2108 | 0.2500 | 0.2948 | 0.3248 | 0.4079 |
| 61 | 0.2091 | 0.2480 | 0.2925 | 0.3223 | 0.4048 |
| 62 | 0.2075 | 0.2461 | 0.2902 | 0.3198 | 0.4018 |
| 63 | 0.2058 | 0.2441 | 0.2880 | 0.3173 | 0.3988 |
| 64 | 0.2042 | 0.2423 | 0.2858 | 0.3150 | 0.3959 |
| 65 | 0.2027 | 0.2404 | 0.2837 | 0.3126 | 0.3931 |
| 66 | 0.2012 | 0.2387 | 0.2816 | 0.3104 | 0.3903 |
| 67 | 0.1997 | 0.2369 | 0.2796 | 0.3081 | 0.3876 |
| 68 | 0.1982 | 0.2352 | 0.2776 | 0.3060 | 0.3850 |
| 69 | 0.1968 | 0.2335 | 0.2756 | 0.3038 | 0.3823 |
| 70 | 0.1954 | 0.2319 | 0.2737 | 0.3017 | 0.3798 |
| 71 | 0.1940 | 0.2303 | 0.2718 | 0.2997 | 0.3773 |
| 72 | 0.1927 | 0.2287 | 0.2700 | 0.2977 | 0.3748 |
| 73 | 0.1914 | 0.2272 | 0.2682 | 0.2957 | 0.3724 |
| 74 | 0.1901 | 0.2257 | 0.2664 | 0.2938 | 0.3701 |
| 75 | 0.1888 | 0.2242 | 0.2647 | 0.2919 | 0.3678 |
| 76 | 0.1876 | 0.2227 | 0.2630 | 0.2900 | 0.3655 |
| 77 | 0.1864 | 0.2213 | 0.2613 | 0.2882 | 0.3633 |
| 78 | 0.1852 | 0.2199 | 0.2597 | 0.2864 | 0.3611 |
| 79 | 0.1841 | 0.2185 | 0.2581 | 0.2847 | 0.3589 |
| 80 | 0.1829 | 0.2172 | 0.2565 | 0.2830 | 0.3568 |
| 81 | 0.1818 | 0.2159 | 0.2550 | 0.2813 | 0.3547 |
| 82 | 0.1807 | 0.2146 | 0.2535 | 0.2796 | 0.3527 |
| 83 | 0.1796 | 0.2133 | 0.2520 | 0.2780 | 0.3507 |
| 84 | 0.1786 | 0.2120 | 0.2505 | 0.2764 | 0.3487 |
| 85 | 0.1775 | 0.2108 | 0.2491 | 0.2748 | 0.3468 |
| 86 | 0.1765 | 0.2096 | 0.2477 | 0.2732 | 0.3449 |
| 87 | 0.1755 | 0.2084 | 0.2463 | 0.2717 | 0.3430 |
| 88 | 0.1745 | 0.2072 | 0.2449 | 0.2702 | 0.3412 |
| 89 | 0.1735 | 0.2061 | 0.2435 | 0.2687 | 0.3393 |
| 90 | 0.1726 | 0.2050 | 0.2422 | 0.2673 | 0.3375 |
| 91 | 0.1716 | 0.2039 | 0.2409 | 0.2659 | 0.3358 |
| 92 | 0.1707 | 0.2028 | 0.2396 | 0.2645 | 0.3341 |
| 93 | 0.1698 | 0.2017 | 0.2384 | 0.2631 | 0.3323 |
| 94 | 0.1689 | 0.2006 | 0.2371 | 0.2617 | 0.3307 |
| 95 | 0.1680 | 0.1996 | 0.2359 | 0.2604 | 0.3290 |
| 96 | 0.1671 | 0.1986 | 0.2347 | 0.2591 | 0.3274 |
| 97 | 0.1663 | 0.1975 | 0.2335 | 0.2578 | 0.3258 |
| 98 | 0.1654 | 0.1966 | 0.2324 | 0.2565 | 0.3242 |
| 99 | 0.1646 | 0.1956 | 0.2312 | 0.2552 | 0.3226 |
| 100 | 0.1638 | 0.1946 | 0.2301 | 0.2540 | 0.3211 |

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 -120)

| df | Pr | 0.25 | 0.10 | 0.05 | 0.025 | 0.01 | 0.005 | 0.001 |
|-----|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|-------|
| | 0.50 | 0.20 | 0.10 | 0.050 | 0.02 | 0.010 | 0.002 | |
| 81 | 0.67753 | 1.29209 | 1.66388 | 1.98969 | 2.37327 | 2.63790 | 3.19392 | |
| 82 | 0.67749 | 1.29196 | 1.66365 | 1.98932 | 2.37269 | 2.63712 | 3.19262 | |
| 83 | 0.67746 | 1.29183 | 1.66342 | 1.98896 | 2.37212 | 2.63637 | 3.19135 | |
| 84 | 0.67742 | 1.29171 | 1.66320 | 1.98861 | 2.37156 | 2.63563 | 3.19011 | |
| 85 | 0.67739 | 1.29159 | 1.66298 | 1.98827 | 2.37102 | 2.63491 | 3.18890 | |
| 86 | 0.67735 | 1.29147 | 1.66277 | 1.98793 | 2.37049 | 2.63421 | 3.18772 | |
| 87 | 0.67732 | 1.29136 | 1.66256 | 1.98761 | 2.36998 | 2.63353 | 3.18657 | |
| 88 | 0.67729 | 1.29125 | 1.66235 | 1.98729 | 2.36947 | 2.63286 | 3.18544 | |
| 89 | 0.67726 | 1.29114 | 1.66216 | 1.98698 | 2.36898 | 2.63220 | 3.18434 | |
| 90 | 0.67723 | 1.29103 | 1.66196 | 1.98667 | 2.36850 | 2.63157 | 3.18327 | |
| 91 | 0.67720 | 1.29092 | 1.66177 | 1.98638 | 2.36803 | 2.63094 | 3.18222 | |
| 92 | 0.67717 | 1.29082 | 1.66159 | 1.98609 | 2.36757 | 2.63033 | 3.18119 | |
| 93 | 0.67714 | 1.29072 | 1.66140 | 1.98580 | 2.36712 | 2.62973 | 3.18019 | |
| 94 | 0.67711 | 1.29062 | 1.66123 | 1.98552 | 2.36667 | 2.62915 | 3.17921 | |
| 95 | 0.67708 | 1.29053 | 1.66105 | 1.98525 | 2.36624 | 2.62858 | 3.17825 | |
| 96 | 0.67705 | 1.29043 | 1.66088 | 1.98498 | 2.36582 | 2.62802 | 3.17731 | |
| 97 | 0.67703 | 1.29034 | 1.66071 | 1.98472 | 2.36541 | 2.62747 | 3.17639 | |
| 98 | 0.67700 | 1.29025 | 1.66055 | 1.98447 | 2.36500 | 2.62693 | 3.17549 | |
| 99 | 0.67698 | 1.29016 | 1.66039 | 1.98422 | 2.36461 | 2.62641 | 3.17460 | |
| 100 | 0.67695 | 1.29007 | 1.66023 | 1.98397 | 2.36422 | 2.62589 | 3.17374 | |
| 101 | 0.67693 | 1.28999 | 1.66008 | 1.98373 | 2.36384 | 2.62539 | 3.17289 | |
| 102 | 0.67690 | 1.28991 | 1.65993 | 1.98350 | 2.36346 | 2.62489 | 3.17206 | |
| 103 | 0.67688 | 1.28982 | 1.65978 | 1.98326 | 2.36310 | 2.62441 | 3.17125 | |
| 104 | 0.67686 | 1.28974 | 1.65964 | 1.98304 | 2.36274 | 2.62393 | 3.17045 | |
| 105 | 0.67683 | 1.28967 | 1.65950 | 1.98282 | 2.36239 | 2.62347 | 3.16967 | |
| 106 | 0.67681 | 1.28959 | 1.65936 | 1.98260 | 2.36204 | 2.62301 | 3.16890 | |
| 107 | 0.67679 | 1.28951 | 1.65922 | 1.98238 | 2.36170 | 2.62256 | 3.16815 | |
| 108 | 0.67677 | 1.28944 | 1.65909 | 1.98217 | 2.36137 | 2.62212 | 3.16741 | |
| 109 | 0.67675 | 1.28937 | 1.65895 | 1.98197 | 2.36105 | 2.62169 | 3.16669 | |
| 110 | 0.67673 | 1.28930 | 1.65882 | 1.98177 | 2.36073 | 2.62126 | 3.16598 | |
| 111 | 0.67671 | 1.28922 | 1.65870 | 1.98157 | 2.36041 | 2.62085 | 3.16528 | |
| 112 | 0.67669 | 1.28916 | 1.65857 | 1.98137 | 2.36010 | 2.62044 | 3.16460 | |
| 113 | 0.67667 | 1.28909 | 1.65845 | 1.98118 | 2.35980 | 2.62004 | 3.16392 | |
| 114 | 0.67665 | 1.28902 | 1.65833 | 1.98099 | 2.35950 | 2.61964 | 3.16326 | |
| 115 | 0.67663 | 1.28896 | 1.65821 | 1.98081 | 2.35921 | 2.61926 | 3.16262 | |
| 116 | 0.67661 | 1.28889 | 1.65810 | 1.98063 | 2.35892 | 2.61888 | 3.16198 | |
| 117 | 0.67659 | 1.28883 | 1.65798 | 1.98045 | 2.35864 | 2.61850 | 3.16135 | |
| 118 | 0.67657 | 1.28877 | 1.65787 | 1.98027 | 2.35837 | 2.61814 | 3.16074 | |
| 119 | 0.67656 | 1.28871 | 1.65776 | 1.98010 | 2.35809 | 2.61778 | 3.16013 | |
| 120 | 0.67654 | 1.28865 | 1.65765 | 1.97993 | 2.35782 | 2.61742 | 3.15954 | |

Penyebaran Angket kepada Respondeen di PT. Bank Syariah Mandiri Tbk Kantor Cabang Padangsidimpuan







