



**PENGARUH FAKTOR RELIGIUSITAS DAN FAKTOR  
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN MASYARAKAT  
MEMILIH KPR IB GRIVA PADA PT. BANK  
SUMUT CABANG SYARIAH  
PADANGSIDIMPUAN**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah*

**Oleh:**

**SUDIRMAN PUTRA GULTOM  
NIM. 10 220 0083**

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

**2016**



**PENGARUH FAKTOR RELIGIUSITAS DAN FAKTOR  
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN MASYARAKAT  
MEMILIH KPR iB GRIYA PADA PT. BANK  
SUMUT CABANG SYARIAH  
PADANGSIDIMPUAN**

**SKRIPSI**

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

Oleh:

**SUDIRMAN PUTRA GULTOM  
NIM. 10 220 0083**

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PADANGSIDIMPUAN  
2016**



**PENGARUH FAKTOR RELIGIUSITAS DAN FAKTOR  
HARGA TEHADAP KEPUTUSAN MASYARAKAT  
MEMILIH KPR IB GRIYA PADA P.T BANK  
SUMUT CABANG SYARIAH  
PADANGSIDIMPUAN**

**SKRIPSI**

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

**Oleh:**

**SUDIRMAN PUTRA GULTOM  
NIM. 10 220 0083**

Pembimbing I

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

Pembimbing II

Nofinawati, S.El., M.A  
NIP. 19821116 201101 2 003

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH**

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

**2016**



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

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

Hal : Lampiran Skripsi  
a.n. **SUDIRMAN PUTRA GULTOM**  
Lampiran : 7 (Tujuh) Eksemplar

Padangsidimpuan, 04 Oktober 2016

Kepada Yth:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Islam

Di-

Padangsidimpuan

**Assalamu'alaikum Wr. Wb**

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **SUDIRMAN PUTRA GULTOM** yang berjudul "**PENGARUH FAKTOR RELIGIUSITAS DAN FAKTOR HARGA TERHADAP KEPUTUSAN MASYARAKAT MEMILIH KPR IB GRIYA PADA P.T BANK SUMUT CABANG SYARIAH PADANGSIDIMPUAN**", Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ilmu Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.

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

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

**Wassalamu'alaikum Wr. Wb.**

**PEMBIMBING I**

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

**PEMBIMBING II**

**Nofinawati, S.EI., M.A**  
NIP. 19821116 201101 2 003

## **SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI**

Dengan nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : SUDIRMAN PUTRA GULTOM  
NIM : 10 220 0083  
Fakultas/Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : **PENGARUH FAKTOR RELIGIUSITAS DAN FAKTOR HARGA TERHADAP KEPUTUSAN MASYARAKAT MEMILIH KPR IB GRIYA PADA P.T BANK SUMUT CABANG SYARIAH PADANGSIDIMPUAN**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing, dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan kode etik mahasiswa pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 04 Oktober 2016

Saya yang Menyatakan,



**SUDIRMAN PUTRA GULTOM**  
**NIM. 10 220 0083**

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

---

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

Nama : SUDIRMAN PUTRA GULTOM  
NIM : 10 220 0083  
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-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **PENGARUH FAKTOR RELIGIUSITAS DAN FAKTOR HARGA TERHADAP KEPUTUSAN MASYARAKAT MEMILIH KPR IB GRIYA PADA P.T BANK SUMUT CABANG SYARIAH PADANGSIDIMPUAN.** Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir Saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan  
Pada tanggal: November 2016  
Yang menyatakan,



**SUDIRMAN PUTRA GULTOM**  
**NIM. 10 220 0083**



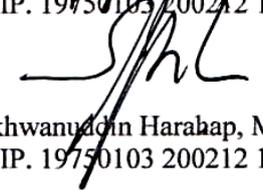
**KEMENTERIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jl. H. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan 22733  
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

**DEWAN PENGUJI  
UJIAN MUNAQASYAH SKRIPSI**

Nama : SUDIRMAN PUTRA GULTOM  
NIM : 10 220 0083  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : **PENGARUH FAKTOR RELIGIUSITAS DAN  
FAKTOR HARGA TERHADAP KEPUTUSAN  
MASYARAKAT MEMILIH KPR iB GRIYA PADA  
P.T BANK SUMUT CABANG SYARIAH  
PADANGSIDIMPUAN**

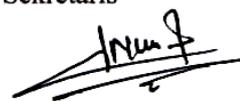
Ketua

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

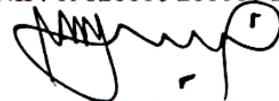
  
Ikhwanuddin Harahap, M.Ag  
NIP. 19750103 200212 1 001

  
Nofinawati, SEI., MA  
NIP: 19821116 201101 2 003

Sekretaris

  
Nofinawati, SEI., MA  
NIP: 19821116 201101 2 003

Anggota

  
Mudzakkir Khotib Siregar, MA  
NIP. 19721121 199903 1 002

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

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidimpuan  
Tanggal : Selasa 01 November 2016  
Pukul : 09.00 WIB s/d selesai  
Hasil/Nilai : 74,63 (B)  
Predikat : Amat Baik  
IPK : 3,32



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl.T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan22733  
Telp.(0634) 22080 Fax.(0634) 24022

---

## PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI :PENGARUH FAKTOR RELIGIUSITAS DAN  
FAKTOR HARGA TERHADAP KEPUTUSAN  
MASYARAKAT MEMILIH KPR IB GRIYA PADA  
P.T BANK SUMUT CABANG SYARIAH  
PADANGSIDIMPUAN**

**NAMA : SUDIRMAN PUTRA GULTOM  
NIM : 10 220 0083**

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

Padangsidimpuan, November 2016

Dekan,

**H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag  
NIP. 19731128 2001 12 1 001**

## ABSTRAK

Nama : SUDIRMAN PUTRA GULTOM  
NIM : 10 220 0083  
Judul : Pengaruh Faktor Religiusitas dan Faktor Harga Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih KPR iB Griya Pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan

Memiliki rumah sendiri adalah idaman setiap orang, bahkan menjadi kebutuhan bagi yang sudah berkeluarga karena rumah adalah tempat melepas penat dan bertemu orang-orang terkasih setelah sibuk bekerja atau beraktifitas seharian. Namun harga rumah yang berkembang menyebabkan jarang orang yang mampu membeli rumah secara tunai, sehingga membeli dengan angsuran atau menyewa adalah alternatif yang dapat dipilih.

Permasalahan penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh faktor religiusitas dan faktor harga terhadap keputusan masyarakat memilih KPR iB Griya pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.

Dalam hal ini metode penelitian yang dilakukan secara kuantitatif, dengan menggunakan persamaan regresi linier berganda, uji validitas, uji reliabilitas, koefisien determinasi, korelasi, uji F serta uji t. Untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan dilakukan dengan menggunakan instrumen pengumpulan data yaitu angket, dengan jumlah sampel 32 responden. Selanjutnya untuk pengolahan datanya dilakukan dengan bantuan *software SPSS versi 22*.

Nilai koefisien regresi  $b_1$  (variabel religiusitas) bernilai positif sebesar 0,817. Artinya bahwa setiap bertambah religiusitas sebesar 1% maka keputusan masyarakat memilih KPR iB Griya juga akan bertambah sebesar 0,817 dengan asumsi variabel independen lainnya bernilai tetap. Nilai koefisien regresi  $b_2$  (Variabel harga) bernilai negatif sebesar -0,261. Artinya bahwa setiap bertambah produk sebesar 1 % maka minat nasabah juga akan berkurang sebesar -0,261 dengan asumsi variabel independen lainnya nilainya tetap. Dan hasil perhitungan didapat nilai  $F_{hitung} 6,737$  dengan tingkat signifikansi 0,004. Sedangkan nilai  $F_{tabel}$  sebesar 3,328 hal ini berarti nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , selain itu nilai  $\alpha$  atau signifikan juga menunjukkan angka dibawah 0,05 (0,000), sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya terdapat pengaruh secara bersama-sama variabel religiusitas dan harga terhadap keputusan masyarakat memilih KPR iB Griya pada Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.

## Kata Pengantar



Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah Swt atas segala berkat dan rahmat-Nya yang telah memberikan kesehatan dan segala nikmat kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik sesuai dengan waktu yang direncanakan.

Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Faktor Religiusitas dan Faktor Harga Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih KPR iB Griya Pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan”** disusun untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam Jurusan perbankan syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan.

Selama perkuliahan sampai dengan tersusunnya skripsi ini, penulis banyak sekali mendapat dukungan moral, material, dan spiritual yang tidak ternilai harganya. Melalui tulisan ini, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL Rektor IAIN Padangsidempuan, serta Bapak Drs. H. Irwan Saleh Dalimunthe, M.A, Bapak Aswadi Lubis, S.E, M.Si, dan Bapak Drs. Samsuddin Pulungan, M.Ag, selaku Wakil Rektor di IAIN Padangsidempuan.
2. Bapak Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan, Bapak Darwis Harahap, M.Si, Ibu Rosnani

Siregar, M.Ag, dan Bapak Ikhwanuddin Harahap, M.Ag wakil dekan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

3. Bapak Abdul Nasser Hasibuan, M. Si, ketua Jurusan Perbankan Syari'ah Ibu Nofinawati, M.A sebagai Sekretaris Jurusan, serta seluruh civitas akademika IAIN Padangsidempuan yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.
4. Bapak Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag dan Ibu Nofinawati, M.A dosen pembimbing I dan II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan petunjuk yang sangat berharga bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak serta Ibu Dosen IAIN Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan, dorongan dan masukan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.
7. Teristimewa Ayahanda dan Ibunda tercinta yang paling berjasa dan telah mengasuh, mendidik peneliti, serta telah banyak berkorban serta memberikan dukungan moral dan materil demi kesuksesan peneliti dalam menyelesaikan studi mulai dari tingkat dasar sampai leleh memberikan dukungan dan harapan dalam menyelesaikan skripsi ini. semoga Allah nantinya dapat membalas perjuangan mereka dengan surga firdaus-Nya..

8. Rekan-rekan mahasiswa yang selalu bersedia memberikan bantuan dan sebagai teman dalam diskusi serta selalu memberi saya dukungan dan do'a, memberi senyum saat saya sedih, membangunkan saya saat saya terjatuh dan memotivasi disaat saya rapuh, *Thank's for All*.

Akhir kata, Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan serta kemampuan penulis yang jauh dari "Cukup". Untuk itu, penulis dengan segala kerendahan hati menerima kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan penulisan skripsi ini. Semoga Allah SWT memberi dan melindungi kita semua, dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak. Amin.

Padangsidempuan, September 2016  
Penulis,

**SUDIRMAN PUTRA GULTOM**  
**NIM. 10 2200083**

## DAFTAR ISI

Halaman Judul	
Halaman Pengesahan Pembimbing	
Surat Pernyataan Pembimbing	
Surat Pernyataan Keaslian Skripsi	
ABSTRAK .....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN .....	v
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Batasan Masalah .....	6
D. Defenisi Operasional Variabel.....	7
E. Rumusan Masalah.....	9
F. Tujuan Penelitian .....	9
G. Kegunaan Penelitian .....	10
H. Sistematika Pembahasan .....	10
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>12</b>
A. Kerangka Teori .....	12
1. Religiusitas .....	12
a. Pengertian religiusitas .....	14
b. Dimensi Religiusitas.....	15
c. Unsur-unsur Penting Religiusitas .....	15
d. Manusia dan Religiusitas.....	16
2. Harga .....	17
a. Pengertian Harga .....	17
b. Penentuan Harga.....	18
c. Tujuan Penentuan Harga .....	19
d. Penetapan Harga Jual .....	20
e. Hubungan Harga/ Kualitas .....	21
3. Masyarakat .....	21
a. Pengertian Masyarakat .....	21
b. Proses Keputusan Masyarakat Memilih .....	22
c. Tahap-tahap dalam Proses Keputusan Pembelian.....	23
d. Faktor- FaktorYang Mempengaruhi Keputusan Pembelian <b>Konsumen.....</b>	26
4. Bank Syariah .....	29
a. Pengertian Bank Syariah .....	30
b. Kegiatan Bank Syariah.....	30

c. Pembiayaan KPR iBGriya Bank Syariah.....	31
B. Penelitian Terdahulu .....	39
C. Kerangka Berpikir.....	41
D. Hipotesis .....	42
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>44</b>
A. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	44
B. Jenis dan Metode Penelitian.....	44
C. Populasi dan Sampel .....	45
D. Instrumen Pengumpulan Data.....	46
E. Variabel Penelitian.....	48
F. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	48
G. Teknik Analisis Data.....	50
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>53</b>
A. Gambaran Umum PT. Bank SUMUT Cabang Syariah	
Padangsidempuan .....	53
1. Sejarah Singkat dan Perkembangan .....	53
2. Visi dan Misi Bank SUMUT.....	56
3. Ruang Lingkup Bidang Usaha .....	58
4. Struktur Organisasi Perusahaan .....	58
B. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	71
1. Uji Validitas .....	71
2. Uji Reliabilitas.....	73
C. Teknik Analisis Data.....	75
1. Uji Asumsi Klasik .....	75
a. Uji Normalitas .....	75
b. Uji Heteroskasiditas .....	77
c. Uji Multikolinearitas .....	78
2. Analisis Regresi Linier Berganda .....	79
3. Pegujian Hipotesis .....	81
a. Analisis Korelasi Ganda (R) .....	81
b. Analisis Determinasi ( $R^2$ ).....	82
c. Uji Koefisien Regresi secara Parsial (Uji t) .....	83
d. Uji Koefisien Regresi secara Bersama-sama (Uji F) .....	85
D. Pembahasan.....	86
E. Keterbatasan Penelitian.....	88
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>90</b>
A. Kesimpulan .....	91
B. Saran-Saran .....	90

## DAFTAR PUSTAKA

## RIWAYAT HIDUP

## LAMPIRAN-LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Indikator Penelitian .....	5
Tabel 2.1	Operasional Variabel.....	8
Tabel 3.1	Penilaian untuk angket positif dan negatif.....	46
Tabel 4.1	Hasil Uji Validitas Variabel Religiusitas ( $X_1$ ).....	70
Tabel 4.2	Hasil Uji Validitas Variabel Harga( $X_2$ ) .....	71
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas Variabel Masyarakat Memilih (Y).....	72
Tabel 4.4	Uji Reliabilitas .....	73
Tabel 4.5	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Religiusitas .....	73
Tabel 4.6	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga .....	73
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Masyarakat Memilih.....	73
Tabel 4.8	Uji One Sample Kolmogorov Smirnov.....	76
Tabel 4.9	Uji Multikolinieritas.....	78
Tabel 4.10	Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....	79
Tabel 4.11	Uji Korelasi Ganda (R) .....	80
Tabel 4.12	Hasil Analisis Determinasi.....	82
Tabel 4.13	Uji t .....	83
Tabel 4.14	Uji F .....	84

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Skema <i>Murabahah</i> .....	38
Gambar2.2	Kerangka Berpikir .....	41
Gambar 4.1	Struktur Organisasi PT.Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.....	59
Gambar 4.2	Metode Grafik .....	75
Gambar 4.3	Uji Penyimpangan Heteroskedastisitas .....	77

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Memiliki rumah sendiri adalah idaman setiap orang, bahkan menjadi kebutuhan bagi yang sudah berkeluarga karena rumah adalah tempat melepas penat dan bertemu orang-orang terkasih setelah sibuk bekerja atau beraktifitas seharian. Namun harga rumah yang berkembang menyebabkan jarang orang yang mampu membeli rumah secara tunai, sehingga membeli dengan angsuran atau menyewa adalah alternatif yang dapat dipilih.

Memiliki rumah sendiri kini bukan lagi sesuatu yang sulit, karena ada fasilitas Kredit Kepemilikan Rumah yang diberikan oleh kalangan perbankan yang biasa disebut KPR. KPR adalah suatu fasilitas kredit yang diberikan oleh perbankan kepada nasabah perorangan yang akan membeli atau memperbaiki rumah. Di Bank Syariah, tersedia berbagai KPR iB yang bisa dipilih sesuai kebutuhan: KPR iB Jual Beli dan KPR iB Sewa, KPR iB Sewa Beli, dan KPR iB kepemilikan bertahap. Namun yang banyak ditawarkan Bank Syariah adalah skema jual beli dan skema sewa beli.

Pemilihan KPR Syariah oleh beberapa orang disebabkan oleh pengaruh religiusitas yang dipercayai. Mayoritas penduduk asli Indonesia beragama Islam, sehingga kiranya sangat prospek untuk suatu bisnis yang berlandaskan syariah.

Religiusitas merupakan ketaatan seseorang dalam menjalankan agamanya, dimana orang yang taat dengan agama akan senantiasa mempertimbangkan segala sesuatunya berdasarkan perintah agamanya, termasuk ketika seseorang akan melakukan pembelian sebuah produk.

Keputusan nasabah adalah sesuatu hal yang diputuskan konsumen untuk memutuskan pilihan atas tindakan pembelian barang atau jasa, atau sesuatu keputusan setelah melalui beberapa proses yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, dan melakukan evaluasi alternative yang menyebabkan timbulnya keputusan yang dianggap paling baik. Langkah terakhir dari proses itu merupakan sistem evaluasi untuk menentukan efektifitas dari keputusan yang telah diambil. Seseorang nasabah ketika akan memilih suatu produk mereka akan dihadapkan pada pilihan yang rumit, berbagai perbedaan yang terdapat pada produk dengan jenis yang sama tapi merek dan spesifikasi yang umumnya berbeda.

Suatu produk dapat dikatakan telah dikonsumsi oleh konsumen apabila produk tersebut telah diputuskan untuk digunakan. Keputusan untuk menggunakan dipengaruhi oleh nilai produk yang dievaluasi. Bila manfaat yang dirasakan lebih besar dibandingkan pengorbanan untuk mendapatkannya maka dorongan untuk menggunakannya semakin tinggi. Sebaliknya bila manfaat lebih kecil dari pengorbanannya maka biasanya konsumen akan menolak untuk menggunakan dan pada umumnya beralih mengevaluasi produk lain yang sejenis.

Peran Customer Service di suatu bank sangat banyak, diantaranya adalah mempertahankan nasabah lama agar tetap setia menjadi nasabah kita melalui pembinaan hubungan yang lebih akrab dengan nasabah. Berusaha untuk mendapat nasabah baru, melalui berbagai pendekatan, misalnya meyakinkan nasabah untuk menjadi nasabah kita dan mampu meyakinkan nasabah tentang kualitas produk bank tersebut.

Menurut Hendry Simamora, “harga adalah jumlah uang yang dibebankan atau dikenakan atas sebuah produk atau jasa”. Harga merupakan bagian integral dari sebuah produk-produk tidak akan ada tanpa adanya harga. Bagi perbankan konvensional, pengertian harga adalah tingkat suku bunga, biaya administrasi, biaya provisi dan komisi dan sebagainya. Sedangkan harga bagi perbankan syariah adalah besarnya bagi hasil maupun biaya lainnya.

Harga juga merupakan variable penting, harga yang rendah atau harga yang terjangkau memicu untuk meningkatkan kinerja pemasaran. Namun harga juga menjadi indicator kualitas dimana suatu produk dengan kualitas tinggi akan berani dipatok dengan harga yang tinggi pula. Harga akan dapat mempengaruhi kesadaran konsumen akan suatu merek produk tertentu.

Seperti halnya pada produk KPR Ibt dengan skema jual beli memberi kepastian jumlah angsuran yang harus dibayar oleh nasabah setiap bulan. Nasabah tidak akan dipusingkan dengan masalah naiknya angsuran apabila terjadi kenaikan suku bunga pasar karena besarnya nilai angsuran tetap sampai masa angsuran selesai. Harga jual rumah ditetapkan di awal ketika nasabah menandatangani perjanjian pembiayaan jual beli rumah.

Hadirnya pembiayaan KPR (Kredit Kepemilikan Rumah) disebabkan karena adanya permintaan masyarakat dalam pemenuhan kebutuhan rumah secara cicilan. Produk ini dikelola oleh bank konvensional. Akan tetapi, seiring berjalannya waktu masyarakat menginginkan sebuah produk pembiayaan rumah yang sesuai dengan prinsip syariah, seperti produk KPR iB Griya yang di tawarkan oleh PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan.

Dalam hal ini bank memegang peranan penting dalam memperlancar proses pembangunan dan diharapkan dapat membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan perumahan, selain itu bank juga melayani kebutuhan pembiayaan dan memperlancar mekanisme sistem pembayaran bagi semua sektor perekonomian.

Gencarnya produk KPR iB tidak terlepas dari kegiatan pemasaran dan promosi oleh pihak bank syariah. Bahkan produk KPR iB ini memiliki risiko yang rendah. Rekomendasi dari nasabah yang telah menggunakan produk syariah turut mempengaruhi pemilihan produk KPR iB. Tentunya hal ini tidak terlepas dari pengalaman baik yang dirasakan oleh nasabah selama menggunakan produk KPR iB. Kemudahan untuk menjangkau bank syariah (lokasi) di wilayah para nasabah tinggal juga memberikan pengaruh terhadap pemilihan bank syariah.

PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan mengeluarkan produk pembiayaan KPR Syariah atau dalam produknya disebut KPR iB Griya yang bekerjasama dengan *developer* rumah serta menggunakan sistem aplikasi akad *murabahah*, dimana pembiayaan rumah oleh PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan merupakan proses jual beli. *Murabahah* merupakan akad jual beli barang dengan tambahan *margin* (keuntungan) serta dengan pengembalian pembiayaan secara cicilan atau tangguhan dengan menyertakan uang muka yang ditentukan oleh bank syariah.

Dari hasil penelitian awal bahwa pembiayaan KPR iB Griya di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan bekerjasama dengan CV. Griya Seroja untuk daerah kota Padangsidempuan yang kantor pemasarannya beralamat di kelurahan Salambue kecamatan Padangsidempuan Tenggara, dari 135 unit rumah yang ditawarkan dari tahun 2008-2014 baru 32 unit rumah yang dihuni. Dimana yang menggunakan pembiayaan KPR iB Griya PT. Bank SUMUT Cabang Padangsidempuan didominasi oleh Pegawai Negeri Sipil (PNS), TNI, dan selebihnya oleh pengusaha atau wiraswasta.<sup>1</sup>

Berdasarkan fenomena di atas maka peneliti tertarik membahasnya dalam sebuah skripsi yang berjudul **“Pengaruh Faktor Religiusitas Dan Faktor Harga terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Pembiayaan KPR iB Griya Pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan”**.

---

<sup>1</sup>Wawancara dengan karyawan PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan bagian seksi pemasaran, pada senin tanggal 29 Desember 2014.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka permasalahan yang dapat diidentifikasi adalah:

1. Pengaruh faktor religiusitas terhadap keputusan masyarakat memilih KPR iB Griya pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.
2. Pengaruh faktor harga terhadap keputusan masyarakat memilih KPR iB Griya pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.
3. Pengaruh faktor lokasi terhadap keputusan masyarakat memilih KPR iB Griya pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.
4. Pengaruh faktor promosi terhadap keputusan masyarakat memilih KPR iB Griya pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.
5. Pengaruh faktor profesi atau pekerjaan masyarakat terhadap keputusan masyarakat memilih KPR iB Griya pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.

## **C. Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka di sini peneliti akan memberikan batasan pada masalah yang akan diteliti, yaitu:

1. Apakah faktor religiusitas memberikan pengaruh kepada masyarakat memilih KPR iB Griya Griya pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.
2. Apakah faktor harga memberikan pengaruh kepada masyarakat memilih KPR iB Griya pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.

Penelitian ini dibatasi karena adanya keterbatasan dana, waktu, dan pengetahuan yang dimiliki oleh peneliti.

#### D. Defenisi Operasional Variabel

Untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman dengan judul penelitian ini, maka penulis membuat defenisi operasional dari masing-masing istilah yang terdapat dalam judul penelitian ini sebagai berikut:

**Tabel 1.1**  
**Indikator Penelitian**

No	Variabel	Defenisi	Indikator
1.	Religiusitas (X <sub>1</sub> )	Religiusitas (X <sub>1</sub> ) adalah seperangkat kepercayaan dan aturan yang pasti untuk membimbing kita dalam tindakan kita terhadap Tuhan, orang lain dan terhadap diri kita sendiri. <sup>2</sup> Sedangkan Menurut Reville, Religius adalah “Penentuan kehidupan manusia sesuai dengan ikatan antara jiwa manusia dan jiwa yang gaib, yang dominasinya terhadap dirinya sendiri dan dunia diketahui oleh manusia dan kepadanya lah dia merasa sangat terikat”. <sup>3</sup> Religiusitas yang penulis maksud adalah kepatuhan dan keshalihan masyarakat dan pengelola bank dalam melakukan transaksi pembiayaan yang sesuai dengan prinsip syariah islam, dan menjadi insan-insan yang penuh dengan iman dan takwa .	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Prinsip kemitraan</li> <li>2. Prinsip keadilan</li> <li>3. Prinsip ketentraman</li> <li>4. Prinsip transparansi/ keterbukaan</li> <li>5. Prinsip universalitas</li> <li>6. Bisnis halal dengan tidak adanya unsur riba</li> <li>7. Pengambilan laba yang wajar</li> </ol>
2.	Harga (X <sub>2</sub> )	Harga (X <sub>2</sub> ) adalah nilai barang yang dijual atau dibeli martabat, kehormatan, ongkos jasa dan sebagainya. <sup>4</sup> Sedangkan menurut Hendry Simamora, “harga adalah jumlah uang yang dibebankan atau	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keterjangkauan harga</li> <li>2. Harga angsuran</li> </ol>

<sup>2</sup>Monzer Kahf, *Ekonomi Islam (Telaah Analitik Terhadap Fungsi Sistem Ekonomi Islam)*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995), hlm. 1.

<sup>3</sup>*Ibid.*

<sup>4</sup> <http://KBBI.web.id/harga>, diakses pada tanggal 12-03-2015, Pukul 21.29 WIB.

		dikenakan atas sebuah produk atau jasa”. <sup>5</sup> Harga yang penulis maksud adalah harga dari pembiayaan KPR iB Griya pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.	<p>murah</p> <p>3. Kesesuaian harga dengan kualitas produk</p> <p>4. Kepercayaan terhadap harga</p>
3.	Masyarakat memilih (Y)	Menurut R. Linton, “masyarakat adalah setiap kelompok manusia yang telah cukup lama hidup dan bekerjasama, sehingga mereka ini dapat mengorganisasikan dirinya berfikir tentang dirinya dalam satu kesatuan social dan batasan-batasan tertentu. <sup>6</sup> Sedangkan menurut Ramdani Wahyu, “masyarakat adalah suatu sistem sosial yang melebihi masa hidup individual normal dan merekrut anggota secara reproduksi biologis serta melakukan sosialisasi terhadap generasi berikutnya”. <sup>7</sup> Masyarakat yang penulis maksud adalah masyarakat yang memilih pembiayaan KPR iB Griya pada Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan yaitu masyarakat masyarakat yang menghuni perumahan Griya Seroja di kelurahan Salambue kecamatan Padangsidempuan Tenggara.	<p>1. Mengenali kebutuhan</p> <p>2. Pemilihan pemasar</p> <p>3. Pencarian informasi</p> <p>4. Keputusan pembelian</p> <p>5. Perilaku setelah membeli</p>

<sup>5</sup>Hendry Simamora, *Manajemen Pemasaran Internasional*, (Jakarta: Salemba Empat, 2000), hlm. 574.

<sup>6</sup> Abu Hamid, *Ilmu Sosial Dasar*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1991), hlm. 225.

<sup>7</sup> Ramdani Wahyu, *ISD (Ilmu Sosial Dasar)*, (Bandung: Pustaka Setia, 2007), hlm. 74.

### **E. Rumusan Masalah**

Berdasarkan batasan masalah yang diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh faktor religiusitas terhadap masyarakat memilih KPR iB Griya pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan ?
2. Apakah terdapat pengaruh faktor harga terhadap masyarakat memilih KPR iB Griya pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan ?
3. Apakah terdapat pengaruh faktor religiusitas dan faktor harga terhadap masyarakat memilih KPR iB Griya pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan ?

### **F. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka penulis memberikan beberapa tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh faktor religiusitas terhadap masyarakat memilih pembiayaan KPR iB Griya pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.
2. Untuk mengetahui pengaruh faktor harga terhadap masyarakat memilih KPR iB Griya Di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.
3. Untuk mengetahui pengaruh faktor religiusitas dan faktor harga terhadap masyarakat memilih pembiayaan KPR iB Griya pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.

## **G. Kegunaan Penelitian**

Berdasarkan Kegunaan Penelitian tersebut diatas maka peneliti yang dilakukan ini diharapkan dapat memberi manfaat pada :

1. Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah keilmuan di bidang ekoknomi dan dapat memberikan kontribusi pemikiran dan pengembangan ilmu pengetahuan di bidang ekonomi, khususnya dalam bidang lembaga keuangan.
2. Manfaat penelitian ini secara praktis adalah sebagai berikut:
  - a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan manfaat bagi masyarakat tentang KPR iB Griya pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.
  - b. Penelitian ini dapat menjadi masukan bagi PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan untuk memajukan perusahaannya di masa depan.
  - c. Penelitian ini menjadi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana pada jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan.

## **H. Sistematika Pembahasan**

Untuk mempermudah penelitian ini sesuai dengan permasalahan yang ada maka peneliti menggunakan sistematika pembahasan menjadi sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan, meliputi : Latar Belakang Masalah, indentifikasi masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, defenisi operasional dan Sistematika Pembahasan.

Bab II Landasan Teori, meliputi : Kerangka teori, penelitian terdahulu, kerangka berfikir dan Hipotesis.

Bab III Metodologi Penelitian meliputi : lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, instrumen pengumpulan data, uji validitas dan realibilitas instrumen analisis data.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan, meliputi : gambaran umum PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan, uji validitas dan reliabilitas, hasil penelitian, pembahasan, keterbatasan penelitian.

Bab V Penutup, yang merupakan kesimpulan dan saran-saran.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Kerangka Teori**

##### **1. Religiusitas**

###### **a. Pengertian Religiusitas**

Dalam bahasa latin, agama disebut dengan religi yang mempunyai dua rujukan kata yang berbeda. Pertama, berasal dari kata *Religo* yang berarti mengingat atau menjalin, sedangkan yang kedua, berasal dari kata *Religare* yang berarti mengumpulkan dan membaca. Religiusitas adalah seperangkat kepercayaan dan aturan yang pasti untuk membimbing kita terhadap tuhan, orang lain dan terhadap diri kita sendiri.<sup>1</sup>

Menurut Reville, Religiusitas adalah “Penentuan kehidupan manusia sesuai dengan ikatan antara jiwa manusia dan jiwa yang gaib, yang dominasinya terhadap dirinya sendiri dan dunia diketahui oleh manusia dan kepada-Nya lah dia merasa sangat terikat”.<sup>2</sup>

*Religiusitas* berasal dari bahasa Inggris yaitu dari kata dasar Religion yang berarti agama, dari istilah religion inilah muncul istilah Religius berarti keagamaan. Meski berakar kata sama, namun dalam penggunaannya istilah religiusitas mempunyai makna yang berbeda dengan religi atau agama. Kalau agama menunjuk pada aspek formal yang berkaitan dengan aturan-aturan dan kewajiban-kewajiban,

---

<sup>1</sup>Monzer Kahf, *Ekonomi Islam (Telaah Analitik terhadap Fungsi Sistem Ekonomi Islam)*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995), hlm. 1.

<sup>2</sup>*Ibid.*

religiusitas menunjuk pada aspek religi yang telah dihayati oleh individu di dalam hati.

Menurut Atang Abdul Hakim dalam bukunya *Metodologi Studi Islam* menjelaskan bahwa religiusitas itu adalah sikap hidup seseorang berdasarkan pada nilai-nilai yang diyakininya. *Religiusitas* merupakan suatu ekspresi *religius* yang ditampilkan.<sup>3</sup>

Menurut Bustanudin Agus bahwa; ekspresi religius ditemukan dalam budaya material, perilaku manusia, nilai, moral, hukum dan sebagainya. Tidak ada aspek kebudayaan lain dalam agama yang lebih luas pengaruh dan implikasinya dalam kehidupan manusia”.<sup>4</sup>

Religiusitas menurut pandangan islam adalah dalam melakukan aktivitas ekonomi, social, politik atau aktivitas apapun, si muslim diperintahkan untuk melakukannya dalam rangka beribadah kepada Allah.<sup>5</sup>Dari pengertian-pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa religiusitas adalah sikap seseorang yang diyakininya dalam kehidupan sehari-hari dalam rangka beribadat kepada Allah.

Seseorang dikatakan memiliki perilaku keberagamaan jika memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- 1) Menerima kebenaran agama berdasarkan pertimbangan pemikiran yang matang, bukan sekedar ikut-ikutan.

---

<sup>3</sup> Atang Abdul Hakim, *Metodologi Studi Islam*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1999), hlm. 4.

<sup>4</sup> Bustanuddin Agus, *Agama Dalam Kehidupan Manusia*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005), hlm. 6.

<sup>5</sup> Djamaluddin Ancok dan Fuat Nashori Suroso, *Psikologi Islami: Solusi Islam Atas Problem-problem Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2005), hlm. 79.

- 2) Cenderung bersifat realistik, sehingga norma-norma agama lebih banyak diaplikasikan dalam perilaku dan tingkah laku.
- 3) Berperilaku positif terhadap ajaran dan norma-norma agama dan berusaha untuk mempelajari dan mendalami pemahaman keagamaan
- 4) Tingkat ketaatan beragama didasarkan atas pertimbangan tanggung jawab diri sehingga sikap religiusitas merupakan realisasi dari sikap hidup.
- 5) Bersikap lebih terbuka dan wawasan lebih luas.
- 6) Bersikap lebih kritis terhadap materi ajaran agama sehingga kemantapan beragama selain didasarkan atas pertimbangan pikiran, juga didasarkan atas pertimbangan hati nurani.
- 7) Sikap keberagamaan cenderung mengarah kepada tipe-tipe kepribadian masing-masing, sehingga terlihat adanya pengaruh kepribadian dalam menerima, memahami serta melaksanakan ajaran agama yang diyakininya.
- 8) Terlihat adanya hubungan antara sikap religiusitas dengan kehidupan social, sehingga perhatian terhadap kepentingan organisasi social sudah berkembang.<sup>6</sup>

#### **b. Dimensi Religiusitas**

- 1) Dimensi keyakinan atau akidah Islam menunjuk pada seberapa tingkat kepercayaan muslim terhadap kebenaran dari ajaran-ajaran agamanya, terutama ajaran yang bersifat fundamental dan normatik,

---

<sup>6</sup>Jalaluddin, *Psikologi Agama: Memahami Perilaku Keagamaan dengan Mengaplikasikan Prinsip-prinsip Psikologi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011), hlm. 108-109.

isi dimensi akidah menyangkut keyakinan tentang Allah, malaikat, nabi/rasul, kitab-kitab Allah, surga dan neraka, qadha dan qadar.<sup>7</sup>

- 2) Dimensi peribadatan atau syariah menunjuk pada seberapa tingkat kepatuhan muslim dalam mengerjakan kegiatan ritual sebagaimana disuruh dan dianjurkan oleh agamanya. Didalam Islam isi dimensi keimanan menyangkut pelaksanaan sholaat, puasa, zakat, haji dan sebagainya.
- 3) Dimensi pengamalan atau akhlak menunjuk pada seberapa tingkat muslim berperilaku dimotivasi oleh ajaran-ajaran agamanya, yaitu bagaimana individu berelasi dengan dunianya, terutama dengan manusia lain. Dimensi ini meliputi tolong menolong, bekerja sama, berderma, mensejahterakan orang lain, tidak korupsi dan sebagainya.

### **c. Unsur-unsur penting Religiusitas**

- 1) Kekuatan gaib, manusia merasa dirinya lemah dan berhajat kepada kekuatan gaib tersebut, sebagai tempat meminta pertolongan. Oleh karena itu, manusia harus mengadakan hubungan baik dengan kekuatan gaib tersebut. Hubungan baik itu dapat diwujudkan dengan mematuhi perintah dan menjauhi larangan kekuatan gaib tersebut.
- 2) Keyakinan manusia bahwa kesejahteraan didunia ini dan hidupnya diakhirat tergantung pada adanya hubungan baik dengan kekuatan gaib tersebut.

---

<sup>7</sup> Djamaluddin Ancok, *Op.Cit*, hlm. 80-81

- 3) Respon yang bersifat emosional dari manusia. Respon itu bisa mengambil bentuk perasaan takut, seperti yang terdapat dalam agama primitif atau perasaan cinta, seperti agama *monotheisme*. Selanjutnya respon itu juga mengambil bentuk penyembahan yang terdapat dalam agama primitif atau pemujaan dalam agama *monotheisme*.
- 4) Paham adanya yang kudus (*sacred*) dan suci dalam bentuk kekuatan gaib, kitab suci, tempat-tempat tertentu dan lain-lain.<sup>8</sup>

#### **d. Manusia dan Religiusitas**

Kebutuhan manusia terhadap agama menyangkut kebutuhan manusia terhadap Tuhan dan peraturan-peraturan yang berasal dari Tuhan. Kebutuhan ini dapat dilihat dari dua sifat dasar yang dimiliki manusia, yaitu secara psikologis dan sosiologis. Secara psikologis manusia memiliki perasaan adanya sesuatu yang menguasai alam termasuk dirinya, yaitu Tuhan dalam agama Islam atau kekuatan supranatural dalam konsep ilmiah. Secara sosiologis agama memang dibutuhkan manusia. Kajian sosiologis mengakui peranan agama dalam kehidupan sosial.

Sirkulasi sumber kehidupan atau sistem ekonomi tergantung kepada apakah manusia satu dengan lainnya dapat saling menaruh kepercayaan bahwa mereka akan memenuhi kewajiban-kewajiban bersama dibidang keuangan atau tidak. Begitu pula kelangsungan hidup masyarakat tergantung pada harapan bahwa anggota-anggota mereka

---

<sup>8</sup> Baharuddin dan Buyung Ali, *Metode Studi Islam*, (Bandung: Cipta Pustaka Media, 2005), hlm. 14.

akan melaksanakan kewajiban-kewajiban yaitu menepati janji-janji sosial.

Ada dua alasan yang dapat dikemukakan mengapa agama menjadi jawaban yang dipilih untuk itu. Pertama, agama mendorong terciptanya persetujuan mengenai sifat-sifat dan isi kewajiban sosial itu, dengan memberikan nilai yang berfungsi membentuk sikap para anggota masyarakat dan memberi isi kepada kewajiban-kewajiban sosial. Dalam hal ini, agama memberikan sistem social yang utuh dan terpadu. Kedua, terdapat alasan yang kuat bahwa manusia memainkan peranan yang penting dalam memberikan kekuatan memaksa yang mendukung dan memperkuat adat istiadat.<sup>9</sup>

## **2. Harga**

### **a. Pengertian Harga**

Menurut kamus besar bahasa Indonesia, “harga adalah nilai barang yang dijual atau dibeli, martabat, kehormatan, ongkos jasa dan sebagainya”.<sup>10</sup> Sedangkan menurut Hendry Simamora, “harga adalah jumlah uang yang dibebankan atau dikenakan atas sebuah produk atau jasa”.<sup>11</sup> Harga merupakan bagian integral dari sebuah produk-produk tidak akan ada tanpa adanya harga. Bagi perbankan konvensional, pengertian harga adalah tingkat suku bunga, biaya administrasi, biaya provisi dan komisi dan sebagainya. Sedangkan harga bagi perbankan syariah adalah besarnya bagi hasil maupun biaya lainnya.

---

<sup>9</sup> *Ibid.*, hlm. 15-18.

<sup>10</sup> <http://KBBI.web.id/harga>, diakses pada tanggal 12-03-2015, Pukul 21.29 WIB.

<sup>11</sup> Hendry Simamora, *Loc, Cit.*

## **b. Penentuan Harga**

Penentuan harga paling penting dalam dunia usaha adalah sebagai berikut<sup>12</sup>:

- 1) Pada saat produk baru sedang diperkenalkan. Biasanya terdapat sangat sedikit pedoman mengenai tingkat yang terhadapnya harga harus tetap. Lagi pula, sukar untuk menilai pada akhirnya meluncurkan produk itu ke dalam pasar karena sikap dan perilaku orang tidak selalu dapat diprediksi.
- 2) Pada waktu pesaing menaikkan dan menurunkan harga. Ketika harga produk pesaing berubah, respon perusahaan mungkin akan dibutuhkan. Tindakan dapat terpusat pada pengubahan harga sendiri untuk menohok kompetisi, atau mungkin juga melakukan strategi pemasaran kompetitif lainnya.
- 3) Ketika suatu perusahaan mencuat dalam perekonomian yang akan mempengaruhi harga. Permintaan untuk beberapa barang relatif tidak terpengaruh dalam satu atau cara lainnya. Permintaan produk dapat mempengaruhi tingkat yang terhadapnya harga ditetapkan.
- 4) Pada saat terdapat pergeseran-pergeseran dalam harga dari produk pengganti. Harga produk substitusi bakal mempunyai pengaruh penting atas tingkat harga yang ditetapkan untuk produk tertentu.
- 5) Pada saat terdapat perubahan dalam regulasi pemerintah. Regulasi keselamatan dan aktifitas untuk melindungi lingkungan dapat

---

<sup>12</sup> *Ibid.* hlm. 574-575.

membengkakkan biaya produksi beberapa produk. Kenaikan biaya seperti itu tentu saja dibebankan kepada para konsumen. Beberapa harga juga dikendalikan oleh pemerintah, dan dapat dibekukan atau bahkan dikurangi manakala hal itu dirasa untuk kepentingan umum.

- 6) Ketika ada teknologi yang mempengaruhi biaya produksi.
- 7) Pada saat perusahaan mengubah strategi dan taktiknya.<sup>13</sup>

### c. Tujuan Penentuan Harga

Terdapat empat tujuan kunci penentuan harga, adalah sebagai berikut:

#### 1) Maksimisasi harga

Dalam rangka memaksimalkan laba usaha, perusahaan membutuhkan data jumlah unit yang dapat dijual pada harga yang berbeda ditambah estimasi biaya variabel dan tetap.

#### 2) Maksimisasi pendapatan

Perusahaan yakin bahwa lebih mudah memaksimalkan penjualan dari pada memaksimalkan keuntungan yang sifatnya lebih abstrak. Harga yang lebih rendah serta diiringi dengan maksimisasi pendapatan dapat digunakan supaya competitor tidak dapat memasuki pasar.

#### 3) Maksimisasi pangsa pasar

Tujuan maksimisasi pangsa pasar untuk mendapatkan posisi pasar akan mengorbankan berbagai keuntungan dan pendapatan. Ancangan ini biasanya dipakai untuk menerobos pasar baru. Maksimisasi pangsa

---

<sup>13</sup> *Ibid.* hlm. 576.

pasar paling baik dipakai tatkala perusahaan mempunyai arus kas dari lini produk lain yang dapat digunakan untuk mensubsidi silang perbaikan produk dan ekspansi fasilitas produksi.

#### 4) Kepemimpinan mutu

Tujuan penentuan harga lainnya adalah untuk menopang suatu citra seperti pemimpin mutu di sebuah pasar. Beberapa pelanggan menggunakan harga sebagai indikator mutu. Para pembeli cenderung menyukai produk berharga lebih mahal manakala harga merupakan satu-satunya informasi yang tersedia, ketika mereka yakin bahwa mutu dari merk yang tersedia adalah berbeda secara signifikan, dan pada saat perbedaan harga diantara merk-merk yang ada adalah besar.

### d. Penetapan Harga Jual

Harga jual adalah penjumlahan harga beli/ harga pokok perolehan bank dan *margin* keuntungan. Angsuran harga jual terdiri dari angsuran harga beli/ harga pokok dan angsuran *margin* keuntungan. Pengakuan angsuran dapat dihitung dengan menggunakan empat metode, yaitu:

- 1) Metode *margin* keuntungan menurun
- 2) *Margin* keuntungan rata-rata
- 3) *Margin* keuntungan *flat*
- 4) *Margin* keuntungan *annuitas*.<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup> Adiwarmarman Karim, *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), hlm. 255.

### e. Hubungan Harga/Kualitas

Nilai produk yang dirasakan telah digambarkan sebagai *trade-off* antara manfaat (kualitas) produk yang dirasakan dan pengorbanan yang dirasakan, baik yang berkaitan dengan keuntungan maupun bukan yang diperlukan untuk memperolehnya. Beberapa riset telah menunjukkan bahwa konsumen mengandalkan harga sebagai indikator kualitas produk.<sup>15</sup>

## 3. Masyarakat

### a. Pengertian masyarakat

Menurut Ramdani Wahyu, “masyarakat adalah suatu sistem sosial yang melebihi masa hidup individual normal dan merekrut anggota secara reproduksi biologis serta melakukan sosialisasi terhadap generasi berikutnya”.<sup>16</sup> Dan pengertian selanjutnya masyarakat adalah kumpulan sekian banyak individu yang terikat oleh satuan adat, ritus, atau hukum dan hidup bersama.<sup>17</sup>

Masyarakat adalah kelompok-kelompok orang yang menempati sebuah wilayah (*territorial*) tertentu, yang hidup secara relatif lama, saling berkomunikasi, memiliki simbol-simbol dan aturan tertentu serta sistem hukum yang mengontrol tindakan anggota masyarakat, memiliki

---

<sup>15</sup> Leon schiffman dan leszie Lazuar kanuk, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Indeks, 2008), hlm. 166.

<sup>16</sup> Ramdani Wahyu, *ISD (Ilmu Sosial Dasar)*, (Bandung: Pustaka Setia, 2007), hlm. 74.

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

sistem stratifikasi, sadar sebagian dari bagian anggota masyarakat tersebut serta relatif dapat menghidupi dirinya sendiri.<sup>18</sup>

Menurut R. Linton “mengemukakan, bahwa masyarakat adalah setiap kelompok manusia yang telah cukup lama hidup dan bekerja sama, sehingga mereka ini dapat mengorganisasikan dirinya berfikir tentang dirinya dalam satu kesatuan sosial dan batasan-batasan tertentu”. Sedangkan menurut J. L. Gilin dan J. P Gilin “mengatakan bahwa masyarakat adalah kelompok manusia yang terbesar dan mempunyai kebiasaan, tradisi, sikap dan perasaan persatuan yang sama”.<sup>19</sup>

#### **b. Proses Keputusan Masyarakat Memilih**

Tujuan dari pemasaran adalah memenuhi dan melayani kebutuhan dan keinginan konsumen sasaran, tetapi mengenal konsumen tidaklah mudah. Para pelanggan mungkin saja menyatakan kebutuhan dan keinginan sedemikian rupa tetapi bertindak yang sebaliknya. Para pemasar harus mempelajari keinginan, persepsi, preferensi, dan perilaku belanja pelanggan sasaran mereka. Studi-studi seperti ini akan memberikan petunjuk untuk mengembangkan produk-produk baru, harga, saluran, dan unsur bauran pemasaran lain.

Keputusan pembelian adalah proses yang dialami berbagai pengaruh terhadap para pembeli dan mengembangkan suatu pemahaman mengenai bagaimana sebenarnya para konsumen membuat keputusan pembelian mereka. Para pemasar harus mengidentifikasi siapa yang

---

<sup>18</sup> Burhan Bungin, *Op. Cit.*, hlm. 58.

<sup>19</sup> Abu Hamid, *Ilmu Sosial Dasar*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1991), hlm. 225.

membuat keputusan pembelian, jenis keputusan pembelian, dan langkah-langkah dalam proses pembelian.

### **c. Tahap-Tahap dalam Proses Keputusan Pembelian**

Dalam proses pengambilan keputusan pembelian ada beberapa tahap yaitu :<sup>20</sup>

#### 1) Pengenalan Kebutuhan

Proses memilih dimulai dengan pengenalan masalah atau kebutuhan. Nasabah menyadari suatu perbedaan antara keadaan sebenarnya dan keadaan yang diinginkannya. Kebutuhan itu dapat digerakkan oleh rangsangan dari dalam diri nasabah atau dari luar diri nasabah. Para pemasar perlu mengenal berbagai hal yang dapat menggerakkan kebutuhan atau minat tertentu dalam nasabah.

#### 2) Pencarian Informasi

Seorang konsumen yang mulai terungkap minatnya mungkin akan atau mungkin tidak mencari informasi yang lebih banyak lagi. Jika dorongan konsumen adalah kuat, dan obyek yang dapat memuaskan kebutuhan itu tersedia, konsumen akan membeli obyek itu. Jika tidak, kebutuhan nasabah itu tinggal mengendap dalam ingatannya. Nasabah

---

<sup>20</sup>Adi Haryadi, *Kiat-Kiat Membuat Promosi Penjualan*, (Jakarta: Alexa Media Komputindo, 2005), hlm. 22.

mungkin tidak berusaha untuk memperoleh informasi lebih lanjut atau sangat aktif mencari informasi sehubungan dengan kebutuhan itu.

### 3) Penilaian Alternatif

Setelah melakukan pencarian informasi sebanyak mungkin tentang banyak hal selanjutnya nasabah harus melakukan penilaian tentang beberapa alternatif yang ada dan menentukan langkah selanjutnya. Penilaian ini tidak dapat dipisahkan dari pengaruh sumber-sumber yang dimiliki oleh nasabah (waktu, uang dan informasi) maupun risiko keliru dalam penilaian.

### 4) Keputusan Memilih

Dalam melakukan evaluasi alternatif, konsumen akan mengembangkan sebuah keyakinan atas merek dan tentang posisi tiap merek berdasarkan masing-masing atribut yang berujung pada pembentukan citra merek. Selain itu, pada tahap evaluasi alternatif konsumen juga membentuk sebuah preferensi atas merek-merek yang ada dalam kumpulan pribadi dan konsumen juga akan membentuk niat untuk membeli merek yang paling disukai dan berujung pada keputusan pembelian.

Pada tahapan keputusan pembelian, konsumen dipengaruhi oleh dua faktor utama yang terdapat diantara niat pembelian dan keputusan pembelian yaitu:<sup>21</sup>

---

<sup>21</sup>Kotler Philip dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Indonesia: P.T Indeks, 2005), hlm. 240.

1. Sikap orang lain, yaitu sejauh mana sikap orang lain mengurangi alternatif yang disukai seseorang akan bergantung pada dua hal. Pertama, intensitas sikap negatif orang lain terhadap alternatif yang disukai calon konsumen. Kedua, motivasi konsumen untuk menuruti keinginan orang lain. Semakin gencar sikap negatif orang lain dan semakin dekat orang lain tersebut dengan konsumen, maka konsumen akan semakin mengubah niat pembeliannya. Keadaan preferensi sebaliknya juga berlaku, preferensi pembeli terhadap merek tertentu akan meningkat jika orang yang ia sukai juga sangat menyukai merek yang sama.
2. Faktor yang kedua adalah faktor situasi yang tidak terantisipasi yang dapat mengurangi niat pembelian konsumen. Contohnya, konsumen mungkin akan kehilangan niat pembeliannya ketika ia kehilangan pekerjaannya atau adanya kebutuhan yang lebih mendesak pada saat yang tidak terduga sebelumnya.<sup>22</sup>

Keputusan konsumen untuk memodifikasi, menunda atau menghindari keputusan pembelian sangat dipengaruhi oleh risiko yang dipikirkan. Seperti jumlah uang yang akan dikeluarkan, ketidakpastian atribut dan besarnya kepercayaan diri konsumen. Dalam hal ini, pemasar harus memahami faktor-faktor yang menimbulkan perasaan dalam diri konsumen akan adanya risiko dan memberikan informasi serta dukungan untuk mengurangi risiko yang dipikirkan konsumen.

---

<sup>22</sup>*Ibid.*, hlm. 240.

#### 5) Perilaku setelah memilih

Setelah membeli suatu produk, nasabah akan mengalami beberapa tingkat kepuasan atau tidak ada kepuasan. Ada kemungkinan bahwa nasabah memiliki ketidakpuasan setelah melakukan pilihan atas produk, karena mungkin harga dianggap terlalu mahal, atau mungkin karena tidak sesuai dengan keinginan atau gambaran sebelumnya dan sebagainya. Untuk mencapai keharmonisan dan meminimumkan ketidakpuasan nasabah harus mengurangi keinginan-keinginan lain sesudah melakukan pilihan atas produk, atau juga nasabah harus mengeluarkan waktu lebihbanyak lagi untuk melakukan evaluasi sebelum memilih produk.<sup>23</sup>

### **d.Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen**

#### 1. Faktor budaya

Budaya, sub-budaya, dan kelas sosial sangat penting bagi perilaku pembelian. Budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku paling dasar. Anak-anak yang sedang tumbuh akan mendapatkan seperangkat nilai, persepsi, preferensi, dan perilaku dari keluarga dan lembaga-lembaga penting lainnya. Masing-masing sub-budaya terdiri dari sejumlah sub-budaya yang lebih menampakkan

---

<sup>23</sup>Adi Haryadi, *Op. Cit*, hlm. 22.

identifikasi dan sosialisasi khusus bagi para anggotanya seperti kebangsaan, agama, kelompok, ras, dan wilayah geografis.<sup>24</sup>

Pada dasarnya dalam sebuah tatanan kehidupan dalam bermasyarakat terdapat sebuah tingkatan (strata) sosial. Tingkatan sosial tersebut dapat berbentuk sebuah sistem kasta yang mencerminkan sebuah kelas sosial yang relatif homogen dan permanen yang tersusun secara hirarkis dan para anggotanya menganut nilai, minat dan perilaku yang serupa. Kelas sosial tidak hanya mencerminkan penghasilan, tetapi juga indikator lain seperti pekerjaan, pendidikan, perilaku dalam berbusana, cara bicara, rekreasi dan lain-lainya.

## 2. Faktor Sosial

Selain faktor budaya, perilaku pembelian konsumen juga dipengaruhi oleh faktor sosial diantaranya sebagai berikut:<sup>25</sup>

### a. Kelompok acuan

Kelompok acuan dalam perilaku pembelian konsumen dapat diartikan sebagai kelompok yang dapat memberikan pengaruh secara langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang tersebut. Kelompok ini biasanya disebut dengan kelompok keanggotaan, yaitu sebuah kelompok yang dapat memberikan pengaruh secara langsung terhadap seseorang. Adapun anggota kelompok ini biasanya merupakan anggota dari

---

<sup>24</sup>Kotler Philip dan Kevin Lane Keller, *Op.Cit*, hlm. 214.

<sup>25</sup>*Ibid.*, hlm. 217.

kelompok primer seperti keluarga, teman, tetangga dan rekan kerja yang berinteraksi dengan secara langsung dan terus menerus dalam keadaan yang informal. Tidak hanya kelompok primer, kelompok sekunder yang biasanya terdiri dari kelompok keagamaan, profesi dan asosiasi perdagangan juga dapat disebut sebagai kelompok keanggotaan.

b. Keluarga

Dalam sebuah organisasi pembelian konsumen, keluarga dibedakan menjadi dua bagian. Pertama keluarga yang dikenal dengan istilah keluarga orientasi. Keluarga jenis ini terdiri dari orang tua dan saudara kandung seseorang yang dapat memberikan orientasi agama, politik dan ekonomi serta ambisi pribadi, harga diri dan cinta. Kedua, keluarga yang terdiri dari pasangan dan jumlah anak yang dimiliki seseorang. Keluarga jenis ini biasa dikenal dengan keluarga prokreasi.<sup>26</sup>

c. Peran dan status

Hal selanjutnya yang dapat menjadi faktor sosial yang dapat mempengaruhi perilaku pembelian seseorang adalah peran dan status mereka di dalam masyarakat. Semakin tinggi peran seseorang didalam sebuah organisasi maka akan semakin tinggi pula status mereka dalam organisasi tersebut dan secara langsung dapat berdampak pada perilaku pembeliannya.

---

<sup>26</sup>*Ibid.*, hlm. 219.

### 3. Faktor Pribadi

Keputusan pembelian juga dapat dipengaruhi oleh karakteristik pribadi diantaranya usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep-diri pembeli.<sup>27</sup>

### 4. Psikologis

Terakhir, faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah faktor psikologis. Faktor ini dipengaruhi oleh empat faktor utama diantaranya sebagai berikut:

- a. Motivasi
- b. Persepsi
- c. Pembelajaran
- d. Keyakinan dan Sikap

## 4. Bank Syariah

Bank adalah badan usaha yang menghimpun laba dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.<sup>28</sup>

Sesuai dengan peraturan tentang perbankan Nomor. 10 Tahun 1998, bahwa bahwa umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas transaksi perbankan baik dari segi penyaluran dan penghimpunan

---

<sup>27</sup>*Ibid.*, hlm. 222.

<sup>28</sup>Gatot Supramono, *Perbankan dan Masalah Kredit : Suatu Tinjauan Di Bidang Yuridis*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2009), hlm. 45.

dana serta jasa-jasa lainnya, bank umum juga dapat dikatakan bank komersil.<sup>29</sup>

#### **a. Pengertian Bank Syariah**

Bank syariah merupakan bank islam yang dimana bank beroperasi dengan tidak bergantung dengan bunga (*riba*), dalam hal ini bank syariah menjadi lembaga perbankan yang sejalan dengan syariat islam berdasarkan al-Quran dan Hadist serta kaidah-kaidah fiqih.<sup>30</sup> Sedangkan Menurut Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, “Bank Syariah adalah Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.

Dari pengertian tersebut dapat diartikan bahwa bank syariah adalah lembaga keuangan yang melakukan tugas pokoknya menyalurkan dana dan menghimpun dana masyarakat serta melakukan jasa-jasa keuangan lainnya sesuai syariat islam.

#### **b. Kegiatan Bank Syariah**

Dalam hal ini bank syariah memiliki kegiatan-kegiatan dalam operasional yang rutin dilakukan yakni, sebagai berikut :

##### 1) Menghimpun Dana

Dalam hal menghimpun dana bank syariah menggunakan prinsip *wadi'ah* dan *mudharabah*, berikut penggunaannya di bank syariah :

---

<sup>29</sup>Kasmir, *Dasar-dasar Perbankan*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2002), hlm. 8.

<sup>30</sup>Syukri Iska, *Sistem Perbankan Syariah Di Indonesia*, (Yogyakarta: Fajar Media Press, 2012), hlm. 49-50.

- a) Giro *Wadi'ah*.
- b) Tabungan *Wadi'ah*.
- c) Tabungan *Mudharabah*.
- d) Deposito *Mudharabah*.<sup>31</sup>

## 2) Menyalurkan Dana

Bank syariah menyalurkan dana dalam bentuk pembiayaan, yakni sebagai berikut :

- a) Pembiayaan *Murabahah*.
- b) Pembiayaan *Musyarakah*.
- c) Pembiayaan *Mudharabah*.
- d) Pembiayaan *Ijarah*.<sup>32</sup>

## 3) Jasa-jasa Keuangan Perbankan

- a) Prinsip *Wakalah*.
- b) Prinsip *Kafalah*.
- c) Prinsip *Sharf* (Valuta Asing).<sup>33</sup>

### c. Pembiayaan KPR iB Griya Bank Syariah

#### 1) Pengertian Pembiayaan

Pembiayaan yang diterapkan bank syariah merupakan pembiayaan yang dimana unsur utamanya adalah keadilan dan tidak ada unsur penipuan yang pada dasarnya pembiayaan merupakan salah

---

<sup>31</sup>Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: Rawajali Pers, 2011), hlm. 113-118.

<sup>32</sup>Rizal Yaya, dkk, *Akuntansi Perbankan Syariah Teori dan Praktik Kontemporer*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), hlm 62-64.

<sup>33</sup>*Ibid.*, hlm. 64-66.

satu kegiatan utama bank syariah dalam menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan dana atau barang konsumsi.

Allah SWT. berfirman dalam surat an-Nisa ayat 29 :

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَأْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ اِلَّا اَنْ تَكُوْنَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ  
وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ ۗ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا ﴿٢٩﴾

*Artinya : Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dengan jalan perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.*<sup>34</sup>

Ayat tersebut menjelaskan tentang diperbolehkannya melakukan transaksi ekonomi, salah satunya melakukan pembiayaan. Namun dalam melaksanakannya tidak diperbolehkan adanya kebathilan, namun harus mengutamakan suka sama suka dan saling menguntungkan.

Menurut Kasmir pembiayaan adalah

Pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.<sup>35</sup>

Sedangkan menurut Undang-Undang tentang Perbankan Syariah Nomor 21 Tahun 2008 Bab I Pasal 1 angka 25 menyatakan bahwa pembiayaan adalah sebagai berikut.

Pembiayaan adalah penyediaan dana atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berupa:

<sup>34</sup>Departemen Agama, *Al-Quran dan Terjemahnya*, (Bandung: Diponegoro, 2008), hlm.83.

<sup>35</sup>Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2008), hlm. 73.

- 1) Transaksi bagi hasil dalam bentuk *mudharabah* dan *musyarakah*;
- 2) Transaksi sewa-menyewa dalam bentuk *ijarah* atau sewa beli dalam *ijarah muntahiyabittamlik*;
- 3) Transaksi jual beli dalam bentuk piutang *murabahah*, *salam*, dan *istishna*;
- 4) Transaksi pinjam meminjam dalam bentuk piutang *qardh*; dan
- 5) Transaksi sewa-menyewa jasa dalam bentuk *ijarah* untuk transaksi multijasa.

Berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara Bank Syariah dan/atau UUS dan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai dan/atau diberi fasilitas dana untuk mengembalikan dana tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan *ujrah*, tanpa imbalan, atau bagi hasil.<sup>36</sup>

## 2) Pengertian iB

iB (ai-bi) singkatan dari *Islamic Banking* dipopulerkan sebagai penanda identitas bersama industri perbankan syariah di Indonesia yang diresmikan sejak 2 Juli 2007. Penggunaan identitas bersama ini bertujuan agar masyarakat dengan mudah dan cepat mengenali tersedianya layanan jasa perbankan syariah di seluruh Indonesia.

Jadi iB ( ai-bi) perbankan syariah itu bukan merujuk kepada nama bank tertentu. iB (ai-bi) merefleksikan kebersamaan seluruh

---

<sup>36</sup>Prides, Tim Manajemen, *Kompilasi Perundang-undangan tentang Ekonomi Syariah*, (GP Press: Ciputat, 2008), hlm. 6-7.

bank-bank syariah di Indonesia untuk melayani seluruh masyarakat Indonesia tanpa terkecuali.<sup>37</sup>

### 3) Pengertian KPR iB

Yang dimaksud dengan KPR iB adalah

Pembiayaan yang digunakan untuk pembelian rumah secara kredit. KPR iB menggunakan akad *murabahah*, yaitu perjanjian jual beli antara bank dan nasabah, dimana bank membeli rumah yang diperlukan nasabah sebesar harga beli ditambah dengan margin keuntungan yang disepakati oleh bank dan nasabah. Yang kini telah banyak dikembangkan oleh lembaga intermediasi keuangan yang berbasis syariah.<sup>38</sup>

Sedangkan menurut Surat Edaran Bank Indonesia tanggal 27 november 2012, “KPR iB adalah pemberian pembiayaan kepada nasabah dalam rangka kepemilikan rumah dengan menggunakan akad berdasarkan prinsip syariah.”

KPR iB memiliki berbagai kelebihan disbanding dengan KPR konvensional. Sistem yang digunakan oleh syariah islam jauh lebih dan lebih aman, bebas riba serta tidak ada pihak yang dirugikan.

Perbedaan pokok antara KPR Konvensional dengan syariah terletak pada akadnya. Pada bank konvensional, kontrak KPR didasarkan pada suku bunga tertentu yang sifatnya bisa fluktuatif, sedangkan KPR iB bisa dilakukan dengan beberapa pilihan akad alternatif sesuai dengan kebutuhan nasabah, diantaranya KPR iB jual beli (akad *murabahah*), KPR iB sewa (akad *ijarah*), KPR iB beli (akad

---

<sup>37</sup>Artikel Bank Indonesia, *Apa sih iB (ai-bi)??* (<http://www.bi.go.id>, diakses pada 10 Desember 2014 pukul 10.00 WIB).

<sup>38</sup><http://ekonomi.kompasiana.com/moneter/2014/05/08/kpr-syariah-adalah-651829.html>, diakses pada 22-02-2015, jam 12.17.

*Ijarah Muntahiya Bittamlik- IMBT*), dan KPR iB kepemilikan bertahap (*musyarakah mutanaqisah*).

Harga jual rumah ditetapkan di awal akad ketika nasabah menandatangani perjanjian pembiayaan jual beli rumah, dengan angsuran tetap hingga jatuh tempo pembiayaan. Dengan adanya jumlah kepastian angsuran bulanan yang harus dibayar sampai masa angsuran selesai, nasabah tidak akan dipusingkan dengan masalah naik/turunnya angsuran ketika suku bunga ber gejolak. Nasabah juga diuntungkan ketika ingin melunasi angsuran sebelum masa kontrak berakhir, karena bank syariah tidak akan mengenakan pinalti.

Pembiayaan rumah ini dapat digunakan untuk membeli rumah (rumah, ruko, rukan, apartemen) baru maupun bekas, membangun atau merenovasi rumah, dan untuk pengalihan pembiayaan KPR dari bank lain. Keuntungan KPR iB:

- 1) Nasabah tidak harus menyediakan dana secara tunai untuk membeli rumah. Nasabah cukup menyediakan uang muka.
- 2) Karena KPR memiliki jangka waktu yang panjang, angsuran yang dibayar dapat diiringi dengan ekspektasi peningkatan penghasilan.
- 3) Skim pembiayaan adalah jual beli (*murabahah*), adalah akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (*margin*) yang disepakati oleh bank dan nasabah (*fixed margin*).
- 4) Cicilan tetap dan meringankan selama jangka waktu serta tidak ada unsur spekulatif.

5) Bebas pinalti untuk pelunasan sebelum jatuh tempo.

KPR iB bank syariah paling sering menggunakan akad *murabahah*. Pengertian akad *murabahah* menurut Andri Soemitra adalah sebagai berikut:

*Murabahah* adalah akad pembiayaan suatu barang dengan menegaskan harga belinya kepada pembeli dan pembeli membayar dengan harga yang lebih sebagai keuntungan yang disepakati. *Murabahah* berasal dari kata *ribhu* (keuntungan) karena dalam transaksi jual-beli bank menyebut jumlah keuntungannya (*margin/ mark up*).<sup>39</sup>

Sehingga syarat dan rukun dari KPR iB sama seperti akad *murabahah* pada umumnya, berikut syarat dan rukun KPR iB bank syariah:

1) Syarat

a) Pihak yang Berakad

Pihak yang melakukan harus ikhlas, sama-sama ridho dan memiliki kemampuan untuk melakukan transaksi pembiayaan *murabahah*.

b) Obyek Jual Beli

(1) Barang yang akan diperjualkan harus ada sesuai dengan kriteria (jenis, spesifikasi, kualitas, dan kuantitas) dari pesanan nasabah.

(2) Barang yang dijual harus milik dah penjual yang diperkuat dan dibuktikan dengan bukti kepemilikan.

---

<sup>39</sup>Andri Soemitra, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2009), hlm. 79.

(3) Barang yang diperjualbelikan merupakan barang yang berwujud.

(4) Barang yang diperjualbelikan adalah barang halal.

c) Harga

(1) Harga jual ditawarkan oleh bank merupakan harga beli ditambah dengan keuntungan (*margin*).

(2) Harga yang dijual kepada nasabah tidak boleh berubah selama masa perjanjian atau akad.

(3) Sistem pembayaran dan jangka waktu pembayaran disepakati bersama antara bank (penjual) dengan nasabah (pembeli).<sup>40</sup>

2) Rukun

a) *Ba'iu* (penjual)

b) *Musytari* (pembeli)

c) *Mabi'* (barang diperjualbelikan)

d) *Tsaman* (harga barang)

e) *Ijab qabul* (pernyataan serah terima).<sup>41</sup>

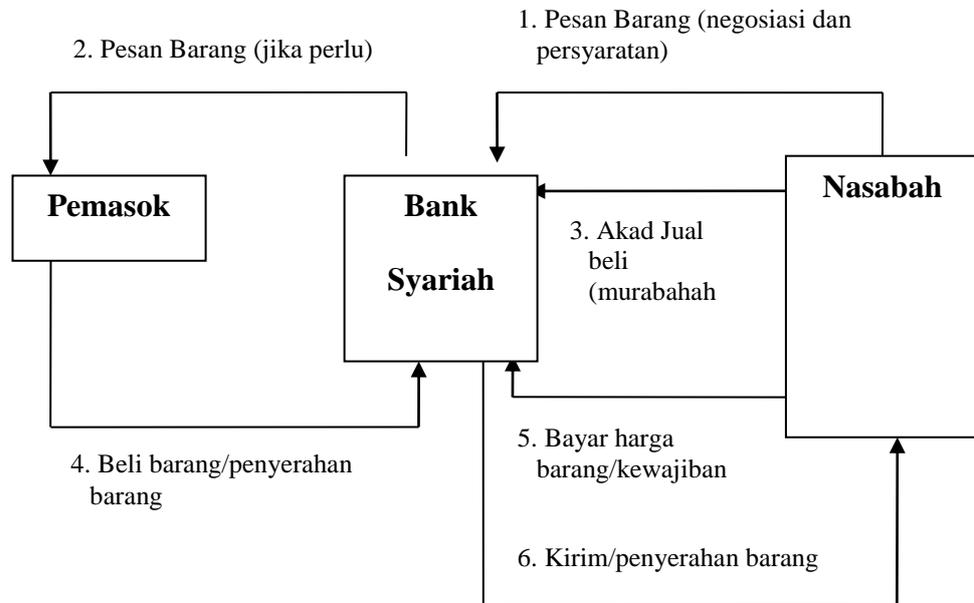
---

<sup>40</sup>Ismail, *Op. Cit*, hlm. 137-138.

<sup>41</sup>Veithzal Rivai dan Andria Permata Veithzal, *Islamic Financial Management*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 146.

3) Skema *Murabahah*

**Gambar 2.1**  
**Skema *Murabahah***



## Keterangan:

- Nasabah melakukan pemesanan barang yang akan dibeli kepada bank syariah, dan dilakukan negosiasi terhadap harga barang dan keuntungan, syarat pembayaran.
- Setelah diperoleh kesepakatan dengan nasabah, bank syariah mencari barang yang dipesan kepada pemasok. Bank syariah juga melakukan negosiasi terhadap harga barang, syarat penyerahan dan syarat pembayaran. Pengadaan barang yang dipesan oleh nasabah merupakan tanggung jawab bank sebagai penjual.
- Setelah diperoleh kesepakatan dari pemasok dengan bank terhadap proses jual beli barang dan penyerahan barang, bank syariah harus memberitahukan harga peroleh barang beserta keadaan barangnya.

- d) Setelah barang secara prinsip menjadi milik bank syariah, dilakukan proses akad jual beli *murabahah*.
- e) Selanjutnya penyerahan barang dari penjual yakni bank syariah kepada pembeli yaitu nasabah. Dalam hal penyerahan barang ini harus diperhatikan syarat penyerahan barangnya.
- f) Tahap terakhir adalah dilakukan pembayaran yang dilakukan dengan tunai atau tangguh sesuai kesepakatan antara bank syariah dan nasabah. Kewajiban nasabah adalah sebesar harga jual, yang meliputi harga pokok ditambah dengan keuntungan yang disepakati dan dikurang dengan uang muka (jika ada).

## **B. Penelitian Terdahulu**

Beberapa penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya terkait dengan pengaruh faktor religiusitas dan faktor harga terhadap keputusan masyarakat memilih KPR iB Griya Pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan antara lain penelitian Kharisma Faundria Amri (2012) dalam Skripsinya yang berjudul Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Dalam Pemilihan KPR Syariah: studi kasus Bank Muamalat Indonesia, Tbk <sup>42</sup>

---

<sup>42</sup> Kharisma Faundria Amri, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Dalam Pemilihan KPR Syariah: studi kasus Bank Muamalat Indonesia, Tbk*, diakses dari <http://lib.ui.ac.id>, pada tanggal 10 Desember 2014 pukul 19.20 WIB.

Kemudian penelitian dari Wasilatul Aliah (2010) dalam skripsinya yang berjudul *Preferensi Nasabah Terhadap Pemilikan Rumah (KPR) Syariah: studi pada Bank BTN Syariah Cabang Bogor*.<sup>43</sup>

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

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1	Kharisma Faundria Amri, tahun 2012	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Dalam Pemilihan KPR Syariah: studi kasus Bank Muamalat Indonesia, Tbk.	Analisis penelitian yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda menggunakan program SPSS	Peneliti tersebut menyimpulkan bahwa analisis faktor yang mempengaruhi KPR Syariah ini dilihat dari lima dimensi, yaitu religious, ekonomi, administrasi dan pelayanan, pemasaran, dan lokasi yang berdampak kepada keputusan pembelian nasabah untuk menggunakan KPR Syariah.
2	Wasilatul Aliah, tahun 2010	Preferensi Nasabah Terhadap Pemilikan Rumah (KPR) Syariah: studi pada Bank BTN Syariah Cabang Bogor	Metode yang digunakan dalam permasalahan tersebut adalah dengan metode penelitian lapangan dengan sifat penelitian yaitu deskriptif atau kualitatif.	Peneliti tersebut menyimpulkan bahwa semakin bagus pelayanan dan sistem operasional yang diberikan oleh KPR Syariah maka semakin tinggi pula tingkat preferensi nasabah terhadap KPR Syariah dan semakin tinggi minat masyarakat untuk

<sup>43</sup> Wasilatul Aliah, *Preferensi Nasabah Terhadap Pemilikan Rumah (KPR) Syariah: studi pada Bank BTN Syariah Cabang Bogor*, diakses dari <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace>, pada tanggal 10 Desember 2014 pukul 19.30 WIB.

				memilih dan menggunakan KPR Syariah.
--	--	--	--	--------------------------------------

Jadi perbedaan penelitian di atas dengan penelitian ini adalah tempat penelitiannya, waktu penelitiannya, beserta data-datanya dan hanya membahas tentang minat masyarakat memilih KPR iB di Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.

### **C. Kerangka Berpikir**

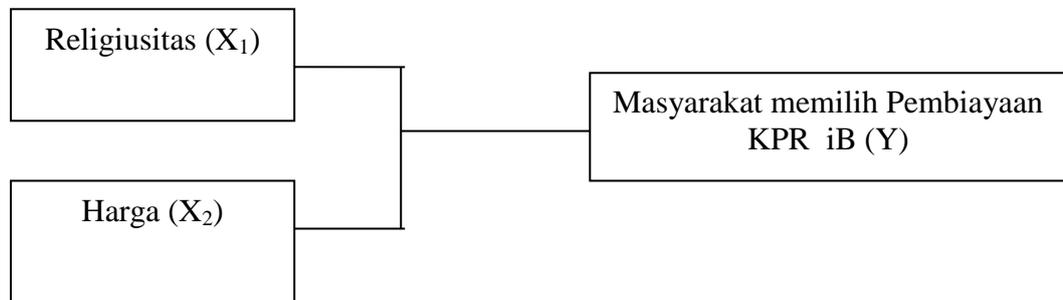
Masyarakat yang memilih pembiayaan KPR iB setiap tahunnya mengalami fluktuasi, permasalahan ini tentunya berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat memilih pembiayaan KPR iB, adapun faktor-faktor tersebut yaitu religiusitas dan harga.

Sikap religiusitas masyarakat yang berada di lingkungan bank tersebut juga sangat mempengaruhi peningkatan maupun penurunan jumlah masyarakat memilih pembiayaan KPR iB tersebut.

Harga yang ditetapkan oleh Bank tentunya dapat memberikan kemudahan dengan haaga cicilan yang terjangkau dan jangka waktu yang panjang bagi masyarakat untuk memilih pembiayaan KPR iB.

Untuk memperjelas penelitian ini, maka peneliti membuat kerangka berpikir sebagai berikut:

**Gambar 2.2**  
**Kerangka Berpikir**



#### **D. Hipotesis**

Hipotesis adalah dugaan sementara yang masih perlu dibuktikan kebenarannya melalui suatu penelitian. Atas dasar pokok masalah dan tujuan pembahasan dalam skripsi ini, maka hipotesis yang dikemukakan adalah faktor religiusitas dan faktor harga memberikan pengaruh yang signifikan kepada masyarakat memilih KPR iB pada Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.

$H_{a1}$  = Terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor religiusitas terhadap masyarakat memilih KPR iB Griya Pada Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.

$H_{o1}$  = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor religiusitas terhadap masyarakat memilih KPR iB Griya Pada Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.

$H_{a2}$  = Terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor harga terhadap Syariah masyarakat memilih KPR iB Griya Pada Bank SUMUT Cabang Padangsidempuan.

$H_{o2}$  = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor harga terhadap masyarakat memilih KPR iB Griya Pada Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.

$H_{a3}$  = Terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor religiusitas dan faktor harga terhadap masyarakat memilih KPR iB Griya Pada Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.

$H_{o3}$  = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor religiusitas dan faktor harga terhadap masyarakat memilih KPR iB Griya Pada Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Metode Penelitian**

##### **1. Lokasi Dan Waktu Penelitian**

###### a. Lokasi

Untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini maka yang menjadi tempat penelitian adalah PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan Jl. Merdeka No. 12 Padangsidempuan dan perumahan Griya Seroja Jl HT. Rizal Nurdin Salambue Padangsidempuan.

###### b. Waktu

Waktu penelitian sejak tanggal 08 Mei 2015 sampai dengan 08 Agustus 2015.

#### **B. Jenis dan Metode Penelitian**

Rancangan penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian dengan pendekatan kuantitatif menekankan analisisnya pada data-data numerik (angka) yang diolah dengan metode statistik.<sup>1</sup>

Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang bekerja dengan angka, yang datanya berwujud bilangan (skor atau nilai, peringkat, atau frekuensi), yang dianalisis dengan menggunakan statistik untuk menjawab pertanyaan atau

---

<sup>1</sup>Syaifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), hlm. 5.

hipotesis penelitian yang sifatnya spesifik, dan untuk melakukan prediksi bahwa suatu variabel yang lain (Creswell, 2002).<sup>2</sup>

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei. Metode survei ini dilakukan dengan menyebarkan kuisioner/angket. Penelitian ini menghubungkan dua variable saja yaitu pengetahuan agama dan penerapan etika bisnis Islam karyawan sehingga korelasinya disebut korelasi sederhana.

### C. Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi yaitu semua komponen yang akan dijadikan sebagai subjek penelitian. Suharsimi Arikunto mengatakan“ Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian”.<sup>3</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat perumahan Griya Seroja yang memilih KPR iB pada Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan yang berjumlah 32 kepala keluarga.

#### 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.<sup>4</sup> Sugiyono, dalam pengambilan sampel dapat dilakukan dengan *simple random sampling*, yaitu teknik yang dikatakan sederhana karena pengambilan sampel anggota populasi akan dilakukan secara acak tanpa

---

<sup>2</sup>Asmadi Alsa, *Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif Serta Kombinasinya Dalam Penelitian Psikologi*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), hlm. 13.

<sup>3</sup>Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1996), hlm. 115.

<sup>4</sup>*Ibid.*

memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut.<sup>5</sup>*Simple Random Sampling* merupakan metode *probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Kemudian pengambilan jumlah sampel berpedoman kepada Suharsimi Arikunto yang mengatakan“ Apabila subjeknya kurang dari 100, lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Selanjutnya jika subjeknya besar, dapat diambil antara 10-15 % atau 20-25 % atau lebih.<sup>6</sup>

Populasi dalam penelitian ini adalah 32 kepala keluarga( subjeknya kurang dari 100 unit) sehingga penelitian ini merupakan penelitian populasi, dengan kata lain seluruh populasi diteliti.

#### **D. Instrumen Pengumpulan Data**

##### **1. Observasi**

Observasi, yaitu pengamatan.<sup>7</sup>Maka observasi merupakan instrument pengumpulan data yang digunakan untuk mengamati tingkah laku individu atau pun proses terjadinya suatu kegiatan yang dapat diamati langsung dalam situasi yang sebenarnya.

---

<sup>5</sup>*Ibid.*, hlm. 134.

<sup>6</sup>*Ibid.*, hlm. 131.

<sup>7</sup>Syukur Kholil, *Metodologi Penelitian Komunikasi*, (Bandung: Cita pustaka Media, 2006), hlm. 103.

## 2. Kuisisioner

Instrumen pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuisisioner. Pertanyaan pada angket berpedoman pada indikator-indikator variabel.<sup>8</sup>

Responden memilih salah satu jawaban yang telah disediakan. Pengukuran kuisisioner digunakan dengan menggunakan Skala Likert (*Likert Scale*), dimana variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Metode ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau kelompok tentang fenomena sosial (Sugiono). Instrumen pertanyaan ini akan menghasilkan total skor bagi tiap-tiap anggota sampel yang diwakili oleh setiap nilai skor seperti yang tercantum pada skalalikert dibawah ini.

**Tabel 3.1: Penilaian untuk angket positif dan Negatif**

Nilai untuk jawaban positif		Nilai untuk jawaban negatif	
Sangat Setuju	5	Sangat Setuju	1
Setuju	4	Setuju	2
Kurang Setuju	3	Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2	Tidak Setuju	4
Sangat Tidak Setuju	1	Sangat Tidak Setuju	5

Sumber: (Sugiono 2008:148)

Butir-butir angket yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada lampiran.

---

<sup>8</sup>*Ibid.*, hlm. 103.

## E. Variable Penelitian

### 1. Variabel bebas (*independent*)

Variabel bebas (*independent*) adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).<sup>9</sup> Variabel *independent* (X) dalam penelitian ini adalah faktor religius (X<sub>1</sub>) dan faktor harga (X<sub>2</sub>).

### 2. Variabel terikat (*dependent*)

Variabel terikat (*dependent*) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Adapun variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah masyarakat memilih KPR iB pada Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.

## F. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

### 1. Uji Validitas

Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data “yang tidak berbeda” antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian.<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup>Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis, (Pendekatan kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*, (Jakarta: Alfabeta, 2009), hlm. 59.

<sup>10</sup>Sugiono, *Op. Cit.*, hlm. 455

Uji validitas sangat penting untuk mengukur seberapa cermat suatu tes melakukan fungsi ukur atau telah benar-benar dapat mencerminkan variabel yang dapat diukur dengan menggunakan rumus:<sup>11</sup>

$$R(XY) = \frac{N \sum XY - \sum X \cdot \sum Y}{\sqrt{(n \sum X^2 - (\sum X)^2) (n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan:

$R(XY)$  = Koefisien korelasi setiap pertanyaan per item

$X$  = Skor total dari semua sampel

$Y$  = Skor total dari setiap item

$n$  = Banyaknya subjek.

Dalam penelitian ini uji validitas akan dilakukan dengan bantuan *software SpssVersi 22*.

## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Dalam pandangan kuantitatif, suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti dalam objek yang sama menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila dipecah menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda.

Dalam penelitian ini uji reliabilitas dilakukan dengan bantuan *software Spss Versi 22*.

---

<sup>11</sup>*Ibid.*, hlm.456.

Uji reliabilitas dilakukan dengan menghitung *cronbach's alpha* dari masing-masing instrumen dalam suatu variabel. Instrumen yang dipakai dikatakan andal (*reliable*) jika memiliki nilai *cronbach's alpha* tertentu. Menggunakan batasan tertentu seperti 0,6.<sup>12</sup>

### **G. Teknik Analisis Data**

Setelah data terkumpul dari pengumpulan data, maka akan dilakukan analisis data atau pengolahan data. *Koefisien korelasi* adalah suatu alat statistik yang dapat digunakan untuk membandingkan hasil pengukuran dua variabel atau lebih yang berbeda agar dapat menentukan tingkat hubungan ataupun pengaruh antara variabel. Semua anggota kelompok yang dipilih diukur mengenai ketiga variabel yang diteliti kemudian sama-sama dicari korelasinya. Analisis data pada penelitian ini adalah:

1. Uji asumsi klasik, yaitu pengujian yang digunakan untuk mengetahui apakah model penelitian ini adalah model yang baik jika memenuhi beberapa asumsi. Uji asumsi klasik ini terdiri atas uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi.
2. Uji statistik deskriptif menggunakan analisis regresi linear berganda, analisis regresi linear berganda adalah analisis untuk mengukur besarnya pengaruh antara dua variabel atau lebih variabel independen dan memprediksi variabel dependen dengan menggunakan variabel independen. Persamaan regresi berganda secara sederhana adalah:

---

<sup>12</sup>Dwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS*, (Yogyakarta: Mediakom, 2008), hlm. 26.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Keterangan<sup>13</sup>:

Y : Masyarakat memilih

A : Konstanta

$b_1, b_2$  : Koefisien regresi linier berganda

$X_1$  : Religius

$X_2$  : Harga

3. Koefisien determinasi dalam regresi linear berganda ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan atau kontribusi dari keseluruhan variable independen ( $X_1, X_2$ ) terhadap variabel dependen (Y), sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variable bebas yang tidak dimasukkan kedalam model. Model dianggap baik jika koefisien determinasi sama dengan satu atau mendekati satu.<sup>14</sup>
4. Uji hipotesis menggunakan uji simultan (uji F) dan uji parsial (uji t).
  - a. Uji F

Uji F atau uji koefisien regresi secara bersama-sama adalah pengujian yang digunakan untuk mengetahui apakah secara bersama-sama variable independen berpengaruh signifikan terhadap variable dependen.<sup>15</sup>

---

<sup>13</sup>*Ibid*, hlm. 73.

<sup>14</sup>Morisan, *Metode Penelitian Survei*, (Jakarta: Kencana, 2012), hlm. 349.

<sup>15</sup>*Ibid*, hlm. 137.

Kriteria pengujian:

- (a) Jika  $F_{hitung} < F_{table}$  maka  $H_0$  diterima.
- (b) Jika  $F_{hitung} > F_{table}$  maka  $H_0$  ditolak.

b. Uji t

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

Kriteria pengujian:<sup>16</sup>

- (a) Jika  $-t_{tabel} < t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima.
- (b) Jika  $-t_{hitung} < t_{tabel}$  atau  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak.

---

<sup>16</sup>Dwi Priyatno, *Op. Cit.*, hlm. 86.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan**

##### **1. Sejarah Singkat dan Perkembangan<sup>1</sup>**

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

Kemudian dalam perkembangannya sesuai dengan kebutuhan, maka pada tanggal 16 April 1999 bentuk hukum diubah menjadi perseroan terbatas sesuai dengan Akte Pendirian Perseroan Terbatas No. 38/1999 Notaris Alina Hanum Nasution, SH yang telah mendapat pengesahan dari Menteri Kehakiman RI No. C-8224HT.01.01/1999 dan telah diumumkan dalam Berita Negara RI No. 54 Tanggal 06 Juli 1999. Dasar perubahan bentuk hukum sebelumnya telah diluangkan dalam Perda Tk.I Sumatera Utara No. 2/1999. Sesuai dengan kebutuhan dan perkembangan selanjutnya dengan Akte No. 31 Tanggal 15 Desember 1999.

Kebijakan dan gagasan untuk mendirikan Unit Usaha Syariah didasari tingginya minat masyarakat di SUMUT untuk mendapatkan layanan

---

<sup>1</sup>Dokumen Profil Perusahaan PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan 2015

berbasis Syariah dan telah berkembang cukup lama dikalangan pemangku kepentingan Bank SUMUT, terutama sejak dikeluarkannya UU No. Tahun 1998 yang memberi peluang bagi Bank Konvensional untuk mendirikan Unit Usaha Syariah, karena akibat krisis moneter yang terjadi pada tahun 1987. Selain Bank Umum yang membuka Divisi Usaha Syariah Bank Konvensional seperti Bank SUMUT juga berperan didalamnya untuk membuka Unit/ Divisi Usaha Syariah. Dimana pada awal perjalanannya kehadiran Bank Syariah yang belum begitu optimal dalam tatanan sektor Perbankan Syariah, namun Bank SUMUT ikut ambil risiko dalam mengembangkan jasa Perbankan Syariah. Landasan hukum operasional Bank yang menggunakan sistem Syariah, hanya dikategorikan sebagai Bank dengan sistem Bagi Hasil, namun dalam rinciannya belum jelas dalam landasan hukumnya, serta jenis usaha yang diperbolehkan.

Kantor Bank SUMUT Cabang syariah di Padangsidempuan didirikan pada tanggal 04 November 2004 dengan alamat di JL. Merdeka No. 12 Padangsidempuan (depan Plaza ATC )

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

a. Menetapkan Target Pasar

Pasar yang dijadikan sasaran adalah masyarakat kelas menengah ke atas yang telah memiliki kesadaran untuk menggunakan jasa perbankan dan mempunyai kesadaran untuk menerapkan ajaran Islam dengan baik. Selain dari masyarakat, pendanaan juga akan digalang dari organisasi-

organisasi dan yayasan Islam yang memiliki kegiatan kemasyarakatan dengan perputaran dana yang relatif signifikan. Sebagai Bank milik Pemerintah Daerah, target penghimpunan dana juga dari para karyawan Pemda yang mempunyai pendapatan relatif mapan dan memiliki pengaruh yang signifikan di masyarakat.

b. Melakukan Sosialisasi dan Promosi

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

c. Pengembangan Infrastruktur Teknologi Sistem Informasi

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

#### d. Pengembangan produk

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

## 2. Visi dan Misi Bank SUMUT

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

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

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

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

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

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

- a. Visi Bank SUMUT Syariah adalah meningkatkan keunggulan Bank SUMUT dengan memberikan layanan lebih luas berdasarkan prinsip syariah sehingga mendorong partisipasi masyarakat secara luas dalam pembangunan daerah dalam rangka mewujudkan masyarakat yang sejahtera.

b. Misi Bank SUMUT Syariah adalah meningkatkan posisi PT. Bank SUMUT melalui prinsip layanan Perbankan Syariah yang aman, adil dan saling menguntungkan serta dikelola secara professional dan amanah.

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

Tata cara beroperasi Bank Syariah umumnya dan Bank SUMUT Syariah khususnya mengacu pada ketentuan Al-Qur'an dan Hadis. Prinsip Usaha Syariah ini menjadi panduan dalam menetapkan fitur-fitur produk Bank SUMUT Syariah, baik itu produk pembiayaan maupun produk penghimpunan dana. Sejak dimulainya operasional PT. Bank SUMUT Cabang Syariah pada 4 November 2004 telah didukung oleh sistem operasional yang disebut OLIB'S Syariah dalam menjalankan operasional Perbankannya sehari-hari. PT. Bank SUMUT Unit Usaha Syariah menggunakan sistem operasional perbankan yang menganut pada prinsip Syariah.

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

### **4. Struktur Organisasi Perusahaan**

Struktur organisasi merupakan alat untuk mencapai tujuan suatu perusahaan untuk memudahkan koordinasi dan komunikasi serta kontrol

atas semua aktifitas yang bertanggungjawab dalam tugas wewenang dalam perusahaan masing-masing bagian.

Struktur organisasi merupakan gambaran suatu perusahaan secara sederhana, memperlihatkan gambaran tentang satuan-satuan kerja dalam suatu organisasi, dan menjelaskan hubungan-hubungan yang ada untuk membantu pimpinan dan anggota organisasi dalam mengidentifikasi, mengkoordinir tingkatan-tingkatan dan seluruh fungsi yang ada dalam suatu organisasi.

Struktur organisasi PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan senantiasa menyesuaikan diri dengan perkembangan bisnis, sekaligus juga mengantisipasi dinamika perubahan lingkungan bisnis. Manajemen PT. Bank SUMUT Syariah telah melakukan restrukturisasi organisasi. Tujuannya untuk menjadikan organisasi lebih fokus dan efisien, hal ini dilakukan dengan menyatukan beberapa unit kerja yang memiliki karakteristik yang sama dalam satu direktorat.<sup>2</sup>

Struktur organisasi PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan sebagai berikut :

---

<sup>2</sup> <http://www.Banksumut.com./Visi.php>. 2015.



Berikut adalah penjelasan tentang tugas dari masing-masing tingkat jabatan pada struktur organisasi tersebut<sup>3</sup> :

1. Pemimpin Cabang Syariah Tugasnya adalah :
  - a. Memimpin, mengkoordinasi mengarahkan, membimbing, mengawasi, dan mengevaluasi.
    - a) Kegiatan penghimpun dan, penyalur pembiayaan, memasarkan jasa-jasa bank dan pemasaran layanan syariah sesuai rencana bank.
    - b) Kegiatan administrasi pembiayaan, pengelolaan likuiditas, penyelesaian pembiayaan nonlencer, pembuat laporan dan kearsipan sesuai ketentuan yang berlaku.
    - c) Kepatuhan pejabat dan pegawai terhadap pelaksanaan standar Operasional Prosedur dilingkungan Kantor Cabang Syariah dan unit kantor dibawahnya.
    - d) Pelaksanaa tata kelola perusahaan (GCG) oleh pejabat dan pegawai dilingkungan Kantor Cabang Syariah dan unit kantor dibawahnya.
    - e) Pelaksanaan Standar pelayanan Bank SUMUT oleh pejabat dan pegawai dilingkungan Kantor Cabang Syariah dan unit kantor dibawahnya.
    - f) Penggunaan teknologi Informasi oleh pejabat dan pegawai dilingkungan Kantor Cabang Syariah dan unit kantor dibawahnya.

---

<sup>3</sup>Lampiran SK Direksi PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan.

- g) Mengajukan rencana anggaran, investasi, inventaris dan jaringan kantor untuk dituangkan kedalam rencana kerja Anggaran Tahunan Bank.
- b. Menindaklanjuti hasil temuan dan atau rekomendasi dari Kontrol Intren/ Satuan Pemeriksaan Internal (SPI) Pemeriksaan Eksternal serta melaporkan tindak lanjut temuan kepada Direksi Divisi Pengawasan.
- c. Memberikan sikap proses pengambilan keputusan dan memastikan resiko-resiko yang diambil atas setiap dalam keputusan dalam batas toleransi yang tidak merugikan Bank baik saat maupun masa yang akan datang.
- d. Meminimalisirkan setiap potensi resiko yang mungkin terjadi pada kegiatan operasional, pembiayaan, likuiditas, pasar, dan resiko lainnya.
- e. Melaporkan setiap risiko yang berpotensi terjadi atas setiap kegiatan Kantor Cabang Syariah kepada Direksi.
- f. Memantau dan memastikan serta melaporkan setiap transaksi yang dikategorikan transaksi keuangan tunai (*Cash transaction*) dan transaksi keuangan mencurigakan (*Suspicious Transaction*).
- g. Melakukan evaluasi atas kinerja unit kantor/kerja dibawahnya.
- h. Mengelola dana pemerintah Daerah (untuk unit kantor yang ada rekening (kas daerah) dan menjaga agar tidak beralih ke bank lain.
- i. Memelihara dan menjaga Giro Wajib Minimum (GWM) kantor cabang syariah.

- j. Mengelola dan mengamankan kunci penyimpanan uang dan surat berharga/ surat agunan pembiayaan.
- k. Menghadiri dan memberikan pendapat dalam rapat kelompok pemutus pembiayaan.
- l. Me-*review* analisa pembiayaan bank garansi diatas wewenang unit kantor dibawahnya.
- m. Menyelenggarakan acara secara serah terima jabatan dan pengambilan sumpah jabatan kepada pegawai yang dipromosikan sebagai pejabat struktural di bawahnya sesuai periode dalam yang berlaku.
- n. Mengadakan rapat yang bersifat koordinasi, bimbingan, pengarahan, *transfer Of Knowledge* dan atau sosialisasi ketentuan maupun produk baru secara periodik dalam rangka peningkatan kinerja, pengetahuan dan pelayanan.
- o. Memberikan saran atau pertimbangan kepada kepala Direksi tentang langkah-langkah yang perlu diambil dibidang tugasnya.
- p. Melakukan koordinasi kerja dengan unit kerja di kantor pusat maupun unit kerja dibawahnya.
- q. Mewakili bank dalam mengadakan hubungan/ kerjasama dengan pihak lain berkaitan pelaksanaan fungsi kantor cabang syariah.
- r. Membantu laporanterkait operasioanal bank sesuai ketentuan yang berlaku.
- s. Melaksanakan tugas lainya sesuai fungsi dan aktivitas kantor cabang syariah.

## 2. Wakil Pemimpin Cabang

Membantu pimpinan cabang dalam :

- a. Mengajukan rencana anggaran, investasi, inventaris untuk unit kerja dibawah koordinasi yang akan dituangkan kedalam Rencana Kerja Anggaran Tahunan Bank
- b. Menyusun program kerja dibawah koordinasinya sehubungan dengan upayapencapaian target rencana kerja dan melakukan pemantauan serta mengevaluasi pelaksanaan.
- c. Menindak lanjuti hasil temuan dan atau rekomendasi control Intern/Satuan Pemeriksaan Internal (SPI) Pemeriksaan Eksternal serta melaporkan tindak lanjut temuan kepada pimpinan cabang syariah.
- d. Melakukan evaluasi atas kinerja unit kantor/ kerja dibawah koordinasinya.
- e. Menghadiri dan memeberikan pendapat dalam rapat kelompok pemutus pembiayaan,
- f. Memeriksa kebenaran lampiran neraca.
- g. Mengadakan rapat yang bersifat koordinasi, bimbingan, pengarahan, *transfer of knewledgedana* atau sosialisasi ketentuan maupun produk baru secara periodik dalam rangka peningkatan kinerja, pengetahuan dan pelayanan dengan unit kerja dibawah koordinasinya.
- h. Memberikan saran atau pertimbangan kepada pimpinan Cabang
- i. Melakukan koordinasi kerja dengan unit kerja dikantor pusat maupun unit kerja dibawah koordinasinya.

- j. Membuat laporan terkait Operasional Bank sesuai ketentuan yang berlaku.
- k. Melaksanakan tugas lainnya sesuai fungsi dan aktivitas unit kerja dibawah koordinasinya.

3. Pemimpin Seksi Adm & Penyelamatan Pembiayaan (APP)

Adapun tugas dari Pemimpin Seksi Adm & Penyelamatan Pembiayaan adalah, antara lain :

- a. Mengkoordinasikan dan memonitor realisasi pembiayaan dalam rangka mendukung *Prudential Banking*.
- b. Mengkoordinasikan dan memonitor proses peningkatan pembiayaan dalam rangka mendukung tersedianya legalitas dokumen permohonan pembiayaan yang lengkap dan sah.
- c. Mengkoordinasikan proses pamantauan peningkatan status kepemilikan dokumen barang agunan untuk peningkatan pembiayaan.
- d. Mengkoordinasikan permintaan penyimpanan dan pengambilan barang agunan agar terciptanya keamanan barang agunan agar terciptanya keamanan barang agunan sesuai dengan prosedur.
- e. Mengkoordinasikan dan menindaklanjuti proses monitoring pembayaran pembiayaan oleh debitur agar terciptanya pembayaran pembiayaan yang lancar.
- f. Mengkoordinasi dan memonitor program penagihan agar tercapainya target perbaikan kualitas pembiayaan.

- g. Mengkoordinasikan dan memonitor proses penyelamatan pembiayaan untuk mencegah pembiayaan macet yang semakin meningkat.
- h. Mengkoordinasikan kunjungan ke debitur dalam rangka penanganan restrukturisasi pembiayaan bermasalah berjalan dengan efektif.
- i. Mengkoordinasikan dan menilai hasil proses permohonan restrukturisasi dalam rangka mencegah penurunan kualitas pembiayaan.
- j. Mengevaluasi kinerja bawahan untuk memastikan pencapaian target kinerja.
- k. Memonitor kepatuhan kebijakan, sistem dan prosedur dalam rangka terlaksananya penerapan *Standard Operating Procedure* di unit kerjanya.
- l. Menerapkan dan memonitor prinsip-prinsip GCG dalam rangka terciptanya standar tata kelola GCG di unit kerjanya.
- m. Memonitor pengolahan risiko dalam rangka terciptanya manajemen risiko yang baik dan benar di unit kerjanya.
- n. Menerapkan kegiatan budaya kepatuhan terhadap ketentuan di unit kerjanya.
- o. Menerapkan kegiatan budaya pelayanan dalam rangka terciptanya kualitas layanan di unit kerjanya.
- p. Menerapkan pengelolaan dokumen, arsip dan inventaris dalam rangka menjaga kerahasiaan dokumen dan aset di unit kerjanya.
- q. Mengidentifikasi keterbukaan informasi di unit kerjanya dalam rangka menjaga kerahasiaan jabatan dan rahasia bank.

#### 4. PemimpinSeksi Operasional

Membantu pemimpin cabang dalam :

- a. Mengajukan rencana anggaran, investasi, inventaris untuk unit kerja dibawah koordinasi yang akan dituangkan kedalam Rencana Kerja Anggaran Tahunan Bank
- b. Melakukan proses tutup hari transaksi dan mencetak rekap lampiran serta mencocokkannya dengan rencana.
- c. Mengkoordinasi pembuatan penghitungan ongkos yang masih harus dibayar pada akhir tahun buku.
- d. Mengatur pemakaian kendaraan dinas untuk keperluan kantor.
- e. Mengatur penjilitan nota-nota dan dokumen serta menatausahakan penyimpanannya.
- f. Melakukan administrasi dan pendistribusian surat menyurat dan mengawasi, memelihara seta mengatur ruang arsip kantor.
- g. Menatausahakan Surat Edaran, Surat Intruksi, Surat Keputusan Nota Dinas Direksi dan naskah tata dinas lainnya.
- h. Memonitor dan mengerjakan pengiriman surat melalui tromol pos maupun pengantar surat.
- i. Melakukan evaluasi atas Kinerja Seksi Operasional.
- j. Memberikan saran dan atau pertimbangan kepada wakil pimpinan Cabang Syariah.
- k. Melakukan koordinasi kerja dengan unit kerja di kantor Cabang Syariah maupun unit kerja di bawahnya.

- l. Membuat laporan terkait operasional sesuai ketentuan yang berlaku.
- m. Melaksanakan tugas lainnya sesuai fungsi dan aktivitas seksi operasional.

#### 5. PemimpinSeksi Pemasaran

Adapun tugas dari Pemimpin Seksi Pemasaran adalah, antara lain :

- a. Mengelola pelaksanaan sistem dan prosedur bidang pemasaran.
- b. Mengelola penerapan manajemen resiko dalam bidang pemasaran.
- c. Melakukan serta mengembangkan pemasaran produk dan jasa bank.
- d. Menyusun dan merumuskan potensi pemasaran produk dan jasa bank di daerah kerja cabang.
- e. Memproses permohonan serta megelola kredit komersial.
- f. Memproses permohonan serta mengelola kredit konsumtif.
- g. Memproses permohonan serta mengelola kredit program.
- h. Memproses permohonan serta mengelola kredit kecil & mikro.
- i. Merencanakan serta mengelola penyelamatan dan penyelesaian kredit bermasalah dan kredit hapus buku.
- j. Melaksanakan penilaian terhadap agunan kredit.
- k. Melakukan analisis manajemen resiko kredit.
- l. Mengelola pelaksanan prinsip kehati-hatian dan kepatuhan terhadap sistem dan prosedur, peraturan Bank Indonesia, peraturan Perundang-undangan serta intern bank lainnya yang berlaku.
- m. Mempertanggungjawabkan pelaksanaan tugas pokok, fungsi serta kegiatannya.

## 6. PemimpinSeksi Pembiayaan

Adapun tugas Pinsi. Pembiayaanadalah berkaitan dengan tugas-tugas sebagai berikut:

- a. Melakukan koordinasi setiap pelaksanaan tugas-tugas marketing dan pembiayaan (kredit) dariunit/bagian yang berada dibawah supervisinya, hingga dapat memberikan pelayanan kebutuhan perbankan bagi nasabah secara efisien dan efektif yang dapat memuaskan dan menguntungkan baik bagi nasabah maupun bank syariah. Melakukan monitoring, evaluasi, *review* dan supervisi terhadap pelaksanaan tugas dan fungsi bidang pemasaran (pembiayaan) pada unit/bagian yang ada dibawah supervisinya.
- b. Bertindak sebagai komite pembiayaan dalam upaya pengambilan keputusan pembiayaan.
- c. Melakukan monitoring, evaluasi, *review* terhadap kualitas porto folio pembiayaan (kredit) yang telah diberikan dalam rangka pengaman atas setiap pembiayaan (kredit) yang telah diberikan.
- d. Aktif menyampaikan pendapat, saran dan opini kepada direksi mengenai masalah-masalah yang berkaitan dengan bidang marketing dan pembiayaan.
- e. Melayani, menerima tamu (calon nasabah atau nasabah) secara aktif yang memerlukan pelayanan jasa perbankan.
- f. Memelihara dan membina hubungan baik dengan pihak nasabah serta antar intern unit kerja yang ada dibawah serta lingkungan

perusahaan. Menyusun strategi-planning dan selaku marketing/sosialisasi nasabah baik dalam rangka penghimpunan sumber dana maupun alokasi pemberian pembiayaan secara efektif dan terarah.

- g. Berkewajiban untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan untuk membantu kelancaran tugas sehari-hari.

#### 7. Pimpinan Seksi Pelayanan Nasabah

Adapun tugas dari Pimpinan Seksi Pelayanan Nasabah antara lain:

- a. Merencanakan serta mengembangkan serta mengelola pelayanan unggul kepada nasabah Menyediakan informasi produk dan jasa Bank.
- b. Mengelola pelayanan pembukaan dan penutupan rekening serta transaksi tunai.
- c. Mengelola pengaduan nasabah
- d. Mengelola transaksi kartu ATM, kartu Debet dan kartu Kredit.

#### 8. Divisi Pengawasan

Tugas pokok Divisi Pengawasan adalah melakukan pemeriksaan dan pengawasan terhadap pelaporan keuangan, melaporkan hasil pemeriksaan secara objektif dan memonitor objek yang dilaporkan tersebut.

#### 9. Kontrol Internal

Tugas Kontrol Internal adalah memeriksa semua berkas yang ada di kantor atau seksi yang ada di kantor tersebut baik secara langsung maupun secara tertulis dan memberikan pendapat atas temuannya kepada Divisi Pengawasan.

## B. Uji Validitas dan Reliabilitas

### 1. Uji Validitas

Untuk menguji validitas masing-masing item pertanyaan dari variabel penelitian. Suatu variabel dikorelasikan dengan nilai total masing-masing butir pernyataan dengan menggunakan teknik *product moment*. Kemudian nilai korelasi ( $r_{hitung}$ ) yang telah diperoleh dibandingkan dengan nilai korelasi pada tabel ( $r_{tabel}$ ). Jika nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  artinya ada nilai korelasi yang menunjukkan bahwa alat ukur tersebut valid, begitu juga sebaliknya. Untuk pengujian validitas digunakan 32 orang dengan 8 pernyataan untuk variabel religiusitas ( $X_1$ ), 8 pernyataan untuk variabel harga ( $X_2$ ), 8 pernyataan untuk variabel masyarakat memilih (Y) dan  $r_{tabel}$  signifikan 5% = 0,349 (tabel r terlampir).

Untuk mengetahui validitas pernyataan-pernyataan tersebut dapat dilihat dari nilai *Correlations Item Total* yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.1**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Religiusitas ( $X_1$ )**

No	Item Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	Item1	0,617	Instrumen Valid jika > r tabel dengan (n) = 32 pada taraf signifikansi 5% diperoleh r tabel 0,349	Valid
2	Item2	0,550		Valid
3	Item3	0,292		Tidak Valid
4	Item4	0,572		Valid
5	Item5	0,556		Valid
6	Item6	0,518		Valid
7	Item7	0,659		Valid

8	Item8	0,314		Tidak Valid
---	-------	-------	--	-------------

Sumber: Data Primer yang diolah, 2015

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa ke-8 item-item pernyataan untuk variabel religiusitas ( $X_1$ ) dinyatakan item 3 dan 8 tidak valid karena nilai korelasi dibawah  $r_{tabel}$  (0,349), sedangkan untuk item lainnya dinyatakan valid karena nilai korelasi diatas 0,349.

**Tabel 4.2**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Harga ( $X_2$ )**

No	Item Pernyataan	r hitung	$r_{tabel}$	Keterangan
1	Item1	0,617	Instrumen Valid jika > r tabel dengan (n) = 32 pada taraf signifikansi 5% diperoleh r tabel 0,349	Valid
2	Item2	0,438		Valid
3	Item3	0,678		Valid
4	Item4	0,697		Valid
5	Item5	0,519		Valid
6	Item6	0,442		Valid
7	Item7	0,419		Valid
8	Item8	0,597		Valid

Sumber: Data Primer yang diolah, 2015

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa ke-8 item-item pernyataan untuk variabel harga ( $X_2$ ) dinyatakan valid karena nilai korelasi di atas  $r_{tabel}$  (0,349), maka dapat disimpulkan bahwa semua item untuk variabel harga adalah valid.

**Tabel 4.3**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Masyarakat Memilih (Y)**

No	Item Pernyataan	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
1	Item1	0,755	Instrumen Valid jika > r tabel dengan (n) = 32 pada taraf signifikansi 5% diperoleh r tabel 0,349	Valid
2	Item2	0,646		Valid
3	Item3	0,212		Tidak Valid
4	Item4	0,734		Valid
5	Item5	0,785		Valid
6	Item6	0,435		Valid
7	Item7	0,741		Valid
8	Item8	0,728		Valid

Sumber: Data Primer yang diolah, 2015

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa ke-8 item-item pernyataan untuk variabel religiusitas ( $X_1$ ) dinyatakan item 3 tidak valid karena nilai korelasi dibawah  $r_{tabel}$  (0,349), sedangkan untuk item lainnya dinyatakan valid karena nilai korelasi diatas 0,349.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah butir-butir pernyataan dalam angket penelitian konsisten atau tidak. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila memiliki *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60.<sup>4</sup> Uji reliabilitas terhadap masing-masing butir pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel religiusitas, harga, dan masyarakat memilih menggunakan bantuan program computer *SPSS for Windows* versi

<sup>4</sup>Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (Badan Penerbit UNDIP, Semarang, 2005), hlm. 41-45.

22, adapun hasil perhitungannya sebagai mana tergambar dalam tabel 4.6 dibawah ini:

**Tabel 4.4**  
**Uji Reliabilitas**

No	Variabel	Alfa Cronbach's	Keterangan
1.	Religiusitas	0,674	Reliabel
2.	Harga	0,650	Reliabel
3.	Masyarakat memilih	0,763	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2015

**Tabel 4.5**  
**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Religiusitas**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.674	6

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.650	8

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Masyarakat Memilih**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.830	7

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa nilai *cronbach alphaseluruh* variabel berkisar antara 0 sampai 1 dan lebih cenderung mendekati angka 1, dengan demikian keseluruhan item dalam instrumen pengukuran dapat dikategorikan sangat reliabel.

## **C. Teknik Analisis Data**

### **1. Uji Asumsi Klasik**

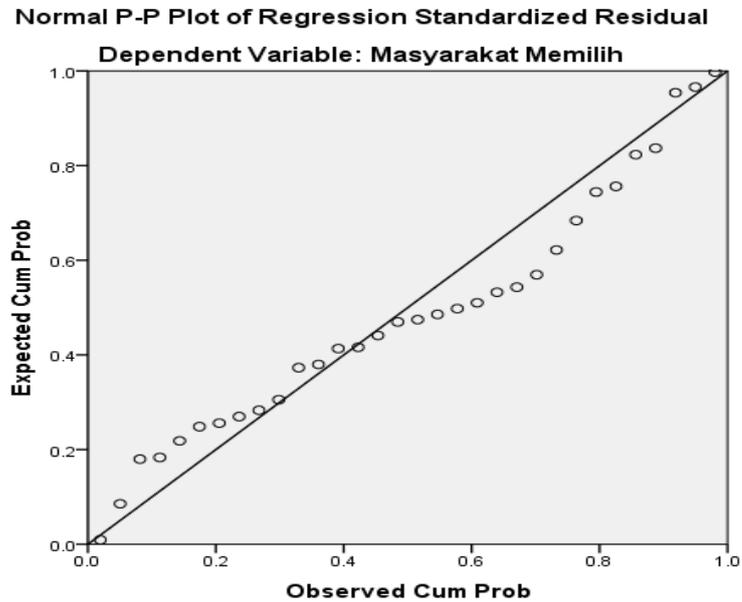
#### **a. Uji Normalitas**

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

#### **1) Metode Grafik**

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

**Gambar 4.2**  
**Metode Grafik**



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

## 2) Metode Uji *One Sample Kolmogorov Smirnov*

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

**Tabel 4.8**  
**Uji One Sample Kolmogorov Smirnov**

	Tests of Normality					
	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Statistic	Df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Masyarakat Memilih	.121	32	.200 <sup>*</sup>	.977	32	.719
Religiusitas	.108	32	.200 <sup>*</sup>	.964	32	.363
Harga	.093	32	.200 <sup>*</sup>	.965	32	.379

\*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

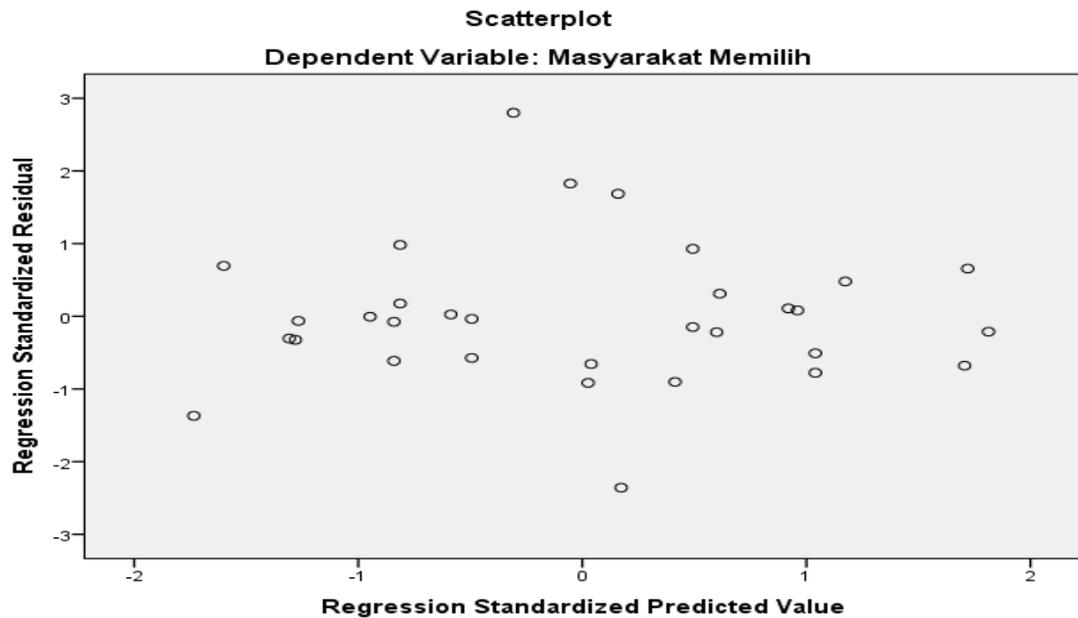
Dari output di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi lebih dari 0,05 ( $0,200 > 0,05$ ), maka nilai residual tersebut normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

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

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

**Gambar 4.3**  
**Uji Penyimpangan Heteroskedastisitas**



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

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinieritas, yaitu adanya hubungan linier antar variabel independen dalam model regresi jika ada korelasi, maka dinamakan multikolinieritas. Untuk mendeteksi terdapat tidaknya multikolinieritas didasarkan pada nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *tolerance*.

- 1)  $VIF > 5$  artinya mempunyai persoalan multikolinearitas,  $Tolerance < 0.01$  artinya mempunyai persoalan multikolinearitas

2)  $VIF < 5$  artinya tidak terdapat multikolinieritas,  $Tolerance > 0.01$   
artinya tidak terdapat multikolinieritas

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	16.216	5.869		2.763	.010		
Religiusitas	.817	.228	.556	3.580	.001	.977	1.023
Harga	-.261	.195	-.208	-1.338	.191	.977	1.023

a. Dependent Variable: Masyarakat Memilih

Berdasarkan tabel 4.8 diatas, nilai *tolerance* menunjukkan bahwa kedua variabel bebas yaitu religiusitas dan harga yang memiliki nilai *tolerance*  $> 0,01$ , nilai *tolerance*  $> 0,01$  yaitu  $0,977 > 0,01$  Hasil perhitungan nilai VIF juga menunjukkan hal yang sama tidak ada variabel bebas yang memiliki nilai  $VIF > 5$ , yaitu  $1,023 < 5$  Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada persoalan multikolinieritas antar variabel dependen dengan independen.

## 2. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel bebas (independen) yaitu religiusitas( $X_1$ ) dan harga( $X_2$ ) terhadap variabel terikat (dependen) yaitu masyarakat memilih (Y).

Persamaan regresi linear berganda yang digunakan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

**Tabel 4.10**  
**Uji Analisis Regresi Linear Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	16.216	5.869		2.763	.010		
Religiusitas	.817	.228	.556	3.580	.001	.977	1.023
Harga	-.261	.195	-.208	-1.338	.191	.977	1.023

a. Dependent Variable: Masyarakat Memilih  
Sumber: Data primer yang diolah, 2015

Persamaan regresi yang didapatkan dari hasil perhitungan adalah sebagai berikut:  $Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$

$$Y = 16,216 + 0,817X_1 + (-0,261)X_2$$

Dari persamaan regresi dapat diartikan dan diambil kesimpulan sebagai berikut :

- a. Nilai konstanta sebesar 16,216 menyatakan bahwa jika religiusitas dan harga nilainya adalah 0, maka keputusan masyarakat memilih KPR iB Griya pada Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan nilainya adalah sebesar 16,216.
- b. Nilai koefisien regresi  $b_1$  (variabel religiusitas) bernilai positif sebesar 0,817. Artinya bahwa setiap bertambah religiusitas sebesar 1% maka keputusan masyarakat memilih KPR iB Griya juga akan bertambah sebesar 0,817 dengan asumsi variabel independen lainnya bernilai tetap.
- c. Nilai koefisien regresi  $b_2$  (Variabel harga) bernilai negatif sebesar -0.261. Artinya bahwa setiap bertambah produk sebesar 1 % maka minat nasabah

juga akan berkurang sebesar -0,261 dengan asumsi variabel independen lainnya nilainya tetap.

### 3. Pengujian Hipotesis

Pembuktian koefisien regresi dimaksudkan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel independen (X) yaitu religiusitas dan harga. Baik secara bersama-sama (uji F) maupun secara individual (Uji t) terhadap variabel dependen (Y), yaitu masyarakat memilih KPR iB Griya pada Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan. Dengan demikian, maka akan dapat diketahui bersama apakah variabel-variabel independen tersebut benar-benar berpengaruh terhadap variabel dependen pada penelitian ini.

#### a. Analisis Korelasi Ganda (R)

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

**Tabel 4.11**  
**Korelasi Ganda (R)**

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

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.563 <sup>a</sup>	.317	.270	3.718

- a. Predictors: (Constant), Harga, Religiusitas
- b. Dependent Variable: Masyarakat Memilih

*Sumber: Data primer yang diolah, 2015*

R dalam regresi linear berganda menunjukkan nilai korelasi berganda, yaitu korelasi antara dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai R berkisar antara 0 sampai 1, jika mendekati 1, maka hubungan semakin erat, tetapi jika mendekati 0 maka hubungan semakin lemah. Angka R yang didapat 0,563, artinya korelasi antara variabel adalah sebesar 0,563, hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang erat antara religiusitas dan harga terhadap keputusan masyarakat memilih KPR iB Griya karena nilai mendekati 1.

**b. Analisis Determinasi ( $R^2$ )**

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

**Tabel 4.12**  
**Hasil Analisis Deteminasi**

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.563 <sup>a</sup>	.317	.270	3.718

a. Predictors: (Constant), Harga, Religiusitas

b. Dependent Variable: Masyarakat Memilih

Berdasarkan tabel di atas diperoleh angka  $R^2$  (*R Square*) sebesar 0,317 atau (31,7%). Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel independen (religiusitas dan harga) terhadap variabel dependen (masyarakat memilih) sebesar 31,7%. Sedangkan sisanya sebesar 68,3% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

*Adjusted R Square* adalah nilai *R Square* yang telah disesuaikan, nilai ini selalu lebih kecil dari *R Square* dan angka ini bisa memiliki harga negatif. Menurut Santoso (2001) bahwa untuk regresi dengan lebih dari dua variabel bebas digunakan *Adjusted R Square* koefisien determinasi.<sup>5</sup>

### c. Uji Koefisien Regresi secara Parsial ( Uji t)

Uji t adalah suatu sarana pengujian untuk mengetahui apakah variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen.

<sup>5</sup>Dwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS*, (Yogyakarta: Mediakom, 2008), hlm. 81.

**Tabel 4.13**  
**Uji t**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	16.216	5.869		2.763	.010
Religiusitas	.817	.228	.556	3.580	.001
Harga	-.261	.195	-.208	-1.338	.191

a) Variabel religiusitas

Dari hasil perhitungan didapatkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,580 dengan nilai signifikansi  $0,001 < 0,05$  sedangkan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,699. Hal ini berarti nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $3,580 > 1,699$ . Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya terdapat pengaruh positif dan signifikansi antara variabel religiusitas dengan keputusan masyarakat memilih KPR iB Griya pada Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan.

b) Variabel harga

Dari hasil perhitungan didapatkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar -1,335 dengan nilai signifikansi  $0,191 > 0,05$  sedangkan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,699. Hal ini berarti nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  yaitu  $-1,335 < 1,699$ . Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel harga dengan keputusan masyarakat memilih KPR iB Griya pada Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan.

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

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

$H_0$  = Religiusitas dan harga tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap masyarakat memilih KPR iB Griya pada Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.

$H_a$  = Religiusitas dan harga memiliki pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap masyarakat memilih KPR iB Griya pada Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan

Apabila  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima yang berarti secara bersama-sama variabel bebas berpengaruh terhadap variabel tidak bebasnya.

**Tabel 4.14**  
**Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	186.284	2	93.142	6.737	.004 <sup>b</sup>
Residual	400.935	29	13.825		
Total	587.219	31			

a. Dependent Variable: Masyarakat Memilih

b. Predictors: (Constant), Harga, Religiusitas

Dan hasil perhitungan didapat nilai  $F_{hitung}$  6,737 dengan tingkat signifikansi 0,004. Sedangkan nilai  $F_{tabel}$  sebesar 3,328 hal ini berarti

nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , selain itu nilai *alfa* atau signifikan juga menunjukkan angka dibawah 0,05 (0,000), sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya terdapat pengaruh secara bersama-sama variabel religiusitas dan harga terhadap keputusan masyarakat memilih KPR iB Griya pada Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.

#### **D. Pembahasan**

Hasil analisis regresi menghasilkan urutan besarnya pengaruh variabel-variabel independen yang berbeda. Ini terlihat dari besarnya koefisien regresi dari yang terbesar pengaruhnya sampai yang terkecil berturut-turut adalah religiusitas (0,817), dan harga (-0,261), variabel religiusitas secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan masyarakat memilih KPR iB Griya pada Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan, sedangkan harga tidak berpengaruh terhadap keputusan masyarakat memilih KPR iB Griya pada Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan. Secara parsial diantara variabel bebas yang diteliti ternyata variabel religiusitas merupakan yang paling dominan berpengaruh.

Hasil uji F pengaruh secara bersama-sama (secara *simultan*) masing-masing variabel independen berpengaruh positif terhadap masyarakat memilih KPR iB Griya pada Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan. Adapun besaran pengaruhnya adalah 6,373.

Pengaruh yang paling dominan adalah variabel religiusitas. Hal ini menunjukkan bahwa diantara kedua variabel yang di uji pengaruh, variabel ini

yang memberikan kontribusi paling besar yaitu sebesar 0,817 dalam keputusan masyarakat memilih KPR iB Griya pada Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.

Karena positif, semakin mendesak dikarenakan tiap tahun mengalami peningkatan sesuai dengan angka pertumbuhan penduduk. Hasil ini memungkinkan karena memiliki sebuah rumah sendiri merupakan idaman semua orang, maka hal ini akan lebih membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan perumahan. Selain itu bank juga melayani kebutuhan pembiayaan dan memperlancar mekanisme sistem pembayaran bagi semua sektor perekonomian.

Secara teori namun harga rumah yang melambung tinggi menyebabkan jarang orang yang mampu membeli rumah secara tunai, sehingga membeli dengan angsuran atau menyewa adalah alternatif yang dapat dipilih. Dalam hal ini bank memegang peranan penting dalam memperlancar proses pembangunan.

Hal ini dapat dibuktikan dari hasil penelitian Kharisma Faundria Amri yang berjudul "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Dalam pemilihan KPR Syariah Studi Kasus Bank Muamalat Indonesia, Tbk" menyatakan bahwa analisis faktor yang mempengaruhi KPR Syariah ini dilihat dari lima dimensi, yaitu religius, ekonomi, administrasi dan pelayanan, pemasaran, dan lokasi yang berdampak kepada keputusan pembelian nasabah untuk menggunakan KPR Syariah. Namun secara keseluruhan dalam

penelitian ini, variabel lokasi tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah.

Angka  $R^2$  yang didapat 0,563, artinya korelasi antara variabel adalah sebesar 0,563, hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang erat antara religiusitas dan harga terhadap keputusan masyarakat memilih KPR iB Griya, kemudian nilai  $R^2$  (*R Square*) sebesar 0,317 atau (31,7%). Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel independen (religiusitas dan harga) terhadap variabel dependen (masyarakat memilih) sebesar 31,7%. Sedangkan sisanya sebesar 68,3% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

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

#### **E. Keterbatasan Penelitian**

Seluruh rangkaian penelitian ini telah dilaksanakan sesuai dengan langkah-langkah yang ditetapkan dalam metodeologi penelitian. Hal ini dimaksudkan agar hasil diperoleh benar-benar objektif dan sistematis. Namun

untuk mendapatkan hasil yang sempurna dari penelitian sangat sulit karena berbagai keterbatasan.

Dimana keterbatasan yang dihadapi penulis selama melaksanakan penelitian dan penyusunan skripsi ini adalah:

1. Dalam menyebarkan angket peneliti tidak mengetahui kejujuran para responden dalam menjawab setiap pertanyaan yang diberikan.
2. Keterbatasan literatur dalam penyusunan skripsi.
3. Keterbatasan kemampuan membuat instrumen yang lebih baik.
4. Keterbatasan menganalisis dari data yang diperoleh.

Meskipun penulis menemui hambatan dalam melaksanakan penelitian, penulis berusaha sekuat tenaga agar keterbatasan yang dihadapi tidak mengurangi makna penelitian ini dengan bantuan semua pihak.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pembahasan dan temuan penelitian maka diperoleh beberapa kesimpulan:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara religiusitas terhadap masyarakat memilih KPR iB Griya pada Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan diperoleh  $t_{tabel}$  dengan pengujian 2 sisi pada taraf signifikansi 0,025 hasil diperoleh untuk  $t_{tabel}$  adalah 1,699, maka diperoleh  $t_{hitung} > t_{tabel} = 3,580 > 1,699$
2. Tidak terdapat pengaruh antara harga terhadap keputusan masyarakat memilih KPR iB Griya pada Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan diperoleh  $t_{tabel}$  dengan pengujian 2 sisi pada taraf signifikansi 0,025 hasil diperoleh untuk  $t_{tabel}$  adalah 1,699, maka diperoleh  $t_{hitung} < t_{tabel} = -1,338 < 1,699$ .
3. Berdasarkan pengujian secara serempak dari variable religiusitas dan harga diperoleh hasil bahwa variable tersebut mempengaruhi masyarakat memilih KPR iB Griya pada Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan dibuktikan dengan hasil  $F_{hitung}$  sebesar 6,737 dan  $F_{tabel}$  pada df (n-k-1) atau 32-2-1= 29 diperoleh pada taraf = 0,05

$$F_{hitung} > F_{tabel}$$

$$6,737 > 3,328$$

## **B. Saran- saran**

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan diatas, maka diajukan beberapa saran yang bertujuan untuk kebaikan dan kemajuan Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan, sebagai berikut:

1. Menerapkan prinsip-prinsip manajemen syariah bersumber dari Al-quran dan Al-hadist yang harus kita amalkan dalam berbagai permasalahan yang terjadi dalam mengelola dan memajemen organisasi. Diantara prinsipnya seperti Prinsip pertanggungjawaban, Prinsip komunikatif, Prinsip transparansi, dan prinsip jujur.
2. Menanamkan sifat-sifat Rasullullah Saw. Siddiq, Amanah, Fathanah, dan Tabligh dalam menjalani aktivitas di perusahaan.
3. Hal yang terpenting dan yang tidak boleh dilupakan dalam dunia perbankan syariah adalah idealisme produk atau kinerja berdasarkan syari'at islam yang harus terus dipertahankan. Karena hal ini yang membedakan antara bank konvensional dan bank syariah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alsa, Asmadi. 2004. *Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif Serta Kombinasinya Dalam Penelitian Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004.
- Arikunto, Suharsimi. 1996. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ascarya. 2011. *Akad dan Produk Bank Syariah*, Jakarta: Rawajali Pers, 2011.
- Azwar, Syaifuddin. 2004. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Baharuddin dan Buyung Ali. 2005. *Metode Studi Islam*, Bandung: Cipta Pustaka Media.
- Departemen Agama. 2008. *Al-Quran dan Terjemahnya*, Bandung: Diponegoro.
- Djamaluddin Ancok dan Fuat Nashori Suroso. 2005. *Psikologi Islami: Solusi Islam Atas Problem-problem Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2005.
- Hamid, Abu. 1991. *Ilmu Sosial Dasar*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Haryadi, Adi. 2005. *Kiat-Kiat Membuat Promosi Penjualan*. Jakarta: Alexa Media Komputindo.
- Iska, Syukri. 2012. *Sistem Perbankan Syariah Di Indonesia*. Yogyakarta: Fajar Media Press.
- Jalaluddin. 2011. *Psikologi Agama: Memahami Perilaku Keagamaan dengan Mengaplikasikan Prinsip-prinsip Psikologi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kahf, Monzer. 2012. *Telaah Analitik Terhadap Fungsi Sistem Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Karim, Adiwarmarman. 2004. *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004.
- Kasmir. 2002. *Dasar-dasar Perbankan*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Kasmir. 2008. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Kholil, Syukur. 2006. *Metodologi Penelitian Komunikasi*. Bandung: Citapustaka Media.
- Kotler Philip dan Kevin Lane Keller. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Indonesia: P.T Indeks.
- Leon Schiffman dan Leszie Lazuar Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks.
- Morisan. 2012. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana.
- Prides, Tim Manajemen, 2008. *Kompilasi Perundang-undangan tentang Ekonomi Syariah*. GP Press: Ciputat.
- Priyatno, Dwi. 2008. *Mandiri Belajar SPSS*, Yogyakarta: Mediakom.
- Simamora, Hendry. 2000. *Manajemen Pemasaran Internasional*. Jakarta: Salemba Empat.
- Soemitra, Andri. 2009. *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Kencana.

- Sugiono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Jakarta: Alfabeta.
- Supramono, Gatot. 2009. *Perbankan dan Masalah Kredit : Suatu Tinjauan Di Bidang Yuridis*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Veithzal Rivai dan Andria Permata Veithzal. 2008. *Islamic Financial Management*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Wahyu, Ramdani. 2007. *ISD (Ilmu Sosial Dasar)*. Bandung: Pustaka Setia..
- Yaya, Rizal. dkk, 2009. *Akuntansi Perbankan Syariah Teori dan Praktik Kontemporer*. Jakarta: Salemba Empat.



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

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

Nomor : B-194/In.14/G.5a/PP.00.9/ 10 /2016 Padangsidimpuan, Oktober 2016  
Lampiran : -  
Perihal : *Permohonan Kesediaan  
Menjadi Pembimbing*

Kepada Yth,  
Bapak/Ibu:  
1. Fatahuddin Azis Siregar, M.Ag  
2. Nofinawati, S.E.I, M.A

**Assalamu 'alaikum Wr.Wb**

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

Nama : SUDIRMAN PUTRA GULTOM  
NIM : 10 220 0083  
Jurusan : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Judul : PENGARUH FAKTOR RELIGIUSITAS DAN FAKTOR HARGA TERHADAP KEPUTUSAN MASYARAKAT MEMILIH KPR IB GRIYA PADA P.T BANK SUMUT CABANG SYARIAH PADANGSIDIMPUAN

Berdasarkan hasil sidang Tim pengkajian kelayakan judul skripsi, judul tersebut dapat diterima sebagai judul skripsi, untuk diharapkan kepada bapak/ibu membimbing mahasiswa tersebut dalam penulisan proposal dan sekaligus penyempurnaan judul bila diperlukan.

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

**Wassalamu 'alaikum Wr.Wb**

Mengetahui:

*Fatahuddin Azis Siregar*

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

Ketua Jurusan Perbankan Syariah

*Abdul Nasser Hasibuan*  
Abdul Nasser Hasibuan, SE, M.Si  
NIP. 19750103 200212 1 001

**PERNYATAAN KESEDIAAN SEBAGAI PEMBIMBING**

BERSEDIA / TIDAK BERSEDIA

PEMBIMBING I

*Fatahuddin Azis Siregar*

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

BERSEDIA / TIDAK BERSEDIA

PEMBIMBING II

*Nofinawati*

Nofinawati, S.E.I, M.A  
NIP. 19821118 201101 2 003



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

nomor : In.19/G/TL.00/ 463 /2015

Padangsidempuan, 08 Mei 2015

: -  
: Mohon Izin Riset

Kepada  
Yth, Pimpinan Bank Sumut  
Cabang Syariah Padangsidempuan

di-  
Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

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

Nama : Sudirman Putra Gultom  
NIM : 10 220 0083  
Semester : X (Sepuluh)  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Perbankan Syariah

Adalah benar Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Perbankan Syariah IAIN Padangsidempuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul "Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Masyarakat Memilih KPR iB Griya pada Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan".

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

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

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.



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

## MEMO

Kepada Yth : Sdr. Pemimpin Seksi Pemasaran  
Dari : Pemimpin Seksi Operasional  
Nomor : 006 / Ops/ Memo/ 2015  
Tanggal : 17 September 2015

Assalamu 'alaikum wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Divisi Sumber Daya Manusia No. 332/DSDM-PSDM/L/2015 tanggal 28 Mei 2015 dan disposisi Pemimpin Cabang PT. Bank SUMUT KCSy Padangsidempuan tanggal 28 Mei 2015 Perihal Izin Riset mahasiswa a.n :

Nama : Sudirman Putra Gultom  
NIM : 10.220.0083  
Jurusan : Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : Pengaruh Faktor Religiusitas dan Faktor Harga Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih KPR iB Pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan

Mohon kiranya saudara dapat membantu memberikan data wawancara terkait judul skripsi tersebut kepada yang bersangkutan, dengan tetap menjaga rahasia bank.

Demikian kami sampaikan, atas penerimaan saudara kami ucapkan terimakasih.

Wassalam  
Pinsi Operasional



**Ahmad Sanusi Nasution**  
NPP. 2041.110284.010610

## **SURAT KETERANGAN PENGAMBILAN DATA**

No. /Ops/ L/2015

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ahmad Sanusi Nasution  
NPP : 2041.110284.010610  
Jabatan : Pinsi Operasional

Dengan ini menyatakan bahwa :

Nama : Sudirman Putra Gultom  
NIM : 10.220.0083  
Jurusan : Perbankan Syariah

Judul Skripsi: Pengaruh Faktor Religiusitas dan Faktor Harga Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih KPR iB Pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan

Telah selesai mengambil data penelitian di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan.

Demikian disampaikan, agar dapat digunakan seperlunya.

Padangsidimpuan, Agustus 2015  
Pinsi Operasional

  
**Ahmad Sanusi Nasution**  
NPP. 2041.110284.010610